

عنوان مقاله:

تاثیر به کارگیری هوش تجاری، یادگیری شبکه و نوآوری بر عملکرد استارتاپ ها

محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین المللی نوآوری و تحقیق در علوم تربیتی، مدیریت و روانشناسی (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

امیرهوشنگ تاجفر - عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور واحد تهران غرب

فاطمه آزادی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور واحد تهران غرب

خلاصه مقاله:

در این مقاله به بررسی و تاثیر مستقیم هوش تجاری و تاثیر غیرمستقیم یادگیری شبکه و نوآوری در عملکرد استارتاپ ها پرداخته است. در این مقاله ابتدا هریک از مفاهیم هوش تجاری و یادگیری شبکه و نوآوری را در عملکرد استارتاپ ها مورد بررسی قرار داده است. روش مورد نظر در این تحقیق به لحاظ هدف توصیفی-میدانی، به لحاظ ماهیت نوع کاربردی است و به لحاظ روش جمع آوری اطلاعات پرسشنامه می باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر را کارکنان و مدیران شرکت های استارتاپ ها (حدود ۶۶۴ نفر) تشکیل میدهند. نمونه آماری این پژوهش، کارکنان و مدیران شرکت های استارتاپ ها است. حداقل حجم نمونه با توجه به فرمول کوکران جامعه محدود، ۲۲۸ نفر تخمین زده شده است. در این تحقیق پرسشنامه از دو بخش تشکیل شده است: بخش اول پرسش های جمعیتی است. از پاسخ دهندگان خواسته می شود که درباره خصوصیات کلی خود جنسیت، عنوان شغل و محل کار یا سطح آموزش اطلاعاتی بدهند. در بخش دوم از مقیاس لیکرت پنج درجه ای برای سنجش متغیرهای تحقیق استفاده شده است. پیوستار پاسخ ها بر پایه طیفی از (به شدت مخالفم تا به شدت موافقم) به هر گزینه اختصاص یافته است. برای این تحقیق از پرسشنامه استاندارد کیروز و همکاران (۲۰۱۸) استفاده گردید. روایی یک آزمون معمولاً توسط افرادی متخصص در موضوع مورد مطالعه تعیین میشود. روایی محتوای این پرسشنامه توسط مشاور و چند نفر از افراد مطلع مورد تایید قرار گرفته است و از اعتبار الزام برخوردار میباشد.

کلمات کلیدی:

هوش تجاری، نوآوری، یادگیری شبکه، استارتاپ ها

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1442759>

