

تأثیر بازاریابی اینترنتی بر میزان درآمد شرکتهای صنایع دستی اردبیل

سیمین صفوی^۱، نرمینه حیدرزاده، مبینه حیدرزاده

چکیده

صنایع دستی عامل بسیار مهمی در توسعهی جوامع انسانی است و به نوعی نشانگر آداب و رسوم و سنن آنان است. در سالهای اخیر بازاریابی اینترنتی رونق بسیاری پیدا کرده است و تأثیر آن بر حوزههای مختلف صنایع دستی انکارناپذیر است. مطالعهی حاضر در راستای این هدف شکل گرفته است که تأثیر بازاریابی اینترنتی را بر درآمد شرکتهای صنایع دستی ارزیابی کند. برای گردآوری دادهها از پرسشنامه استفاده شد. شیوه نمونه گیری به صورت احتمالی- تصادفی ساده بوده و اعتبار تحقیق از نوع اعتبار صوری با توافق داوران و متخصصان رشته مدیریت به دست آمده است. جامعه آماری تحقیق حاضر هنرمندان شرکتهای صنایع دستی اردبیل هستند. یافتهها حاکی از آن است که بین متغیرهای ترفیع، تماس یکایک، مبادله و تأمین سفارش با متغیر درآمد رابطهی معناداری وجود دارد.

واژگان کلیدی: بازاریابی اینترنتی، صنایع دستی، درآمد

^۱گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان