

## عنوان مقاله:

تاثیر جهت گیری های کارآفرینانه سازمان و قابلیت های بازاریابی بر عملکرد سازمانی با نقش تعدیل گری شدت رقابت موجود در بازار (مطالعه موردی: شرکت بیمه ایران)

## محل انتشار:

یازدهمین کنگره ملی سراسری فناوریهای نوین در حوزه توسعه پایدار ایران (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

## نویسندگان:

فهیمة جباری - دکتری کارآفرینی بین الملل، گروه کارآفرینی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

احمد پیری - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی، موسسه آموزش عالی سهروردی، قزوین، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش مطالعه تاثیر جهت گیری های کارآفرینانه سازمان و قابلیت های بازاریابی بر عملکرد سازمانی با نقش تعدیل گری شدت رقابت موجود در بازارانجام گردید. مدل مفهومی تحقیق بر مبنای مطالعات نظری و بر مبنای آن، پرسشنامه طراحی شده است. پایایی پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ، در تمامی موارد بزرگتر از ۰/۷ بدست آمد. جامعه آماری این پژوهش مدیران نمایندگی های بیمه ایران در شهر تهران بودند که با توجه به استعلام محقق از شعبه مرکزی بیمه ایران تعداد ۴۳۰۰ نمایندگان فعال و براساس فرمول کوکران ۳۵۲ نمایندگان با روش نمونه گیری در دسترس آسان به عنوان نمونه انتخاب و پرسشنامه در بین آنها توزیع شد. قلمرو زمانی اجرای این پژوهش از نیمه دوم سال ۱۳۹۸ تا نیمه اول سال ۱۳۹۹ بوده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS۲۲ و SmartPLS۳ استفاده شد. جهت بررسی نرمال بودن داده ها از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف، از آزمون تحلیل عاملی تاییدی جهت تایید روایی سوالات و مشخص سازی عوامل کلیدی هر مولفه و از مدلیابی معادلات ساختاری جهت بررسی برازش مدلی پژوهش با داده های جمع آوری شده استفاده شده است. یافته های تحقیق عبارتند از اینکه گرایش کارآفرینانه با عملکرد سازمانی و قابلیت بازاریابی و همچنین قابلیت بازاریابی با عملکرد سازمانی رابطه مستقیم دارند. شدت رقابت تاثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد سازمانی را تعدیل می کند ولی تاثیر آن را بر قابلیت بازاریابی تعدیل نمیکند و براساس نتایج، کلیه فرضیه های پژوهش بجز یک مورد تایید گردید.

## کلمات کلیدی:

جهت گیری های کارآفرینانه سازمان، شدت رقابت، عملکرد سازمانی، قابلیت های بازاریابی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1469860>

