

پانزدهمین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت ، اقتصاد و توسعه

مهمورهای همایش:

- توسعه، اقتصاد
- مدیریت، اقتصاد خرد
- اقتصاد کلان، مدیریت مالی
- توسعه آموزش، توسعه اقتصادی
- توسعه گردشگری، مدیریت بازرگانی
- مدیریت مالی و حسابداری
- مدیریت صنعتی و سیستم
- مدیریت دولتی، کارآفرینی
- اقتصاد کشاورزی
- و سایر زمینه های مرتبط...

Publish in international journals (isi , scopus , ...)



Event Place: Poland

آخرین مهلت ارسال مقالات : ۱۰ آذر ماه ۱۴۰۱
ثبت نام کامل (پرداخت خدمات) : ۱۳ آذر ماه ۱۴۰۱
برگزاری کنفرانس : ۱۷ آذر ماه ۱۴۰۱

medcnf.ir info@medcnf.ir

Tel : +982171053833



*15th International Conference On
Management, Economics and Development*



Proceedings of
15th International Conference of
Modern Research in
Management, Economics and Development
December - 2022



Event Place: Poland

*15th International Conference On
Management, Economics and Development*



Executive Staff

Dr.Sohrab Asadollahzade	Conference secretary
Hasan Mosazadeh	Executive secretary
Behrouz Hayati	Secretariat
Atefeh Hatami	Secretariat

*15th International Conference On
Management, Economics and Development*










SCIENTIFIC COMMITTEE

	Professor Department of Business,Economics and Management, University of Georgia,Tbilisi,Georgia	Professor, Bahman Moghimi
	Associate Professor Department of Resource Economics,Kharazmi University,Tehran,Iran President ,Iran Rural Development Association	Dr, Mohammad Hossein Karim
	Professor Department of Business,Economics and Management, University of Georgia,Tbilisi,Georgia	Professor, Maia Amashukeli
	Professor Department of Business,Economics and Management, University of Georgia,Tbilisi,Georgia	Professor, Shalva Dundua
	Professor Iranian Rural Development Association,Agricultural Economics Department,Ferdowsi University,Mashhad,Iran	Professor, Alireza Karbasi
	Professor Member of the board of directors of the scientific association of regional development economics of Iran	Professor, Mahmud Daneshvar Kakhki
	Professor Chief Highly Distinguished Professor Principal Distinguished Scientist for Dairy-Beef Industries Ferdows Pars Agri-Livestock Holding Co,Mostazafan Foundation,Tehran,Iran	Professor, Akbar Nikkhah






15th International Conference On Management, Economics and Development



	<p>Professor Member of the board of directors of the scientific association of regional development economics of Iran</p>	Professor, Mahmoud Houshmand
	<p>Assistant Professor Department of Business,Economics and Management, University of Georgia,Tbilisi,Georgia</p>	Dr. Mariam Janjaria
	<p>Assistant Professor Department of Management and Entrepreneurship, Razi University of Kermanshah</p>	Dr,Mehdi Hossein Pour
	<p>Associate Professor Educational group Agricultural Economics University of Agricultural Sciences and Natural Resources of Sari</p>	Dr. Seyed Ali Hosseini Yekani
	<p>Associate Professor Iranian Rural Development Association,Development of rural tourism,Tarbiat Modares University,Tehran,Iran</p>	Dr. Abdul Reza Rukn al-Din Eftekhari
	<p>Associate Professor Department of management,Faculty of humanity sciences,University of Zanjan,Iran</p>	Dr. Mostafa Jafari
	<p>Associate Professor Department of Economic Development and Planning,University of Tabriz,Tabriz,Iran</p>	Dr. Habib Aghajani

*15th International Conference On
Management, Economics and Development*



	Associate Professor Faculty of Economic, Management and Commerce, University of Tabriz, Tabriz, Iran	Dr. Hossein Asgharpur
	Associate Professor Faculty of Economics and Administration, University of Mazandaran, Mazandaran, Iran	Dr. Hassan Ali Aghajani
	Associate Professor Department of Geography, Kharazmi University, Tehran, Iran Member of Iranian Rural Development Association	Dr. Vahid Riahi
	Associate Professor Curriculum development, Head of Azad University of Lamerd Unit, Lamerd, Iran	Dr. Seyyed Ahmad Hashemi
	Associate Professor in Curriculum Studies, Faculty of Educational Sciences and Psychology, Marvdasht Branch, Islamic Azad University, Marvdasht, Iran	Dr. Abbas Gholitash
	Associate Professor Head of Faculty of Management, Economics and Accounting, Tabriz University, Tabriz, Iran	Dr. Roya Aleemran

