

عنوان مقاله:

اثر میانجی بازاریابی کارآفرینانه در رابطه بین گرایش کارآفرینانه و عملکرد کسب و کارهای گلخانه ای در شهرستان جیرفت

محل انتشار:

دوفصلنامه علوم ترویج و آموزش کشاورزی، دوره 13، شماره 1 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

روح اله رضائی - دانشیار دانشکده کشاورزی، دانشگاه زنجان

نسرین منگلی - دانشجوی دکتری دانشکده کشاورزی، دانشگاه زنجان

لیلا صفا - استادیار دانشکده کشاورزی، دانشگاه زنجان

خلاصه مقاله:

با توجه به اهمیت عملکرد به منزله ی شاخص اساسی موفقیت کسب و کارها، در سالهای اخیر محققان همواره به طور جدی به دنبال بررسی عوامل تاثیرگذار بر آن بوده‌اند که در این میان، به دلیل لزوم گرایش کسب و کارها به سوی فعالیت های مخاطره آمیز و اقدامات نوآورانه از یک سو و افزایش تنوع در انتظارات و تقاضای مشتریان و تشدید رقابت در بازار از سوی دیگر، گرایش کارآفرینانه و بازاریابی کارآفرینانه بیش از سایر عوامل مورد توجه قرار گرفته اند. با توجه به اهمیت موضوع، تحقیق توصیفی- پیمایشی حاضر با هدف بررسی اثر میانجی بازاریابی کارآفرینانه در رابطه بین گرایش کارآفرینانه و عملکرد انجام گرفت. جامعه آماری این تحقیق را 1022 نفر از گلخانه داران شهرستان جیرفت در استان کرمان تشکیل دادند که تعداد 246 نفر از آنان از طریق روش نمونه گیری طبقه ای با انتساب متناسب انتخاب شد. برای گردآوری داده ها از پرسشنامه‌های استاندارد استفاده گردید. داده‌های گردآوری شده با استفاده از تکنیک چند متغیره مدل سازی معادلات ساختاری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و به منظور آزمون اثر میانجی، از روش چندمنظوره خودگردان سازی استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد که گرایش کارآفرینانه اثر مثبت و معنی‌داری بر عملکرد داشته ($\beta=0/001$ ، $p\text{-value}= 0/780$) و در حدود 61 درصد از واریانس آن را تبیین کرد. همچنین، نتایج تحقیق حاکی از آن بود که مجموع اثر غیرمستقیم گرایش کارآفرینانه بر عملکرد از طریق بازاریابی کارآفرینانه معنی‌دار بوده ($\beta=0/001$ ، $p\text{-value}=0/465$) و متغیر بازاریابی کارآفرینانه در رابطه بین گرایش کارآفرینانه و عملکرد اثر میانجی جزئی داشت. بر اساس نتایج این تحقیق می توان نتیجه گرفت، به منظور بیشینه کردن تاثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد، بایستی بازاریابی کارآفرینانه و مولفه های آن در کسب و کارهای گلخانه ای تقویت شوند.

کلمات کلیدی:

عملکرد مالی و مشتری، نوآوری، ریسک پذیری، مشتری مداری، گلخانه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/966169>

