

چکیده

هدف از انجام پژوهش حاضر، سنجش نقش میانجی مشارکت مشتری در تأثیر جهت گیری بازار و تمایلات کارآفرینانه بر عملکرد شرکت پارس حیان استان گیلان می باشد. پژوهش از حیث هدف کاربردی و از نوع توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش شرکت پارس حیان استان گیلان می باشد که از ۲۷ مدیر این شرکت در شعبات موجود در استان گیلان که به روش تمام شماری انتخاب شده بودند، نظر سنجی به عمل آمد. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه استاندارد بود که روایی آن به روش روایی محتوا مورد تأیید قرار گرفت و پایایی آن براساس روش آلفای کرونباخ بالاتر از مقدار مطلوب ۰/۷ برآورد شد. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از روش مدلسازی معادلات ساختاری مبتنی بر رویکرد حداقل مربعات جزئی توسط نرم افزار آماری Smart PLS3 استفاده شد. یافته های تحقیق نشان داد که جهت گیری بازار و تمایلات کارآفرینانه بر مشارکت مشتری و عملکرد شرکت پارس حیان استان گیلان تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین نقش میانجی مشارکت مشتری در تأثیر جهت گیری بازار و تمایلات کارآفرینانه بر عملکرد شرکت پارس حیان استان گیلان مورد تأیید قرار گرفت. براساس یافته های مذکور می توان گفت که با تقویت جهت گیری بازار و تمایلات کارآفرینانه در سایه مشارکت مشتری می توان عملکرد شرکت پارس حیان استان گیلان را بهبود بخشید.

کلمات کلیدی: جهت گیری بازار - تمایلات کارآفرینانه - مشارکت مشتری - عملکرد سازمانی