

عنوان مقاله:

ارایه الگوی راهبردهای توسعه صادرات بنگاههای کوچک و متوسط SMEs استان گیلان

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی اقتصاد مدیریت و علوم کشاورزی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 25

نویسندگان:

سیده مریم ابراهیمی - سازمان مدیریت صنعتی، دانشجوی دکترای مدیریت کسب و کار DBA

صاحب بدری - سازمان مدیریت صنعتی

سیدمسعود مرتضوی - شرکت آب و فاضلاب استان گیلان، دانشجوی کارشناسی ارشد خاک و پی

خلاصه مقاله:

بنگاههای کوچک و متوسط از جمله مؤثرترین عوامل در رشد و توسعه سیستمهای اقتصادی و اجتماعی هر کشوری محسوب میشوند. از این رو مورد توجه مسئولین و دولتمردان کشورها قرار گرفتهاند. در کشور ما با وجود اینکه بیش از 95% کل واحدهای تولیدی در گروه صنایع کوچک و متوسط قرار میگیرند، این بنگاهها سهم قابل توجهی در تولید ناخالص ملی و ایجاد ارزش افزوده کسب نموده و از کمبود شدیدی رنج میبرند. لذا در تحقیق حاضر به شناسایی راهبردهایی بمنظور توسعه صادرات در اینگونه بنگاهها و افزایش سهم رقابتپذیری آنها در بازار نسبت به بنگاههای بزرگ پرداخته شد. پس از بررسی پیشینه موضوع، تعدادی از راهبردها در قالب دو طبقه راهبردهای حمایتی دولت و راهبردهای درون بنگاهی شناسایی شدند. بمنظور محاسبه اهمیت و رتبهبندی هر یک از آنها پس از طراحی پرسشنامه مقایسات زوجی (مختص روش AHP و توزیع آنها در میان مدیران و خبرگان بنگاههای کوچک و متوسط استان گیلان، مشخص شد که از منظر صاحب نظران، در بخش راهبردهای حمایتی دولت به ترتیب توسعه خدمات بانکی، یکپارچهسازی بنگاهها، توسعه بیمه های صادراتی، توسعه زیر ساختها، و تسهیل قوانین و مقررات و در بخش راهبردهای درون بنگاهی توسعه بازارگرایی بنگاه، حمایت از بخش تحقیق و توسعه، توزیع تفکر استراتژیک در بنگاه، ارتباطات برون سازمانی، و ارتقاء مهارت و دانش نیروی انسانی از اهمیت بالاتری نسبت به سایر راهبردها برخوردارند

کلمات کلیدی:

بنگاههای کوچک و متوسط، راهبرد، توسعه صادرات، روش AHP

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/480204>

