

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر جهت گیری کارآفرینانه بر عملکرد ارتباط با مشتری و عملکرد محصول جدید با میانجیگری قابلیت های مدیریت مشتری، قابلیت های توسعه محصول جدید و پویایی محیطی (مورد مطالعه: گروه پگاه در شهر رشت)

محل انتشار:

دومین کنفرانس سراسری مطالعات و یافته های نوین در مدیریت و حسابداری ایران (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

پرینسا محمودی - دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی علامه مجلسی، ایران، قزوین

الهام هدایت - دکترای مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، ایران، قزوین

خلاصه مقاله:

این تحقیق به بررسی تاثیر جهت گیری کارآفرینانه بر عملکرد ارتباط با مشتری و عملکرد محصول جدید با میانجیگری قابلیت های مدیریت مشتری، قابلیت های توسعه محصول جدید و پویایی محیطی (مورد مطالعه: گروه پگاه در شهر آمل) می پردازد. این تحقیق از نظر ماهیت گردآوری داده ها توصیفی پیمایشی می باشد و براساس هدف، از نوع کاربردی می باشد. جامعه آماری ۲۲۰ نفر از کارشناسان، معاونان، مدیران و مشاوران شرکت پگاه است. بر اساس فرمول کوکران حجم نمونه ۱۴۵ نفر است که ۱۲۸ پرسشنامه برگشت داده شد. روش نمونه گیری نیز تصادفی ساده است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد ۲۴ سوالی است. در ارتباط با روایی از روایی محتوایی و در ارتباط با پایایی از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. از آزمون کولموگوروف اسمیرنوف جهت بررسی نرمال بودن و در گام بعد از معادلات ساختاری و تحلیل مسیر استفاده شد. جهت انجام محاسبات نیز نرم افزار PLS مورد استفاده قرار گرفت. نتایج نشان داد جهت گیری کارآفرینانه بر عملکرد ارتباط با مشتری و عملکرد محصول جدید با میانجیگری قابلیت های مدیریت مشتری، قابلیت های توسعه محصول جدید و پویایی محیطی تاثیر معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1477312>

