

تبیین تاثیر قابلیت های بازاریابی بر عملکرد بازار شرکت با توجه به نقش تعدیلگری استراتژی های رقابتی (مورد مطالعه: بیمه معلم استان گیلان)

بهاره اولیاء*, حمید فتوحی,

1396-06-21

تحقیق حاضر، با هدف تبیین تاثیر قابلیت های بازاریابی بر عملکرد بازار شرکت با توجه به نقش تعدیلگری استراتژی های رقابتی (مورد مطالعه: بیمه معلم استان گیلان)، انجام شد. پژوهش حاضر از حیث هدف کاربردی، از نظر ماهیت، توصیفی- علی و مبتنی بر معادلات ساختاری محسوب می گردد. جامعه آماری پژوهش نمایندگی های شرکت بیمه معلم در استان گیلان می باشند که تعداد 44 نمایندگی با استفاده از فرمول نمونه گیری کوکران تعیین و به روش تصادفی ساده به عنوان نمونه برای پژوهش انتخاب شدند. ابزارگردآوری اطلاعات در پژوهش حاضر پرسشنامه ی مرجع است که در میان مدیران و معاونین 44 شرکت انتخابی توزیع گردید. در این پژوهش به منظور آزمون فرضیات از نرم افزار های های قابلیت که دادند نشان فرضیات آزمون از حاصل نتایج، شده گرفته بهره smart pls 2 و SPSS 20 بازاریابی تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد بازار شرکت بیمه معلم دارند. نتایج همچنین نشان دادند که بازارگرایی، استراتژی تمایز، استراتژی رقابتی و نیز قدرت سازمانی، ارتباط تاثیر قابلیت های بازاریابی بر عملکرد بازار شرکت را تعدیل می کنند. کلمات کلیدی:

کلمات کلیدی : قابلیت های بازاریابی، بازارگرایی، استراتژی تمایز، استراتژی رهبری هزینه، قدرت سازمانی و عملکرد بازار

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)