

عنوان مقاله:

تحلیل اهمیت - عملکرد عوامل موثر بر ارزش گذاری شرکت های نوپا جهت ورود به بازارهای داخلی و بین الملل

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت کسب و کار بین المللی، دوره 5، شماره 3 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

زهرا عادل - دانشجوی دکترا کارآفرینی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی قزوین، قزوین، ایران.

آیت اله ممیز - استادیار گروه کارآفرینی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، تهران، ایران

حامد رحمانی - استادیار گروه مدیریت دولتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

حبیب اله طاهرپور کلانتری - استادیار گروه مدیریت موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی، تهران، ایران.

خلاصه مقاله:

استفاده از یک الگوی مناسب ارزش گذاری در راستای تامین مالی و جذب سرمایه شرکت های نوپا به منظور توسعه کسب و کار و ورود موفق به بازارهای داخلی و بین المللی امری ضروری است. هدف پژوهش شناسایی عوامل موثر و تعیین میزان اهمیت و عملکرد هر یک از آن عوامل موثر بوده است. این پژوهش از نوع کاربردی و به روش توصیفی - اکتشافی با استفاده از فن دلفی انجام شده است. ابزار جمع آوری اطلاعات این پژوهش، پرسشنامه ای مشتمل بر تعداد ۵۵ سوال بر اساس ادبیات نظری حوزه شرکت های نوپا بوده است. جامعه آماری این پژوهش خبرگان نظری و تجربی در حوزه علم کارآفرینی، بازاریابی و شرکت های نوپا هستند که ۳۰ نفر از آن ها به روش نمونه گیری غیر تصادفی و در دسترس انتخاب شده اند. با استفاده از فن آنتروپی شانون، آزمون کای اسکوئر (کای دو) و ماتریس عملکرد-اهمیت داده ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است که بر این اساس متغیرهایی نظیر سطوح نوآوری شرکت، چگونگی ارتباط مشتری هم از بعد اهمیت و هم از بعد عملکرد در وضعیت مناسبی جهت استمرار قرار داشته و متغیرهایی نظیر جذابیت ایده/محصول، قدرت و کیفیت تیم کارآفرین از بعد اهمیت در سطح بالایی قرار داشته ولیکن از بعد عملکرد در وضعیت مناسبی قرار نداشته و مستلزم تمرکز بیشتر خط مشی گذاران و مجریان مربوطه است.

کلمات کلیدی:

ارزش گذاری، شرکت های نوپا، تامین مالی، بازارهای بین الملل

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1559858>

