

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر تقویت مزیت رقابتی کالای ایرانی در بازار عراق (مطالعه موردی، کالاهای صادراتی از مرز پرویزخان)

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی سالانه تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 34

نویسندگان:

علی نوربخش - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بین الملل، دانشگاه پیام نور کرمانشاه، ایران

یعقوب محمودیان - عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور کرمانشاه، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه در جهان صنعتی، مسئله رقابت جهت فروش محصولات تولیدی، امری مهم و تعیین کننده برای ادامه حیات صنایع آن کشور محسوب می شود و صنعتی قابل استمرار است و امکان رشد و گسترش دارد که بتواند با همتهای داخلی و خارجی خود رقابت کند. ایران در موضوع تجارت و تامین کالا به بازار عراق در میان کشورهای همسایه از مزایای بسیاری برای برقراری روابط تجاری با این کشور برخوردار است. از جمله این مزایا شباهت های قومی و مذهبی و نزدیکی راه های مواصلاتی این دو کشور است. بنابراین هدف تحقیق شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر تقویت مزیت رقابتی کالای ایرانی در بازار عراق از مرز پرویزخان هستند. روش تحقیق بدین صورت است که برای فهمیدن و شناسایی این عوامل از طریق مصاحبه عمیق عمل شد. بدین منظور با ۲۰ نفر از فعالان حوزه تجارت در مرز پرویزخان مصاحبه گردید و پس از جمع آوری مصاحبه ها و کد گذاری آنها ۵ عامل اصلی (معیار) و ۲۳ زیر معیار شناسایی شدند و در مرحله بعد جهت رتبه بندی این عوامل از تکنیک AHP استفاده گردید که در این قسمت از ۱۰ نفر از خبرگان حوزه تجارت تقاضا گردید که با پرسشنامه های تهیه شده که بصورت مقایسات زوجی بودند به سوالات ما پاسخ دهند و در آخر با استفاده از نرم افزار expert choice عوامل رتبه بندی گردیدند. و ۵ اولویت اول از ۲۳ عامل (زیر معیار) به ترتیب عوامل سیاسی، هماهنگی، زیر ساخت های کشور عراق، توان برنامه ریزی و زنجیره تامین بودند مشخص شدند.

کلمات کلیدی:

مزیت رقابتی، صادرات، کالای ایرانی، بازار عراق، مرز پرویزخان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1268673>

