

## عنوان مقاله:

شناسایی و اولویت گذاری عوامل موثر بر انتخاب روش های ورود به بازارهای بین المللی (مطالعه موردی خودروسازان بزرگ کشور)

## محل انتشار:

فصلنامه مدیریت توسعه فناوری، دوره 1، شماره 2 (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

## نویسندگان:

ابوالفضل باقری - محقق دانشگاه مالک اشتر

جهانیار بامداد صوفی - هیات علمی دانشگاه علامه طباطبایی

راحله انتظاری - کارشناس استراتژی و برنامه ریزی ایران خودرو

## خلاصه مقاله:

جهانی سازی به عنوان یک پدیده غالب در اقتصاد جهانی سال های اخیر، تاثیر شگرفی بر راهبردهای سازمان های تولیدی و خدماتی بر جای گذاشته است. یکی از این تاثیرات، اهمیت یافتن و پیچیده شدن موضوع ورود به بازارهای جهانی است. اگر در گذشته ورود به یک بازار خارجی از طریق ترانزیت و فروش در بازار مقصد اتفاق می افتاد، در حال حاضر روش ها و مکانیزم های متعددی برای ورود به یک بازار خارجی وجود دارد که انتخاب روش ورود مناسب از میان آنها می تواند به موفقیت حضور در بازار مقصد منجر شود. پژوهش حاضر مبحث روش های ورود به بازارهای خارجی را بعنوان یکی از عوامل تاثیر گذار بر موفقیت یا عدم موفقیت بنگاه مورد مذاقه قرار داده و پس از مرور ادبیات موضوع، شناسایی عوامل موثر بر انتخاب روش ورود با طراحی مدلی از عوامل موثر به بررسی، تحلیل و مقایسه میزان اهمیت هر یک از این عوامل برای دو شرکت بزرگ خودروساز کشور و میزان توجه صورت گرفته به این عوامل در پروژه های ورود به بازارهای جهانی پرداخته است.

## کلمات کلیدی:

بازارهای بین المللی، روش های ورود، مکانیزم های قراردادی، سرمایه گذاری مستقیم خارجی، سرمایه گذاری از آغاز

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/665402>

