

عنوان مقاله:

تاثیر قابلیت های بازاریابی بر عملکرد صادراتی شرکت های ایرانی صادرکننده تجهیزات ورزشی

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

صدف سرتیپی - کارشناسی ارشد دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران ایران

محمد معصوم - کارشناسی ارشد دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران ایران

خلاصه مقاله:

این پژوهش از حیث نوع پژوهش، کاربردی است و از نظر گردآوری داده ها مورد نیاز از نوع توصیفی پیمایش می باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر عبارتند از: از کلیه مدیران شرکت های صادر کننده تجهیزات ورزشی در استان تهران در این پژوهش جهت بررسی رابطه بین متغیرها و تجزیه و تحلیل داده ها از روش حداقل مربعات جزئی و نرم افزار اسمارت پی ال اس استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان داد که قابلیت های بازاریابی تاثیر مثبت و معناداری بر استراتژی های رقابتی و مزیت های موقعیتی داشته و استراتژی های رقابتی تاثیر مثبت و معناداری بر مزیت های موقعیتی و عملکرد صادرات دارد. نتایج همچنین تاثیر مزیت موقعیتی بر عملکرد صادرات را تایید نموده است. دیگر نتایج تحقیق نقش میانجی استراتژی های رقابتی و مزیت های موقعیتی در رابطه بین قابلیت های بازاریابی و عملکرد صادرات و نیز نقش تعدیلگر دوستوانی نوآوری در رابطه بین قابلیت های بازاریابی با استراتژی های رقابتی و مزیت های موقعیتی را تایید می نماید.

کلمات کلیدی:

قابلیت های بازاریابی، عملکرد صادراتی، مزیت رقابتی، دوستوانی نوآوری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/836571>