15th International Conference On Management, Economics and Development



	Associate Professor Deputy of Research and Technology, Faculty of Administrative and Economic Sciences, Ferdowsi University, Mashhad, Iran	Dr. Mohammad Taher Ahmadi Shadmehri
	Assistant Professor Department of Finance and Accounting, Shahid Beheshti University (SBU), Tehran, Iran	Dr. Hamideh Esnaashari
	Assistant Professor Department of Energy and resources economics, Kharazmi University, Tehran, Iran	Dr. Mohammad Sayadi
	Assistant Professor Faculty of Management and Accounting, University, Allameh Tabatabaeei Tehran, Iran	Dr. Alireza Koushkie jahromi
	Assistant Professor Department of management, Faculty of humanity sciences, University of Zanjan, Zanjan, Iran	Dr. Mostafa Jafari
	Assistant Professor Department of General economics, Kharazmi University, Tehran, Iran	Dr. Majid Feshari
	Assistant Professor Head of the Association for Regional Development Economics of Iran, Department of Economics, Faculty of Administrative and Economic Sciences	Dr. Taghi Ebrahimi Salari

*15th International Conference On
Management, Economics and Development*



	Assistant Professor Government Management - Human Resources Management, Islamic Azad University, Rasht Branch	Dr.Sajjad Salehi Kordabadi
	Assistant Professor of Economics and Faculty Member of Islamic Azad University,Maku Branch	Dr. Mohammad Homani Farahani
	Assistant Professor of Geography and Rural Planning Research Group Manager Agricultural Planning, Economic and Rural Development Research Institute(APERDRI) Ministry of Agriculture-Jahad	Dr. Jan Ali Behzadnasab
	Assistant Professor Member of the board of directors of the scientific association of regional development economics of Iran	Dr. Seyyed Mehdi Mostafavi
	Assistant Professor Accounting and Management,Islamic Azad University Mobarakeh Branch,Mobarakeh,Iran	Dr. maryam farhadi
	Assistant Professor Education Management,Shiraz university,Shiraz ,Iran	Dr. Massoumeh Mohtaram
	Assistant Professor Department of Industrial Engineering,Islamic Azad University of Ayatollah Amoli,Amol,Iran	Dr. Mohammad Mollani Aqdam





15th International Conference On Management, Economics and Development



	Assistant Professor Department Economic, University of Agricultural Sciences and Natural Resources Sari, Sari, Iran	Dr. Hamid Amimejad
	Assistant Professor DEPARTMENT OF ECONOMICS UNIVERSITY OF BU-ALI SINA, Hamedan, Iran	Dr. Davood Jafari Serast
	Assistant Professor Faculty of Management and Accounting, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran	Dr. mohammad rahmani
	Assistant Professor Faculty member of Management and Accounting, Allame Tabatabai University , Tehran, Iran	Dr. Vahid khashei
	Assistant Professor Department Economic Sciences, Faculty Management and Economics, Shahid Bahonar university, Kerman, Iran	Dr. norollah salehi asfiji
	Assistant Professor Faculty of Management, qom university, qom, Iran	Dr. Peyman motaql
	Assistant Professor Faculty of Management and Economics, qom university, qom, Iran	Dr. Majid Nili Ahmad Abadi

*15th International Conference On
Management, Economics and Development*



	Assistant Professor Faculty Agriculture Department Agricultural Economy, Shahid Bahonar university, Kerman, Iran	Dr. Elham Khajehpour
	Assistant Professor Faculty of Economics, Management and Administrative Sciences, Semnan University, Semnan, Iran	Dr. Alireza Moghaddam
	Assistant Professor Faculty of Economics, Management and Administrative Sciences, Semnan University, Semnan, Iran	Dr. Azimollah Zarei
	Assistant Professor Sistan and Baluchestan University, Faculty of Industry and Mine (Khash), Sistan and Baluchestan, Iran	Dr. Arman Bahari
	Assistant Professor faculty member of university of Larestan, Lar, Iran	Dr. Ali Hossein Ostadzad
	Assistant Professor Head of Economic and Social Research Group	Dr. sefatollah rahmani
	Assistant Professor Faculty Member of Islamic Azad University, Branch	Dr. Bahare Banitalabi dehkordi

15th International Conference On Management, Economics and Development







	<p>Assistant Professor</p> <p>Department of Industrial Engineering , Najafabad Branch , Islamic Azad University, Najafabad , Iran</p>	Dr, Abbas Sheikh Aboumasoudi
	<p>Assistant Professor</p> <p>Department of Industrial Engineering, Lenjan Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran</p>	Dr, Ali Sheikh Aboumasoudi
	<p>Assistant Professor</p> <p>Accounting Department, AIU University</p>	Dr, Elmira Emsia
	<p>Assistant professor</p> <p>of Energy Economics</p> <p>Ferdowsi University of Mashhad</p> <p>Faculty of Economics and Administrative Sciences</p>	Dr,Salehnia Narges

