

عنوان مقاله:

بررسی و شناسایی عوامل موثر بر شکست تعاونی های دارای برند در خراسان جنوبی

محل انتشار:

نهمین کنفرانس بین المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

عصمت نجفی ارخودی - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بیرجند

مهدی محمودزاده و اشان - استادیار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بیرجند

خلاصه مقاله:

در اقتصادهای جهانی و مدرن جایگاه بخش اقتصادی تعاون بسیار مهم است، این حوزه به واسطه فعالیت در کسب و کارهای کوچک می تواند نقش مهمی در کاهش بیکاری و رونق اقتصادی داشته باشد هدف از این مقاله شناسایی عوامل موثر بر شکست تعاونی های استان خراسان جنوبی با روش پدیدارشناسی می باشد. جامعه آماری تعاونی های غیر فعال در استان خراسان جنوبی که شامل ۶۸۲ تعاونی است و حجم نمونه ما ۳۰ تا از شرکت تعاونی های غیر فعال و خبرگان و کارشناسان اداره تعاون که به روش هدفمند انتخاب شده اند. تحقیق از نوع کیفی و روش تحقیق پدیدارشناسی می باشد. روش گردآوری اطلاعات کتابخانه ای و میدانی می باشد. ابزار گردآوری اطلاعات مصاحبه است. ما بعد از کدگذاری اطلاعات و دسته بندی، آنها را به ۹ بعد تقسیم بندی کردیم و نتایج مصاحبه نشان داد که عوامل ذیل، نبود مهارت «حسابداری و مالی» نبود «عوامل زمینه ای» مناسب، نبود «دانش بازاریابی» و نبود «آموزش» دارای بیشترین تاثیر می باشند.

کلمات کلیدی:

شرکت تعاونی، شکست بازاریابی، تفکر راهبردی، عوامل زمینه ای

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1402299>

