



مزایای استفاده از بازاریابی کارآفرینانه برای شرکت های کوچک و نوپا

امین عبدالمحمد سقا

کارشناس ارشد مدیریت رفتار سازمانی، دانشگاه شهید بهشتی

چکیده

هدف کلی این پژوهش تمرکز بر موضوع مزایای استفاده از بازاریابی کارآفرینانه برای شرکت های کوچک و نوپا است. روش تحقیق، مرور و بررسی ادبیات و پیشینه های تحقیقاتی مرتبط به موضوع مورد مطالعه می باشد. با توجه به این موضوع که استفاده از بازاریابی کارآفرینانه برای کسب و کار های کوچک و نوپا اهمیت دارد، مطالعه حاضر بر آن است تا اهمیت بکارگیری بازاریابی کارآفرینانه برای اینگونه کسب و کارها را مورد بررسی قرار دهد. بازاریابی کارآفرینانه، می تواند دیدگاه های مختلف بازاریابی، مدیریت و کارآفرینی را یکپارچه نماید. بر این مبنای، در پژوهش حاضر ابتدا مطالعات پیشین مرتبط با موضوع پژوهش بررسی می شود و در گام بعد به توصیف مفهوم بازاریابی کارآفرینانه می پردازیم و تفاوت بین بازاریابی سنتی و بازاریابی کارآفرینانه را مورد بررسی قرار می دهیم. در انتها نیز بعد از بررسی یافته های موجود در این نوشتار این نتیجه حاصل می شود که مقوله بازاریابی در کسب و کارهای کوچک اگر به صورت اصولی و با استفاده از تکنیک های تاثیرگذار انجام شود، در نهایت حتما منجر به رونق آن کسب و کار و پیشرفت چشمگیری خواهد شد و با وجود آسیب پذیر بودن کسب و کارهای نوپا و کوچک، بازاریابی کارآفرینانه می تواند به پله ی ترقی این کسب و کارها مبدل شود.

واژگان کلیدی: بازاریابی کارآفرینانه، شرکت های کوچک و نوپا، آمیخته بازاریابی