

چکیده

شناخت و انتخاب درست بازارهای هدف با توجه به اهمیت گسترش فعالیتهای صادراتی و پیچیدگی رقابت در بازارهای جهانی کنونی، از جمله مهمترین دغدغه‌های شرکتهای صادراتی است. با وجود تحقیقات گسترده‌ایی که در این زمینه صورت گرفته است اما این تحقیقات در عمل چندان راهگشا نبوده است. به گونه‌ایی که همواره فاصله معناداری میان آنچه در دستاوردهای پژوهشی و آنچه در عرصه عمل در درون فرآیندهای واقعی صادرات شرکتها اتفاق می‌افتد، وجود دارد. تحقیق حاضر مبتنی بر عملکرد و تجربه واقعی صادرکنندگان موفق ایرانی در صنعت غذایی و دارویی برای شناسایی مهمترین عوامل مورد بررسی در ارزیابی و انتخاب بازارهای هدف صادراتی است. به این منظور پس از انجام مصاحبه با صادرکنندگان این صنایع با استفاده از تحلیل تم و استخراج تم‌های مرتبط عوامل عمده انتخاب بازارهای هدف شناسایی شد. سپس با استفاده از مقایسات زوجی صورت گرفته این عوامل شناسایی شده، اولویت‌بندی شد. نتایج این بررسی‌ها منجر به یافتن ۱۱ عامل اصلی و زیر معیارهای آنها برای انتخاب بازار هدف صادراتی شده است. این تحقیق عوامل اصلی مورد استفاده توسط این شرکتها و میزان تاثیر هر عامل مورد استفاده در تصمیم و انتخاب نهایی را نشان می‌دهد. این عوامل که بر مبنای تجربه عملی شرکتها در این حوزه، استخراج و معرفی شده است، راهنمایی را برای تمام شرکتهای علاقه‌مند به توسعه صادرات در صنعت غذا و دارو فراهم می‌آورد.