

عنوان مقاله:

اثر قابلیت بازاریابی صادرات بر عملکرد صادراتی با در نظر گرفتن نقش تعدیل گری رقابت ناکارآمد - مطالعه موردی شرکت های صادر کننده استان تهران

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی راهکارهای نوین پژوهشی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

سجاد فرشادی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیکی دانشکده مدیریت

نوید برومند - دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیکی دانشکده مدیریت

کریم رسولی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیکی دانشکده مدیریت

خلاصه مقاله:

بررسی تاثیر قابلیت های بازاریابی صادرات بر عملکرد صادرات با در نظر گرفتن نقش تعدیل گری رقابت ناکارآمد می تواند عملکرد صادرات را در بازار های صادراتی به ویژه در بازارهای نوظهور تعیین نماید. نتایج تحقیقات محققان قبلی نشان می دهد که مطالعات اندکی تاثیر قابلیت های بازاریابی صادرات بر عملکرد صادراتی را با در نظر گرفتن نقش تعدیل گری رقابت ناکارآمد بررسی کرده اند. بنابراین، تعیین تاثیر قابلیت های بازاریابی صادرات بر عملکرد صادراتی با در نظر گرفتن نقش تعدیل گری رقابت ناکارآمد می باشد. جامعه آماری این مطالعه شرکت های صادرکننده استان تهران بودند. داده ها توسط پرسشنامه و به روش تصادفی ساده جمع آوری شد. نرخ پاسخ دهی 21/62 % بود. برای تجزیه تحلیل داده ها از مدل معادلات ساختاری و نرم افزارهای اسمارت پی ال اس و اس پی اس اس استفاده گردید. نتایج حاصله نشان داد که پایایی و روایی پرسشنامه تحقیق در حد تعیین شده بودند. نتایج حاصل از آزمون فرضیه ها نشان داد که قابلیت پاسخگویی به بازار و نوآوری محصول صادراتی بر عملکرد صادرات اثر مثبت و معنی دار دارد. بعلاوه، رقابت ناکارآمد اثر پاسخگویی به بازار و نوآوری محصول صادراتی بر عملکرد صادرات را به طور منفی تعدیل می نماید. این مطالعه با بررسی تعیین تاثیر قابلیت های بازاریابی صادرات بر عملکرد صادراتی با در نظر گرفتن نقش تعدیل گری رقابت ناکارآمد توانست پنجره جدیدی بسوی محققان و درست اندرکاران برای بهبود عملکرد صادرات بگشاید. بنابراین، نتایج این مطالعه می تواند برای مجامع علمی و دست اندرکاران مفید باشد.

کلمات کلیدی:

رقابت ناکارآمد، عملکرد صادرات، قابلیت های بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/954950>

