

## عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین جهت گیری بین المللی و عملکرد صادرات شرکتهای ایرانی (صنعت مواد غذایی)

## محل انتشار:

فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، دوره 11، شماره 0 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسندگان:

حامد بازرگانی پیرپشته - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران (عهده دار مکاتبات)

میترا صفاییان - مربی، گروه مدیریت استراتژیک، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

توسعه صادرات غیر نفتی به دلیل کاهش درآمدهای نفتی و پایان پذیر بودن منابع نفتی از یک طرف و افزایش جمعیت کشور از طرفی دیگر، امری ضروری و اجتناب ناپذیر است. به دلیل اهمیت و جایگاه ویژه صنایع غذایی در صادرات غیر نفتی، در تحقیق حاضر به بررسی این صنعت پراخته شده است. هدف از پژوهش حاضر بررسی مفاهیم جهت گیری بین المللی رو به داخل و جهت گیری بین المللی رو به خارج و رابطه آنها با عملکرد صادرات شرکتهای برتر صادرکننده مواد غذایی کشور است که توسط سازمان توسعه تجارت ایران به عنوان صادرکنندگان برتر دسته بندی شده اند. تعداد پرسشنامه از طریق رایانامه و نمابر برای مدیران عامل شرکتهای برتر صادر کننده مواد غذایی ارسال شد که در نهایت تعداد ۸۳ پرسشنامه تکمیل شده و قابل استفاده جمع آوری گردید. یافته های این پژوهش نشان می دهد که جهت گیری بین المللی رو به خارج با عملکرد مالی صادرات، عملکرد راهبردی صادرات و رضایت از انجام صادرات رابطه معناداری دارد. جهت گیری بین المللی رو به داخل با عملکرد مالی صادرات و رضایت از انجام صادرات رابطه معناداری ندارد ولی با عملکرد راهبردی صادرات رابطه معناداری دارد.

## کلمات کلیدی:

جهت گیری بین المللی رو به داخل، جهت گیری بین المللی رو به خارج، عملکرد مالی صادرات، عملکرد راهبردی صادرات، رضایت از انجام صادرات

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1226570>

