

Хамза Салім Храїм

Вплив можливостей динамічного маркетингу на ефективність роботи стартапів: На прикладі бізнес-інкубаторів у Йорданії

Можливості динамічного маркетингу надають стартапам платформу і знання ринку, які дають їм змогу досягати своїх цілей і виживати в конкурентній боротьбі. Метою дослідження є вивчення впливу вимірів можливостей динамічного маркетингу на ефективність роботи стартапів у Йорданії. Це кількісне дослідження використовує анкетування для отримання відповідей від респондентів, які є клієнтами, які користуються послугами бізнес-інкубатора. В онлайн-опитуванні взяли участь 302 підприємців із різних інкубаторів Йорданії. Використовуючи програму SmartPLS версії 4, для вивчення досліджуваної моделі було використано моделювання структурних рівнянь (PLS-SEM). Отримані результати показують, що на ефективність роботи стартапу значний вплив мають можливості динамічного маркетингу ($\beta = 0,937$, $t = 127,2$, $p = >0,00$). Що стосується прийнятності здатності, то обидва параметри виявили значний вплив на ефективність роботи стартапу: потенційна приймальна здатність ($\beta = 0,251$, $t = 7,932$, $p > 0,000$) і реалізована приймальна здатність ($\beta = 0,177$, $t = 5,409$, $p > 0,000$). Щодо управління знаннями, результати для засвоєння знань склали $\beta = 0,360$, $t = 11,089$, $p = > 0,000$, для поширення знань $\beta = 0,102$, $t = 2,367$, $p = > 0,018$ і для сприйнятливості знанням $\beta = 0,318$, $t = 6,852$, $p = >0,000$.

Ключові слова: можливості динамічного маркетингу, стартапи, ефективність, управління знаннями, бізнес-інкубатори, Йорданія

Класифікація JEL: M10, M14



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.