

## عنوان مقاله:

نقش گیمیفیکیشن بر بهبود عملکرد شرکت از طریق نقش میانجی جهت گیری کارآفرینی و خلق دانش

## محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین المللی تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسندگان:

رضا پارسی - کارشناسی ارشد، گروه مدیریت کسبوکار، گرایش بازاریابی، دانشکده مدیریت دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

صمد بارانی - استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه علوم و فنون هوایی شهید ستاری، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش بررسی تاثیر گیمیفیکیشن بر عملکرد شرکت ها با تبیین نقش میانجی خلق دانش و جهت گیری کارآفرینی است. تحقیق حاضر از لحاظ هدف، مطالعه ای کاربردی بوده و ماهیت و روش آن توصیفی-پیمایشی می باشد. جامعه آماری پژوهش شامل کارکنان شرکت های بیمه در استان آذربایجان غربی به تعداد ۲۹۸ نفر بود. حجم نمونه با استفاده از جدول کرچسی-مورگان برابر با ۱۶۹ نفر تعیین شد. دادهها از طریق روش نمونه گیری غیر تصادفی در دسترس و با استفاده از یک پرسشنامه استاندارد ۲۰ سوالی با پیمایش آنلاین گردآوری شد. تجزیه و تحلیل ها دادهها در بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی به ترتیب با نرم افزارهای SPSS نسخه ۲۶ و Smart PLS نسخه ۳ انجام شد. تمامی فرضیه های پژوهش در سطح اطمینان ۹۹٪ تایید شدند. یافته ها نشان داد گیمیفیکیشن، خلق دانش و جهت گیری کارآفرینی تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد شرکت های بیمه دارند. همچنین نقش میانجی خلق دانش و جهت گیری کار آفرینی نیز تایید شد. این یافته ها از لحاظ نظری به تحقیق پیرامون شرکت های بیمه کمک می کند و ادبیات این حوزه را غنی می سازد. همچنین مفاهیم مدیریتی مهمی را برای سیاست گذاران به خصوص مدیران شرکت های بیمه فراهم می کند تا مدیران این شرکت ها توجه بیشتری به گیمیفیکیشن، خلق دانش و جهت گیری کارآفرینی برای ارتقای عملکرد شرکت داشته باشند.

## کلمات کلیدی:

گیمیفیکیشن، خلق دانش، جهت گیری کارآفرینی، عملکرد شرکت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1861456>

