سیویلیکا – ناشر تخصصی مقالات کنفرانس ها و ژورنال ها گواهی ثبت مقاله در سیویلیکا CIVILICA.com

## عنوان مقاله:

شناسایی و اولویت بندی استراتژی های فینتک جهت ورود به بازارهای بین المللی حوزه پرداخت الکترونیک: روش ترکیبی تصمیم گیری چند معیاره در محیط فازی

محل انتشار: اولین کنفرانس ملی توسعه و آینده نگری در صنایع با رویکرد فرایندهای داخلی (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان: سحر شکیبا - موسسه آموزش عالی ارشاد دماوند

زهره جمشیدی – استادیار، دکترای علوم اقتصادی، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

با رقابتی و پیچیده شدن تجارت در سطح بین الملل، الزام توجه مدیران به استراتژی های ورود به بازارهای جهانی به عنوان یک مزیت رقابتی برای شرکت ها مطرح گردید، در این پژوهش در پی شناسایی و اولویت بندی استراتژی های فینتک جهت ورود به بازارهای بین المللی حوزه پرداخت الکترونیک با روش کاربردی و اکتشافی و شیوه گردآوری داده ها از نوع پیمایشی و از طریق پرسشنامه از خبرگان این صنعت و به لحاظ ماهیت پژوهشی به صورت مطالعه موردی از نوع مبتنی بر خبرگان و استخراج عوامل با استفاده از روش PEMATEL، VIKOR، ANP به بررسی فرضیات پرداخته شد و نتایج فرضیات حاکی از این است که استراتژی به کارگیری فن آوری های جدید در رتبه اول، توسعه کسب و کار دیجیتال رتبه دوم و نوسازی تکنولوژی رتبه سوم را کسب کرده است و این امر نمایانگر این است که فناوری جدید و به روز می تواند تاثیر بسزایی در جهت تسریع و همچنین بهبود ورود به بازارهای بین الملل در حوزه فینتک و صنعت پرداخت را داشته باشد. نتایج نشان می دهد که عوامل مربوط به فناوری و قوانین عوامل موثری در انتخاب استراتژی های ورود به بازارهای خارجی در این حوزه هستند. همچنین می موزی به حوزه هستند. همچنین، متغیرهای و جود فناوری به روز و زیرساخت مالی و بانکی مناسب، حمایت کافی از ساح که فناوری دو انت تاثیر بسزایی در جهت تسریع و همچنین بهبود ورود به بازارهای بین الملل در حوزه فینتک و صنعت پرداخت را داشته باشد. مالی و بانکی مناسب، حمایت کافی از سوی مدیریت سازمان موثری در انتخاب استراتژی های ورود به بازارهای خارجی در این حوزه هستند. همچنین، متغیرهای وجود فناوری به روز و زیرساخت مالی و بانکی مناسب، حمایت کافی از سوی مدیریت سازمان، جامعیت و یکپارچگی خدمات بانکی به صورت استادارد در داخل و خارج کشور، تمرکز بر خدمات مبتنی بر اینترنت و تمرکز جغرافیایی کمتر، توسعه عملکرد صادرات تاثیرپذیر است و متغیرهایی مانند ایجاد فرصت سرمایه گذاری برای سازمان، ایجاد تنوع خدمات نظیر ارائه خدمات پرداخت از طریق تلفن همراه، ارز مجازی، اعطای وام، ایجاد بستر خدمات اختصاصی و متمایز در حوزه پرداخت، بهبود سرعت و سهولت دسترسی به خدمات پرداخت در داخل و خارج کشور در انتخاب استراتژ موز، همراه، ارز مجازی، اعطای وام،

## كلمات كليدى:

استراتژی، بازار جهانی، صنعت پرداخت الکترونیک، رویکردهای تصمیم گیری چند معیاره، محیط فازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

https://civilica.com/doc/2035666

