

عنوان مقاله:

بررسی تأثیر جهت گیری کارآفرینانه بر عملکرد کسب و کار با توجه به نقش میانجی قابلیت های مدیریتی و جهت گیری بازار؛ شرکت ایران خودرو

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی مطالعات نوین مدیریت و حسابداری در ایران (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

امیرھوشنگ تاجفر - استاد دانشگاه پیام نور

مریم خدادادی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور

خلاصه مقاله:

شرکت ها می توانند به کمک جهت گیری کارآفرینانه و جهت گیری بازار و نیز افزایش مهارت های مدیران درجهت بهبود عملکرد کسب و کار خود گام بردارند. هدف از پژوهش حاضر بررسی تأثیر جهت گیری کارآفرینانه بر عملکرد کسب و کار با توجه به نقش میانجی قابلیت های مدیریتی و جهت گیری بازار در شرکتایران خودرو می باشد. روش تحقیق این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت از نوع تحقیقاتتوصیفی پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش حاضر مدیران و کارکنان شرکت ایران خودرو می باشد. در اینتحقیق از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده گردید و حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران 384 نفردر نظر گرفته شد. برای گردآوری داده ها از پرسشنامه استاندارد استفاده شد و روایی و پایایی آن پیش ازتوزیع نهایی مورد تأیید قرار گرفت. در این تحقیق برای تجزیه و تحلیل داده های گردآوری شده از نرم افزارSmart PLS استفاده شد. نتایج به دست آمده مؤید آن است که جهت گیری کارآفرینانه بر قابلیت هایمدیریتی و جهت گیری بازار تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین جهت گیری کارآفرینانه، قابلیت هایمدیریتی و جهت گیری بازار بر عملکرد کسب و کار تأثیر مثبت و معناداری دارند. در نهایت نقش میانجیقابلیت های مدیریتی در رابطه بین جهت گیری کارآفرینانه و عملکرد کسب و کار و نقش میانجی جهت گیریبازار در رابطه بین جهت گیری کارآفرینانه و عملکرد کسب و کار به اثبات رسید.

کلمات کلیدی:

جهت گیری کارآفرینانه، قابلیت های مدیریتی، جهت گیری بازار، عملکرد کسب و کار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1169556>

