

بررسی نقش گرایش به بازار بر عملکرد شرکت با توجه به میانجی‌گری عملکرد نوآوری سبز (مورد مطالعه: شرکت ایران خودرو)

صفورا اولیائی فتیهدی *، 224،

1397-5-9

با توجه به این که توجه بسیاری از خریداران به خرید خودروهای خارجی در چند سال اخیر جلب شده است. شرکت های خودروسازی داخلی از جمله ایران خودرو نیازمند شناسایی عوامل تأثیرگذار جهت حفظ موقعیت خود در بازار بوده اند. بنابراین ضروری به نظر می رسد که به بررسی عوامل تأثیرگذار بر عملکرد این شرکت پرداخته شود در این تحقیق به بررسی نقش گرایش به بازار بر عملکرد شرکت با توجه به میانجی‌گری عملکرد نوآوری سبز در شرکت ایران خودرو پرداخته می شود. این تحقیق براساس نوع هدف کاربردی است. روش گردآوری داده‌ها میدانی بوده است. به منظور گردآوری اطلاعات از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق حاضر 70 نمایندگی های ایران خودرو واقع در منطقه 3 از 10 منطقه نمایندگی های ایران خودرو شامل استان های گیلان، غرب مازندران و اردبیل است. 55 نمایندگی به عنوان نمونه‌ی تحقیق از طریق فرمول کوکران برای محدود بدست آمد. روش نمونه برداری در تحقیق حاضر، تصادفی ساده است. برای بررسی پایایی پرسشنامه از آلفای کرونباخ بهره برداری شد که برای همه‌ی متغیرها بالاتر از 7/0 بدست آمد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از معادلات ساختاری از نرم افزارهای SPSS و PLS2 SMART استفاده شد. از سه فرضیه ارائه شده در تحقیق هر سه فرضیه به لحاظ آماری مورد تأیید واقع شدند. بیش ترین شدت تأثیر مربوط به فرضیه تأثیر عملکرد نوآوری سبز بر عملکرد شرکت و کم ترین شدت تأثیر مربوط به فرضیه تأثیر گرایش به بازار بر عملکرد شرکت است.

کلمات کلیدی : گرایش به بازار، عملکرد شرکت ، عملکرد نوآوری سبز

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)