

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین عوامل اثرگذار بر سودآوری و فروش در بازارهای صنعتی

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی آینده پژوهی، مدیریت و توسعه اقتصادی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

سارا عبدیان - دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری

محمد خدامرادی - عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز

خلاصه مقاله:

برای شناخت بازارهای صنعتی، لازم است که ان را از بسیاری جنبه های متفاوت با بازار کالاهای مصرفی، مورد بررسی قرار داد. در حقیقت می توان گفت که بعد کلی رضایت مشتری تابعی از کلیه رضایت ها با نارضایتی های او درمبادلات قبلی است در حالی که سابقه مطالعات و وضع قوانین ضد انحصار و تسهیل رقابت در دنیا به بیش از 120 سال می رسد اما این مساله در ایران سابقه طولانی ندارد و از تصویب قانون تشویق و شکل گیری رقابت در ایران زمان زیادی نمی گذرد با این حال اختصاص یک فصل از قانون برنامه چهارم توسعه ج.ا.ا به رقابت پذیری فعالیت های اقتصادی حاکی از اهمیت این موضوع در ایران است. استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات برای فعالیت های فروش برهیچ یک از دو بعد عملکرد صادراتی تاثیر گذار نیست و در نهایت بین استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات برای توسعه ارتباطات و هر دو بعد عملکرد صادراتی یعنی عملکرد در بازار های بین المللی و دانش بازار جدید ارتباطات معنا داری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

انحصار، رقابت پذیری، فناوری اطلاعات، رضایت، عملکرد صادراتی و ارتباطات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/503403>

