

عنوان مقاله:

تاثیر جهت گیری کارآفرینی بر ارزش درک شده تامین کنندگان و عملکرد بازار از طریق رضایت متقابل، درک متقابل و هماهنگی روابط (مطالعه موردی شرکت ایران ترانسفو و شرکت های اقماری)

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس بین المللی پژوهشهای نوین حسابداری، مدیریت و علوم انسانی در هزاره سوم (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

محمد محمدی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی-بازرگانی داخلی، گروه مدیریت بازرگانی، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران

فیروزه حاجی علی اکبری - گروه مدیریت بازرگانی، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش بررسی تاثیر جهت گیری کارآفرینی بر ارزش درک شده تامین کنندگان و عملکرد بازار از طریق رضایت متقابل، درک متقابل و هماهنگی روابط در شرکت ایران ترانسفو و شرکتهای اقماری می باشد. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نوع توصیفی-تحلیلی، به شیوه پیمایشی با رویکرد -علی است. جامعه آماری پژوهش حاضر، شامل کارکنان ایران ترانسفو و شرکتهای اقماری می باشد که نمونه آماری ۲۴۸ نفر است که با استفاده از فرمول کوکران و به روش تصادفی ساده انتخاب شده است. ابزار گردآوری داده های اولیه پرسشنامه استاندارد نیو و همکاران (۲۰۲۰)، می باشد و روایی به شکل صوری و روش تحلیل عاملی (با شاخص $KMO = 0/901$) و همچنین پایایی آنها با گزارش ضریب آلفای کرونباخ کل ($0/924$) مورد تایید قرار گرفت. در تحلیل داده ها از روشهای آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد، که در تحلیل های توصیفی از نرم افزار SPSS نسخه ۲۱ و در بخش تحلیل های استنباطی و آزمون فرضیه های پژوهش هم از معادلات ساختاری و نرم افزار لیزرل ۸/۸ استفاده شد. نتایج پژوهش با استفاده از تکنیک تحلیل مسیر نشان می دهند که جهت گیری کارآفرینی بر درک متقابل، رضایت متقابل و هماهنگی رابطه تاثیر معناداری دارد، همچنین درک متقابل رضایت متقابل، هماهنگی رابطه بر ارزش درک شده تامین کنندگان تاثیر معناداری دارد. درک متقابل رضایت متقابل، هماهنگی رابطه بر عملکرد بازار تاثیر معناداری دارد. همچنین درک متقابل، رضایت متقابل و هماهنگی رابطه تاثیرگذار جهت گیری کارآفرینی بر ارزش درک شده تامین کنندگان را میانجیگری می کند و درک متقابل، رضایت متقابل و هماهنگی رابطه تاثیرگذاری جهت گیری کارآفرینی بر عملکرد بازار را میانجیگری می کند در پایان با توجه به نتایج پژوهش پیشنهادات کاربردی ارائه شده است.

کلمات کلیدی:

جهت گیری کارآفرینی، ارزش درک شده تامین کنندگان، عملکرد بازار، رضایت متقابل، درک متقابل و هماهنگی روابط

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1303699>

