



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

تاثیر قابلیت های بازاریابی صادراتی بر عملکرد صادرات:
نقش تعدیل کننده رقابت ناکارآمد

عنوان انگلیسی مقاله :

The effect of export marketing capabilities on export performance:
Moderating role of dysfunctional competition



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

4.3. Study limitations and direction for further research

Although this study expands knowledge on export marketing in business-to-business contexts, the results should be taken as tentative for a variety of reasons. First, one may argue that although exporting is the most popular mode of internationalization among small businesses in developing economies, small businesses that use other modes of international operation (e.g., joint ventures and foreign direct investment) could form a unique cluster and context for future research. The nature of these alternative modes of international operation may be substantially different from the exporting mode explored in the current study.

Also, we acknowledge that this is a single-country study, conducted in a relatively small Sub-Sahara African economy that is under-going significant political, economic, social, and technological transformations. While the transitions which are sweeping through many African markets are similar (Acquaah, 2007), the pace of such transformations are diverse and the size of these markets vary, providing different degrees of opportunity and challenge to firms. A fruitful avenue for future research, therefore, may be to examine the extent to which export marketing capabilities are further conditioned by degrees of marketization and size of firms' host and home markets.

۴.۳ محدودیت های تحقیق و جهتی برای تحقیقات آینده

اگرچه این مطالعه دانش مربوط به بازاریابی صادراتی در زمینه های کسب و کار- به کسب و کار را گسترش می دهد ، نتایج باید به دلایل مختلف به صورت آزمایشی در نظر گرفته شوند. اولاً، ممکن است استدلال شود که اگرچه صادرات محبوب ترین شیوه بین المللی در بین مشاغل کوچک در اقتصادهای در حال توسعه است ، مشاغل کوچک که از سایر روشهای عملکرد بین المللی استفاده می کنند (به عنوان مثال ، سرمایه گذاری های مشترک و سرمایه گذاری مستقیم خارجی) می توانند یک خوشه واحد و زمینه منحصر به فرد برای پژوهش های آینده ایجاد کنند. ماهیت این حالت های جایگزین از عملکرد بین المللی ممکن است متفاوت از حالت صادراتی بررسی شده در مطالعه حاضر باشد.

همچنین ، ما تأیید می کنیم که این يك مطالعه از يك کشور واحد است ، که در يك اقتصاد نسبتاً کوچک در جنوب صحرای آفریقا انجام شده و در حال انجام تحولات قابل توجه سیاسی ، اقتصادی ، اجتماعی و فناوری است. در حالی که انتقالی که از طریق بسیاری از بازارهای آفریقا در حال گذر هستند، مشابه هستند (آکواه، 2007) ، سرعت چنین تحولاتی متنوع است و اندازه این بازارها، با ارائه درجه های مختلف فرصت و چالش برای شرکت ها، متفاوت است. بنابراین ، یک روش سودمند برای تحقیقات آینده می تواند بررسی کند که تا چه اندازه قابلیت بازاریابی صادرات با درجه بازاریابی و اندازه بازارهای خانگی و میزبان شرکت مرتبط است.



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.