

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر جهت گیری های کارآفرینی، بازار و مدیریت دانش بر خلق مزیت رقابتی پایدار با تاکید بر نقش میانجی تولیدات پاک (مورد مطالعه: شرکت های کوچک و متوسط صنایع غذایی استان قزوین)

## محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد، حسابداری و بانکداری (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 30

## نویسندگان:

علیرضا امین خاکی - استادیار گروه اقتصاد دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین

سیده فاطمه آصف الحسینی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بیمه دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین

## خلاصه مقاله:

هدف اصلی این تحقیق تعیین تأثیر جهت گیری های کارآفرینی، بازار و مدیریت دانش بر خلق مزیت رقابتی پایدار با تاکید بر نقش میانجی تولیدات پاک است. روش تحقیق در این پژوهش از نوع همبستگی و توصیفی است. همچنین می توان این تحقیق را از نظر هدف در گروه تحقیقات کاربردی دانست. در این تحقیق به منظور سنجش متغیرهای تحقیق در بخش میدانی از ابزار پرسشنامه استفاده شده. این پرسشنامه ها در قالب طیف لیکرت ارائه می شود. در این تحقیق از آمار استنباطی و توصیفی استفاده شده است. در بخش آمار توصیفی از نرم افزار SPSS و به منظور انجام تجزیه و تحلیل های مورد نظر و تایید یا رد فرضیه های تحقیق از نرم افزارهای smartPLS استفاده شده است. در تعیین روایی پرسشنامه، تأکید پژوهشگر بیشتر به روایی محتوایی و سازه بوده است. برای تعیین پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ در نرم افزار SPSS استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق را شرکت های کوچک و متوسط صنایع غذایی استان قزوین تشکیل می دهند. که به نمایندگی هر شرکت مدیران ارشد آن جهت تکمیل پرسشنامه استفاده شده است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران 138 نفر تعیین شد. روش نمونه گیری در این پژوهش، به صورت تصادفی ساده بود. در تحلیل نتایج تحقیق با توجه به ضرایب مسیر، پنج فرضیه تحقیق مورد تایید قرار گرفت و دو فرضیه رد شدند. نتایج نشان می دهد جهت گیری های کارآفرینی و بازار تاثیر مثبت و معنی داری بر خلق مزیت رقابتی پایدار دارند و تولیدات پاک می تواند در این رابطه نقش میانجی داشته باشد. اما تاثیر جهت گیری مدیریت دانش بر مزیت رقابتی پایدار از نظر آماری معنی دار نیست. بنابراین شرکت های کوچک و متوسط صنایع غذایی می توانند با گرایش کارآفرینانه و بازار گرایی و توأم با تولیدات منطبق با حفظ محیط زیست ضمن بهبود عملکرد خود مزیت رقابتی پایدار خلق نمایند.

## کلمات کلیدی:

جهت گیری کارآفرینی، جهت گیری بازار، جهت گیری مدیریت دانش، مزیت رقابتی پایدار، تولیدات پاک

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1119630>

