

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر کیفیت رابطه عمودی و افقی بر عملکرد نوآوری با نقش میانجی قابلیت های بازاریابی پویا (مورد مطالعه: شرکت پارس خزر)

## محل انتشار:

یازدهمین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد، حسابداری و بانکداری (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

## نویسنده:

میترا رادمهر - کارشناسی ارشد کارآفرینی-کسب و کار الکترونیک، دانش اه پیا نور مرکز رشت، ایران

## خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر کیفیت رابطه عمودی و افقی بر عملکرد نوآوری با نقش میانجی قابلیت های بازاریابی پویا صورت پذیرفت. این تحقیق به لحاظ روش کمی - پیمایشی و به لحاظ هدف کاربردی می باشد. گردآوری داده ها با استفاده از ابزار پرسشنامه انجام شده است. جامعه آماری تحقیق کلیه مدیران رده های میانی و بالا و کارکنان بخش بازاریابی و فروش شرکت تولیدی لوازم خانگی پارس خزر در شهر رشت می باشد که تعداد آنها در حدود ۱۴۳ نفر بوده است. حجم نمونه نیز با استفاده از فرمول جامعه محدود کوکران برابر ۱۰۴ نفر در نظر گرفته شده است که به شیوه در دسترس نمونه گیری انجام گردیده است. همچنین در راستای تجزیه و تحلیل استنباطی داده ها و جهت آزمون فرضیه ها از روش بررسی معادلات ساختاری بر مبنای حداقل مربعات جزئی و با استفاده از نرم افزار SMART PLS انجام گردیده است. نتایج حاصل از آزمون داده ها نشان داد که کیفیت رابطه عمودی و افقی از طریق قابلیت های بازاریابی پویا بر عملکرد نوآوری شرکت ها تاثیر دارد.

## کلمات کلیدی:

پارس خزر، عملکرد نوآوری، قابلیت های بازاریابی پویا، کیفیت رابطه افقی، کیفیت رابطه عمودی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1492733>

