

عنوان مقاله:

بررسی نقش میانجی گری قابلیت نوآوری در رابطه بین هوش فرهنگی مدیران و جهت گیری کارآفرینی

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی سالانه تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

سیدوحید شالباف یزدی - استادیار گروه مدیریت دولتی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران

سیدعارف موسوی - کارشناسی ارشد رشته مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران

خلاصه مقاله:

کارآفرینی مفهومی عینی و عملی است که همزمان با آغاز زندگی انسان بر روی زمین و تلاش برای کسب درآمد و تامین مایحتاج زندگی پا به عرصه وجود گذاشته است؛ اما طرح این مقوله به عنوان یک مفهوم علمی سابقه چندانی ندارد. تحول و دگرگونی که در مقوله ی کارآفرینی روی داده، تمامی جهان را متاثر کرده است؛ به گونه‌ی که دنیای کار و تجارت برای همیشه متاثر از این مقوله خواهد بود. پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر هوش فرهنگی مدیران بر جهت گیری کارآفرینی با توجه به نقش میانجی گری قابلیت نوآوری انجام شده. لذا به لحاظ ماهیت و هدف، کاربردی و از حیث روش توصیفی همبستگی است. جامعه آماری پژوهش کلیه مدیران و معاونین کارخانه های شهرک صنعتی توس شهر مشهد (۲۵۳ نفر) است که با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده و جدول مورگان تعداد ۱۵۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. جهت جمع آوری اطلاعات، پرسشنامه های جهت گیری کارآفرینی بروان (۲۰۱۰)، قابلیت های نوآوری جیمنز و همکاران (۲۰۰۸)، هوش فرهنگی آنگ و همکاران (۲۰۰۶) استفاده گردید و با کمک نرم افزار Spss و آزمون های ضریب همبستگی پیرسون، تحلیل رگرسیون خطی و معادلات ساختاری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج نشان داد که بین هوش فرهنگی با جهت گیری کارآفرینی رابطه وجود دارد. ضمناً قابلیت نوآوری رابطه هوش فرهنگی با جهت گیری کارآفرینی را میانجی گری می کند.

کلمات کلیدی:

جهت گیری کارآفرینی، قابلیت نوآوری، هوش فرهنگی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1539887>

