

## طراحی مدل مزیت رقابتی براساس کارآفرینی با تاکید بر قابلیت های نوآورانه (مطالعه موردی بیمه سامان)

عبدالحمید صفایی<sup>۱</sup>، عبدالحسین کریمپور<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، شعبه هرمزگان، ایران

<sup>۲</sup> استادیار بخش مدیریت، دانشکده مدیریت، اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران

### چکیده

هدف از انجام این تحقیق توسعه مدل مزیت رقابتی پایدار در بازار بر مبنای کارآفرینی و با توجه به نقش میانجیگری قابلیت های بازاریابی و نوآورانه است که با نظرسنجی از مدیران، کارشناسان و کارکنان سازمان بیمه سامان و استفاده از روش تحقیق توصیفی-استنباطی انجام پذیرفته است. پژوهش حاضر از نوع تحقیق کاربردی است و با توجه به اهداف تحقیق اطلاعات لازم از طریق توزیع پرسشنامه بوده است. تمامی متغیرهای پژوهش دارای پایایی قابل قبول هستند هشت فرضیه در این پژوهش مورد تأیید قرار گرفت. یافته های حاصل از تحقیق نشان داد که کارآفرینی بر قابلیت های بازاریابی تأثیرگذار است و وجود رابطه کارآفرینی با قابلیت های بازاریابی تأیید شد. همچنین نتایج نشان داد که کارآفرینی با قابلیت نوآوری تأثیرگذار است و در سطح ۹۹ درصد می باشد وجود تأثیر کارآفرینی بر قابلیت نوآوری تأیید شد و بین کارآفرینی و قابلیت های نوآورانه با اطمینان ۹۹ درصد تأیید شده است و نیز نشان داد کارآفرینی با مزیت رقابتی پایدار رابطه دارد و نتایج بررسی رابطه بین قابلیت های بازاریابی و قابلیت نوآوری تأثیرگذار است و دیگر اینکه قابلیت های بازاریابی بر مزیت رقابتی پایدار تأثیرگذار است.

**واژه های کلیدی:** کارآفرینی، قابلیت های بازاریابی، قابلیت های نوآورانه و مزیت رقابتی پایدار

مطالعات مدیریت و کارآفرینی

دوره ۵، شماره ۱، بهار ۱۳۹۸، صفحات ۳۳۰ - ۳۴۲