

## عنوان مقاله:

ویژگی های مدیران ارشد شرکت ها و انتخاب استراتژی ورود به بازار کشور مقصد

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی نوآوری در مدیریت کسب و کار و اقتصاد (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

## نویسندگان:

محسن ناظم بکابی - دانشیار، دانشکده انسانی، دانشگاه شاهد تهران، ایران

حمیدرضا مقدسی نیکو - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده انسانی، دانشگاه شاهد تهران، ایران

قاسم رحیمی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده انسانی، دانشگاه شاهد، ایران

## خلاصه مقاله:

با توجه به سیاست های کلان کشور در خصوص کاهش وابستگی ها به فروش نفت به منظور توسعه هر چه بیشتر صادرات غیرنفتی ضروری است که شرکت های فعال در حوزه صادرات با هوشمندی و چابکی بیشتر برنامه ریزی کرده و گام های پیش رو را محکم تر و هدفمند بردارند. از سوی دیگر در بازارهای پرقابته بین المللی، آنچه که می تواند نقش بسزایی در توسعه عملکردهای صادراتی شرکت ها بازی نماید، استراتژی هایی است که این شرکت ها به منظور ورود به بازارهای بین المللی اتخاذ می نمایند. در این زمینه، با توجه به نقش مهم مدیران ارشد شرکت ها در زمینه تصمیم سازی، آنچه در مطالعه حاضر حایز اهمیت است، ویژگی ها و توانمندی های مدیریت ارشد و نقش این عوامل در زمینه انتخاب استراتژی های ورود به بازارهای بین المللی می باشد. در این مطالعه سعی شده است تا بینشی مطلوب و ارزشمند در زمینه نقش خصوصیات مدیران ارشد در زمینه اتخاذ استراتژی های ورود به بازارهای بین المللی ارائه گردد. همچنین شکاف موجود در داخل کشور در زمینه بررسی نقش ویژگی های کلیدی مدیران ارشد در زمینه اتخاذ روش های ورود به بازارهای بین المللی مورد بحث قرار گیرد. به واقع با بررسی ادبیات داخلی، مطالعه ای در زمینه نقش ویژگی های شخصیتی مدیران ارشد در زمینه گزینش رویکردی ورود به بازارهای بین المللی مشاهده نشده است

## کلمات کلیدی:

استراتژی های ورود، ویژگی های مدیران ارشد، تجربیات بین المللی شرکت، بازارهای بین المللی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/854917>

