

عنوان مقاله:

ارتباط بین کارآفرینی استراتژیک با عملکرد بازاریابی (مطالعه موردی: مدیران کسب و کارهای کوچک و متوسط در شهرستان آمل)

محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

زینت ذکریا نژاد - دانشجوی دکتری مدیریت، واحد قایمشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، قائمشهر، ایران.

اسداله مهرآرا - گروه مدیریت، واحد قایمشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، قائمشهر، ایران.

خلاصه مقاله:

هدف از پژوهش حاضر بررسی ارتباط بین کارآفرینی استراتژیک با عملکرد بازاریابی مدیران کسب و کارهای کوچک و متوسط در شهرستان آمل بود. این تحقیق از لحاظ نتیجه و هدف از نوع تحقیقات کاربردی، از نظر شیوه گردآوری داده ها در زمره تحقیقات همبستگی قرار دارد که به صورت میدانی به اجرا درآمد. جامعه آماری این پژوهش را 200 نفر از مدیران کسب و کارهای کوچک و متوسط شهرستان آمل تشکیل می دهند که از میان آنها 130 مدیر به روش نمونه گیری خوشه ای تصادفی براساس فرمول کوکران انتخاب شده اند. به منظور تجزیه جمع آوری داده ها از پرسشنامه های کارآفرینی استراتژیک شیروکوا (2013) و عملکرد بازاریابی جلودار 1393 استفاده شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی برای به طبقه بندی داده ها و آزمون فرضیه های تحقیق از آزمونهای کولموگروف اسمیرنف، همبستگی پیرسون و رگرسیون در نرم افزار SPSS استفاده شد. نتایج نشان دادند که بین کارآفرینی استراتژیک و ابعاد گرایش کارآفرینانه، ارزش های کارآفرینانه، سرمایه گذاری در منابع داخلی، منابع خارجی، یادگیری سازمانی و تغییرات انتقالی با عملکرد بازاریابی مدیران کسب و کارهای کوچک ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین نتایج رگرسیون نشان داد تحقیق نشان داد که کارآفرینی استراتژیک اثر مثبت و معناداری بر عملکرد بازاریابی دارند. نتایج حاضر مدیران و بازاریابان را به پیاده سازی کارآفرینی استراتژیک که علاوه بر شناسایی و بهره وری از فرصت های بالقوه راه را برای صنعت دستیابی به مزیت رقابتی هموار می سازد، ترغیب کند.

کلمات کلیدی:

کارآفرینی استراتژیک، عملکرد بازاریابی، کسب و کارهای کوچک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/988763>

