

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر قابلیت های نوآوری و بازاریابی بر عملکرد شرکت های کوچک و متوسط

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مدیریت در قرن ۲۱ (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

نویسندگان:

نصیبه شمس - دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان

فرشته لطفی زاده - دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان

خلاصه مقاله:

صنایع کوچک و متوسط بنیان اقتصادی و صنعت هر کشور را تشکیل می دهند. در اکثر کشورهای جهان، توسعه صنایع کوچک و متوسط جزء سیاستهای اصلی و اولویت دار دولت ها به شمار می رود و رویکرد ویژه ای به منظور حمایت از ایجاد، رشد و بقای اینگونه واحدها اتخاذ می شود. در پژوهش حاضر، هدف شناسایی عوامل موثر بر عملکرد شرکت های کوچک و متوسط می باشد. روش انجام این پژوهش توصیفی- پیمایشی است. از روش کتابخانه ای در تدوین مبانی نظری و در مرحله بررسی میدانی از پرسشنامه استاندارد (فیرا و همکاران 2013) با اندکی تغییرات استفاده گردیده است. روایی پرسشنامه با استفاده از روش صوری و پایایی بوسیله آزمون آلفای کرونباخ برابر 0.92 و روش اسپلیت هالف برابر 0.995 بدست آمد. جامعه آماری پژوهش کلیه شرکت های کوچک و متوسط موجود در شهرک صنعتی زنجان می باشد که از روش تصادفی ساده و بوسیله فرمول کوکران تعداد نمونه برابر 121 شرکت انتخاب گردید. برای تجزیه و تحلیل داده های گردآوری شده از نرم افزار SPSS استفاده و شاخص های آمار توصیفی و همچنین شاخص های آمار استنباطی ارائه شده است. در تحلیل استنباطی داده ها از آزمون کولموگروف- اسمیرنوف و آزمون همبستگی پیرسون، رگرسیون گام به گام استفاده گردیده است. جهت بررسی متغیرها (بازاریابی، نوآوری، یادگیری و عدم قطعیت) 4 فرضیه مطرح شد که 3 تای آنها تایید و یکی رد شد. نتایج پژوهش نشان می دهد که بین قابلیت نوآوری، بازاریابی، یادگیری (آموزش) و عملکرد شرکت های کوچک و متوسط رابطه معنی داری وجود دارد. از سوی دیگر معادله رگرسیونی بدست آمده در این پژوهش سه متغیر اثرگذار هستند.

کلمات کلیدی:

قابلیت نوآوری، قابلیت بازاریابی، یادگیری (آموزش)، عدم قطعیت، شرکت های کوچک و متوسط

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/311579>

