



علی دلبری، ۱۴۰۲

بررسی رابطه بین قابلیت‌های بازاریابی آنلاین و عملکرد بین المللی با نقش میانجی جهت گیری بازار محور و جهت گیری بازار ساز

استفاده از ظرفیت بازاریابی اینترنتی در ایران در سال‌های اخیر به شدت در حال رشد بوده و بخش عظیمی از فعالیت‌های مربوط به فضای مجازی را به خود اختصاص داده است. تجارت الکترونیک بین‌المللی یک رونق جهانی قوی است که توسط پیشرفت‌های قابل توجهی از تقویت سیاست‌های اقتصادی، تغییر رفتار مشتریان و لجستیک و فناوری‌های به‌تازگی پدید آمده است. این مطالعه به بررسی دالیتل تغییرات عملکرد در بین شرکت‌های کوچک و متوسط بتر مبتنی تجارت الکترونیک می‌پردازد. با توجه به این دیدگاه قابلیت‌ها و ادب یاتبازارگرایی، یک مدل تحقیقاتی با رگرسیون خطی و تحلیل میانجی بتر روی یک مدل، توسعه یافته و آزمودنی‌های انجام شده است. روش پژوهش متور استفاده از نوع توصیفی، پیمایشی و همبستگی است. نرم افزار مورد استفاده در این پژوهش SPSS 22 می‌باشد. همبستگی بین جامعه آماری پژوهش حاضر شامل 111 نفر از کل یتهی کارکنان، متدیران و کارشناسان مربوطه در شرکت‌های کوچک و متوسط شهر سبزوار کته از تجارت الکترونیک به عنوان کانتال فروش بین المللی استفاده می‌کنند در سال 1411 بررسی شده است. از این پژوهش حاضر با انجام پژوهش بتر روی شرکت‌های منتخب کوچک و متوسط شهر سبزوار، به بررسی رابطه بین قابلیت‌های بازاریابی آنلاین و عملکرد بین المللی با نقش میانجی جهت گیری بازار محور و جهت گیری بازار ساز می‌پردازد. نتایج حاکی از آن است که بین قابلیت‌های بازاریابی آنلاین و عملکرد بین المللی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین نتایج پژوهش، جهت گیری بازار محور رابطه بین قابلیت‌های بازاریابی آنلاین و عملکرد بین المللی را میانجی می‌کند و این فرضیه تأیید می‌شود. با این حال جهت گیری بازار ساز رابطه بین قابلیت‌های بازاریابی آنلاین و عملکرد بین المللی را میانجی نمی‌کند. مطالعه نشان می‌دهد که قابل یتهی بازاریابی آنلاین برای افزایش عملکرد در میان این شرکت‌ها ضروری است اما کافی نیست. نتایج نشان می‌دهد که دوستوان بازاریابی، کته بتر و یکردهای بازار محور و بازار ساز منعکس می‌شود، بترای اعمال نفوذ قابلیت‌های بازاریابی آنلاین بستار مفید است. از این رو بستاری از ابعاد این نوع بازاریابی هنوز مورد بررسی و تحلیل قرار نگرفته است.

کلیدواژه‌ها: واژگان کلیدی: قابلیت بازار یابی، عملکرد، بین المللی، جهت گیری بازار محور و جهت گیری بازار ساز



شماره‌ی پایان‌نامه: ۱۳۱۶۲۶۴۷۵۹۷-۰۶۷۳۴۹۰-۰۷۹۴۴۰۷۲۷۲۹۹

تاریخ دفاع: ۱۴۰۲/۰۳/۲۲

رشته‌ی تحصیلی:

دانشکده:

استاد راهنما: دکتر محمد پوراحتشام

Thesis:

The indirect effect of online marketing capabilities on the international performance of e-commerce

In recent years, the use of plant sources with bioactive compounds such as pigments and antioxidants in food has become widespread. Research has shown that these resources play an important role in improving quality properties, enhancing nutritional value and increasing the shelf life of food products such as cereals and dairy products. So, in the present study, single levels of green tea extract (zero to 2 %), white tea (zero to 2 %) and ginger (zero to 1/5 %) were used in the sponge cake formulation and chemical, physicochemical and sensorial tests were performed on different treatments. To optimize the results, the response surface methodology (RSM) was used. In order to predict the experiments results, the multilayer perceptron neural network with two inputs (extract concentration, storage time) and one output using MATLAB R2113a software was used. The learning model of Levenberg-Marquardt, the learning cycle

1111, and correlation coefficient (R^2), mean square error (MSE), Root mean squared error (RMSE) and Mean absolute error (MAE), Mean absolute percentage error (MAPE), or Mean absolute percentage deviation (MAPD) were created and evaluated for network. According to the results, with increasing green tea, white tea and ginger extracts, the fat and protein content, total phenol, pH value, guminess and chewiness increased in the treatments. In contrast, moisture content, acidity, peroxide value, cohesiveness, springness, resilience and sensory scores decreased. The level of mold and yeast contamination of the samples on the first, seventh and fourteenth days was equal to logarithm 1 and the highest level of contamination was observed on the twenty-first day. All three extracts of green tea, white tea and ginger extract had significant effects on the physicochemical, physical and sensory properties of sponge cake samples. It can be said that the optimal sample lasts until the fourteenth day without microbial contamination. The results of the RSM showed that the low levels of the extracts gave better results in the studied parameters except peroxide value. The artificial neural network (ANN) model had a high ability to predict most of the parameters studied in the present study and had a good fit with experimental data. The results showed that the ANN was an effective tool for predicting the results of qualitative experiments on sponge cake samples.