

عنوان مقاله:

شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر عملکرد کسب و کارهای کوچک در مراحل اولیه رشد مورد مطالعه: منتخب کسب و کارهای کوچک شهر اصفهان در صنعت معماری

محل انتشار:

نخستین کنفرانس بین المللی پارادیم های نوین مدیریت هوشمندی تجاری و سازمانی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

محمدحسین مشرف جوادی - استادیار دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان

مائده امینی ولاشانی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه اصفهان

مینا کرمی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه اصفهان

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل موثر بر موفقیت کسب و کارهای کوچک از طریق برند سازی و مدیریت ارتباط با مشتری در شرکتها و کسب و کارهای کوچک شهر اصفهان صورت گرفته است. این تحقیق از جهت هدف کاربردی و از نظر شیوه جمع آوری داده ها توصیفی پیمایشی می باشد. جامعه آماری پژوهش شامل شرکتهای کوچک در صنف معماری، بوده است که حجم نمونه - 106 شرکت کوچک محاسبه شده است. ابزار جمع آوری داده ها، پرسشنامه 32 سوالی محقق ساخته جهت سنجش متغیرهای پژوهش بوده که روایی آن به دو روش محتوا و وسازه و پایایی پرسشنامه با استفاده از روش آلفای کرونباخ 0/90 محاسبه شده است تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS و PLS و به روش معادلات ساختاری انجام شده است. نتایج پژوهش نشان داد که متغیرهای نیروی انسانی ماهر، برندسازی و مدیریت ارتباط با مشتری و نوآوری بر موفقیت کسب و کارهای کوچک موثر و متغیرهای نقدینگی، حمایت موسسات مالی، برنامه ریزی استراتژیک بر موفقیت کسب و کارهای کوچک بی تاثیر بوده است

کلمات کلیدی:

کسب و کار کوچک؛ عوامل زیر ساختی موفقیت؛ برند سازی؛ مدیریت ارتباط با مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/500013>

