

## عنوان مقاله:

بررسی روابط میان جهت گیری بازار و عملکرد شرکت با نقش میانجی نوآوری تدریجی

## محل انتشار:

پنجمین کنفرانس ملی پژوهشهای کاربردی در مدیریت و حسابداری (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

## نویسنده:

الهام گرشاسبی فرسا - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی بین المللی، موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

امروزه دنیای رقابتی، سازمان ها را جهت بقا و موفقیت به سمت نوآوری سوق داده است. بنابراین، آنها همواره در پیراهن هایی برای کسب مزیت رقابتی و پیروزی در میدان رقابت هستند. جهتگیری بازار و نوآوری از ابزارهای اساسی برایشان اقتصادی و کسب مزیت رقابتی پایدار به شمار میآیند. این پژوهش با هدف مطالعه و بررسی تاثیر جهت گیری بازارواکنشی و بیش فعال بر عملکرد از طریق نقش میانجی نوآوری تدریجی در میان شرکتهای خدماتی انجام پذیرفته است. روش پژوهش، کمی و ابزار گردآوری دادهها پرسشنامه و جامعه آماری شرکتهای خدماتی هستند. برای آزمون فرضیه ها و تایید الگوی مفهومی پژوهش از مدلسازی معادلات ساختاری و نرم افزار لیزرل 8.8 و spss استفاده شده است. تحلیل داده های حاصل از 206 شرکت خدماتی نشان داد که جهت گیری بازار واکنشی و بیش فعال از طریق نوآوری تدریجی بر عملکرد تاثیر مثبت دارند.

## کلمات کلیدی:

جهت گیری بازار واکنشی، جهت گیری بازار بیش فعال، نوآوری تدریجی، عملکرد شرکت

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/784834>

