

عنوان مقاله: چگونه تحقیق بازاریابی صادرات بر عملکرد صادرات شرکت اثر می گذارد؟

چکیده:

هدف - هدف از این مقاله کمک به صادرات شرکتهای برای افزایش عملکرد فعالیتهای صادراتشان از طریق جمع آوری اطلاعات صادرات و استفاده موثر از آن است. خصوصاً هدف تحقیق تعیین منابع اطلاعاتی صادراتی موثر، انواع اطلاعات، روش های تحقیق صادرات و شیوه اطلاعات صادرات که در اندازه گیری عملکرد صادرات شرکت مخصوصاً فروش صادرات، رشد صادرات و سودآوری صادرات مورد استفاده قرار می گیرد.

طراحی/متدولوژی/رویکرد - این مطالعه روی اهداف بالا و اهداف روشن آنها از طریق آزمون بعضی از فرضیه ها تمرکز دارد. یک پرسشنامه دارای ساختار به ۳۵۰ نفر از شرکتهای صادراتی از طریق ایمیل فرستاده شد و ۱۰۲ پاسخنامه برگشت داده شد.

یافته ها- این تحقیق تعیین می کند که شرکتهای اطلاعات صادرات را از طریق منابع مختلف جمع آوری می کنند و از آن به منظورهای مختلف در تصمیم گیری هایشان استفاده می کنند. این مطالعه همچنین به وضوح نشان می دهد که تفاوت در منابع اطلاعاتی صادرات و انواع اطلاعات به کار گرفته شده و اطلاعات مورد استفاده در تصمیم گیری

تأثیرات متفاوتی در عملکرد صادراتشان دارد و به طور عمده دوره های فروش ، سهم بازار و سودآوری را مورد اندازه گیری قرار می دهند.

اصالت/ ارزش- اگرچه بعضی مطالعات در این ادبیات به طور ویژه تمرکز دارند و در یک سبک تقسیمی روی تعیین (تصمیم)، استفاده و سودمندی اطلاعات صادرات و سرمایه گذاری ، در سیستم اطلاعات بازاریابی صادرات شرکتها در عملکرد شرکت اثر می گذارد. این مقاله تلاش می کند همه عوامل سیستم اطلاعات بازاریابی صادرات را در مدل به دست آورد و تأثیرات عوامل اطلاعاتی صادرات را روی عملکرد صادرات آزمایش کند. امیدوار است که یافته ها به مدیران و خط مشی سازندگان کمک کند.

کلید واژه: صادرات ، تحقیق بازار، عملکرد شرکت، ترکیه.

ز

ز

ز