

شناسایی کیفی عوامل موثر بر بین‌المللی شدن کارآفرینان

دکتر سید هادی اسلامیان^{۱*}، مهسا شمسی^۲

۱- استادیار گروه مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی نبی اکرم(ص)، تبریز

۲- کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی-بازرگانی بین‌الملل، موسسه آموزش عالی نبی اکرم(ص)، تبریز

خلاصه

در این تحقیق عوامل موثر بر بین‌المللی شدن کارآفرینان ایرانی مورد بررسی و شناسایی قرار گرفته است. جامعه آماری مورد تحقیق کارآفرینان ایرانی بوده که تعداد ۱۷ نفر از کارآفرینان مورد بررسی قرار گرفته است. در این پژوهش پس از مطالعه و بررسی ادبیات تحقیق با استفاده از روش تحقیق کیفی دلفی در سه دور عوامل موثر بر بین‌المللی شدن کارآفرینان ایرانی مورد شناسایی قرار گرفت. در نتیجه پژوهش حاضر ۱۱ و با داده‌های جمع آوری شده از پرسشنامه، عامل‌های موثری به دست آمده و با استفاده از روش تاپسیس اولویت بندی شده‌اند. که در پایان از ۲۵ عامل مورد بررسی تعداد ۱۱ عامل به عنوان عوامل موثر بر بین‌المللی شدن کارآفرینان ایرانی معرفی شدند.

کلمات کلیدی: کارآفرینی، بین‌المللی شدن

۱. مقدمه

در عصر حاضر سازمان‌ها به صورت فزاینده‌ای با محیط‌های پویا و در حال تغییر مواجه‌اند، بنابراین به منظور بقا و پویایی خود مجبورند که خود را با تغییرات محیطی سازگار سازند. با توجه به توسعه جهانی شدن، محیط رقابتی کسب و کارها از سطوح ملی به سطح جهانی گسترش یافته است. کارآفرینی به عنوان عامل کلیدی رشد و توسعه اقتصادی در عصر مدرن شناخته شده است و مورد توجه شرکت‌هایی است که رقابت در آن‌ها معطوف به استراتژی‌های تغییر مستمر در فرایندها، محصولات و طرح‌هاست. طی چند سال گذشته، دولت‌ها به طور جدی به تشویق کارآفرینی پرداخته‌اند زیرا کارآفرینی موجب بهره‌مندی مردم و کشور می‌شود. با توجه به نقش و اهمیت کارآفرینی و سابقه درخشان کارآفرینان در توسعه بسیاری از کشورها و با توجه به مشکلات اقتصادی زیادی که کشور ما با آن مواجه بوده و دست‌یاری از هر سویی می‌طلبد، ترویج و اشاعه مفهوم کارآفرینی، بسترسازی برای فرهنگ حامی کارآفرینی و مهمتر از همه تربیت افراد (بویژه تحصیل‌کردگان) کارآفرین سازمانی برای تمامی جوامع به خصوص برای جوامع در حال توسعه‌ای مانند ایران از اهمیت و ضرورت حیاتی

* Corresponding author

Email: hadi.eslamian@gmail.com