

عنوان مقاله:

الگوی ارزیابی عملکرد در توسعه سرمایه گذاری مشترک بین المللی جمهوری اسلامی ایران با راهبرد فاکتورهای بازارگرایی

محل انتشار:

فصلنامه روابط خارجی، دوره 14، شماره 53 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 32

نویسندگان:

غلامرضا آتیه کار - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران جنوب، تهران، ایران

عبدالله نعمی - استادیار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران جنوب، تهران، ایران

اصغر مشبکی - استاد دانشگاه تربیت مدرس، گروه مدیریت بازرگانی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

ما در این پژوهش به ارزیابی عملکرد سرمایه گذاری مشترک در حوزه بین المللی با رویکردی بر بازارگرایی پرداختیم. پژوهش حاضر از نظر هدف- کاربردی، از لحاظ روش انجام توصیفی-پیمایشی و از نظر زمان- انجام مقطعی می باشد. جامعه آماری تحقیق، کارشناسان و مدیران ارشد شرکت های خودروسازی ایران خودرو و سایپا بودند که سابقه ی بیش از ۵ سال فعالیت در سرمایه گذاری مشترک بین المللی را داشتند. داده ها با کمک پرسشنامه و مصاحبه نیمه ساختاریافته جمع آوری شدند. تجزیه و تحلیل داده ها با کمک نرم افزار SPSS نسخه ۱۱ و فرآیند تحلیل شبکه ای ANP و تاپسیس فازی تحلیل شدند. محاسبه وزن نسبی شاخص های مشتری محوری نشان داد؛ مولفه های میزان موفقیت در تعیین هدف ها جهت دستیابی به رضایت مشتریان، میزان موفقیت در تعهد به مشتری و میزان موفقیت در خلق ارزش برای مشتری به ترتیب دارای بیشترین اهمیت و تاثیر بودند. محاسبه وزن نسبی شاخص های رقیب محوری نشان داد؛ مولفه های میزان عملکرد در به اشتراک گذاری اطلاعات رقیبان در بازار، میزان کیفیت ارائه خدمات پس از فروش، میزان توجه مدیران عالی به استراتژی های رقا به ترتیب دارای بیشترین اهمیت و تاثیر بودند و محاسبه وزن نسبی شاخص های هماهنگی بین وظیفه ای نشان داد؛ مولفه های میزان مربوط بودن تمامی وظیفه ها به ارزش های مشتریان، میزان عملکرد یکپارچگی وظیفه ای در استراتژی و راهبردهای شرکت، میزان موفقیت در تقویت فرهنگ حمایت از بازارگرایی به ترتیب دارای بیشترین اهمیت و تاثیر بودند.

کلمات کلیدی:

"ارزیابی عملکرد"، "سرمایه گذاری مشترک بین المللی"، "بازارگرایی"، "تحلیل شبکه ای"، "الگوی توسعه صادرات"

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1489011>

