

عنوان مقاله:

نقش شبکه های اجتماعی زنان کارآفرین بر انگیزش شغلی: نقش میانجی هوشیاری کارآفرینانه

محل انتشار:

فصلنامه زن و فرهنگ، دوره 9، شماره 34 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

پروانه گلرد - دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، گروه مدیریت دولتی، تهران، ایران.

الهه عسگری - دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، گروه مدیریت بازرگانی، تهران، ایران.

مریم حسینی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، گروه مدیریت بازرگانی، تهران، ایران.

عامر دهقان نجم آبادی - دانشگاه تهران، گروه کارآفرینی، تهران، ایران.

خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر بررسی نقش شبکه های اجتماعی زنان کارآفرین بر انگیزش شغلی با در نظر گرفتن نقش میانجی هوشیاری کارآفرینانه بوده است. جامعه آماری پژوهش شامل 148 نفر از زنان کارآفرین منتخب صاحب کسب و کار در سیزدهمین همایش توسعه کارآفرینی زنان ایرانی می باشند و با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده 106 نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب گردیدند. از لحاظ هدف، پژوهش از نوع کاربردی و از نظر روش جمع آوری داده ها از نوع توصیفی-پیمایشی است. داده های لازم از طریق پرسشنامه های استاندارد جمع آوری شده است. تجزیه و تحلیل اطلاعات با استفاده از روش مدل سازی معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی استفاده شد. نتایج پژوهش بیانگر نقش مثبت و معنادار شبکه های اجتماعی زنان کارآفرین بر هوشیاری کارآفرینانه و انگیزش شغلی آن ها می باشد. همچنین نتیجه گرفته شد که شبکه های اجتماعی زنان کارآفرین نقش غیرمستقیم بر انگیزش شغلی از طریق متغیر میانجی هوشیاری کارآفرینانه دارد. با توجه به رابطه شبکه های اجتماعی زنان کارآفرین بر انگیزش شغلی، می توان بیان کرد که ارتباطات گسترده و موثر زنان از طریق شبکه های اجتماعی می تواند به انگیزه بالاتر و در نهایت عملکرد بهتر آنها در زمینه کسب و کار منجر شود.

کلمات کلیدی:

شبکه های اجتماعی زنان کارآفرین، انگیزش شغلی، هوشیاری کارآفرینانه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1023570>

