

عنوان مقاله:

نقش کارآفرینی راهبردی در ارتقای عملکرد سازمان های بخش عمومی

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی، دوره 7، شماره 25 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

محمد جواد نائیجی - دانشگاه شهید بهشتی

الهام خراسانی - دانشگاه شهید بهشتی

خلاصه مقاله:

کارآفرینی راهبردی به تلاش همزمان شرکت برای بهره گیری از مزیت های رقابتی فعلی و جست و جوی فرصت های جدید برای کسب موفقیت در آینده اطلاق می شود. پژوهش های فزاینده ای در حال مطالعه بر حوزه نوظهور کارآفرینی راهبردی هستند تا دریابند چگونه می توان از این کارآفرینی برای ارزش آفرینی و دستیابی به عملکرد بالاتر استفاده کرد هدف این مقاله، ارائه و آزمودن مدلی برای ارتقای عملکرد سازمان های بخش عمومی از طریق کارآفرینی راهبردی و متغیرهای پیش بین آن است. این مطالعه، از نوع توصیفی است و نمونه ها شامل 210 مدیر صدا و سیما هستند که داده های گردآوری شده از آنها، با استفاده از روش مدل سازی معادلات ساختاری آزمون شده است. نتایج تحقیق نشانگر این است که هر سه متغیر پیش بین کارآفرینی راهبردی شامل دستگاه فکری کارآفرینانه، فرهنگ کارآفرینانه و رهبری کارآفرینانه، تاثیر قابل توجهی بر عملکرد دارند؛ اما بخش زیادی از این تاثیر، به صورت غیرمستقیم و از طریق نقش میانجی ابعاد کارآفرینی راهبردی یعنی شناسایی و به کارگیری فرصت ها صورت می گیرد.

کلمات کلیدی:

کارآفرینی راهبردی، عملکرد، شناسایی و به کارگیری فرصت ها، صدا و سیما

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/916539>