Table of Contents

Exploring the effective factors of e-loyalty in online stores.....	16
The Impact of Marketing Strategies on The Company's Reputation:The Mediating Effect of Market Orientation.....	17
Numerical Solving the Black-Scholes Equation under the Constant Elasticity of Variance Model Using Laguerre Neural Network	18
The relationship between innovation-oriented and efficiency-oriented business models in manufacturing industries	19
Identification and Prioritization of the Globalization Strategies for Local Sport Brands with the Marketing Mix Approach	19
multi - criteria decision in the collaborative economy.....	21
The effect of digital marketing on brand equity of online businesses customers.....	22
The impact of corporate governance on decision-making: The mediating role of imaginization between corporate governance and decision - making in Iran insurance industry.....	23
Resource Curse Hypothesis in oil exporting countries and tax policy in rentier states	24
.....شهرداری کرمان بررسی نقش آموزش تخصصی ومؤلفه های رفتاری بر توانمندی کارکنان	25
.....اثر نوسانات نرخ ارز بر درآمدهای مالیاتی در اقتصاد ایران	26
.....کارست مدیریت رسانه‌ای اصلاح الگوی مصرف در جامعه با رویکرد مشارکت اجتماعی	27
.....پایاده سازی و ارزیابی مدیریت راهبردی (استراتژیک) عملکرد در شرکت پارس خودرو ارایه الگوی	28
.....معیار های کاربری زمین شهری با رویکرد یو فیلک	29
.....مرووری بر مدیریت منابع انسانی سبز	30
.....بررسی کار آفرینی سازمانی	31
.....تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر ارتباط بین تنوع جنسیتی هیئت‌مدیره و عملکرد شرکت	32
.....بررسی تأثیر رهبری اخلاقی بر عدالت مراوده ای اعضای هیئت علمی دانشگاه(مورد مطالعه: دانشگاه آزاد خوارسانگ)	33
.....مطالعه به کارگیری فن آوری اطلاعات در ایام بحرانی کرونا بر تسهیل عملکرد غیر مالی مطالعه موردی: بیمارستان ناین اجتماعی (آتیه) شهر همدان	34
.....تبیین و سنجش برند رهبری و نوآوری بربرندگرایی در جهت ارتقاء عملکرد شرکت (مورد مطالعه صنایع غذایی مین)	35
.....بررسی تأثیر محتوای رسانه‌های اجتماعی در رونق صنعت گردشگری با نقش میانجی تعامل در رسانه‌های اجتماعی(مطالعه موردی رسانه اجتماعی اینستاگرام)	36
.....بازارابی کار آفرینانه: مرووری بر ارتباط کارآفرینی با بازارابی	37
.....سیستم های آموزش الکترونیکی: مبانی، عوامل موثر بر اثربخشی، چالش ها و موانع	38
.....مدل سازی کیفیت ابزارمورد استفاده در خدمات همراه بانک بر اعتماد استفاده از آن	39
.....تکمیل مدیریت اعتماد در اقتصاد برای ترویج نقده ای آنلاین در سازماندهی شبکه پیچیده براساس نظریه بازی ها	40
.....بررسی تأثیر پایداری محیطی و یکپارچگی ذینفعان بر عملکرد مالی	41
.....تئوری صف در مدیریت منابع انسانی	42
.....بررسی تأثیر نوع کاربری بر رفتار خرید وی در شبکه های اجتماعی مجازی	43
.....بررسی تأثیر مدیریت منابع انسانی الکترونیک بر حفظ و نگهداشت کارکنان	44
.....مولدسازی و فروش املاک دولت	45
.....بر رابطه بین کیفیت گزارشگری مالی و کارایی سرمایه گذاریIFRS تأثیر حاکمیت شرکی و	46
.....تحلیل مدیریت ریسک و مدیریت بحران مخاطرات محیطی	47
.....بررسی تأثیر استراتژی های مدیریت منابع انسانی بر مزیت رقابتی پایدار از طریق رضایت شغلی و نقش تعدیلگر رهبری خدمتگزار(مطالعه موردی: کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز)	48
.....تأثیر رفتار شهروندی سازمانی بر اثربخشی سازمان (مورد مطالعه : شهرداری کاشان)	49
.....مدل مفهومی اثر انعطاف پذیری راهبردی بر پایداری شرکت، با نقش میانجی نوآوری مدل کسب و کار و تعدیل گری پویایی محیطی	50
.....مطالعه: سازمان ورزش و جوانان استان کرمانشاه) بررسی تأثیر جو سازمانی، یادگیری سازمانی و رضایت شغلی بر تعهد سازمانی (مورد	51
.....بررسی تأثیر مؤلفه های خوشه صنعتی بر سرمایه اجتماعی و بازارابی استراتژیک(مورد مطالعه: خوشه لبنی استان کرمانشاه)	52
.....ارزیابی نقش ویژگی های هیئت مدیره بر ارتباط میان قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری با کارایی قیمت گذاری اقلام تعهدی اختیاری	53
.....راهکارهای توانمند سازی کارکنان و پذیرش فناوری اطلاعات(مطالعه موردی کارکنان شهرداری خرم آباد)	54
.....تأثیر نوسانات نرخ ارز بر عملکرد صادراتی ایران و ترکیه	55
.....شناسایی عوامل تاب آوری کسب و کارها و ارتباط آن با حاکمیت شرکی در صنعت گردشگری در شرایط همه گیری (مطالعه موردی آژانسهای مسافرتی تهران)	56
.....بررسی تأثیر حضور مدیران زن در هیات مدیره بر معیارهای سستی و نوین ارزیابی عملکرد مالی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران	57
.....بررسی نقش فرهنگ سازمانی بر معنویت کاری در کارکنان ادارات دولتی استان آذربایجان غربی	58
.....های مدیریت و مهندسی کیفیت سازمانهای دانش بنیان در تاب آوری سیستم CTانفش	59
.....بررسی تأثیر هوش هیجانی بر تعهد سازمانی با نقش میانجی سبک رهبری تحول گرا	60
.....مطالعه جامعه شناختی مؤلفه های توسعه پایدار در جهات متغیر کنونی	61
.....بررسی رابطه اندازه هیات مدیره و استقلال هیات مدیره با نرخ موثر مالیاتی در بازار سرمایه ایران	62
.....تأثیر فناوری اطلاعات بر افزایش کارایی سازمان(مطالعه موردی ادارات شهرستان دهلران)	63
.....اولویت بندی روش های سرمایه گذاری در پروژه های نفتی با استفاده از روش ویکور	64
.....تأثیر پلنفرم گردشگری کاربر محور بر رضایت گردشگران	65
.....بررسی تأثیر نگرش نسبت به تغییر بر عملکرد سازمانی	66
.....بررسی عوامل موثر بر پذیرش بانکداری الکترونیک	67
.....بررسی تأثیر مدیریت دانش بر چابک سازی سازمانی در کارکنان آموزش و پرورش استان آذربایجان غربی	68
.....تبیین و شناسایی عوامل تأثیرگذار بر ابعاد نگرشی و انگیزشی خریداران اینترنتی نسبت به خرید آنلاین (اینترنتی)	69
.....تبیین تأثیر شبکه های تجاری و اجتماعی سازمانی بر عملکرد صادراتی شرکت با میانجیگری دانش بازار و عملکرد نوآوری محصول	70
.....بررسی و تحلیلی بر اهمیت فضای سبز شهری در توسعه گردشگری و پایداری شهر	71

