

عنوان مقاله:

مروری جامع بر مدل های بین المللی شدن کسب و کارهای کوچک و متوسط

محل انتشار:

نهمین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی در ایران (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

حسین نوروزی - استادیار گروه مدیریت بازرگانی دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی تهران، ایران

محمد پورسردار - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بین المللی دانشگاه خوارزمی تهران، ایران

خلاصه مقاله:

در جهان رقابتی امروز، صادرات برای کلیه کشورهای جهان از اهمیت فراوانی برخوردار است. همچنین باتوجه به نقش مهم و رو به رشد توسعه صادرات کسب و کارهای کوچک و متوسط در بهبود اشتغال، افزایش رفاه اجتماعی و رشد اقتصادی کشورهای جهان، نقش این دسته از صنایع در صادرات کالاهای صنعتی بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است. تا دهه 1960 میلادی، عمده تحقیقات بر روی راه کارهای بهبود عملکرد صادراتی شرکت های چند ملیتی و بزرگ متمرکز بودند و کمتر به کسب و کارهای کوچک و متوسط توجه می شد و تقریباً همان استراتژی های سطح شرکت های بزرگ را به کسب و کارهای کوچک و متوسط نیز تعمیم می دادند؛ در حالی که مشخص شد، الگوهای بین المللی شدن در سطح شرکت های بزرگ معمولاً برای کسب و کارهای کوچک و متوسط مصداق یا مفهومی ندارد. بنابراین شناخت فرآیند بین المللی شدن کسب و کارهای کوچک و متوسط مورد توجه پژوهشگران قرار گرفت و مدل های متعددی برای پیش بینی فرآیند بین المللی شدن کسب و کارهای کوچک و متوسط ارائه شد. در این مقاله مدل های مختلف بین المللی شدن کسب و کارهای کوچک و متوسط مورد بررسی قرار گرفته است، مدل چرخه عمر محصول از نخستین مدل هایی بود که بین المللی شدن را در سطح شرکت ها مورد مطالعه قرار داد، مدل های بین المللی شدن آپسالا، شبکه ای و مبتنی بر منبع به تدریجی بودن و فرآیندی بودن بین المللی شدن کسب و کارهای کوچک و متوسط تاکید می ورزند در حالی که مدل های زاده جهانی و سرمایه گذاری های نوین بین المللی در بدو تشکیل شرکت، به حضور مستقیم در بازارهای خارجی اشاره می کنند.

کلمات کلیدی:

کسب و کارهای کوچک و متوسط، مدل آپسالا، مدل شبکه ای، مدل مبتنی بر منبع، سرمایه گذاری های نوین بین المللی، مدل التقاطی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1178672>

