



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

بررسی تاثیر عدم قطعیت بر امان های استراتژی ترکیبی بازاریابی در
تجارت های نو ظهور برای بازار های تجاری صادرات

عنوان انگلیسی مقاله :

Examining the influence of uncertainty on marketing mix strategy
elements in emerging business to business export-markets



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

6. Discussion, implications and future research

6. بحث، اجرا و تحقیقات آینده

6.1. Discussion of research findings

6.1 بحث در مورد یافته های تحقیقی

Our objective was to identify which elements of the marketing mix of business-to-business companies, particularly those acting on project business markets, have to be standardized or adapted to foreign market conditions. The degree of adaptation of the marketing mix elements was defined as being dependent of the construct "marketing strategy uncertainty." Furthermore, we looked at the influence of international entrepreneurship and the use of networks within the whole decision context. We examined the possibility of reducing the perception of marketing strategy uncertainty with these two abilities. The findings show that there exists a need for a different view on every single element of the marketing mix strategy. The data indicate that there is a positive relationship between the ability of a company to assess the given market environment, and the adaptation of the pricing strategy and the promotional elements. In contrast, there is no evidence for the general adaptation of the elements product and sales system. Furthermore, the results show a positive relationship between the international entrepreneurial and networking abilities of a company and the ability to reduce uncertainty about their marketing mix strategy.

هدف ما این بود که مشخص کنیم که کدام یک از المان های آمیزه بازاری شرکت های تجاری - تجاری ، خصوصا آن هایی که روی پروژه های تجاری کار میکنند ، باید نسبت به بازار خارجی استاندارد بشود و یا اینکه تطبیق پیدا کند. میزان تطابق المان های آمیزه ی بازاری به عنوان وابسته به ساختار " عدم قطعیت استراتژی بازاری تعریف شد. علاوه بر این، ما با تاثیر کار آفرینی بینالمللی و استفاده از شبکه ها در زمینه تصمیم گیری نیز نگاهی انداختیم. ما احتمال کاهش دم قطعیت در استراتژی های بازاری را با توجه به این دو توانایی سنجیدیم. یافته نشان داد که نیاز به نگاهی متفاوت نسبت به تمام المان های استراتژی آمیزه بازاری وجود دارد. اطلاعات مشخص میکند که یک رابطه مثبت بین توانایی یک شرکت برای ارزیابی محیط بازاری فرش شده ، و تطابق استراتژی های قیمت گذاری و المان های ارتقایی ، وجود دارد. در مقابل، هیچ مدرکی برای تطابق عمومی المان محصولات و سیستم روش وجود ندارد. علاوه بر این، نتایج یک رابطه مثبت بین کار آفرینی بینالمللی و توانایی های شبکه ای یک شرکت و توانایی برای کاهش عدم قطعیت برای استراتژی های آمیزه بازاری را نشان داد .



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.