

# تاثیر نیروهای صنعت (تلاطم بازار)، بازارگرایی و قابلیت های بازاریابی بر عملکرد کسب و کار شرکت های صادرکننده در استان گیلان

سید علیرضا اشرفی پور شلمانی \*، 169،

97-11-08

امروزه سازمان ها به این واقعیت دست پیدا کرده اند که برای رسیدن به تعالی سازمانی و تحقق آرمان های خود، چاره ای جز سنجش سیستماتیک عملکرد خود و مقایسه آن با برنامه های کوتاه مدت و انجام اصلاحات لازم با توجه به بازخورد از محیط داخلی و خارجی ندارند از این رهگذر، شناخت عوامل زمینه ساز بهبود عملکرد می تواند بستر لازم برای تقویت هر چه بیشتر آنها را فراهم آورد. از این رو هدف اصلی تحقیق تاثیر نیروهای صنعت، بازارگرایی و قابلیت های بازاریابی بر عملکرد کسب و کار شرکت های صادرکننده در استان گیلان است. جامعه آماری تحقیق تمامی شرکت های صادر کننده در استان گیلان هستند که تعداد آنها 125 شرکت است. با توجه به این که جامعه آماری در این تحقیق محدود می باشد، به همین دلیل از سرشماری استفاده می شود. روش گردآوری داده ها در این تحقیق میدانی و ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه است. در این تحقیق برای اندازه گیری روایی از روایی محتوا و همچنین برای اندازه گیری پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است که مقادیر آن برای تمامی متغیرهای مدل بالاتر از 7/0 بدست آمده است. تمامی تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده از طریق نرم افزارهای اس پی اس اس و پی ال اس انجام شده است. برای بررسی فرضیه های تحقیق از تحلیل عاملی تاییدی و مدل سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شده است. نتیجه ی فرضیه های تحقیق حاکی از تاثیر معنی دار نیروهای صنعت، بازارگرایی و قابلیت های بازاریابی بر عملکرد کسب و کار شرکت های صادرکننده در استان گیلان تاثیر دارد. واژگان کلیدی: عملکرد کسب و کار، نیروهای صنعت، بازارگرایی، قابلیت های بازاریابی، شرکت های صادرکننده. کلمات کلیدی : عملکرد کسب و کار، نیروهای صنعت، بازارگرایی، قابلیت های بازاریابی، شرکت های صادرکننده.

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)