



## بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

استراتژی های هدایت کننده بازار: فراتر از موضعی سازی

عنوان انگلیسی مقاله :

Market driving strategies: Beyond localization



### 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

### 5. Discussion and conclusion

A firm's ability to implement a worldwide business concept is an area of key concern for international managers (Elg et al., 2008; Kim & Hwang, 1992; Kumar et al., 2000). The aim of this research is to develop a greater understanding of the antecedents to market driving strategy in global firms. Most of the existing literature focuses on describing what market driving strategy is, but do not investigate what factors leads to market driving strategy. The present study highlights that configuration, knowledge, branding, and networking capabilities are antecedents to market driving behavior. Branding capability is particularly important for market driving behavior directed at customers and competitors. Networking is important mainly for market driving behavior directed at channel partners and the wider society. Configuration influences customer/competitor driving as well as channel driving behavior. Moreover, the findings suggest that localization is not necessary for success in foreign markets. A standardized market driving strategy is achievable in international markets.

#### 5. بحث و نتیجه‌گیری

توانایی شرکت برای اجرای یک مفهوم کسب‌وکار جهانی، حوزه‌ای است که برای مدیران بین‌المللی حائز اهمیت است (Elg و همکاران، 2008؛ Hwang & Kim؛ 1992؛ Kumar و همکاران، 2000). هدف از این تحقیقات ایجاد شناخت بیشتر از سوابق استراتژی هدایت بازار در شرکت‌های جهانی است. بیشتر نشریات موجود بر توضیح استراتژی هدایت بازار تمرکز دارند، اما عواملی را که منجر به استراتژی هدایت بازار می‌شوند را بررسی نمی‌کنند. مطالعه حاضر تأکید می‌کند که پیکره‌بندی، دانش، برند سازی، و قابلیت‌های شبکه، از صورت‌های رفتار هدایت بازار هستند. قابلیت برند سازی خصوصاً برای رفتار هدایت بازار که مشتریان و رقبا را در نظر می‌گیرد، اهمیت دارد. شبکه‌سازی عمدتاً برای رفتار هدایت بازار برای شرکای کانال و یک جامعه گسترده‌تر اهمیت دارد. پیکره‌بندی بر رفتار هدایت مشتریان/رقبا و همچنین رفتار هدایت کانال تأثیر می‌گذارد. علاوه بر این، یافته‌ها نشان می‌دهند که محلی سازی برای موفقیت در بازارهای خارجی ضرورتی ندارد. یک استراتژی هدایت بازار استاندارد در بازارهای بین‌المللی قابل حصول 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.