

کنفرانسی برای ورود بیشتر شرکت های ایرانی به عرصه جهانی

نخستین کنفرانس راهکارهای توسعه کارآفرینی بین الملل با رویکرد جهانی سازی شرکت ها با حضور فعالان اقتصادی و اساتید حوزه کارآفرینی در مرکز همایش های دانشگاه خاتم برگزار شد.

به گزارش گروه اقتصادی ایسکانیوز، در این کنفرانس که با حضور اندیشمندان حوزه کار و کارآفرینی برگزار شد تعدادی از کارآفرینان برتر کشور به سخنرانی پرداختند و با توجه به اهمیت و لزوم توسعه فعالیت های مرتبط با کارآفرینی بین المللی با رویکرد جهانی سازی کسب و کار و شرکت ها، این رویداد ارایه مقالات دانشگاهی، برگزاری کارگاه های آموزشی و سخنرانی های کاربردی مرتبط را در دستور کار خود قرار داد.

محور های اصلی کنفرانس راهکارهای توسعه کارآفرینی بین الملل، نقش گروه کارآفرین در توسعه کارآفرینی بین الملل، ابعاد، انواع و ساختار بنگاه در کارآفرینی بین الملل، محصول، خدمت و تکنولوژی در کارآفرینی بین الملل، روابط شبکه و نقش آن در توسعه کارآفرینی بین الملل، محیط کسب و کار و اقتصاد کلان و تاثیر آن در کارآفرینی بین الملل، مکانیزم های ارزیابی بازارهای هدف در کارآفرینی بین الملل، استراتژی های ورود به بازارهای بین الملل با رویکرد کارآفرینی بین الملل، شناخت بازارهای آمیخته با نگاه کارآفرینی بین الملل از جمله محورهای علمی این کنفرانس بود.

باید به هشت گام در جهانی سازی شرکت ها توجه کرد

جمشید عدالتیان، دبیر کنفرانس راهکارهای توسعه کارآفرینی بین الملل ضمن خوش آمدگویی به مدعوین گفت نگاه کشور به سمت توسعه کارآفرینی تنها راه برون رفت از مشکلات اقتصادی است.

عدالتیان با اشاره به هشت گام تا جهانی سازی کسب و کار گفت نظام اقتصادی بازار، انسان کارآفرین در سازمان بدون مرز، فن آوری ترکیب توابع تولید و عملکرد اقتصادی بنگاه محصول مهمترین ارکان و گام های کلیدی در جهت جهانی شدن و ورود به بازار های گسترده ی جهانی است.

سیر صعودی شرکت های امروز وابسته به کارآفرینی بین المللی است

در ادامه این کنفرانس معبودی رییس مرکز رشد پژوهشگاه مخابرات گفت: یکی از مهم ترین نکات موفقیت شرکت ها در عصر جدید توسعه فعالیت بر مبنای نگاه جهانی به تکنولوژی است و در این مسیر بهتر است به سیر صعودی شرکت های اپل، گوگل، مایکروسافت و ... نگاهی بیندازید و ببینید این مهم تا چه اندازه حائز اهمیت در شرکت های بین المللی است.

معبودی ادامه داد: اغلب کسب و های موفق امروز از پارکینگ ها و یا اتاق های کوچک دانشجویی که توسط یک یا دو نفر مدیریت می شدند، بیرون آمده اند. این نکته را می توان در ابتدای طراحی و راه اندازی مهم ترین شرکت های تک مانند فیس بوک، اینستاگرام،

گوگل، آیفون و ... دید.

وی گفت: اغلب شرکت های مهم جهان امروز به فکر بسط و گسترش و جهانی شدن هستند و این یکی از ارکان حرکت به سوی پیشرفت علمی و اقتصادی و حتی سیاسی است. برای نمونه کشوری مانند چین یکی از مهم ترین کشور ها در توسعه کارآفرینی بین المللی است چرا که در چین اغلب شرکت های مهم تکنولوژیک دنیا دفاتر مهمی دارند و به همین دلیل است که اساسا جهانی سازی امری مهم و حائز توجه و دقت است.

