

عنوان مقاله:

بازاریابی شبکه ای و اشتغال جوانان در ایران

محل انتشار:

نهمین کنگره پیشگامان پیشرفت (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

علیرضا نجفی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی شاندریز مشهد

فتانه شهرکی - کارشناسی ارشد زمین شناسی زیست محیطی، دانشگاه فردوسی مشهد

خلاصه مقاله:

با توجه به اینکه مساله بیکاری و اشتغالی جوانان از جمله مسائل مهم در برنامه ریزی های کلان کشور بوده و چالشی بسیار جدی است، برآنیم تا تأثیر فرصت و تجارتی به نام بازاریابی شبکه ای (نتورک مارکتینگ) را با توجه به تأثیرات فراوانی که میتواند در رشد و شکوفایی اقتصادی کشور داشته باشد تا حدودی نیز به رفع معضل بیکاری کمک نموده را معرفی نماییم. چه بسا با بررسی علمی و حمایت بیشتر از جانب دولت راه چاره ای کم هزینه اما سودآور هم در زمینه اشتغال و هم درآمدزایی دولت و افزایش رفاه اجتماعی باشد. چرا که علاوه بر بالا بودن نرخ بیکاری جوانان در مقایسه با بالغین، درحال حاضر درصد زیادی از جمعیت را جوانان تشکیل می دهند. بازاریابی شبکه ای به عنوان تجارتی نوپا با سن قانونی چهار ساله اما موفق در حوزه ایجاد شغل و درآمد در ایران توانسته است در این مدت کم تعداد زیادی از جوانان اعم از مرد و زن را زیر پوشش خود قرار داده و با سرعت زیاد و با صرف کمترین هزینه از سمت دولت برای آنها ایجاد شغل نماید و تا حدودی از میزان بیکاری بکاهد. علاوه بر مبحث ایجاد شغل بازاریابی شبکه توانسته است بر گردش چرخ اقتصاد کشور، افزایش درآمدهای دولت، افزایش تولیدات داخلی و مواردی مشابه تأثیر گذار باشد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی شبکه ای، اشتغال، حمایت دولت، کارآفرینی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/536533>

