

عنوان مقاله:

ارزیابی تاثیر جهت گیری بازار، قابلیت شبکه و گرایش کارآفرینانه بر عملکرد بین المللی شرکت ها

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی تحقیقات بین رشته ای در مدیریت، حسابداری و اقتصاد در ایران (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسنده:

پریسا خداداد گندشمین - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال

خلاصه مقاله:

با توجه به تغییرات سریع محیطی و تشدید فضای رقابتی، نیاز به کسب مزیت رقابتی، تجدید منابع ارزشمند سازمان در جهت تداوم حیات سازمان و تأثیر بر این تغییرات امری ضروری است. تئوری رشد جدید با تأکید آن بر دانش به عنوان یک عامل عمده تأثیرگذار بر رشد اقتصادی نقش کارآفرینی را در سالهای اخیر برجسته نموده است. تحقیق حاضر یک تحقیق توصیفی از نوع همبستگی و از لحاظ هدف کاربردی است. جامعه آماری مورد مطالعه در تحقیق حاضر مدیران شرکت ایران خودرو میباشند که تعداد آن ها بر اساس برآورد محقق محدود به 100 نفر میباشد و با توجه به کوچک بودن جامعه از روش نمونه گیری تمام شمار استفاده می شود. و ابزار جمع آوری داده ها پرسشنامه بوده که پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ محاسبه گردید. پس از جمع آوری داده ها تحلیل آماری شامل آمار توصیفی و آمار استنباطی صورت گرفت. نتایج نشان داد که گرایش کارآفرینی بر جهتگیری بازار، عملکرد بین المللی و قابلیت شبکه تاثیر مثبت دارد. همچنین جهت گیری بازار و قابلیت شبکه بر عملکرد بین المللی تاثیر مثبت دارد.

کلمات کلیدی:

گرایش کارآفرینی، جهت گیری بازار، عملکرد بین المللی، قابلیت شبکه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1157850>

