

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر خودباوری بر کارآفرینی زنان در شهر ایلام با توجه به نقش میانجی نوآوری

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی مدیریت، بازاریابی و کارآفرینی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

نادر سید امیری - استادیار، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران

سمیه مرادی - کارشناسی ارشد دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، تهران، ایران

هادی واشقانی فراهانی - کارشناسی ارشد دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، تهران، ایران

سعید نوریان - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی و مدرس دانشگاه، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش ارتباط خودباوری با کارآفرینی زنان و نقش میانجی نوآوری است. با توجه به اینکه کارآفرینی در بین زنان به خوبی رشد نکرده و مقوله خود باوری نقش کم رنگ تری در بین زنان کارآفرین نسبت به مردان دارد، سعی شده تا علت‌های آن بررسی گردیده و با تحقیق بر روی جامعه مورد نظر میزان خود باوری زنان در کسب و کار و به تبع آن نقش نوآوری و حضور بیشتر زنان در فعالیت های اقتصادی نشان داده شود. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات تحقیق، توصیفی-پیمایشی میباشد و از نوع همبستگی و به طور مشخص مبتنی برمدل معادلات ساختاری است. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه کارآفرینان زن در شهر ایلام می باشند. تعداد جامعه آماری برابر با 315 نفر میباشد. بر طبق فرمول کوکران با در نظر گرفتن خطای 6% نمونه ای با حجم 145 نفر تعیین شد. ابزار گردآوری اطلاعات نیز پرسشنامه میباشد. برای پایایی پرسشنامه نیز از آلفای کرونباخ استفاده شده است. ضرایب آلفای کرونباخ همه متغیرها ابعاد بزرگتر از 0.70 هستند که نشانگر تائید پایایی بالای پرسشنامه است. به منظور آزمون فرضیه های تحقیق از روش معادلات ساختاری نرم افزار لیزرل استفاده شده است. با توجه به نتایج پژوهش بین خودباوری و نوآوری ارتباط معنا داری وجود دارد و همچنین ارتباط این عوامل با کارآفرینی زنان نیز به صورت معنا داری تعریف شده است

کلمات کلیدی:

خودباوری کارآفرینی زنان نوآوری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/517752>

