

عنوان مقاله:

بررسی و نحوه راه اندازی شرکت مدیریت صادرات و بنگاههای کوچک و متوسط جهت توسعه صادرات در استان فارس

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی پژوهشهای نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

نبی اله حسینی گرجایی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی و مدرس دانشگاه دانشگاه آزاد اسلامی مرکز آموزش های بین المللی خلیج فارس

علی اکبر میرزایی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی؛ مدرس و سرپرست دانشگاه علمی کاربردی فنی و حرفه ای کنگان بنک

خلاصه مقاله:

پیشرفت های اقتصادی و صنعتی در چند دهه اخیر، نیاز به دستیابی به بازارهای جدید و افزایش چشمگیر رقابت های بین المللی سبب گشته تا حضور در اینگونه بازارها با توجه به روابط حاکم بر آنها از پیچیدگی خاصی برخوردار گردد. خوشبختانه بستر سازی و اصلاح مقررات در کشور ما در سال های اخیر و از طریق اتخاذ استراتژی جهش صادراتی در برنامه چهار و پنجم توسعه اقتصادی کشور است. تلاش برای حصول قدرت و توسعه اقتصادی از ضروریات اجتناب ناپذیر می باشد. بدون شک در کشور ما این امر با خروج از اقتصاد تک محصولی و رشد و گسترش صادرات غیرنفتی محقق خواهد شد. در این تحقیق ما به بررسی نحوه راه اندازی شرکت مدیریت و تأثیر آن بر توسعه صادرات در استان فارس پرداخته ایم. هدف ما شناسایی مشکلات بنگاه های اقتصادی استان فارس در حوزه مدیریت بازاریابی بین المللی و ارائه کارهای اجرایی مناسب بود. بدینمنظور فرضیه اصلی تحقیق ما این بود که استقرار شرکت مدیریت صادرات منجر به توسعه صادرات خواهد شد. با بررسی و تحلیل آماری داده هایی که از طریق پرسش نامه جمع آوری شده بود، بیه تسیت فرضیه های فرعی تحقیق پرداختیم و نتیجه این شد که فرضیه اول و دو رد نشدند و یا به عبارتی مساعدت به بنگاه های اقتصادی در ایجاد تقاضا و همچنین در پردازش و پاسخ به تقاضاهای بین المللی منجر به توسعه صادرات در استان فارس خواهد شد. البته با توجه به نظر پاسخ دهندگان، در مورد اینکه نوع شرکت مدیریت صادرات دولتی، نیمه دولتی و یا خصوصی باشد، اتفاق نظر قابل قبولی وجود دارد.

کلمات کلیدی:

مدیریت صادرات و واردات ، بنگاههای کوچک و متوسط ، بازاریابی بین الملل

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/436765>

