

## عنوان مقاله:

بررسی اثرگذاری قابلیت های نوآوری در بازاریابی بر عملکرد شرکت ها (مطالعه موردی: شرکت های کوچک و متوسط)

## محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت امور مالی، تجارت، بانک، اقتصاد و حسابداری (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسندگان:

حمیدرضا ایزدی - استادیار گروه اقتصاد، دانشکده مدیریت و علوم انسانی، دانشگاه دریاوردی و علوم دریایی چابهار، ایران

رضا ریگی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه بین المللی چابهار، ایران

## خلاصه مقاله:

مقاله حاضر با هدف بررسی اثرگذاری قابلیت های نوآوری در بازاریابی بر عملکرد شرکت های کوچک و متوسط با استفاده از معادلات ساختاری انجام شده است و یک تحقیق کاربردی از روش توصیفی پیمایشی است. بدین منظور جامعه ی آماری این پژوهش مدیران و کارشناسان 8 شرکت تولید مبلمان که تعداد آن ها 180 نفر بود انتخاب شدند و پرسشنامه ای بالغبر 15 سؤالکه روایی آن از طریق تأیید اساتید و نرم افزارهای آماری و پایایی آن نیز از طریق محاسبه ی آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفته است. برای به دست آوردن اطلاعات موردنظر با در نظر گرفتن جدول مورگان بین 118 نفر از افراد جامعه ی آماری به عنوان نمونه توزیع شده است و داده های به دست آمده از طریق نرم افزارهای SPSS و PLS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته اند. نتایج این پژوهش حاکی از این بوده است که قابلیت های نوآوری و بازاریابی بر عملکرد شرکت های مورد مطالعه تأثیر مثبت و معنی دار دارند.

## کلمات کلیدی:

قابلیت های نوآوری، قابلیت های بازاریابی، عملکرد، شرکت های کوچک و متوسط

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1126988>

