

باسمه تعالی



موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی
پیام گلپایگان

جلسه دفاع از پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی

موضوع پایان نامه: ساختاردهی محرک های موثر بر بین المللی سازی صنایع کوچک و متوسط در استان اصفهان
ارائه کننده: علی نیازی اصفهانی

استاد مشاور:

استاد راهنما: جناب آقای دکتر سید علی ایازی

استاد داور: جناب آقای دکتر ذبیحی

چکیده:

بین المللی سازی یکی از روش هایی است که از آن طریق شرکت های توانمند با فعالیت در بازار بین المللی از مزایای آن برخوردار شوند. بین المللی سازی فرایندی برای افزایش درگیری در عملیات بین المللی است که سبب به وجود آمدن کسب و کار بین الملل می شود. بین المللی شدن فعالیت صنایع کوچک و متوسط می تواند تا حد زیادی به بهبود وضعیت فروش و اقتصادی آنها کمک نماید. با توجه به اهمیت بین المللی شدن، هدف اصلی این پژوهش شناسایی و ساختاردهی محرک های بین المللی شدن صنایع کوچک و متوسط در استان اصفهان می باشد. از همین رو ابتدا ادبیات پیشین مورد بررسی قرار گرفت و ۵ بعد با ۲۵ مولفه شناسایی گردید. سپس این ابعاد و مولفه ها را در قالب پرسشنامه آماری، مورد ارزیابی قرار داد و در نهایت مشخص شد که چه ابعاد و مولفه هایی در مدل نهایی حضور دارند. سپس روابط بین ابعاد و مولفه ها را با استفاده از تکنیک دیمتل مشخص نمود. این تکنیک مشخص نمود که کدامیک از ابعاد و مولفه ها بر سایر ابعاد و مولفه ها موثر است و هر یک چه میزان تأثیر بر سایر ابعاد و مولفه ها دارد. جامعه آماری پژوهش شامل ۴۰ نفر از کارشناسان فعال در شهرک صنعتی جی اصفهان و ۷ نفر از خبرگان در شرکت شهرک های صنعتی استان اصفهان بودند. نتایج به دست آمده نشان داد که بهترین نقطه برای آغاز بین المللی سازی صنایع کوچک و متوسط در شهرک جی اصفهان، توجه به عوامل محیطی است. سپس عوامل سازمانی باید در کانون توجه قرار گیرد. در ادامه عوامل فرایندی و مدیریتی تقریباً به یک اندازه مهم هستند و در نهایت نیز، بهبود وضعیت کارکنان برای انجام امور از نظر مشارکت و همدلی قرار دارد که چندان نقطه موثری برای بین المللی سازی صنایع کوچک و متوسط نیست.

لغات کلیدی: صنایع کوچک و متوسط، بین المللی سازی، محرک های بین المللی سازی، تکنیک دیمتل

مکان: سالن کنفرانس موسسه پیام

زمان: ۱۳۹۸/۰۶/۱۴ ساعت: ۱۴:۰۰