



بررسی تأثیر استراتژی‌های بازاریابی بین الملل بر عملکرد صادرات (مورد مطالعه: شرکت‌های صنایع غذایی در استان خوزستان)

سمیه خاجوری¹، فریدون امید²

1. نویسنده مسئول و دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی واحد بین المللی خرمشهر - خلیج فارس، دانشگاه آزاد اسلامی، خرمشهر، ایران

@yahoo.com99sam-kh

2. استادیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد بین المللی خرمشهر - خلیج فارس، دانشگاه آزاد اسلامی، خرمشهر، ایران

Omidi2328@gmail.com

چکیده

هدف اصلی این پژوهش بررسی تأثیر استراتژی‌های بازاریابی بین الملل بر عملکرد صادرات است. جامعه آماری این تحقیق را 172 شرکت فعال صنایع غذایی استان خوزستان تشکیل می‌دهد؛ که با استفاده از جدول کرجسی و مورگان، روش نمونه‌گیری تصادفی ساده‌ای، 118 شرکت از آن‌ها به عنوان نمونه انتخاب شد. روش پژوهش حاضر بر اساس هدف، کاربردی و بر حسب نحوه گردآوری داده‌ها از نوع تحقیقات توصیفی به شمار می‌آید، و از حیث ارتباط بین متغیرهای تحقیق از نوع علی و به طور مشخص مبتنی بر مدلیابی معادلات ساختاری است. به منظور سنجش متغیرهای تحقیق نیز از پرسشنامه و روش‌های تجزیه و تحلیل آماری با استفاده از نرم افزار SPSS.18 و Amos.8.5 بهره گرفته شده است. نتایج تجزیه و تحلیل پرسشنامه نشان داد که عوامل استراتژی‌های بازاریابی بین الملل (و ابعاد آنان) تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد صادرات دارند.

واژه‌های کلیدی: استراتژی‌های بازاریابی بین الملل، عملکرد صادرات، صنایع غذایی