

عنوان مقاله:

تجاری سازی کارآفرینانه: سرمایه گذاری ملی و بین المللی طرح های کارآفرینانه ریسک پذیر

محل انتشار:

همایش دانشگاه کارآفرین؛ صنعت دانش محور (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

حسن رحیمی پردنجانی - دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی دانشگاه ایلام

ناهید علی زاده - دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی دانشگاه ایلام

خلاصه مقاله:

دارایی های فکری و جایگاه امروزی آن در تجارت جهان و نقش ارزشمند در توسعه و کسب درآمد، نشان دهنده ی اهمیت بسزایی دارایی های فکری است. کارآفرینی زمانی می تواند ارزش آفرینی کند که بتواند ارزش های فرهنگی را به گونه ای نوآورانه احیاء کند. سیاست های کارآفرینی کشورهای مختلف با یکدیگر متفاوت است. اما بطور کلی می توان دو سیاست اقتصاد آزاد در کارآفرینی که در تاریخ اقتصاد به کشورهای پیشرفته معروف هستند، و سیاست های جایگزینی واردات و توسعه صادرات که ویژه کشورهای در حال توسعه از جمله سیاست کارآفرینی ایران در این گروه از سیاست ها می باشد. به نظر می رسد این تفاوت ها بخاطر ارزش های فرهنگی و باورهای مختص آن فرهنگ باشد که در جهت تحقق رشد و شکوفایی اقتصادی و اجتماعی جامعه نهفته است. برای تمرکز بر مشتری در بازار، تفاوت عمده ای بین کشیدن محصولات/ خدمات بسمت بازار و کشش محصولات از سوی بازار وجود دارد. افراد کارآفرین در هر جامعه، سرمایه های اجتماعی آن جامعه محسوب می شوند، دولت ها برای جلوگیری از مهاجرت افراد کارآفرین و نخبه، با توجه به موقعیت اقتضایی موجود، می توانند در قالب سیاست های مختلف اقتصادی، اقتصاد آزاد، جایگزینی واردات و توسعه صادرات و همچنین راهکارهای مشابه نظیر ارائه تسهیلات برای راه اندازی کسب و کار، تجاری سازی ایده ها، برای کاهش آسیب های اقتصادی ناشی از واردات محصولات، در جهت تولید چندمحصولی اقدام به حمایت های همه جانبه از افراد کارآفرین نمایند. در این مقاله به بررسی میزان کاربرد مفاهیم بازرگانی (داخلی- خارجی) در جهت تحقق تجاری سازی فعالیت های (طرح، ایده) کارآفرینانه، و ارائه راهکارها متناسب با تجارت بازار برای عملیاتی کردن طرح های کارآفرینانه می پردازیم.

کلمات کلیدی:

کارآفرینی، فرهنگ کارآفرینی، کارآفرینی بومی، سیاست های کارآفرینی، تجارت بین الملل، سرمایه گذاری مخاطره پذیر

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/217709>

