

تاثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد شرکت از طریق قابلیت بازاریابی با نقش تعدیلی منابع بازاریابی

دکتر نادر بهلولی

استادیار گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بناب، بناب، ایران، (نویسنده مسئول)
na_bohlooli@yahoo.com

دکتر حسین جباری خامنه‌ای

دانشیار، دانشکده ریاضی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران
h_jabbari@tabrizu.ac.ir

علی تیرآبادی

کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی - بازاریابی، موسسه آموزش عالی میزان، تبریز، ایران
Alextab2687@yahoo.com

پیمان تیرآبادی

دانشجوی دکتری مدیریت دولتی - منابع انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تبریز، تبریز، ایران
Peyman_tirabadi@yahoo.com

شماره ۵ / زمستان ۱۳۹۷ (جلد دوم) / صص ۴۱-۶۲
چشم انداز حسابداری و مدیریت (سال اول)

چکیده

این تحقیق با در نظر گرفتن اثرات تعدیلی و میانجی به صورت توأم، یک درک جامع‌تر از رابطه گرایش کارآفرینانه و عملکرد ارائه می‌دهد که نقش میانجی قابلیت بازاریابی و نقش تعدیل کننده منابع بازاریابی را برجسته می‌کند. بدین منظور داده‌ها از طریق پرسشنامه از ۷۱ شرکت مستقر در پارک علم و فن آوری استان آذربایجان شرقی جمع‌آوری شد. نتایج داده‌های آماری و مدل‌سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار SPSS و SmartPLS نشان داد که ابعاد پیشگامی، نوآوری، ریسک‌پذیری و استقلال‌طلبی از گرایش کارآفرینانه به صورت مستقیم بر قابلیت بازاریابی و از آن طریق بر عملکرد شرکت تاثیر دارند ولی تاثیر بعد رقابت تهاجمی بر قابلیت بازاریابی و از آن طریق بر عملکرد شرکت تایید نشد. همچنین نتایج نشان داد که متغیر منابع بازاریابی در رابطه غیر مستقیم گرایش کارآفرینانه و عملکرد شرکت از طریق قابلیت بازاریابی، نقش تعدیل کننده دارد به این شکل که تاثیر غیر مستقیم گرایش کارآفرینانه از طریق قابلیت بازاریابی بر عملکرد شرکت در مقادیر بالای مقدار تعدیلی (منابع بازاریابی) قوی‌تر از تاثیر غیر مستقیم آن در مقادیر پایین مقدار تعدیلی (منابع بازاریابی) است. براساس نتایج حاصل از این تحقیق شرکت‌ها می‌توانند از طریق گرایش به فعالیت‌های کارآفرینانه و با انتخاب استراتژی مناسب و اتخاذ بخشی از منابع خود به منابع بازاریابی به عملکرد برتر دست یابند.
واژگان کلیدی: گرایش کارآفرینانه، قابلیت بازاریابی، منابع بازاریابی.

مقدمه

بررسی ادبیات یافته‌های متفاوتی را در ارتباط بین گرایش کارآفرینانه و عملکرد شرکت نشان می‌دهد. برخی از مطالعات وجود یک ارتباط مثبت یا منفی و برخی دیگر یک رابطه غیرمعمول بین آن‌ها را گزارش کرده‌اند (راچ^۱ و همکاران، ۲۰۰۹). این یافته‌های متناقض نشان می‌دهد که رابطه بین گرایش کارآفرینانه و عملکرد شرکت صرفاً یک رابطه ساده نیست. بررسی ادبیات نشان می‌دهد که در بررسی رابطه گرایش کارآفرینانه با عملکرد از دو رویکرد متمایز استفاده شده است. رویکرد نخست، بررسی تاثیرات احتمالی متغیرهای محیطی بر رابطه گرایش کارآفرینانه و عملکرد است (کوپن و لامپکین^۲، ۲۰۱۱)، بر این اساس در مطالعات مختلف، تاثیر متغیرهای تعدیلی مختلف در رابطه بین گرایش کارآفرینانه و

¹ Rauch

² Covin and Lumpkin