

عنوان مقاله:

شاخص های جامع موثر بر بین المللی شدن شرکت های کوچک و متوسط مطالعه موردی: شهرک صنعتی اشتهارد

محل انتشار:

اولین همایش بین المللی و سومین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

شبیم صنوبری - کارشناسی ارشد کسب و کارهای جدید، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد الکترونیکی، گروه مدیریت کارآفرینی، تهران، ایران.

احمد جمالی - استادیار گروه مدیریت کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

مرتضی اکبری - استادیار گروه کارآفرینی فناورانه، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

خلاصه مقاله:

امروزه بین المللی شدن شرکت ها با رقابت بالایی که در بازارها وجود دارد، نیازمند برخورداری از برخی شاخص ها است، علی رغم این تا کنون یک مطالعه توسعه یافته در این زمینه بویژه در ایران انجام نشده است. بر همین اساس مطالعه حاضر با هدف تعیین شاخص های موثر بر بین المللی شدن شرکت های کوچک و متوسط ایرانی انجام شد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش تحقیق، توصیفی پیمایشی می باشد که در آن نسبت به دریافت نظرات 259 مدیر از کارخانجات تولیدی در شهرک صنعتی اشتهارد اقدام گردید. برای گردآوری داده ها از پرسشنامه محقق ساخته با اقتباس از مبانی نظری استفاده شد. این پرسشنامه از 6 عامل تشکیل گردید؛ عوامل سازمانی، فنی، محیطی، اجتماعی و سیاسی، زیست محیطی و استراتژیک. نتایج تحلیل سلسله مراتبی (AHP) نشان داد که عوامل سازمان، اجتماعی و سیاسی مهمترین شاخص ها برای بین المللی شدن شرکت های کوچک و متوسط ایرانی می باشد.

کلمات کلیدی:

شرکت های کوچک و متوسط، بین المللی شدن شرکت ها

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/681073>

