



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

ارتباط تجربی بین پراکندگی صادرات و عملکرد صادرات:
یک رهیافت مبتنی بر اقتضایی

عنوان انگلیسی مقاله :

The empirical link between export dispersion and
export performance: A contingency-based approach



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل
با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.



بخشی از ترجمه مقاله

7. Conclusions

The present study puts forward the issue of active participation of multiple business functions in export marketing decisions and points out its levels as a critical predictor of export performance. The management of export dispersion is an intricate task because its effect on export success is tied to multiple contingencies. Greater export dispersion levels are advantageous when the export customer environment is more turbulent and, concurrently, the export technological environment is more stable and the firm employs lesser levels of export information sharing. In all other situations examined, higher levels of concentration of export decision-making (i.e. lower levels of export dispersion) should be adopted. It is hence crucial that firms evaluate the degree of customer and technological dynamism in their export markets, as well as their degree of export information sharing when deciding on how much export dispersion to pursue. To the authors' knowledge, this is the first study that examines the link between cross-functional dispersion of influence on marketing activities

نتیجه گیری

مطالعه حاضر مسأله مشارکت فعال توابع متعدد تجاری را در تصمیم گیری های صادراتی مورد بحث قرار می دهد و سطوح مختلف آن را به عنوان پیش بینی کننده عملکرد صادرات مورد اشاره قرار می دهد. مدیریت پراکندگی صادرات یک کار پیچیده زیرا اثر آن روی موفقیت صادرات وابسته به اقتضا های مختلف است. سطوح بالاتر پراکندگی صادرات هنگامی مفید هستند که محیط مشتری صادرات آشفته تر باشد و در عین حال محیط فناوری آشفته تر باشد و شرکت اشتراک اطلاعات کمتری را به کار گیرد. در همه موارد دیگری که بررسی شدند، سطوح بالاتر تمرکز تصمیم گیری صادرات (یعنی سطوح پایین تر پراکندگی صادرات) باید پذیرفته شود. در نتیجه مهم است که شرکت ها درجه پویایی مشتری و فناوری و همچنین میزان اشتراک اطلاعات صادرات خود را در بازارهای صادرات خود ارزیابی کنند. به منظور آگاهی خواننده، این اولین مطالعه ای است که ارتباط بین پراکندگی میان تابعی اثرگذاری روی فعالیت های بازاریابی و عملکرد در موضوع خاص فعالیت های صادراتی را مورد بحث قرار می دهد. مدیریت پراکندگی صادرات آگاهی شرکت ها و علاقه آنان به شرایط را افزایش می دهد که می تواند باعث بهبود با تضعیف عملکرد می شود.



توجه!

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

برای جستجوی جدیدترین مقالات ترجمه شده، [اینجا](#) کلیک نمایید.