

## عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر نحوه ورود شرکت های کوچک و متوسط استان تهران ( شهرک صنعتی پرند ) به بازارهای صادراتی

## محل انتشار:

اولین همایش علمی پژوهشی علوم مدیریت و برنامه ریزی، آموزش و استاندارد سازی ایران (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسندگان:

عبداله نعامی - استادیار و عضو هیئت علمی دانشکده مدیریت و حسابداری ، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب ، ایران

سپیده شجاعی - دانشجوی مقطع کارشناس راشد مدیریت بازرگانی، بین الملل دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی قزوین ، ایران ( عهده دار مکاتبات )

## خلاصه مقاله:

هدف پژوهش بررسی عوامل موثر بر نحوه ورود شرکت های کوچک و متوسط استان تهران ( شهرک صنعتی پرند ) به بازارهای صادراتی می باشد . از آن جهت که پژوهش در مقطع زمانی خاص و معینی انجام می گیرد . از نوع پژوهش های مقطعی بوده و از نظر شیوه گرد آوری داده ها ، میزان نظارت و درجه کنترل متغیرها و تعمیمی پذیری نیز، از نوع پیمایشی ، میدانی است و به لحاظ هدف پژوهش اکتشافی است . در این پژوهش ، متغیر وابسته عوامل داخلی شرکت ، بازار هدف ، بازار محلی و متغیر مستقل مهارت بازار یابی ، فشار رقابتی، نفوذ دولت، ساختار بازار ، رقابت بین المللی، منابع موجود اندازه شرکت مادر محصولات تولید شده رقابت بازار هدف می باشد جامعه آماری از بین شرهک های صنعتی استان تهران، شهرک صنعتی پرند انتخاب و شرکت های مستقر در این شهرک بعنوان نمونه آماری انتخاب و پرسشنامه ها بین مدیران شرکت ها توزیع گردید . در مجموع 242 عدد پرسشنامه توزیع که پس از انقضای مهلت تعیین شده 147 عدد پرسشنامه دریافت شد . با توجه به نتایج به دست آمده می توان نتیجه گرفت تمامی عوامل مربوط به عوامل داخلی شرکت ( مهارت بازاریابی، منابع موجود ، اندازه شرکت ، رقابت بین المللی ، متوسط هزینه صادرات ) و عوامل مربوط به بازار محلی ( فشار رقابتی ، روند بازار نفوذ دولتی د ر بازار محلی) در نحوه ورود شرکت های کوچک و متوسط استان تهران به بازارهای صادراتی تاثیر مثبت ندارد اما عوامل مربوط به بازار هدف ( ساختار بازار هدف رقابت در بازار هدف بنفوذ دولت در بازار هدف همچنین با توجه به نتایج به دست آمده می توان نتیجه گرفت که مدیران فروش شرکت های کوچک و متوسط استان تهران ظاهرا اطلاعات چندانی در رابطه با شیوه های مختلف نحوه صادرات ندارند .

## کلمات کلیدی:

صادرات ، استراتژی ، بازار بین المللی ، شرکت های کوچک و متوسط

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/428856>

