

بررسی تأثیر آشفته‌گی محیطی و قابلیت‌های پویا بر مزیت پایدار با توجه به نقش میانجی بازاریابی کارآفرینانه در شرکت کاله

مینا خدایاری^{۱*}

معصومه غمخواری^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۵/۰۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۰/۰۶/۰۱

چکیده

پژوهش حاضر به بررسی تأثیر آشفته‌گی محیطی و قابلیت‌های پویا بر مزیت پایدار با توجه به نقش میانجی بازاریابی کارآفرینانه در شرکت کاله پرداخته است. روش تحقیق مورد استفاده از نوع توصیفی، پیمایشی می‌باشد. همچنین جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه مدیران بخشهای مختلف شرکت کاله شهر تهران می‌باشند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۸۲ نفر تعیین گردید و روش نمونه‌گیری پژوهش حاضر تصادفی ساده می‌باشد. داده‌های تحقیق با روش کتابخانه‌ای و میدانی گردآوری شده و ابزار مورد استفاده پرسشنامه بوده است. پایایی پرسشنامه‌ها با استفاده از روش آلفای کرونباخ ۰.۸۸۹ و روایی نیز با روش محتوایی مورد تأیید قرار گرفته‌اند. بعلاوه، اطلاعات پژوهش به کمک نرم افزار SMARTPLS و با استفاده از آزمونهای آماری، توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج این تحقیق حاکی از آن است که آشفته‌گی محیطی بر مزیت رقابتی پایدار و بازاریابی کارآفرینانه تأثیر مثبت و معناداری داشته است. همچنین نتایج نشان داد قابلیت پویا بر مزیت رقابتی پایدار و بازاریابی کارآفرینانه تأثیر مثبت و معناداری دارد. بازاریابی کارآفرینانه نیز بر مزیت رقابتی پایدار تأثیر مثبت و معناداری داشته است. بعلاوه نتایج نشان داد آشفته‌گی محیطی و قابلیت پویا از طریق نقش میانجی بازاریابی کارآفرینانه بر مزیت رقابتی پایدار تأثیر مثبت داشته‌اند.

واژگان کلیدی

آشفته‌گی محیطی، قابلیت‌های پویا، مزیت پایدار، بازاریابی کارآفرینانه، شرکت کاله

^۱ کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، واحد شهر ری، ایران. (mj.khodayari@gmail.com)

^۲ دکتری، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، ایران. (Masomeh.ghamkhari@gmail.com)