

بررسی تاثیر نوآوری دوسوتوان و قابلیت‌های بازاریابی پویا در صادرات محصولات پتروشیمی در پسا کرونا

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۴/۱۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۵/۱۸

کد مقاله: ۲۳۶۱۸

محمد مهدی اشرفیان رهقی^{۱*}، حسین ملک^۲، فروغ نظری^۳

چکیده

ایران به عنوان دومین کشور تولیدکننده گاز و پنجمین کشور در زمینه تولید نفت خام در جهان، مستعد رشد و توسعه صنعت پتروشیمی است. این صنعت در سال‌های اخیر دارنده مقام اول صادرات غیرنفتی کشور بوده است؛ وجود تحریم‌ها و به خصوص شیوع ویروس کرونا در چند سال اخیر تاثیر قابل ملاحظه‌ای بر صادرات محصولات پتروشیمی کشور داشته است. از این رو، هدف اصلی پژوهش حاضر این است که تاثیر نوآوری دوسوتوان و قابلیت‌های بازاریابی پویا در صادرات محصولات پتروشیمی در شرایط پس از کرونا بررسی کند. این پژوهش از منظر هدف کاربردی بوده و در دسته مطالعات مروری قرار می‌گیرد و در این زمینه به بررسی مطالعات انجام شده در بازه زمانی ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ پرداخته است. نتیجه این مطالعه نشان می‌دهد که شرکت‌های صادراتی همچون صنایع پتروشیمی، برای بهبود مزیت رقابتی خود در صادرات، می‌بایست تلاش کنند تا اکتشاف و بهره‌برداری را به عنوان دو بعد دوسوتوانی، به طور همزمان افزایش دهند. علاوه بر این، شرکت‌ها باید برنامه‌ریزی دقیق و منظمی برای اجرای هر سه بعد قابلیت‌های پویا شامل قابلیت درک فرصت‌ها، استفاده از فرصت‌ها و شکل‌دهی مجدد منابع داشته باشند.

واژگان کلیدی: نوآوری دوسوتوان، قابلیت‌های بازاریابی پویا، صادرات، محصولات پتروشیمی

۱- مدرس دانشگاه، دکترای تخصصی مدیریت استراتژیک منابع انسانی (نویسنده مسئول)

m.ashrafian61@yahoo.com

۲- دانشجوی کارشناسی

۳- دانشجوی کارشناسی