

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر بازاریابی داخلی و گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآورانه کسب و کار

## محل انتشار:

دهمین کنفرانس بین المللی تحقیقات بین رشته ای در مدیریت، حسابداری و اقتصاد در ایران (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

## نویسنده:

علی شرفی بهروز - فارغ التحصیل کارشناسی ارشد دانشگاه صنعتی امیرکبیر

## خلاصه مقاله:

بازاریابی داخلی کوشش شرکت برای دادن آموزش و پاداش و به طور کلی، مدیریت نیروی انسانی برای ارایه خدمات بهتر میباشد و گرایش به کارآفرینی فرایندهای استراتژی را شناسایی می کند که به شرکت کمک می نماید تا به مزیت رقابت دستیابد. هدف اصلی این پژوهش بررسی تاثیر بازاریابی داخلی و گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآورانه کسب و کار است. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش، توصیفی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش شامل مدیران کارشناسان شرکت صنعت خودرو سازی ایران خودرو است. حجم نمونه با استفاده از روش کوکران ۵۰ نفر مشخص شد و ابزار مورد استفاده پرسشنامه است که به صورت تصادفی ساده در بین مشتریان توزیع گردید جهت یافته های پژوهش از نرم افزار SPSS استفاده گردید. نتایج به دست آمده نشان داد بین بازاریابی داخلی، گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآورانه در کسب و کار رابطه معناداری وجود دارد ( $r=0/25$ ,  $p=0/0001$ ) یعنی با بهبود بازاریابی داخلی و گرایش به کارآفرینی، عملکرد نوآورانه در کسب و کار شرکت ها رونق و پیشرفت پیدا می کند.

## کلمات کلیدی:

بازاریابی، بازاریابی داخلی، گرایش به کارآفرینی، عملکرد نوآوری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1777471>

