

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر استراتژی آمیخته بازاریابی، ویژگی های محیطی و شرکت، تجربه و تعهد بین المللی بر عملکرد صادراتی (مورد مطالعه شرکت های صادراتی استان گیلان)

## محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و حسابرسی پویا (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

## نویسندگان:

علی قره سفلو - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

اسماعیل رمضان پور - دانشگاه آزاد اسلامی، واحد گیلان

فاطمه دانشجو - کارشناسی ارشد مدیریت رویداد

حمید قره سفلو - کارشناس ارشد مدیریت دولتی

## خلاصه مقاله:

از آنجاکه هدف اصلی بازاریابی، شناسایی و بر طرف ساختن نیازهای مصرف کنندگان بوده و بنابر دیدگاه بازاریابی که نظرمصرف کنندگان یک محصول، اساسی ترین عامل در تدوین برنامه بازاریابی و اثر بخش بودن عوامل موثر در عملکرد صادراتیست. تحقیق حاضر براساس هدف از نوع کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی- همبستگی بوده است. روش گردآوری داده ها میدانیو ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه بوده است. جامعه آماری تحقیق حاضر 85 شرکت صادراتی استان گیلان بوده و 70 شرکتبه عنوان نمونه تحقیق از طریق جدول کرجسی و مورگان برای جامعه محدود بدست آمد. روش نمونه برداری در این تحقیقتصادفی ساده بوده است. یعنی ابتدا آمار شرکت ها از اداره صنعت، معدن و تجارت گرفته شده و سپس به هر یک از شرکت هایصادراتی مراجعه شده است و به هر شرکت پرسشنامه توزیع شده و پس از جمع آوری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. برای سنجش پایایی پرسشنامه از آلفای کرونباخ استفاده شد که برای همه ی متغیرها بالاتر از 0/7 بدست آمد. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از معادلات ساختاری از نرم افزارهای SPSS و SMART PLS2 استفاده شد. نتایج نشان می دهند که از 9 فرضیهپارایه شده تاثیر ویژگی های محیطی بر استراتژی آمیخته بازاریابی شرکت های صادراتی استان گیلان، تاثیر تعهد بین المللی براستراتژی آمیخته بازاریابی شرکت های صادراتی استان گیلان، تاثیر تجربه بین المللی بر استراتژی آمیخته بازاریابی شرکت هایصادراتی استان گیلان، تاثیر ویژگی های شرکت بر عملکرد صادراتی شرکت های صادراتی استان گیلان، تاثیر تعهد بین المللیبر عملکرد صادراتی شرکت های صادراتی استان گیلان، تاثیر تجربه بین المللی بر عملکرد صادراتی شرکت های صادراتی استان گیلان، تاثیر استراتژی آمیخته بازاریابی بر عملکرد صادراتی شرکت های صادراتی استان گیلان، تاثیر ویژگی های محیطی بر عملکرد صادراتی شرکت های صادراتی استان گیلان و تاثیر ویژگی های شرکت بر استراتژی آمیخته بازاریابی شرکت های صادراتی استان گیلان مورد تایید قرار نگرفت. بیش ترین شدت استراتژی آمیخته بازاریابی بر عملکرد صادراتی شرکت هایصادراتی استان گیلان و کم ترین شدت تاثیر تجربه بین المللی بر عملکرد صادراتی شرکت های صادراتی استان گیلان تاثیر بودهاست. در پایان پیشنهاد می گردد تعداد نمایندگی های فعال در کشورهاییکه مقصد صادراتی هستند افزایش یابد.

## کلمات کلیدی:

استراتژی آمیخته بازاریابی، تجربه بین المللی، تعهد بین المللی، عملکرد صادراتی شرکت، ویژگی های شرکت، ویژگی های محیطی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/826390>



