

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر بهبود عملکرد بازارهای جهانی و روابط بازرگانی سازمان های بین المللی

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت امور مالی، تجارت، بانک، اقتصاد و حسابداری (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

فصل ۱... پاکیزه خو - دانشجوی ارشد گروه مدیریت بازرگانی بین الملل، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

ملیحه درستکار - گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

صادرات به عنوان موتور محرکه اقتصاد و رمز بقای کشورها در بازارهای جهانی نقش مهمی را در عرصه اقتصاد ایفا می کند. از سوی دیگر، امکان استفاده از بازارهای جهانی را برای رشد تولید داخلی مهیا کرده و بنگاه های تولیدی را قادر می سازد از محدودیت های بازار داخلی رها شده و با توسعه صادرات، بازارهای جهانی را هدف قرار داده و از صرفه های اقتصادی حاصل از مقیاس تولید بیشتر بهره برداری کنند. با توجه به پیچیدگی روزافزون شرایط رقابتی، در پژوهش حاضر سعی شده است که تأثیر عواملی همچون بازار محوری، قابلیت نوآوری، قابلیت مدیریت، کارآفرینی سازمانی و مزیت رقابتی به صورت الگویی یکپارچه بر روابط بازرگانی و نهایتاً موفقیت سازمان های بین المللی مورد بررسی قرار گیرد. در این پژوهش، داده ها از طریق پرسشنامه جمع آوری گردیده و از روش تحلیل آماری، برآورد ضرایب همبستگی، رگرسیون چندگانه و تحلیل مسیر جهت تجزیه و تحلیل داده ها استفاده شده است. نتایج به دست، بیانگر وجود رابطه معنی دار بین عوامل ذکر شده و بهبود روابط بازرگانی و موفقیت سازمان های بین المللی می باشد.

کلمات کلیدی:

بازار محوری، صادرات، نوآوری، کارآفرینی، مزیت رقابتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1126986>

