

عنوان مقاله:

بررسی نقش درجه باز بودن تجاری اقتصاد در ارتقای مزیت های رقابتی ایران بر مبنای فرهنگ سازمانی

محل انتشار:

دومین همایش ملی کارآفرینی و رقابت پذیری (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 25

نویسندگان:

سیدعبدالمجید جلائی اسفندآبادی - دانشیار دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه شهید باهنر کرمان

سپیده صمیمی - دانشجوی دکتری علوم اقتصادی دانشگاه شهید باهنر کرمان

خلاصه مقاله:

امروزه به ندرت می توان سازمان زنده ای یافت که به شکلی بسته عمل کرده و موفق بوده باشد. عموماً سیستم های موفق سیستم هایی هستند که باز عمل می کنند و علاوه بر بررسی محیط، خود را با تغییرات آمنطبق سازند و گرنه محکوم به فنا خواهند بود. با توجه به تعدد و تنوع عوامل محیطی در چنین محیط های متلاطم و متغیری، آینده و پیش بینی آن به راحتی میسر نیست. رقبا به سرعت رشد می کنند، فناوری در حال تغییر است و در چنین محیط هایی، ثبات به معنای مرگ خواهد بود. هر چقدر حجم مبادلات کشورها بیشتر باشد، میزان ارتباط و وابستگی میان آنها افزایش می یابد و ادغام اقتصادی و جهانی شدن سهل تر خواهد شد. تجارت بین الملل موجب کسب منافع ایستا و پویا برای اقتصاد داخلی می شود. منافع ایستا از تخصیص مجدد منابع میان بخش های تجاری و غیرتجاری ناشی میشود. تخصیص مجدد منابع این امکان را برای کشور فراهم می آورد تا در رشته هایی تخصص یابد که در آنها دارای مزیت نسبی و یا رقابتی بوده است. بر این اساس مقاله حاضر به دنبال پاسخگویی به این سؤال است که درجه باز بودن اقتصاد، چه تأثیری بر فرهنگسازمانی و مزیت های رقابتی خواهد داشت برای پاسخ به سوال سعی می شود از روش اقتصادسنجی ARDL رابطه بین درجه باز بودن اقتصاد و مزیت های رقابتی را مشخص و سپس ارتباط آنها با فرهنگسازمانی مورد بررسی قرار گیرد. نتایج حاصل از این مطالعه نشان می دهد که ارتقای درجه باز بودن تجاری، منجر به کاهش مزیت نسبی در بخش کشاورزی و بخش خدمات می شود، در حالی که اثری مثبت بر بخش صنعت خواهد داشت. بخشی از این اثر مثبت، به دلیل برخورداری بودن بخش صنعت از فرهنگ سازمانی بالاتر می باشد.

کلمات کلیدی:

درجه باز بودن اقتصاد، فرهنگ سازمانی، مزیت های رقابتی، ARDL

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/280506>

