

## چکیده

در این مطالعه، به ارزیابی بنگاه های کوچک و متوسط استان گیلان پرداخته شده است. این ارزیابی در مورد عملکرد بنگاه های این استان در ورود به بازارهای روسیه شکل گرفته است. بمنظور ارزیابی این بنگاه ها عواملی که وضعیت صادراتی بنگاه های کوچک و متوسط را تحت تاثیر قرار می دهند بررسی شده است. سؤال اصلی تحقیق بشرح ذیل می باشد: "عوامل درونی و عوامل خارجی مثبت و منفی بنگاه های کوچک و متوسط استان گیلان برای ورود به بازار روسیه چیست؟" در این راستا با بهره گیری از روش نمونه گیری از نوع طبقه ای تصادفی استفاده شده است بدین معنی که بر حسب نوع فعالیت (صنعت، بازرگانی و ...) طبقه ای و در انتخاب بنگاه از نوع تصادفی می باشد. حجم تقریبی نمونه تعداد ۴۰ بنگاه می باشد. در مطالعات میدانی این پژوهش از پرسشنامه و مصاحبه به عنوان ابزار گردآوری اطلاعات استفاده می گردد. روش تجزیه و تحلیل براساس ماتریس SWOT پس از گردآوری اطلاعات، استراتژی های مناسب تدوین و طراحی شده است. بنابراین شرکت ها می توانند برای حفظ برتری رقابتی و ایجاد تمایز نسبت به سایر رقبا، با توجه به نقاط قوت، ضعف، فرصتها و تهدیدات خود، مجموعه ای از روش های مختلف را برای ایجاد مزیت های رقابتی پایدار انتخاب کنند. در این پژوهش نتایج حاصله براساس ماتریس SWOT بصورت ذیل دسته بندی می گردد: رشد فرهنگ تولید برای صادرات و ترویج فرهنگ صادراتی و اندازه و وسعت بازار از جمله مهمترین نقاط قوت مطرح می باشند. ناکافی بودن زیرساخت های پشتیبان صادرات، وجود پدیده قاچاق در ایران و فقدان سیستم کارآمد حمل و نقل بین المللی از جمله مهم ترین تهدیدهای بنگاه های کوچک و متوسط در عرصه تجارت خارجی بشمار می آید. بهره مندی از مشخص بودن اهداف، چشم انداز، ماموریت و برنامه کاری مؤسسه، ساختار سازمانی و مدیر عامل مؤسسه از مهم ترین نقاط قوت بنگاه های کوچک و متوسط محسوب می گردد. سرمایه گذاری اندک در بخش تحقیق و توسعه، بالا بودن هزینه های ترفیع و تبلیغ و دشواری دستیابی به فناوری پیشرفته از جمله اولویت دارترین نقاط ضعف صادراتی بنگاه های کوچک و متوسط بشمار می آید.

**واژه های کلیدی :**

بنگاه های کوچک و متوسط - بازار روسیه - استان گیلان