

بررسی تاثیر جهت گیری کارآفرینی بر قابلیت بازاریابی و عملکرد با نقش تعدیل گر شدت رقابت

(مورد مطالعه: شرکت های کوچک و متوسط شهر اهواز)

سولماز بهداروند^۱ و غلامعلی مسرور^{*}

۱- گروه مدیریت، واحد امیدیه، دانشگاه آزاد اسلامی، امیدیه، ایران

خلاصه

هدف پژوهش حاضر، بررسی تاثیر جهت گیری کارآفرینی بر قابلیت بازاریابی و عملکرد با نقش تعدیل گر شدت رقابت در شرکت های کوچک و متوسط شهر اهواز است. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از جهت روش گرد آوری داده ها، توصیفی و به طور مشخص ترکیبی از نوع توصیفی- پیمایشی و از نظر نوع داده ها کمی است. به منظور جمع آوری داده های پژوهش پرسشنامه استاندارد برگرفته از مطالعات مارتین (۲۰۱۵) و مشتمل بر ۳۳ سؤال بر اساس طیف لیکرت طراحی شد. جامعه آماری این پژوهش شامل مدیران و کارشناسان شرکت های کوچک و متوسط شهر اهواز است که تعداد آنها ۳۵۶ نفر می باشند، چون جامعه آماری (مدیران و کارشناسان شرکت های کوچک و متوسط شهر اهواز) تحقیق، جامعه ای محدود است، لذا در این تحقیق از روش نمونه گیری گیری تصادفی ساده و فرمول کوکران (جامعه محدود) برای نمونه گیری استفاده شده و تعداد ۱۸۵ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. برای تعیین روایی صوری پرسشنامه نظرات چندین نفر از استادان متخصص در این زمینه جمع آوری و بعد از انجام آخرین اصلاحات در متن پرسشنامه، شکل نهایی پرسشنامه تدوین گردید. پایایی این پرسشنامه به روش آلفای کرونباخ و با مقدار ۰,۷۶۸ مورد تأیید قرار گرفت. نتایج به دست آمده از آزمون فرضیه های پژوهش نشان دهنده تایید ۲ فرضیه اصلی و ۳ فرضیه فرعی می باشد برای آزمون فرضیه ها از ضریب رگرسیون استفاده شد. بنابراین می توان اذعان نمود که در شرکت های کوچک و متوسط شهر اهواز جهت گیری کارآفرینی و قابلیت بازاریابی با نقش تعدیل گر شدت رقابت بر عملکرد سازمان تاثیر مثبت و معنا داری دارد.

کلمات کلیدی: جهت گیری کارآفرینی، قابلیت بازاریابی، عملکرد سازمان، شدت رقابت

* Corresponding author: غلامعلی مسرور، گروه مدیریت، واحد امیدیه، دانشگاه آزاد اسلامی، امیدیه، ایران
Email: massroor_prf@yahoo.com