

عنوان مقاله:

عوامل موثر بر بین المللی شدن شرکتهای کوچک و متوسط (SEMها)

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی کار آفرینی، خلاقیت و سازمان های آینده (سال: 1386)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

بهروز زارعی - عضو هیئت علمی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

مهدی تاخ الدین - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه همگی بر اهمیت کسب و کارهای کوچک و متوسط برای رشد و توسعه اقتصادی صحنه گذاشته اند. کسب و کارهای کوچک به دلیل سهم گسترده ای که در تولید ناخالص ملی، اشتغال زایی و تسهیل مشکلات اقتصادی داشته اند، از اهمیت ویژه ای برخوردارند. بدین جهت لزوم رشد در چنین شرکت هایی بیش از پیش نمود می کند که یکی از جلوه های آن بین المللی شدن می باشد. در این مطالعه سعی شده که نخست ابعاد مختلف از بین المللی شدن که مشتمل بر تعاریف بین المللی شدن، تئوریهای بین المللی شدن و تئوریهای بین المللی شدن شرکت های کوچک و متوسط است ارائه شود. در نهایت عوامل و ابعاد سازمانی، محیطی و استراتژیک تاثیر گذار بر این فرآیند مورد بحث و بررسی قرار گرفته است.

کلمات کلیدی:

بین المللی شدن SMEها، عوامل سازمانی، عوامل استراتژیک، عوامل محیطی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/52238>

