

## عنوان مقاله:

شناسایی جاذبه ها نوآور توریستی و کشف فرصت های کسب و کارانه ایرانی جهت بومی سازی در کشوره ای آسی ای جنوب شرقی

## محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت، گردشگری و تکنولوژی (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسندگان:

سیدمصطفی موسوی - فارغ التحصیل کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی دانشگاه تهران (پردیس فارابی)، قم، ایران- مدیر بخش مطالعات فرهنگی و بین المللی جنوب شرق آسیا، جامعه المصطفی العالمیه، قم

محمد شیرخدا - فارغ التحصیل کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی دانشگاه تهران (پردیس فارابی)، قم، ایران دانشجوی مدیریت کسب و کار دانشگاه کافوسکاری، ونیز، ایتالیا و دارای بورس پژوهشی از دانشگاه آلمریا اسپانیا

## خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف شناسایی جاذبه ها و فرصت های نوآور کسب و کار از جنس و ماهیت ایرانی در کشورهای آسیای جنوب شرقی، و بومی سازی آن و همچنین رتبه بندی ای ن فرصت ها تدوین گردیده است. راهبرد پژوهش در این مقاله استفاده از نظر به برخاسته از داده ها و قوم نگاری است. در این اثر از تکنیک های مقتضی نظیر موارد ذیل بهره گرفته شده است PESTEL، استراتژی اقیانوس آبی، تحلیل SWOT، تحلیل شبکه ای ANP. روش بررسی: روش پژوهش در این مقاله آمیخته ترکیبی کمی و کیفی، اکتشافی است و روش گردآوری اطلاعات نیز میدانی - کتابخانه ای است. علاوه بر تحقیقات کتابخانه ای در داخل کشور، تحقیقات میدانی توسط دانش آموختگان غیر ایرانی حاضر در کشورهای آسیای جنوب شرقی به انجام رسید. همچنین از پرسشنامه به عنوان ابزار گردآوری اطلاعات لازم این تحقیق استفاده شده است. جامعه ی آمار ی پژوهش، تعداد ۹۵ نفر از دانش آموختگان جامعه المصطفی از هشت کشور مالزی، تایلند، اندونزی، ویتنام، میانمار، کامبوج، سنگاپور و فیلیپین هستند که در مقاطع کارشناسی و کارشناسی ارشد و دکترا دانش آموخته شده و به کشورشان نیز بازگشته اند. یافته ها (نتایج): نتایج پژوهش و آمار اولیه از دانش آموختگان غیر ایرانی تحصیل کرده در ایران نشان داد که اقبال مردم کشورهای اشاره شده و بخصوص مسلمانان به برخی از المان و فاکتور مربوط به ایجاد کسب و کار و فرهنگ ایرانی بیشتر است. از تعداد زیادی از فرصت های پیش رو، مواردی که بیشتر مورد نیاز و توجه واقع شد، ارزیابی گردید و به پرسش گذاشته شد. در مجموع از بررسی آمارهای موجود بر اساس شاخص های APN چنین نتیجه گیری شد که وزن نهایی فعالیت بر اساس برندحلال در رتبه بندی فرصت های کارآفرینانه فرهنگی ایرانی در کشورهای جنوب شرقی آسیا، بالاتر از سایر اوزان است و امکان نتیجه در آن بر اساس نظرات پاسخگو یان محترم پرسشنامه ارسالی، بیشتر است. بر این اساس، وزن سایر فاکتورها و فعالیت در رتبه های بعدی قرار گرفتند.

## کلمات کلیدی:

جاذبه های کسب و کاری و فرهنگی، فرصت های بیزینسی آسیای شرقی، تحلیل SWOT، کشف فرصت

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1353395>

