

## عنوان مقاله:

طراحی مدل ایجاد مزیت رقابتی پایدار از طریق نوآوری بازاریابی و کارآفرینی گرایي و اثرگذاری آن بر عملکرد مالی و غیرمالی (مطالعه موردی: صنعت فرش استان اصفهان)

## محل انتشار:

همایش ملی مدیریت بازرگانی با محوریت: کسب و کارهای کارآفرینانه و اقتصاد دانش بنیان (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

## نویسندگان:

حسین رضایی دولت آبادی - دانشیار و عضو هیئت علمی دانشکده مدیریت دانشگاه اصفهان

زهرالسادات صانعیان - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه اصفهان

## خلاصه مقاله:

امروزه سازمان ها و مدیران آنها برای سازگاری با تغییرات و تحولات جهانی مجبورند راه های نوینی برای اقدامات بیابند تا بتوانند در صحنه رقابت داخلی و جهانی باقی بمانند. سازمانی موفق خواهد بود که بتواند به یک مزیت رقابتی پایدار دست یابد. در این راستا، پژوهش حاضر به طراحی مدل ایجاد مزیت رقابتی پایدار از طریق نوآوری بازاریابی و کارآفرینی گرایي می پردازد و اثرگذاری آن بر عملکرد مالی و غیرمالی را میسنجد. بدین منظور از پرسشنامه استاندارد بر مبنای تقسیم بندی لیکرت استفاده شده است و 110 نفر از صنعتگران صنعت فرش در استان اصفهان مورد سنجش قرار گرفتند. تحلیل اطلاعات بوسیله آمار توصیفی و استنباطی و با استفاده از نرم افزار آماری spp و Amos 20 انجام شده است. نتایج حاکی از آن است که کارآفرین گرایي بر ارتباط بین نوآوری بازاریابی و مزیت رقابتی پایدار مؤثر است و می توان از طریق کارآفرین گرایي این رابطه را بهبود بخشید. همچنین مزیت رقابتی پایدار منجر به بهبود عملکرد مالی و غیرمالی می گردد

## کلمات کلیدی:

نوآوری بازاریابی، کارآفرین گرایي، مزیت رقابتی پایدار، صنعت فرش

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/306759>

