

## عنوان مقاله:

شناسایی و رتبه بندی راهکارهای موثر بر توسعه صادرات محصولات شوینده کشور با نظرسنجی از خبرگان و یک رویکرد مبتنی بر کارت امتیازی متوازن

## محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی مدیریت و اقتصاد جهانی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسندگان:

مرضیه رنجی ابراهیم سرایی - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، واحد ساوه، دانشگاه آزاد اسلامی، ساوه، ایران

محمد مهدی مهتدی - عضو هیات علمی گروه مهندسی صنایع، دانشگاه صنعتی قم

## خلاصه مقاله:

حرکت به سمت صنعت بدون اتکا به نفت خام یکی از راهبردهای کلیدی مطرح در توسعه اقتصادی کشور می باشد. خانواده مواد شوینده یکی از محصولات صنایع پایین دستی پتروشیمی است که ایران میتواند به توسعه صادرات آن توجه داشته باشد. با این حال مرور آمار موجود نشان می دهد کشور ما علی رغم خرداری از مزیت نسبی قابل توجه و بازارهای منطقه ای مناسب، نتوانسته است سهم چندانی از بازار تجارت جهانی این محصولات کسب کند. این مقاله به بررسی عوامل موثر بر توسعه صادرات محصولات شوینده اختصاص دارد. بدین منظور از طریق تکنیک دلفی و مصاحبه با خبرگان، فهرستی از عوامل موثر در موضوع پژوهش شناسایی شده و در قالب پرسشنامه به نظرسنجی از خبرگان گذاشته شده و اعتبارسنجی گردیده است. در نهایت فهرستی از 49 عوامل کلیدی موثر شناسایی شد که توجه به آنها در توسعه صادرات محصولات شوینده اثربخشتر می شود. این عوامل در دو گروه محیط خارجی (محیط کلان، محیط فعالیت صنعت و هم افزایی بین بنگاه ها) و داخلی دسته بندی شده اند. عوامل محیط داخلی با رویکرد کارت امتیازی متوازن به چهار گروه راهبردهای بازار و مشتریان، فرآیندهای داخلی، تولید و فناوری، مالی و سرمایه گذاری و دانش، رشد و یادگیری نیروی انسانی دسته بندی شده اند و تاثیر هر یک از این گروهها در قالب فرضیه های مستقل، آزمون شده است. همچنین عوامل شناسایی شده با استفاده از آزمون فریدمن اولویت بندی شده اند. این پژوهش، تحقیق کاربردی از نوع تحقیقات توصیفی پیمایشی است و نمونه گیری به روش غیرتصادفی گلوله برفی صورت پذیرفته است.

## کلمات کلیدی:

بازرگانی بین المللی، بازاریابی، صادرات، کارت امتیازی متوازن، محصولات شوینده

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/631404>

