

عنوان مقاله:

نقش بازاریابی در کارآفرینی با رویکرد توسعه مالی

محل انتشار:

پنجمین کنگره ملی نقش علوم انسانی در روانشناسی (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسنده:

رضا کبیری - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی (گرایش: بازاریابی)، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

خلاصه مقاله:

چکیده در عصر حاضر، کارآفرینی و کسب و کارهای نوپا، موتور رشد اقتصادی محسوب می شوند و بسیاری از دولت ها اعم از توسعه یافته، در حال توسعه یا توسعه نیافته، افزایش میزان کارآفرینی را در سیاست های کلان خود پیگیری می کنند. امروزه اهمیت نوآوری و بازاریابی به دلیل سود اقتصادی آن است. تامین مالی کارآفرینان در راستای ایجاد نوآوری های فردی و سازمانی بخش مهمی از فرایند نوآوری است. اما اکثر ایده ها که با حمایت نهادهای مربوطه به مرحله تجاری رسیده و آماده ورود و معرفی به بازار شده اند، به علت فقدان سرمایه لازم در این مرحله متوقف یا به طور ناقص پا به عرض رقابت می گذارند. محیط رقابتی جدید و حیاتی بودن استراتژی های کارآفرینی برای موفقیت در رقابت، اقدامات کارآفرینانه و استراتژیک اثربخش را طلب می کند. توسعه مالی، یکی از کلیدهای بالقوه دستیابی به نوآوری است؛ امروزه اهمیت نوآوری به دلیل سود اقتصادی آن است. تامین مالی کارآفرینان در راستای ایجاد نوآوری های فردی و سازمانی بخش مهمی از فرایند نوآوری است. اما اکثر ایده ها که با حمایت نهادهای مربوطه به مرحله تجاری رسیده و آماده ورود و معرفی به بازار شده اند، به علت فقدان سرمایه لازم در این مرحله متوقف یا به طور ناقص پا به عرض رقابت می گذارند. بنابراین بهبود سیستم های مالی و توسعه مالی برای تامین سرمایه لازم و کارا به خصوص برای شروع کار لازم و ضروری است. توجه به این امر و ایجاد بسترهای لازم برای دستیابی به منابع مالی و سرمایه از طریق توسعه مالی در کشورها منجر به رشد نوآوری و اقتصادی جوامع می شود. جدا از نقش مهم توسعه بخش مالی در رشد اقتصادی کشورها، توسعه این بخش برای حمایت از فعالیتهای نوآوری خصوصا از جهت تامین مالی آنها، تخصیص بهینه منابع، توزیع و مدیریت ریسک و شفافیت اطلاعات بسیار لازم و ضروری می نماید.

کلمات کلیدی:

واژه کلیدی: بازاریابی، کارآفرینی، توسعه مالی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1515746>

