

## عنوان مقاله:

ارائه الگوی بهبود عملکرد صادراتی: باتاکید بر اثر هماهنگی بین استراتژی بازاریابی بین الملل با ابعاد محیطی سازمان و زیرسیستمهای بازاریابی بین الملل بر عملکرد صادراتی ( مورد: صنعت خدمات فنی و مهندسی)

## محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک (سال: 1388)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

## نویسندگان:

سیدمحمد اعرابی - استاد گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه علامه طباطبائی و رئیس پژوهشکده مد

نبی اله دهقان - عضو هیئت علم دانشگاه شهید ستاری و پژوهشکده مدیریت سما

## خلاصه مقاله:

مقاله حاضر نتیجه تحقیقی میدانی است که به دنبال پاسخگویی به این سوال اساسی است که تاثیر هماهنگی استراتژی های بازاریابی بین الملل با ابعاد محیطی سازمان ( هماهنگی بیرونی) و زیرسیستمهای بازاریابی بین الملل ( هماهنگی درونی) بر عملکرد صادراتی شرکتهای صادر کننده خدمات فنی و مهندسی چگونه است؟ جامعه آماری تحقیق شرکتهای صادر کننده خدمات فنی و مهندسی بوده که براساس روش نمونه گیری غیراحتمالی قضاوتی ( نظر کارشناسان) 41 شرکت به عنوان نمونه آماری تحقیق انتخاب شدند که حدود 95 درصد صادرات خدمات فنی و مهندسی کشور را تحت پوشش قرار میدهند. نتایج تحقیق نشان میدهد که دو متغیر هماهنگی بیرونی و هماهنگی درونی و اثر تعاملی آنها بر عملکرد صادراتی اثر می گذارند. همچنین نتایج تحقیق نشان میدهد که اثر هماهنگی درونی نسبت به هماهنگی بیرونی بر عملکرد صادراتی بیشتر است مدلی کمی تحقیق نیز که حاصل تحلیل رگرسیون چندمتغیره به روش گام به گام می باشد نشان می دهد که سهم متغیر هماهنگی درونی در پیش بینی عملکرد صادراتی شرکتها، 0/225 بوده ولی سهم متغیر هماهنگی بیرونی 0/162 بوده که خود تایید کننده تاثیر بیشتر متغیر هماهنگی درونی بر عملکرد صادراتی شرکت ها می باشد.

## کلمات کلیدی:

هماهنگی، بازاریابی بین المللی، ابعاد محیطی سازمان، عملکرد صادراتی، خدمات فنی و مهندسی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/81040>

