

عنوان مقاله:

بررسی اثر تحلیل ابعاد مختلف انتخاب بازار بین المللی بر عملکرد صادراتی شرکت های برتر صادر کننده ایرانی

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

پیمان پ ژول - دانشجوی کارشناسی ارشد گروه بازرگانی دانشکده مدیریت واحد الکترونیک دانشگاه آزاد اسلامی تهران ایران

ولی محمد درینی - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده اقتصاد مدیریت و حسابداری، واحد تهران غرب دانشگاه پیام نور تهران ایران

خلاصه مقاله:

امروزه صادرات نقش بسیار مهمی در توسعه اقتصادی کشورها ایفا نموده و موجب رشد، بازآفرینی و سرعت گرفتن چرخه اقتصاد آنها شده است می توان گفت تمامی کشورهایی که اهتمام به بهبود و گسترش اقتصاد خود کرده اند برنامه های بسیاری را در راس سیاست گذاری های کشور برای توسعه صادرات و عملکرد صادراتی خود قرار داده اند. در این پژوهش به بررسی اثر تحلیل ابعاد مختلف انتخاب بازار بین المللی بر عملکرد صادراتی شرکت های برتر صادرکننده ایرانی پرداخته شده است. بدین منظور با بررسی نتایج مطالعات محققان قبلی در زمینه انتخاب بازار بین المللی و عملکرد صادراتی مدلی جهت بررسی روابط بین متغیرهای ارایه گردید. با توجه به شواهد بدست آمده از ادبیات مرتبط با تحقیق، ابعاد مختلف انتخاب بازار بین المللی، جذابیت، عدم قطعیت، فاصله فرهنگی، محیط قانونی و موقیت رقابتی بازار تعیین گردید. جامعه آماری این مطالعه شرکت های برتر صادرکننده ایرانی از خرداد ۹۵ لغایت مرداد ۹۶ می باشد. داده ها توسط پرسشنامه و به روش اسان جمع آوری شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از مدل معادلات ساختاری و نرم افزارهای اسمارت پی ال اس و اس پی اس استفاده گردید. نتایج پایایی و روایی پرسشنامه نشان داد که در محدوده تعیین شده بوده و نتایج آزمون فرضیه ها هم نشان داد که تحلیل ابعاد مختلف انتخاب بازار بین المللی بر عملکرد صادراتی اثر مثبت و معنی دار دارد.

کلمات کلیدی:

انتخاب بازار بین المللی، بازاریابی، عملکرد صادراتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/831390>

