

عنوان مقاله:

پایداری کسب و کارهای خرد و دیجیتال مارکتینگ

محل انتشار:

همایش ملی بهبود و بازسازی سازمان و کسب و کار (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسنده:

فرزانه عباسی - کارشناسی ارشد مهندسی مکانیک، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه آزاد نجف آباد، شهر نجف آباد، ایران

خلاصه مقاله:

کسب و کارهای خرد از ارکان مهم اشتغال هر کشور به شمار آمده و در پایداری اقتصادی و رفع معضل بیکاری آن نقش بسیار مهمی را ایفا می نمایند. وزارت صنایع ایران کارگاه های با کمتر از 4 نفرکارکن را خرد و بس-یار کوچک، کارگاه های که بین 9 تا 5 نفر شاغل دارند را بنگاه های کوچک تعریف کرده است. اما این پژوهش نشان داد که نتیجه مدیران کسب و کارهای خرد میبایست با افزایش نوآوری در افراد، ارائه آموزش های مدیریتی لازم جهت پایداری کسب و کارهای خرد، حمایت های گسترده جهت تشویق افراد به خلاقیت و آموزش مهارت های فن-ی جهت راهاندازی کسب و کارهای خرد نوین، زمینه را جهت پایداری کسب و کارهای خرد فراهم سازند. همچنین مشخص گردید که عامل دیجیتال مارکتینگ مهمترین عامل محیطی موثر بر پایداری مشاغل خرد می باشد که در زیرگروه زیرساخت قرار دارد.

کلمات کلیدی:

پایداری کسب و کارهای خرد - دیجیتال مارکتینگ

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1121838>

