

عنوان مقاله:

بررسی تأثیر جهت گیری بازار صادرات بر عملکرد صادراتی در صنعت نساجی و پوشاک

محل انتشار:

ششمین همایش ملی پژوهش های نوین در حوزه علوم انسانی، اقتصاد و حسابداری ایران (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

مهدی دهقانی سلطانی - پژوهشگر پسادکتری مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

عادل آذر - استاد دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از پژوهش حاضر بررسی عوامل مؤثر بر رفتار مبتنی بر بازار صادراتی در صنعت نساجی و پوشاک می باشد. جامعه آماری در این پژوهش مدیران و کارشناسان شرکت های فعال صادر کننده در نساجی و پوشاک کشور بود. برای به دست آوردن حجم نمونه از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای نسبی و فرمول کوکران استفاده گردید و برای جمع آوری داده ها نیز پرسشنامه استاندارد بکار برده شد. هرک روایی آن از طریق روایی صوری و پایایی آن نیز با آلفای کرونباخ محاسبه گردید. برای تجزیه و تحلیل داده ها از مدل سازی معادلات ساختاری و نرم افزار PLS استفاده شده است. یافته ها نشان می دهد که اعتماد و تعامل اجتماعی (بین سازمان ها)، تأثیر مثبتی بر جهت گیری بازار صادرات خواهد داشت و در نتیجه به بهبود عملکرد صادرات منجر خواهد شد. همچنین، نقش تعدیلگری میزان بین المللی سازی نیز بر ارتباط بین جهت گیری بازار صادرات و عملکرد صادرات تأیید شد.

کلمات کلیدی:

بین المللی سازی، جهت گیری بازار صادرات، روابط بین شرکتی، صنعت نساجی و پوشاک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1117487>

