

عنوان مقاله:

ناکارآمدیهای موثر در صادرات گل و گیاه (مورد مطالعه: بازار صادرات گل و گیاه خوزستان)

محل انتشار:

دومین همایش ملی علوم مدیریت نوین (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

سیمین دانا - دانشگاه علوم و تحقیقات خوزستان، گروه مدیریت اجرایی، اهواز، ایران

محمدرضا حمیدی زاده - دانشگاه علوم و تحقیقات خوزستان، گروه مدیریت اجرایی، اهواز، ایران

بهمن حاجی پور - دانشگاه علوم و تحقیقات خوزستان، گروه مدیریت اجرایی، اهواز، ایران

خلاصه مقاله:

اکثر کشورهای جهان میکوشند تا با نفوذ در بازارهای قابل دسترس، تولید با کیفیت و اتخاذ استراتژیهای عالمانه برای توسعهی بازار، تمهیدات علمی پیشبینی و فراهم سازند. بازار گل و گیاه یکی از ظرفیتهای نسبتا بکر بهشمار رفته که توانمندی آن بهعنوان کلایی غیرنفتی از پویایی و درآمدزایی قابل توجهی برخوردار میباشد؛ علیالرغم ساختار محوری بخش کشاورزی در برنامههای توسعه، این ظرفیت مورد غفلت قرار گرفته است؛ ایران، از لحاظ سطح زیرکشت گل و گیاه در مقام هفدهم جهان و از نظر صادرات در جایگاه ۰% از سهم بازار جهان را بهخود اختصاص داده است. / صدوهفتم جهانی و بهعبارت دیگر ۵ روش پژوهش این مطالعه، از لحاظ هدف در دسته پژوهشهای کاربردی قرار میگیرد و از نظر روش گردآوری دادهها و ماهیت آن، پیمایشی توصیفی - تحلیلی میباشد؛ جامعه آماری تحقیق، متشکل از تولیدکنندگان و صادرکنندگان گل و گیاه زینتی استان خوزستان میباشد. هدف این پژوهش بررسی عملکرد کنونی صادرکنندگان در بازارهای داخلی و خارجی با توجه به استراتژیهای بازاریابی رقبا و ارزیابی آن و دلایل ناکارآمدی صنعت گل و گیاه میباشد. بررسیهای میدانی و بهویژه بازخوردهای عینی عملکرد صادرکنندگان دو نمایشگاه تهران و کرج و مصاحبه با صادرکنندگان گل و گیاه نشان میدهد که دستاوردکاران بیشتر چشم به کمکهای رایج دولت دوخته و تا حدودی به محتوی و ماهیت تجاری و نگاه مسئولانه به خواست مشتریان و شرایط بازار هدف، کمتر توجه کردهاند. نتایج تحقیق بیانگر معنادار بودن تاثیر استراتژیهای توسعه و مقابله بر استراتژی ورود بازار میباشد؛ همچنین استراتژی ورود بازار عامل تأثیرگذاری بر تجارت جهانی میباشد.

کلمات کلیدی:

استراتژی، رقابت، محیط داخلی، محیط خارجی، صادرات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/231521>

