

## عنوان مقاله:

تحلیل تاثیر کارآفرینی گرایی بر بازارگرایی در جهت بهبود عملکرد شرکت های تولیدی قطعات خودرو

## محل انتشار:

دوفصلنامه کاوش های مدیریت بازرگانی، دوره 9، شماره 18 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

## نویسندگان:

مژده علیان - کارشناسی ارشد مدیریت، علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان

حسین رضایی دولت آبادی - استادیار مدیریت، علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان

## خلاصه مقاله:

کارآفرینی گرایی از مطالعاتی نشأت گرفته که تعیین استراتژی را برحسب الگوهای عمل یا سبک های تصمیم گیری ملاحظه می نماید. شرکت ها با ارائه محصولات جدید و منحصر به فرد مطابق با نیازهای مشتریان می توانند سهم بیشتری از بازار محصول را به خودشان اختصاص دهند. هدف این پژوهش که از نوع توصیفی-همبستگی است، بررسی تاثیر کارآفرینی گرایی و ابعاد آن بر بازارگرایی و سپس تاثیر بازارگرایی بر عملکرد شرکت های قطعه ساز خودرو است. به این منظور، پرسشنامه ای برای سنجش این متغیرها طراحی گردید. آلفای کرونباخ برای کارآفرینی گرایی 88/0 و برای بازارگرایی 90/0 و برای عملکرد 77/0 به دست آمد. نتایج PLS نشان داد که مقدار محاسبه شده بزرگتر از 2 بوده و نشان دهنده معنادار بودن تاثیر کارآفرینی گرایی بر بازارگرایی و سپس تاثیر بازارگرایی بر عملکرد دارد. همچنین نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه حاکی از تاثیر بعد ریسک پذیری و پیشگامی بر بازارگرایی پاسخگو و مبتکرانه دارد. همچنین بازارگرایی پاسخگو و مبتکرانه بر عملکرد شرکت های قطعه سازی تاثیرگذار بود.

## کلمات کلیدی:

کارآفرینی گرایی، بازارگرایی، عملکرد شرکت، شرکت های قطعه ساز خودرو

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/916296>

