

## عنوان مقاله:

تاثیر گرایش به کارآفرینی و گرایش به بازار بر اینترنت اشیا و نوآوری مورد مطالعه: شرکتهای سیستم حملونقل هوشمند

## محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی تحقیقات بنیادین در مدیریت و حسابداری (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

## نویسندگان:

مهیا تازیکه - کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

فاطمه زینعلی تاجانی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت، ایران.

نسترن ملکشاهیان - دانشجوی دکترا مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال، ایران.

## خلاصه مقاله:

تحقیق حاضر به بررسی تاثیر گرایش به کارآفرینی و گرایش به بازار بر اینترنت اشیا و نوآوری پرداخته است. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر روش گردآوری داده ها از نوع پیمایشی است. و جامعه آماری این تحقیق 350 نفر از مدیران و کارشناسان شرکتهای سیستم حمل و نقل هوشمند میباشد، بدین منظور تعداد 181 پرسشنامه بین مدیران و کارشناسان شرکت مذکور که به روش تصادفی از بین جامعه آماری انتخاب شده اند توزیع گردید. ابزار گردآوری داده های تحقیق پرسشنامه است که پایایی پرسشنامه تحقیق حاضر با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ موردسنجش قرارگرفته است که برای تمامی متغیرهای پژوهش از مقدار 0,7 بالاتر بوده است. جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش مدلیابی معادلات ساختاری به کمک نرم افزار LISREL استفاده گردیده است. یافته های تحقیق نشان داد که گرایش کارآفرینانه و گرایش بازار بر نوآوری فرآیند و نوآوری محصول تاثیر مثبت دارد، ظرفیت اینترنت اشیا و همبستگی اینترنت اشیا بر نوآوری در فرآیند و محصول تاثیر مثبت دارد.

## کلمات کلیدی:

گرایش به کارآفرینی، گرایش به بازار، اینترنت اشیا، نوآوری، سیستم حمل و نقل هوشمند.

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/986881>

