

تاثیر گرایش به بازاریابی بین الملل بر عملکرد بین المللی (منطقه مورد مطالعه: منطقه آزاد تجاری - صنعتی ارس)

علی شجاعی فرد^۱

^۱ استادیار گروه مدیریت کارافرینی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
ashojaeifard@yahoo.com

چکیده

در تحقیق حاضر به بررسی تاثیر گرایش های بازاریابی بین المللی بر عملکرد بین الملل منطقه ویژه آزاد ارس (جلفا) پرداخته شده است. این تحقیق به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ روش و ماهیت، توصیفی - پیمایشی است. روش گردآوری اطلاعات به صورت کتابخانه ای و میدانی است و از پرسشنامه، پس از تأیید روایی و پایایی، به منظور گردآوری اطلاعات استفاده شد. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران، ۱۵۵ نفر تعیین شد. برای آزمون فرضیه های تحقیق رگرسیون خطی مورد استفاده قرار گرفت. بر اساس نتایج حاصل از آزمون فرضیه ها، گرایش به بازاریابی بین الملل بر عملکرد بین المللی (منطقه مورد مطالعه: منطقه آزاد تجاری-صنعتی ارس) تاثیر مثبت و معناداری دارد.

واژه های کلیدی: گرایش به بازاریابی بین الملل، عملکرد بین المللی، شبکه بین المللی فناوری ارتباط