

عنوان مقاله:

تعیین شاخص های وابستگی صادرات و ساختار سازمانی در عملکرد و گرایش به بازار صادرات با نقش تعدیل گر تجربه صادرات و تلاطم محیطی

محل انتشار:

دومین همایش ملی علوم مدیریت و برنامه ریزی، آموزش و استاندارد سازی ایران (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

نادر صالحی - استادیار-دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بوئین زهرا، گروه مدیریت بازرگانی، بوئین زهرا، ایران

هنگامه نوروزی - استادیار-دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بوئین زهرا، گروه مدیریت بازرگانی، بوئین زهرا، ایران

خلاصه مقاله:

صادرات به عنوان معمولترین راه پیش روی شرکتها، خصوصاً شرکتهای کوچک و متوسط، برای ورود به بازارهای خارجی شناخته شده است. یکی از مهمترین دلایل این امر این است که صادرات، در قیاس با سایر روشهای بینالمللی شدن، به منابع کمتری نیاز دارد. گسترش تجارت، جهانی شدن محصولات و خدمات و بینالمللی شدن شرکتها، همواره بر اهمیت روابط بازرگانی بین الملل افزوده است. روابط بازرگانی بین الملل ابعاد مختلفی را دربر می گیرد که اثربخشی شرکتها را در بازار بین المللی به ویژه بازار صادرات تحت تأثیر قرار می دهد. هدف از این تحقیق تعیین شاخص های وابستگی صادرات و ساختار سازمانی در عملکرد و گرایش به بازار صادرات با در نظر گرفتن نقش تعدیل گر تجربه صادرات و تلاطم محیطی در مدل مفهومی حاضر است. این تحقیق براساس هدف کاربردی و براساس ماهیت گردآوری داده ها توصیفی-پیمایشی می باشد. جامعه آماری این پژوهش متشکل از مدیران و کارشناسان شرکتهای کوچک و متوسط استان تهران در حوزه صنایع غذایی بوده و نمونه آماری مورد استفاده متشکل از 127 نفر می باشد. داده های مورد نیاز پژوهش از طریق پرسشنامه توزیع و با استفاده از روش مدلیابی معادلات ساختاری و نرم افزار PLS مورد تجزیه و تحلیل قرار خواهد گرفت. اهمیت اساسی عملکرد صادراتی بدنه اصلی این تحقیق را تشکیل میدهد. بازرگرایی یک دیدگاه ادغامی برای ارزیابی عملکرد صادراتی توسط ارزیابی توانایی سازمان ها برای پیش بینی، واکنش و سرمایه گذاری روی تغییرات در محیط ارائه می دهد.

کلمات کلیدی:

عملکرد صادراتی، گرایش به بازار صادرات، ساختار سازمانی، وابستگی صادراتی، شرکتهای کوچک و متوسط

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/472403>

