

چکیده

در این تحقیق، هدف بررسی تاثیر قابلیت های بازاریابی و عملیاتی بر عملکرد مالی شرکت های کوچک و متوسط استان گیلان می باشد. پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش گردآوری داده ها به صورت توصیفی - پیمایشی می باشد. داده ها توسط پرسشنامه گردآوری شده است و جهت تجزیه و تحلیل از نرم افزار spss , lisrel استفاده گردیده است. . جامعه آماری تحقیق مدیران و کارشناسان ارشد شرکت ها می باشند. بدین منظور تعداد ۳۰۰ پرسشنامه توزیع گردید و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. میزان آلفای کرونباخ ۰/۹۱۵ بوده که نشان دهنده پایایی مناسب پرسشنامه می باشد. نتایج حاکی از آن است، قابلیت بازاریابی، قابلیت عملیاتی، قابلیت محیط خرد، قابلیت محیط کلان بر عملکرد مالی شرکت های کوچک و متوسط مؤثر است، که میزان تاثیر این قابلیت ها بر عملکرد مالی به ترتیب : قابلیت بازاریابی، قابلیت عملیاتی، قابلیت محیط کلان و محیط خرد می باشد و همچنین میزان تاثیر قابلیت بازاریابی بر قابلیت عملیاتی شرکت های کوچک و متوسط ۰.۷۳ می باشد.

کلمات کلیدی: قابلیت بازاریابی، قابلیت عملیاتی، قابلیت محیطی خرد، قابلیت محیط کلان، شرکت های کوچک و متوسط