

عنوان مقاله:

اثر کارآفرینی اجتماعی بر استراتژی کسب و کار با نقش واسطه سواد اطلاعاتی (مورد مطالعه: شرکت سحر همدان)

محل انتشار:

اولین همایش ملی اقتصاد، مدیریت و مهندسی مالی با تاکید بر تولید، پشتیبانی ها و مانع زدایی ها (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

میثم وفایی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران

جواد نیک نفس - استادیار گروه مدیریت، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با موضوع بررسی اثر کارآفرینی اجتماعی بر استراتژی کسب و کار با نقش واسطه سواد اطلاعاتی پرداخت. این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی میباشد. همچنین این پژوهش از لحاظ روش جزء تحقیقات توصیفی پیمایشی بود. جامعه آماری شامل کارکنان شرکت سحر همدان در سال ۱۴۰۰، که تعداد کل آنها ۶۰۱ نفر در نظر گرفته شده بود. حجم نمونه در پژوهش حاضر به روش نمونهگیری تصادفی ساده به تعداد ۲۳۴ نفر برآورد شد. کارآفرینی اجتماعی با پرسشنامه ۳۰ سوالی عرب (۱۳۹۰)، استراتژی کسب و کار با پرسشنامه مایلز و همکاران (۱۹۸۷) و سواد اطلاعاتی با پرسشنامه ۱۵ سوالی کشاورز و همکاران (۱۳۹۶) که به اقتباس از پرسشنامه سیامک و داور پناه (۱۳۸۸) بود، سنجش شدند. سطح کارآفرینی اجتماعی ۷۵/۶٪، میزان سواد اطلاعاتی ۷۳/۴٪ و استراتژی کسب و کار از دیدگاه کارکنان ۷۰/۴٪ بود. نتایج حاصل از تحلیل معادلات ساختاری با نرم افزار PLS نشان داد که کارآفرینی اجتماعی به میزان ۷۹٪ بر سواد اطلاعاتی اثرگذار بود و سواد اطلاعاتی به میزان ۵۰٪ متغیر استراتژی کسب و کار را تبیین نمود، همچنین کارآفرینی اجتماعی بر استراتژی کسب و کار با نقش میانجی سواد اطلاعاتی به میزان ۷۰٪ تاثیر گذاشت.

کلمات کلیدی:

کارآفرینی اجتماعی، سواد اطلاعاتی، استراتژی کسب و کار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1414550>

