



پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد: فرزاد قادری، ۱۳۹۸

چابکی بازار یابی، قابلیت نوآوری و عملکرد مالی با نقش تعدیلگر آشفستگی بازار

این پژوهش با هدف بررسی چابکی بازاریابی، قابلیت نوآوری و عملکرد مالی با نقش تعدیلگر آشفستگی بازار صورت گرفت. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش و ماهیت توصیفی پیمایشی از نوع همبستگی بود. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارکنان شرکت کابل خودرو سبزوار به تعداد 113 نفر بود که به روش سرشماری تمامی 113 نفر انتخاب شدند. در پژوهش حاضر برای گردآوری داده‌های از پرسشنامه برگرفته از تحقیق ژو و همکاران (2018) «استفاده خواهد گردید. از اینرو در تحقیق حاضر از پرسشنامه 34 سوالی استفاده شده است. پایایی پرسشنامه مذکور به روش آلفای کرونباخ برای کل سوالات 0/858 بدست آمد و روایی محتوای پرسشنامه نیز مورد تایید استاد راهنما قرار گرفت. داده‌های به دست آمده با روش‌های آمار توصیفی (میانگین، درصد و شکل) و آمار استنباطی (روش معادلات ساختاری) تجزیه و تحلیل شد. نتایج نشان چابکی بازاریابی، قابلیت نوآوری و عملکرد مالی با نقش تعدیلگر آشفستگی بازار تاثیر معناداری دارد از طرفی فرضیه‌های تحقیق مورد تایید قرار گرفت.

کلیدواژه‌ها: چابکی بازاریابی، قابلیت نوآوری، عملکرد مالی، آشفستگی بازار

شماره‌ی پایان‌نامه: ۱۲۷۲۱۲۷۰۹۷۲۰۰۱

تاریخ دفاع: ۱۳۹۸/۰۶/۲۰

رشته‌ی تحصیلی: مدیریت بازرگانی - مدیریت مالی

دانشکده: علوم انسانی

استاد راهنما: دکتر یوسف رمضانی

M.A. Thesis:

Agility of marketing, innovation and financial performance with the role of moderating market turmoil

The purpose of this study was to investigate the marketing agility, innovation capability and financial performance with moderating role of market confusion. This research was applied in terms of purpose and in terms of descriptive-correlational method and nature. The statistical population of the study consisted of all employees of Sabzevar Cable Company of 113 who were selected through census method. The present study will use a questionnaire extracted from Zhou et al. (2018) questionnaire to collect data. Therefore, 34 questions were used in the present study. The reliability of the questionnaire was calculated by Cronbach's alpha for the total of 0.858 questions and the validity of the questionnaire content was confirmed by the supervisor. The obtained data were analyzed using descriptive statistics (mean, percentage and figure) and inferential statistics (structural



equation method). The results show that marketing agility, innovation capability and financial performance have a significant effect on the moderating role of market distress. The research hypotheses were confirmed