

عنوان مقاله:

مدیریت اطلاعات در بازارهای جهانی ، کسب دانش صادراتی و عملکرد پایدار

محل انتشار:

کنفرانس ملی حسابداری و مدیریت (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسنده:

علی اشرف احمدیان

خلاصه مقاله:

در چند سال اخیر جنبشی که در حوزه مدیریت صادرات در دنیا صورت گرفته است در حوزه نوآوری و خلاقیت در راهبردها و جنبش‌ها پارادایمی در این حوزه می باشد. یکی از مهمترین تحولات در این حوزه که منجر پیدایش انقلابی در بازارهای جهانی شده، مفهوم بازارگردی صادراتی است. هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی مفهوم مدیریت اطلاعات در بازارهای جهانی و آزمون آن در بنگاه های صادرکننده استان تهران می باشد. پژوهش براساس حضور بنگاه های صادرکننده در نمایشگاه های بین المللی و اثرات آن بر عملکرد صادراتی صورت بندی شده است. یافته های پژوهش نشان می دهد هر قدر بازارگردی صادراتی بایک راهبرد هدفمند همراه باشد، اثرات آن بر رشد عملکرد صادراتی بنگاه بیشتر است. بر مبنای یافته های تحقیق بین حضور راهبرد محور در نمایشگاه ای بین المللی و ارتقا عملکرد صادراتی رابطه معین وجود دارد و این امر از طریق کسب دانش صادراتی عملیاتی می شود. وجود رابطه بین راهبرد دانش محور صادراتی و رشد پایدار عملکرد صادراتی از یافته های دیگر پژوهش حاضر است.

کلمات کلیدی:

مدیریت اطلاعات، راهبرد دانش محور، نمایشگاه ، دانش صادراتی ، بنگاه صادرکننده

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/420252>

