

## عنوان مقاله:

تاثیر گرایش های استراتژیک بر عملکرد سازمانی با نقش واسطه ای قابلیت های بازاریابی در بین مدیران شرکتهای خدمات آموزشی و پژوهشی شهر بندرعباس

## محل انتشار:

یازدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

## نویسندگان:

شهرزاد احمدی - گروه مدیریت بازرگانی، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران

حمید بابایی میبدی - استادیار گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه میبد

## خلاصه مقاله:

در پژوهش حاضر به بررسی تاثیر گرایش های استراتژیک بر عملکرد سازمانهای خدمات آموزشی و پژوهشی با توجه به نقش قابلیت های بازاریابی پرداخته شده است. این پژوهش با توجه به هدف، از دسته پژوهشهای کاربردی و از نظر روش اجرا، توصیفی-پیمایشی است. پژوهش حاضر از نوع کمی و توسعهای می باشد. پرسشنامه ها به صورت محقق ساخته بوده و جامعه مورد بررسی مدیران شرکتهای خدمات آموزشی و پژوهشی شهر بندرعباس، میباشد. نمونه گیری به صورت تصادفی ساده و تعداد نمونه با استفاده از جدول کرجسی مورگان و فرمول کوکران با ضریب خطای 0,05 درصد برابر با 384 نفر در نظر گرفته می شود. تحلیل و بررسی سوالات پژوهش از طریق مدل سازی معادلات ساختاری محقق گردید. نتایج حاصل از این آزمون نشان داد که با احتمال 95% میتوان ادعا نمود که گرایشهای استراتژیک بر عملکرد سازمانهای خدمات آموزشی و پژوهشی با توجه به نقش واسطه ای قابلیت های بازاریابی تاثیر مثبت داشته و میزان این تاثیر برابر با 0,76 می باشد. این بدان معناست که گرایشهای استراتژیک سازمانهای خدمات آموزشی و پژوهشی بر قابلیت های بازاریابی تاثیر میگذارد و این تاثیر در نهایت بر عملکرد این سازمانها تاثیر دارد و به عبارتی قابلیت های بازاریابی نیز بر عملکرد این سازمانها موثر است.

## کلمات کلیدی:

گرایش های استراتژیک، عملکرد سازمان، قابلیت های بازاریابی، تلاطم بازار، شدت رقابت، عدم تمرکز، سازمان های خدمات آموزشی و پژوهشی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/741562>

