

## تاثیر بازاریابی کارآفرینانه بر عملکرد صادراتی با نقش میانجی دوره های آموزش ضمن خدمت (مورد مطالعه: شرکت لبنیات پاستوریزه پاک)

مصطفی موحدی<sup>۱</sup>، سرور ماندگار<sup>۲</sup>، فرزانه بحیرایی<sup>۳</sup>، شاپور صالحی فرگنی<sup>۴</sup>

<sup>۱</sup> گروه مدیریت کسب و کار واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

<sup>۲</sup> گروه مدیریت بازرگانی واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

<sup>۳</sup> گروه مدیریت بازرگانی واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

<sup>۴</sup> دکتری DBA منابع انسانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، ایران

### چکیده

در محیط کسب و کار پویای امروزی، تأکید زیادی بر روی عملکرد کسب و کار شده و شرکتها ناگزیرند برای ماندن در صحنه رقابت، شناخت و نظارت دقیقی بر عملکرد کسب و کار خود داشته باشند از سوی دیگر، اهمیت فعالیت های کارآفرینانه در بهبود عملکرد و موفقیت شرکتها طی مدت زمان متمادی مورد بررسی قرار گرفته و در بسیاری از پژوهش ها، بر اثر مستقیم و معنی دار گرایش کارآفرینانه بر عملکرد تأکید شده است. در این پژوهش هدف بررسی تاثیر بازاریابی کارآفرینانه بر عملکرد صادراتی با نقش میانجی دوره های آموزش ضمن خدمت در شرکت لبنیات پاستوریزه پاک می باشد. این مقاله از نوع پژوهشی می باشد. این تحقیق از نظر هدف یک تحقیق کاربردی و براساس روش تحقیق، یک تحقیق علی می باشد. جامعه آماری این تحقیق مجموعه کارکنان شرکت لبنیات تولیدی پاک می باشد. روش نمونه گیری در تحقیق حاضر روش تصادفی طبقه ای و با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۵۷ نفر برآورد شد. پس از توزیع و جمع آوری پرسشنامه ها، بمنظور سنجش فرضیه های پژوهشی از رویکرد معادلات ساختاری استفاده شد.

**واژه های کلیدی:** بازاریابی کارآفرینانه، عملکرد صادراتی، دوره های آموزش ضمن خدمت