

چکیده

بسیاری از محققان استدلال می‌کنند که توانایی شرکت برای بکارگیری منابع می‌تواند بسیاری از تمایزهای عملکرد شرکت را نشان دهد. به این ترتیب شرکت‌هایی که قابلیت برتر برای توسعه دارند و قادر باشند به عملکرد برتر در بازارهای ویژه دست یابند بسیار مهم است. هدف اصلی تحقیق حاضر، بررسی اثرگذاری قابلیت بازاریابی، نوآوری و یادگیری با توجه به نقش نااطمینانی بازار و نااطمینانی تکنولوژیکی بر بهبود عملکرد شرکت‌ها است. از این رو داده‌های ۳۵۴ شرکت با ابزار پرسشنامه و با روش غیراحتمالی در دسترس جمع‌آوری شده است. جهت آزمون فرضیه‌ها، از تکنیک معادلات ساختاری استفاده شده است. نتایج حاصل نشان داده است که قابلیت نوآوری دارای بیشترین میانگین و قابلیت یادگیری دارای کمترین پراکندگی است. همچنین هیچ یک از متغیرها در وضعیت مطلوب قرار ندارد و همگی از توزیع نرمال پیروی می‌کنند. همچنین قابلیت بازاریابی، قابلیت نوآوری و قابلیت یادگیری با توجه به نااطمینانی بازار و تکنولوژیکی بر عملکرد شرکت تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

کلمات کلیدی: قابلیت بازاریابی، قابلیت نوآوری، قابلیت یادگیری، عملکرد شرکت، نااطمینانی بازار، نااطمینانی تکنولوژیکی.