



## بخشی از ترجمه مقاله

### عنوان فارسی مقاله :

تاثیر میانجی گری استراتژی رقابتی روی رابطه بین توسعه بازار،  
توسعه محصول و عملکرد تولید، براساس شرکت های متوسط  
و کوچک (SME) در کشور نیجریه

### عنوان انگلیسی مقاله :

The mediating effect of competitive strategy on the relationship  
between market development, product development and  
performance of manufacturing based SMEs in Nigeria



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

### 7.1 Contributions

The results of this study show that all the sample study engage in growth strategies and competitive strategy to claims enhance performance. the study supports assumption that competitive strategy matters for SMEs. Also supports the to that growth strategies can be enhance performance through mediating variable. Therefore, all SMEs are struggling nt whereecompetive, especially in developing countries like Nigeria. These firms operate in a highly competitive environm superior virtually the products being produced in the country are imported. Research in strategic alignment suggests that on thetperformance is function of integreting appropriate firm's internal and external resources. However, strategic fi portantmimpact of competitive strategy on growth strategies and performance is yet to be known for SMEs. Therefore, it i age. Bytfor SMEs to align growth strategies with competitive strategy to create competency and enhance competitive advan .pursuing market development, product development and differentiation strategy to create entry barriers to their limitations

### ۷,۱ مشارکت

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که تمام نمونه‌های این بررسی، سهمی در استراتژی‌های رشد و استراتژی رقابتی برای بهبود عملکرد داشته‌اند. این پژوهش به پشتیبانی از این فرضیه می‌پردازد که استراتژی رقابتی برای کسب‌وکارهای متوسط و کوچک (SMEs)، مهم است. همچنین به حمایت از این ادعا می‌پردازد که استراتژی‌های رشد می‌توانند باعث بهبود عملکرد از طریق متغیرهای میانجی گردند. بنابراین تمام کسب‌وکارهای متوسط و کوچک (SMEs)، در تلاش برای رقابت به ویژه در کشورهای در حال توسعه همانند نیجریه هستند. این شرکت‌ها در محیط کاملاً رقابتی فعالیت دارند به صورتی که تقریباً تمام محصولات تولیدی به کشور وارد می‌شوند. پژوهش در حوزه استراتژیک نشان می‌دهد که عملکرد بهتر، براساس نقش ادغام منابع داخلی و خارجی مناسب شرکت است. به هر حال نسبت استراتژی روی اثرات استراتژی رقابتی در حوزه استراتژی رشد و عملکرد، باید برای کسب‌وکارهای متوسط و کوچک (SMEs) مورد بررسی قرار گیرد. بنابراین برای کسب‌وکارهای متوسط و کوچک (SMEs) مهم است که به تطبیق استراتژی‌های رشد با استراتژی رقابتی پرداخته تا ظرفیت‌هایی را ایجاد کند و مزایای رقابتی را از طریق دنبال کردن توسعه بازار، توسعه محصول و استراتژی تفکیک برای از بین بردن محدودیت‌ها، بالا ببرد.



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.