تجارت بین الملل و ضرورت تغییر نگرش به منافع ملی

حسن محمدی مشاور مدیرعامل و مدیر ارتباطات شرکت شستا گفت موضوع فرهنگ در جهانی شدن شرکت ها اهمیت زیادی دارد و اگر دقت لازم در تصویرسازی از زنجیره ارزش شرکت ها در صحنه بین المللی وجود نداشته باشد موفقیتی حاصل نمی شود.

محمدی گفت اگر بتوانیم برند جهانی خلق کنیم شرکت هایمان جهانی می شود و با توسعه صادرات زمینه های کارآفرینی بین المللی نیز محیا می گردد.

حسن محمدی افزود مفهوم تجارت بین الملل بدون تغییر در نگرش فعالان اقتصادی محقق نمی شود زیرا با نگاه امروز بنگاه ها خلق ثروت در عرصه بین المللی با ابزارهای بومی و نگاه های سنتی اداره می شود.

محمدی ادامه داد اگر منافع ملی عنصر اصلی در حرکت به سمت بازارهای بین المللی باشد سایر بخش های لازم در کنار هم جمع شده و راه ها باز می شود.

محمدی گفت اعتماد، شبکه ارتباطی، محیط کسب و کار در کنار بهره برداری از تکنولوژی می توانند نگاه کارآفرینی بین المللی را در میان شرکت های ایرانی بسط دهند.

توجه به کسب و کارهای نوپا راه ورود به عرصه کارآفرینی بین الملل است

حسین نظریان رییس کمیته راه کارهای نوین بیمه سرمد گفت در دنیای امروز نوآوری در کنار بهره برداری از فرصت های تکنولوژی راه ها را برای ورود به عرصه های بین المللی باز می کند.

نظریان افزود امروزه شرکت های چند ملیتی گوی رقابت را از شرکتهای محلی ربوده اند و اگر کسی با نگاه جهانی کسب و کاری را آغاز نکند محکوم به شکست است.

نظریان گفت ما تلاش کرده ایم تا با خلق راه کارهای نوین در کنار تجربیات جوانان خلاق به راهکارهایی در صنایع بیمه دست یابیم که ما را در بازار پیشگام می کند.

وی با انتقاد از برخی از شرکت ها که منافع امروز را در الویت قرار می دهند گفت آنچه امروز خلق می کنیم اگر در مسیر توسعه سال های بعد

نباشد درجا زده‌ایم و نمی‌توانیم بیشتر از یک بازیگر کوچک در بازار باقی بمانیم.

برای جهانی شدن شرکت‌های امروز باید به جوان‌ها اعتماد کنیم

سید صابر امامی، مدیرعامل شرکت مبین وان در این کنفرانس گفت: موضوع کارآفرینی بین‌المللی یکی از راه‌های توسعه تولید ناخالص کشورهای است و از این روی باید مورد توجه و اهمیت قرار گیرد.

امامی گفت نباید مفهوم کارآفرینی بین‌المللی را با صادرات اشتباه بگیریم. چراکه ما در صادرات به دنبال فروش محصولات در خارج از کشور مبداء هستیم و این در حالیست که در کارآفرینی بین‌المللی نگاه ما به سمت خلق ثروت و تشخیص فرصت‌های آن سوی مرزهاست.

امامی با تأکید بر این نکته که ورود شرکت‌ها به عرصه جهانی گامی بلند و متفاوت است، افزود متأسفانه ظرفیت‌های بسیار با ارزشی در حوزه دانش فنی و مهارت در میان جوانان ایرانی وجود دارد و به همین دلیل است که معتقدیم ما می‌توانیم در صحنه‌های بین‌المللی نقش پررنگ‌تر و مهم‌تری ایفا کنیم و با اعتماد به جوانان در مسیر جهانی‌سازی شرکت‌های امروز گام بر داریم.

