

## عنوان مقاله:

شناسایی و ارزیابی فرصت های کارآفرینی در صنعت خودرو مبتنی بر رادار نوآوری (مورد مطالعه شرکت ایران خودرو)

## محل انتشار:

پنجمین کنفرانس ملی پژوهشهای کاربردی در مدیریت و حسابداری (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 36

## نویسندگان:

مهدی حدادی - کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی گرایش سازمانی دانشگاه شاهد، تهران، ایران

سعید صفری - عضو هیات علمی و مدیر گروه مدیریت صنعتی، دانشگاه شاهد، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

تاکنون در خصوص شناسایی فرصت های کارآفرینی در صنعت خودرو مدل جامعی طراحی و ارائه نشده است البته پژوهش هایی در خصوص فرصت های کارآفرینی فناورانه و یا شناسایی فرصت های کارآفرینی در فناوری ساخت و تولید صورت پذیرفته است، لیکن پژوهشی جامع در زنجیره ارزش صنعت خودرو صورت نگرفته است. پژوهش حاضر با هدف طراحی چارچوبی برای شناسایی و ارزیابی فرصت های کارآفرینی در شرکت ایران خودرو انجام شده است. با بررسی ادبیاتو پیشینه تحقیق چارچوب شناسایی فرصت ها مبتنی بر 13 عدد رادار نوآوری و تحلیل کلان روندهای صنعت خودرو طراحی و تعیین شد. سپس به کمک 30 نفر از کارشناسان با حداقل تجربه 10 سال و آشنا به مباحث صنعت خودرو از طریق پرسشنامه ای، فرصت های کارآفرینی شرکت ایران خودرو به کمک روش های آماری و تحلیل پارتو شناسایی گردید. از 63 فرصت شناسایی شده در این مرحله 18 فرصت نهایی شدند. نتایج حاصل از انجام آزمون پایایی به روش محاسبه آلفای کرونباخ 0/853 می باشد. به کمک 30 نفر از خبرگان حوزه ی کارآفرینی و تشخیص فرصت از طریق آزمون تفاوت معناداری یا میانگین و آزمون فریدمن از میان 19 شاخص ارزیابی فرصت تعداد 10 شاخص انتخاب گردید نتایج حاصل از انجام آزمون پایایی به روش محاسبه آلفای کرونباخ 0/932 می باشد. به کمک 15 نفر از خبرگان حوزه ی کارآفرینی و تشخیص فرصت با انجام تکنیک دیمتل فازی ساختار علی و معلولی بین شاخص های ارزیابی فرصت تعیین شد و بر مبنای شاخص حد آستانه شاخص های میزان اقبال بازار، اندازه بازاریابی از اجرای فرصت، امکان بسته شدن پنجره فرصت، میزان بکارگیری فناوری نهایی شدند. با بدست آوردن وزن هریک از شاخص ها به کمک روش تحلیل شبکه ای فازی به کمک 10 نفر از کارشناسان با حداقل تجربه 10 سال و آشنا به مباحث صنعت خودرو و اولویت فرصت های کارآفرینی شرکت ایران خودرو شناسایی گردید. گزینه های دارای اولویت عبارتند از ساختار جدید و منحصر بفرد محصولات، ارائه محصولات و خدمات جدید تر در زمان سریعتر با طراحی و ترکیب امکانات موجود، شناسایی و بهبود ارزش های پیشنهادی در تعامل با شرکا و همکاران، تعامل با مشتری به عنوان راهبرد محوری سازمان و شناسایی و استفاده از کانال ها و شیوه های جدید تامین و توزیع. پایایی حاصل از پرسشنامه سنجش اهمیت نسبی شاخص های ارزیابی فرصت های کارآفرینی برای هر جدول به طور مجزا محاسبه و کمتر از 0/1 می باشد.

## کلمات کلیدی:

شناسایی فرصت کارآفرینانه، شاخص ارزیابی فرصت، رادارنوآوری، تکنیک های تصمیم گیری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/785088>

