

ISC  
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کمیته عالی حسابداری و بازرگانی  
کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰  
MCII-conf.ir

## مروری بر کسب و کارهای کوچک و متوسط بین‌المللی و دیجیتالی

### غزاله برزگر<sup>a</sup>، مسعود عسکرزاده<sup>b</sup>

- ۱- دانشجوی دکتری حسابداری دانشگاه آزاد بیرجند
- ۲- دانشجوی دکتری حسابداری دانشگاه آزاد بیرجند

نویسنده مسئول: غزاله برزگر (ghazaleh\_brg@yahoo.com)

#### چکیده:

تغییرات بنیادی در محیط رقابتی امروز اثر انفجار بزرگ را ایجاد کرده است. شرکت‌های کوچک و متوسط به طور فزاینده‌ای موظف هستند به دنبال رشد فراتر از بازارهای ملی خود باشند، افزایش دیجیتالی شدن اقتصاد جهانی، فرصت‌های گسترده‌ای را برای بین‌المللی شدن در اختیار شرکت‌ها قرار می‌دهد. اگرچه دیجیتالی سازی عامل مهمی برای موفقیت در زمینه بین‌المللی سازی است، اما فقدان شواهد تجربی، درباره شناسایی الگوی بین‌المللی جهت دیجیتالی کردن کسب و کارهای کوچک و متوسط وجود دارد. بسیاری از کسب و کارهای کوچک و متوسط بر آنند تا با متنوع‌سازی پیشنهادها خود که متناسب با بازارهای جهانی هستند، تجارت خود را توسعه بخشند. تحول اخیر فن‌آوری دیجیتال یک تسهیل‌کننده کلیدی برای بین‌المللی‌سازی و تحول تجاری کارآمد از نظر منابع است. بنابراین، این مقاله چالش‌های مدل تجاری مرتبط با ایجاد، ارائه، و کسب ارزش در سراسر فرایند بین‌المللی‌سازی را شناسایی می‌کند. این یافته‌ها حائز اهمیت هستند چون آن‌ها دیجیتالی‌سازی را به فعالیت‌های اجراپذیری تفکیک می‌کنند که برای کسب و کارهای کوچک و متوسط قابل مدیریت هستند.

**کلید واژه:** کسب و کارهای کوچک و متوسط؛ بین‌المللی‌سازی؛ دیجیتالی‌سازی؛ مدل‌های تجاری؛ ارزش‌آفرینی؛ کسب ارزش