



جلسه ارائه علمی دانشکده مهندسی صنایع

بررسی عوامل مؤثر در فرایند رشد سریع در شرکت‌های کارآفرینی

An investigation into the role of effective factors in the fast growth of entrepreneurial firms

به همراه تحلیل فضای بازاریابی در ایران

ارائه دهنده: سعید میرواحدی

Saeed Mirvahedi

PhD Candidate at University of Canterbury (Management, Marketing and Entrepreneurship), New Zealand

یکشنبه ۹۳/۲/۷، ساعت ۱۳:۳۰ تا ۱۴:۳۰

دانشکده مهندسی صنایع، طبقه چهارم، سالن سمعی بصری

چکیده: این تحقیق با بررسی نقش سه عامل اقبال (serendipity)، امکان‌گرایی (effectuation logic) و بازاریابی کارآفرینانه (entrepreneurial marketing)، مدلی مفهومی برای به تصویر کشیدن فرآیند رشد سریع در شرکت‌های کارآفرینی ارائه می‌نماید. در این تحقیق، چندین مطالعه موردی بر روی شرکت‌های دارای رشد سریع در ایران و نیوزیلند از طریق انجام مصاحبه‌های نیمه ساخت یافته انجام شده و از نتایج آن استفاده شده است. اولین مفهومی که در این مقاله به آن پرداخته می‌شود اقبال است که به معنی اتفاقات خوشایندی است که توسط عواملی چون جستجو، دانش پیشین و احتمالات پشتیبانی می‌شود و با کمک فاکتورهایی چون ارتباطات کاری و شخصی قابل کنترل است. امکان‌گرایی دومین عامل مورد بررسی در این تحقیق است که به استفاده از امکانات موجود برای کارآفرین می‌پردازد. آخرین عامل نیز بازاریابی کارآفرینانه است که با دو مشخصه کارآفرینی-محوری و بازار-محوری امکان حضور موثرتر در بازار را فراهم می‌کند. نقشه‌های علی حاکمی از آن است که اقبال عاملی غیر قابل اجتناب در شرکت‌های رشد سریع است که به صورت غیرمستقیم بر رشد سریع اثر می‌گذارد و دو عامل امکان‌گرایی و بازاریابی کارآفرینانه نقش واسطه در دستیابی به رشد سریع دارند. در نهایت فرآیند استفاده از فرصت‌ها و استراتژی‌های بازاریابی کارآفرینانه مشخص‌کننده میزان دستیابی به رشد سریع خواهد بود.

کلمات کلیدی: رشد سریع، شرکت‌های کارآفرینی، اقبال، امکان‌گرایی و تدبیرگرایی، بازاریابی کارآفرینانه

بیوگرافی: آقای میرواحدی فارغ‌التحصیل رشته مدیریت بازرگانی در مقاطع کارشناسی و کارشناسی ارشد از دانشگاه‌های شهید بهشتی و شاهد است. ایشان از سال ۱۳۸۳ در مرکز مطالعات و برنامه ریزی استراتژیک سایپا شروع به کار نمود و در پروژه‌های تحقیقات بازاریابی این شرکت مشارکت داشت. پروژه‌های کلینیک محصولات جدید در ایران، ونزولا و سوریه از جمله پروژه‌های شاخص ایشان هستند. او از سال ۱۳۸۶ به عنوان مدیر بازاریابی به شرکت پگاه سیستم پیوست و طرح ارتقا برند این شرکت را اجرا نمود. در سال ۱۳۸۷ به عنوان کارشناس ارشد تحقیقات بازاریابی به شرکت TMBA (شرکت مشاوره بازاریابی) پیوست و در سال ۱۳۸۸ مدیریت نمایندگی شمالغرب (تبریز) را بر عهده گرفت. در سال ۱۳۸۹ با اخذ پذیرش و دریافت بورسیه کامل جهت ادامه تحصیل در مقطع دکتری وارد دانشگاه کنتربری نیوزیلند شد و هم‌اکنون در حال انجام تحقیق در زمینه شرکت‌های کارآفرینی و بازاریابی در قالب پایان نامه دکتری است.