

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر بازارگرایی صادرات و جهت گیری راهبردی بر عملکرد صادراتی از طریق قابلیت پویای مدیریت دانش در صنعت صنایع غذایی

محل انتشار:

فصلنامه پارس مدیر، دوره 3، شماره 13 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسنده:

مریم عبدلی - دکتری مدیریت بازاریابی دانشگاه آزاد اسلامی تبریز

خلاصه مقاله:

مشکلات ناشی از اقتصاد تک محصولی و تکیه بر درآمدهای نفتی سبب ایجاد اقتصادی متاثر از عوامل خارجی بالاخص درآمدهای ناپایدار نفتی شده است. با این ویژگی اقتصاد ایران، می توان به اهمیت و نقش صادرات غیر نفتی در کشور پی برد. هدف از این پژوهش بررسی تاثیر بازارگرایی صادرات و جهت گیری راهبردی بر عملکرد صادراتی در صنعت صنایع غذایی می باشد. این مطالعه با استفاده از طرح پژوهش از نوع توصیفی همبستگی انجام شد. بدین منظور مدیران بازاریابی در شرکت های صادراتی صنایع غذایی در کلان شهر تبریز به عنوان جامعه آماری می باشد که تعداد شرکت های صادراتی صنایع غذایی در شهر تبریز برابر با 135 شرکت می باشد، بنابراین جامعه آماری این تحقیق، مدیران بازاریابی ای شرکت ها می باشد که بصورت تمام شمار انتخاب شده است و از پرسشنامه های استاندارد برای گردآوری دیدگاه های مدیران بازاریابی استفاده شده است. پایایی همه متغیر در دامنه قابل قبول قرار دادن و پایایی کل پرسشنامه برابر با 0.93 می باشد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش کمترین مربعات جزئی و نرم افزار PLS-Graph استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد که جهت گیری راهبردی و بازارگرایی صادرات بصورت مستقیم و غیر مستقیم از طریق پویای مدیریت دانش بر عملکرد صادرات تاثیر دارد.

کلمات کلیدی:

بازارگرایی صادرات، جهت گیری راهبردی، عملکرد صادراتی و قابلیت های پویای مدیریت دانش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/994214>

