

## چکیده

هدف اصلی این تحقیق بررسی تاثیر بازاریابی بر عملکرد شرکت های کوچک و متوسط استان گیلان از طریق قابلیت های بازاریابی و مزیت رقابتی می باشد. این تحقیق به لحاظ هدف کاربردی و از نوع تحقیقات توصیفی همبستگی می باشد. جامعه آماری این تحقیق شامل همه شرکت های کوچک و متوسط استان گیلان می باشد. تعداد کل شرکت های کوچک و متوسط استان گیلان ۸۲۷ شرکت می باشد. که برای این تعداد برابر جدول مورگان حجم نمونه برابر ۲۶۳ شرکت برآورد شده است. در این پژوهش از روش نمونه گیری خوشه ای برای جمع آوری داده های تحقیق استفاده شده است. در این پژوهش ابزاری که با آن به سنجش و اندازه گیری متغیرهای مورد نظر پرداخته شده است پرسشنامه استاندارد مورای و همکاران می باشد. برای تجزیه و تحلیل داده های این تحقیق از نرم افزار SPSS در بخش آمار توصیفی و از نرم افزار LISREL برای تجزیه و تحلیل آمار استنباطی استفاده شده است. نتایج بدست آمده از آزمون فرضیات بیانگر این است که میزان تاثیر بازاریابی بر قابلیت های بازاریابی شرکت های کوچک و متوسط استان گیلان (۰/۸۷)، میزان تاثیر قابلیت های بازاریابی بر مزیت رقابتی شرکت های کوچک و متوسط استان گیلان (۰/۷۶) و میزان تاثیر مزیت رقابتی بر عملکرد شرکت های کوچک و متوسط استان گیلان (۰/۱۴) می باشد.

کلمات کلیدی: بازاریابی، مزیت رقابتی، عملکرد، قابلیت های بازاریابی