

عنوان مقاله:

اهمیت روابط مدیریتی در استراتژی رقابتی بین المللی

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی اقتصاد و مدیریت کسب و کار با گرایش توسعه دانش بنیان (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

معصومه داورپناه بدر

غلامرضا عنایتی

خلاصه مقاله:

هدف: استراتژی تمایز بیانگر ارائه محصولی است که مشتریان آن را منحصر به فرد در بازار می دانند، جایی که محصول به طور خاص برای نیازهای هر مشتری طراحی شده است، در نتیجه سطوح بالایی از وفاداری و رضایت مشتری را ایجاد می کند. روش کار: این مطالعه از تجربه ۱۱۴ شرکت صادرکننده فعال در منطقه اتحادیه اروپا برای آزمایش چارچوب های نظری آن استفاده می کند. MT شامل هر دو روابط تجاری و سیاسی است. یافته ها: روابط تجاری و سیاسی تاثیرات تعدیل کاملا متفاوتی بر رابطه بین تمایز بین المللی/استراتژی کم هزینه و عملکرد مالی/استراتژیک صادرات دارند. پیوندهای تجاری تاثیر مثبتی بر استراتژی تمایز بین المللی-عملکرد استراتژیک صادرات و دوجانبه استراتژی بین المللی کم هزینه-عملکرد مالی صادرات دارند، اما تاثیر منفی در چارچوب عملکرد استراتژیک استراتژی کم هزینه بین المللی-صادرات دارد. در مقابل، مشخص شده است که روابط سیاسی تاثیر منفی بر تمایز بین المللی / استراتژی کم هزینه- چارچوب عملکرد مالی صادرات دارد. نتیجه گیری: نتایج نشان می دهد که یک فرآیند استاندارد برای دستیابی به عملکردهای استراتژیک مالی صادرات و صادرات امکان پذیر نیست، در حالی که یک فرآیند سفارشی برای هر عملکرد صادراتی مورد نیاز است.

کلمات کلیدی:

شبکه سازی، اتحادیه اروپا، عملکرد صادرات، کشورهای در حال توسعه، تئوری اقتضایی، استراتژی رقابتی بین المللی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1780597>

