

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین بازرگاری و عملکرد صادرات در شرکت صنایع غذایی شیرین عسل

محل انتشار:

کنفرانس اروپایی مدیریت به روز (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

سهیل سرمد سعیدی - دانشکده مدیریت، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران، ایران

مرجان چراغلوئی - دانشکده مدیریت، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

موفقیت شرکتها و موسسات امروزی در گرو شناخت هرچه بیشتر از مشتریان و رقبا و سایر عوامل تاثیرگذار بر بازار است. از طرفی صادرات یکی از مهمترین گام های اولیه سازمان ها برای توسعه و سرمایه گذاری جهت ورود به بازارهای جهانی و گسترش فعالیت های بین المللی آن هاست . با توجه به اهمیت موضوع بازرگاری هدف از این تحقیق بررسی رابطه بازرگاری بر عملکرد صادرات در شرکت صنایع غذایی شیرین عسل است. روش این تحقیق از نظر هدف از نوع کاربردی می باشد. همچنین این پژوهش تحقیقی توصیفی از نوع پیمایشی به شمار می رود. در این پژوهش از ابزار پرسشنامه برای جمع آوری داده ها استفاده شد. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کلیه مدیران میانی و عالی و معاونان شرکت صنایع غذایی شیرین عسل در سطح شهرتهران می باشند که تعداد آن ها 250 نفر می باشد که حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران برای جامعه محدود 152 نفر به دست آمد و از روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شد. یافته های حاصل از این پژوهش نشان می دهد که بین بازرگاری و عملکرد صادرات رابطه معنا داری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

بازارگاری، عملکرد صادرات، مشتری گرایی، رقیب گرایی، هماهنگی بین وظیفه ای

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/653517>

