

عنوان مقاله:

طراحی مدل عوامل رقابت پذیری صادرات محصولات کشاورزی

محل انتشار:

دومین همایش ملی مدیریت نوین و کسب و کارهای نوپا (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

ناصر سیف الهی - عضو هیئت علمی دانشگاه محقق اردبیلی

رحیم محمدخانی قلنج قشلاقی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه محقق اردبیلی

آراز راشدی زهرا - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه محقق اردبیلی

مصطفی شیرنژاد - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه محقق اردبیلی

خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش شناسایی عوامل موثر رقابت پذیری برای توسعه صادرات محصولات کشاورزی است. برای گردآوری داده ها از مصاحبه های نیمه ساختار یافته با ۱۴ نفر استفاده شد و تجزیه و تحلیل اطلاعات به روش داده بنیاد و مدل پارادایمی انجام گرفت. نتایج تحلیل داده های به دست آمده از مصاحبه ها، طی فرایندهای کدگذاری باز، محوری و انتخابی، به شکل گیری مدل عوامل تاثیر گذار بر بهبود رقابت پذیری صادرات محصولات کشاورزی بر مبنای نظریه پردازای داده بنیاد انجامید. با استناد به رهیافت سیستماتیک در نظریه داده بنیاد کدهای شناسایی شده در ۶ طبقه هسته ای شامل شرایط علی، محتوایی، زمینه ای، مداخله گر، راهبردها و پیامدها قرار گرفتند. نتایج تحقیق نشان داد عوامل علی (دانش نیاز های بازار، کارایی بازار، اتخاذ چشم انداز بازاریابی) مقوله های محوری (خلاقیت و نوآوری، تحقیق و توسعه، رقابت پذیری) مقوله های مداخله گر و زمینه ای (توسعه فناوری، بررسی محیط، زیرساخت قانونی، منابع مالی و انسانی) راهبردها (آموزش، ساز و کار مدیریتی، شناسایی نیازهای مشتری) و پیامدها (فروش و سود بیشتر، رضایت مشتری، توسعه خدمات) بر بهبود رقابت پذیری صادرات محصولات کشاورزی تاثیر گذارند. در نتیجه داشتن مزیت رقابتی، جایگاه قوی بازاریابی، شناخت نیاز های بازار و مشتری رفع مشکلات اقتصادی و قانونی از عوامل مهم توسعه رقابت پذیری محصولات کشاورزی در بازار فرامنطقه ای است.

کلمات کلیدی:

رقابت پذیری، صادرات، محصولات کشاورزی، مزیت رقابتی، بازار فرامنطقه ای

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1246245>

