

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی قابلیت های بازاریابی و فلسفه پاداش شرکت های کوچک و متوسط شهر اردبیل

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و فرهنگ ایرانی اسلامی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

مریم عباسقلی زاده - کارشناس ارشد مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل

بهروز اسکندریور - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور تهران ایران

خلاصه مقاله:

از این تحقیق حاضر بررسی تاثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی قابلیت های بازاریابی و فلسفه پاداش شرکت های کوچک و متوسط شهر اردبیل می باشد. این پژوهش از لحاظ هدف؛ از نوع کاربردی، از حیث گردآوری داده ها از نوع توصیفی - همبستگی و از نظر نوع داده های جمع آوری شده از نوع کمی استفاده از پرسش نامه می باشد. جامعه آماری این تحقیق کارکنان شرکت های کوچک و متوسط فعال شهرستان اردبیل می باشند که تعداد آنها 1500 نفر می باشد که با توجه به فرمول کوکران تعداد 305 نفر انتخاب شدند. برای تحلیل داده های پرسش نامه از رو مدل سازی معادلات ساختاری از طریق نرم افزار Amos استفاده شد. بدست آمده نشان می دهد؛ گرایش کارآفرینانه بر قابلیت بازاریابی، قابلیت بازاریابی بر عملکرد سازمانی، گرایش کارآفرینانه بر پاداش سازمانی و پاداش بر عملکرد سازمانی تاثیر مثبت و معنادار دارد. گرایش کارآفرینانه تاثیر مثبت اما غیرمعناداری بر عملکرد دارد. قابلیت بازاریابی و فلسفه پاداش تاثیر میانجی بر رابطه کارآفرینی و عملکرد سازمانی دارد.

کلمات کلیدی:

گرایش کارآفرینانه، عملکرد سازمانی، قابلیت های بازاریابی، فلسفه پاداش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/744261>

