

## عنوان مقاله:

تاثیر قابلیت های بازاریابی و قابلیت های تحقیق و توسعه بر عملکرد نوآوری شرکت های کوچک و متوسط (SME) (مطالعه موردی: شهرک صنعتی شیراز)

## محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، مهندسی صنایع، اقتصاد و حسابداری (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسنده:

شیمیا شیبانی - کارشناسی ارشد رشته مدیریت اجرایی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بوشهر ایران

## خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش تاثیر قابلیت های بازاریابی و قابلیت های تحقیق و توسعه بر عملکرد نوآوری شرکت های کوچک و متوسط (SME) در شهرک صنعتی شیراز می باشد. روش تحقیق در این پژوهش، توصیفی از نوع پیمایشی می باشد و در این تحقیق از پرسشنامه محقق ساخته در بدست آوردن داده ها استفاده می شود که پرسشنامه فوق دارای 23 سوال می باشد که تاثیر قابلیت های بازاریابی و قابلیت های تحقیق و توسعه بر عملکرد نوآوری شرکت های کوچک و متوسط را مورد ارزیابی قرار می دهد. حجم نمونه در این پژوهش 250 شرکت می باشد که طبق فرمول کوکران مشخص شده است که این تعداد در بین شرکت های شهرک صنعتی مذکور به عنوان نمونه تحقیق توزیع خواهد شد. با توجه به یافته های پژوهش و انجام آزمون های مختلف معلوم شد که بین بازاریابی و قابلیت های تحقیق و توسعه بر عملکرد نوآوری شرکت های کوچک و متوسط (SME) شهرک صنعتی در استان فارس ارتباط وجود دارد و به عبارت دیگر بنگاه های کارآفرین در خصوص تصمیمات بازاریابی خود از سه عنصر آمیخته بازاریابی (شخص، قیمت و محصول) استفاده می کنند.

## کلمات کلیدی:

قابلیت های بازاریابی، تحقیق و توسعه، نوآوری، شرکت های کوچک و متوسط، شهرک صنعتی، بازاریابی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/897529>

