

عنوان مقاله:

رابطه جهت گیری بازار با عملکرد صادراتی سازمان

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس ملی پژوهشهای کاربردی در مدیریت و حسابداری (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

صبا سودبخش - گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، واحد مرودشت، دانشگاه آزاد اسلامی، مرودشت، ایران

حسن سلطانی - گروه مدیریت، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر جهت گیری بازار بر عملکرد صادراتی سازمان انجام شده است. روش پژوهشتوصیفی غیرآزمایشی از نوع پیمایشی و همبستگی و علی-مقایسه ای است. جامعه آماری 156 نفر از کارکنان بازاریابی، تولید، فروش، صادرات شرکت زرین غزال دایتی می باشد. بنابراین نمونه ای با حجم 111 نفر بر اساس فرمول کوکرانتعیین، و پرسشنامه ها بر اساس نمونه گیری غیر تصادفی در دسترس بین افراد جامعه توزیع شده است. جهت گردآورداده ها از پرسشنامه استاندارد استفاده گردیده است. روایی پرسشنامه از نظر صوری حاصل شده و پایایی پرسشنامه از طریق ضریب آلفای کرونباخ تایید گردیده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون تحلیل مسیر با استفاده از نرم افزارلیزرل به آزمون فرضیه های تحقیق پرداخته شد. نتایج پژوهش نشان داد جهت گیری بازار با نقش واسطه ای قابلیت بازاریابیو مزایای رقابتی بر عملکرد صادراتی سازمان تاثیر می گذارد.

کلمات کلیدی:

عملکرد صادراتی سازمان، جهت گیری بازار، قابلیت بازاریابی، مزایای رقابتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/784783>

