

عنوان مقاله:

بررسی و مقایسه منابع جمع آوری و کسب اطلاعات بازارهای صادراتی

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی تحقیقات بنیادین در مدیریت و حسابداری (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 26

نویسنده:

سعید جوانمرد - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی بازرگانی بین الملل دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد تهران مرکز

خلاصه مقاله:

توسعه صادرات و ورود صحیح به بازارهای جهانی و استمرار رقابت با کسب اطلاعات و حرکت همزمان و انطباق با شرایط متغیر بازارهای جهانی حاصل میشود. کسب و جمع آوری اطلاعات بازار صادراتی نقش حیاتی در موفقیت شرکت های صادراتی ایفا می کند. در این مقاله با استفاده از تحقیقات آقای دیامانتاپولس و خانم آنا ساچن (1996) به بررسی منابع و شیوه های کسب و جمع آوری اطلاعات صادراتی از بازاریابی صادراتی مساعدت های صادراتی و هوشمندی بازار صادراتی پرداخته می شود و سپس با مقایسه این شیوه ها و اطلاعات به دست آمده از هر کدام از این منابع و نتایج تحقیقات و مطالعات مختلف نشان می دهد که صادر کنندگان حرفه ای تمایل و اطمینان بیشتری به اطلاعات به دست آمده از هوشمندی بازار صادراتی دارند. به طور خلاصه عوامل متعددی در نحوه و شیوه جمع آوری و کسب اطلاعات نقش اساسی دارند: هدف و غایت صادر کننده از جمع آوری و استفاده از اطلاعات بازار صادراتی- نوع اطلاعات صادراتی- شرایط و ویژگی های بازار هدف- دانش صادراتی همچنین صادر کنندگان در بدو ورود و در مراحل اولیه فعالیت های صادراتی به اطلاعات کلان و عمومی درباره بازارهای صادراتی (مساعدت های صادراتی) نیاز دارند در حالیکه صادر کنندگان فعال در بازارهای صادراتی از شیوه های بازاریابی صادرات و هوشمندی بازار صادراتی به جمع آوری و کسب اطلاعات بازار صادراتی می پردازند. نتایج به دست از تحقیقات مختلف صاحب نظران و محققان مختلف در طول سی سال گذشته مطمنا امروزه نیاز به مطالعه و تحقیق بیشتر دارد .

کلمات کلیدی:

صادرات - بازاریابی - اطلاعات بازار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/986964>