امامی گفت: ما باید با کارآفرینی بین‌المللی فرصت اقتصادی در خارج از کشور را ایجاد کنیم. کاری که کشورهای بزرگ اقتصادی جهان سال‌هاست در حال انجام آن هستند.

وی افزود اگر نگاهی به تولید ناخالص داخلی کشورهای توسعه یافته بی‌اندازیم به راحتی می‌توان به سهم بزرگ فناوری اطلاعات و ارتباطات پی ببریم و این در حالیست که علیرغم دانش فنی سطح بالایی متخصصان ایرانی و هزینه تمام شده توسعه نرم‌افزارها در ایران سهم تولید ناخالص ملی در کشور ما از این حوزه اندک است.

جهانی شدن شرکت محرک توسعه مالی در دنیای جدید است

در ادامه این کنفرانس دکتر محمدرضا کابارن‌زاده به ایراد سخنانی پرداخت و گفت: ما باید با مفاهیم کارآفرینی بین‌المللی بیشتر آشنا شویم چراکه پیش از هر ورودی باید درک صحیحی از آن مفاهیم وجود داشته باشد.

کابارن‌زاده در ادامه گفت: جهانی شدن محرک پیشرفت تکنولوژیک و توسعه مالی در دنیای جدید است که فهم آن تجزیه و تحلیل‌های خاص و تخصصی‌ای از ضرورت‌های آن است.

وی گفت: وقتی ما بخواهیم جهانی شویم باید نرخ توازن‌های بین‌المللی را بشناسیم. همچنین ما برای ورود به یک جامعه و جذب بازار آن باید درکی از نیازهای آن جا و شناختی دقیق در مورد آن بازار دست یابیم.

کابارن‌زاده افزود: مدیران ما متأسفانه محلی فکر می‌کنند و جهانی عملی می‌کنند و از همین روی است که نتیجه‌ای نصیبمان نمی‌شود.

ارائه شش مقاله با موضوعات کارآفرینی بین‌المللی

در ادامه کنفرانس شش مقاله با موضوعات کارآفرینی بین‌المللی توسط پژوهش‌گران عرصه کارآفرینی ارائه شد.

نقش گروه کارآفرین در توسعه کارآفرینی بین‌المللی نوشته محمد امین نژاد، بررسی ابعاد، انواع و ساختار بنگاه در کارآفرینی بین‌المللی نوشته حامد مجتهدی، روابط شبکه و نقش آن در توسعه کارآفرینی بین‌المللی نوشته مهرداد جمالی، محیط کسب و کار و اقتصاد کلان در کارآفرینی بین‌المللی نوشته فاطمه هاشمی، مکانیزم‌های ارزیابی بازارهای هدف در کارآفرینی بین‌المللی نوشته ساناز نبویان و شناخت بازارهای آمیخته با نگاه کارآفرینی بین‌المللی از دکتر محمدی عثمانوندی مقالات ارائه شده در این کنفرانس بوده‌اند.

گفتنی است مدیران و متولیان حوزه توسعه اشتغال، مدیران و کارشناسان بخش دولتی فعال در حوزه توسعه صادرات، مدیران و کارشناسان امور بین‌الملل شرکت‌های خصوصی، تیم‌های کسب و کارهای نوپا، مدیران و کارشناسان شرکت‌های چند ملیتی، مدیران و کارشناسان نمایندگان محصولات بین‌المللی، هولدینگ‌ها و شرکت‌های تامین مالی، بانک‌ها و بیمه‌ها و پژوهش‌گران حوزه کارآفرینی از جمله مخاطبین این کنفرانس بودند.

کنفرانس راهکارهای توسعه کارآفرینی بین‌الملل با توجه به اهمیت و لزوم توسعه فعالیت‌های مرتبط با کارآفرینی بین‌المللی با رویکرد جهانی‌سازی کسب و کار و شرکت‌ها، همراه با ارائه مقالات دانشگاهی، برگزاری کارگاه‌های آموزشی و سخنرانی‌های کاربردی مرتبط پیش رفت و به پایان رسید.

انتهای پیام/