

عنوان مقاله:

نقش میانجی بازاریابی در رابطه بازاریابی کارآفرینانه و عملکرد کسب و کار تولیدفرش دستباف

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، تجارت جهانی، اقتصاد، دارایی و علوم اجتماعی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسنده:

شهدخت رحیم پور - عضو هیئت علمی (مربی) دانشگاه اراک، دانشکده هنر، گروه فرش

خلاصه مقاله:

کارآفرینی در تعامل با بازاریابی، نقشی تعیین کننده در بهبود و ارتقای عملکرد کسب و کارها دارد. هدف از انجام این پژوهش ارزیابی تاثیر گرایش کارآفرینی بر عملکرد کسب و کار تولید فرش با در نظر داشتن نقش میانجی بازاریابی در رابطه بین این دو متغیر است. در این پژوهش کاربردی به کمک ابزار پرسشنامه 38 سوال طراحی و داده های اولیه جمع آوری و به روش توصیفی-علی تحلیل شده است. جامعه آماری پژوهش شامل تولیدکنندگان کسب و کار فرش دستباف در استان فارس است. که با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای و فرمول کوکران، تعداد 100 نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. تجزیه و تحلیل اطلاعات با استفاده از روش معادلات ساختاری صورت پذیرفت. نتایج آزمون فرضیات تحقیق، بر تاثیر بازاریابی بر عملکرد کسب و کار تولید فرش دستباف تایید دارد و بین گرایش کارآفرینی و عملکرد به صورت مستقیم و همین طور بواسطه بازاریابی نیز بین عوامل رابطه معناداری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی کارآفرینانه، عملکرد، تولید فرش دستباف، بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1006733>

