

عنوان مقاله:

تاثیر گرایش استراتژیک بر عملکرد سازمانی با توجه به نقش واسط نوآوری شرکتی

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و حسابداری (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

پرویز کفچه - استادیار، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران

آرمان احمدی زاد - استادیار، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران

مظهر محمدی مطلق - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه کردستان سنندج، ایران

خلاصه مقاله:

هدف این مطالعه بررسی تاثیر گرایش استراتژیک بر عملکرد سازمانی بواسطه نقش میانجی نوآوری شرکتی است. در این مطالعه ابتدا مبانی نظری مرور شده و سپس با استفاده از پژوهشهای پیشین شاخصهای اندازهگیری هریک از مولفهها و مورد بررسی در این مطالعه استخراج شده است. جامعه آماری این مطالعه شامل 282 شرکت کوچک و متوسط استان کرمانشاه بوده است و نمونه آماری 164 موردی با استفاده از روش نمونهگیری تصادفی از میان این شرکتها انتخاب شده است. ابزار گردآوری دادهها پرسشنامه بودهاست که برای سنجش روایی آن از روش تحلیل عاملی استفاده شده است و روایی آن مورد تایید بوده است و جهت سنجش پایایی از آلفای کرونباخ بهره گرفته شد که ضرایب تمامی متغیرها بالاتر از 7 بود و پایایی پرسشنامه تایید گردید. نتایج تجزیه و تحلیل دادهها حاکی از این بوده است که گرایش به مشتری، گرایش به هزینه و گرایش به رقیب به ترتیب بیشترین اثر مستقیم را بر عملکرد سازمانی دارد، که با استفاده از نوآوری شرکتی بعنوان متغیر میانجی این ترتیب در حالت اثر غیر مستقیم و اثر کلی بصورت گرایش به رقیب، گرایش به مشتری و گرایش به هزینه تغییر مییابد، که البته گرایش به هزینه در حالت غیر مستقیم تاثیر منفی بر عملکرد سازمانی دارد

کلمات کلیدی:

گرایش استراتژیک، عملکرد سازمانی، نوآوری شرکتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/642943>

