

عنوان مقاله:

نوع شناسی رفتار صادراتی بنگاه های صادرکننده در صنعت برق ایران

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت بازرگانی، دوره 10، شماره 1 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 30

نویسندگان:

محمد رحیم اسفیدانی - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، تهران، ایران

طهمورث حسینی پور یاسوری - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، تهران، ایران

محمد صالح ترکستانی - استادیار گروه مدیریت بازرگانی / دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی

امیررضا روحانی - دانشجوی دکتری مدیریت بازاریابی، پردیس بین المللی کیش دانشگاه تهران، کیش، ایران

خلاصه مقاله:

تشدید جهانی سازی اقتصادهای جهان در دهه های اخیر، موجب افزایش ضرورت حضور بنگاه ها در عملیات صادرات شده و این گرایش به جهانی سازی کسب و کار، ضرورت اهمیت آگاهی از رفتار بنگاه ها در بازارهای خارجی را افزایش داده است. هدف این پژوهش، شناسایی ابعاد رفتار صادراتی و گونه های صادراتی بنگاه های صادرکننده در صنعت برق ایران است. پژوهش های پیشین در حیطه رفتار صادراتی محدود، یک سو نگر، کمی گرا و ساده انگارانه اند. این پژوهش رفتار صادراتی بنگاه را با تاسی از رویکردهای مبتنی بر منابع، رویکرد شبکه ای، کارآفرینی بین المللی و ذهنیت جهانی بررسی می کند. بدین منظور، براساس روش مطالعه موردی، مصاحبه های عمیقی با مدیران صادراتی چهار بنگاه صادراتی در صنعت برق ایران به عمل آمد. تحلیل داده ها براساس روش مطالعه موردی استیک نشان داد ابعاد رفتار صادراتی بنگاه ها، به هشت مضمون، شامل ذهنیت جهانی، رویکرد صادراتی، قابلیت بازاریابی صادراتی، قابلیت تصویرپردازی برند، قابلیت ایجاد زنجیره ارزش شبکه ای، قابلیت یادگیری بین المللی، قابلیت کارآفرینانه مدیران طبقه بندی می شود. همچنین براساس این ابعاد، سه الگوی یادگیرندگان محتاط، راهبردگرا و شبکه سازان تجربه گرا بین چهار بنگاه مورد مطالعه شناسایی شد. تشدید جهانی سازی اقتصادهای جهان در دهه های اخیر، موجب افزایش ضرورت حضور بنگاه ها در عملیات صادرات شده و این گرایش به جهانی سازی کسب و کار، ضرورت اهمیت آگاهی از رفتار بنگاه ها در بازارهای خارجی را افزایش داده است. هدف این پژوهش، شناسایی ابعاد رفتار صادراتی و گونه های صادراتی بنگاه های صادرکننده در صنعت برق ایران است. پژوهش های پیشین در حیطه رفتار صادراتی محدود، یک سو نگر، کمی گرا و ساده انگارانه اند. این پژوهش رفتار صادراتی بنگاه را با تاسی از رویکردهای مبتنی بر منابع، رویکرد شبکه ای، کارآفرینی بین المللی و ذهنیت جهانی بررسی می کند. بدین منظور، براساس روش مطالعه موردی، مصاحبه های عمیقی با مدیران صادراتی چهار بنگاه صادراتی در صنعت برق ایران به عمل آمد. تحلیل داده ها براساس روش مطالعه موردی استیک نشان داد ابعاد رفتار صادراتی بنگاه ها، به هشت مضمون، شامل ذهنیت جهانی، رویکرد صادراتی، قابلیت بازاریابی صادراتی، قابلیت تصویرپردازی برند، قابلیت ایجاد زنجیره ارزش شبکه ای، قابلیت یادگیری بین المللی، قابلیت کارآفرینانه مدیران طبقه بندی می شود. همچنین براساس این ابعاد، سه الگوی یادگیرندگان محتاط، راهبردگرا و شبکه سازان تجربه گرا بین چهار بنگاه مورد مطالعه شناسایی شد.

کلمات کلیدی:

بنگاه، بین المللی شدن، رفتار صادراتی، صنعت برق، نوع شناسی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1740825>