15th International Conference On Management, Economics and Development



72سازي اقتصاد سنجي و شبكه‌هاي عصبى مصنوعى (شواهدى از بورس اوراق بهادار تهران).....منصفانه مبتنى بر رويكردهاى مدل‌مقايسه پذيرى اطلاعات حسابدارى، كميّت گزارشگرى مالي و قيمت گذارى
73مدلسازى پوياى پايدارى كسب و كارهاى كوچك و متوسط با تاكيد بر شاخص‌هاى مالي (مورد مطالعه : كسب و كارهاى كوچك و متوسط در بورس اوراق بهادار تهران)
74مطالعه مباني و مفاهيم پايدارى كسب و كارهاى كوچك و متوسط مبتنى بر شاخص‌هاى مالي
75رابطه بين مصرف انرژی، صنعتي شدن، مناطق جنگلي و انتشار دي اكسيد كربن: شواهدى از كشورهاي اسلامى
76بررسى و تحليلي بر چالش ها و سياست‌هاى مرتبط با مديريت پسماند در زمان شيوع كرونا و مكناتيسم مديريت آن
77تأثير رهبرى نوآورانه و نوآوری زنجيره تأمين بر عملکرد زنجيره تأمين مطالعه موردی: شركت خودرو ساری
78تأثير مدل هاى كسب و كار بر عملکرد شركت هاى صنعتي
79بررسى نقش تعديل كندگى رضاييت كلي مشتريان و ارتباط آن با بازاریابی در بانکها
80بازاریابی رابطه مند و تأثیر آن بر وفاداری مشتریان (مورد مطالعه : بانک كشاورزی استان گلستان)
81بررسى عوامل موثر بر مديريت ريسك از ديدگاه مديران بيمارستان هاى مشهد
82طراحی مدل برنامه ریزی استراتژیک برای بیمارستان های وابسته به دانشگاه آزاد اسلامی
83بررسى عوامل موثر بر ارتقاء كارآموزى مديريت خدمات پرستارى
84مطالعه نقش واسطه‌اى جهنگيرى بازاریابی پايدار در رابطه بين سازهائى نظريه رفتار برنامه‌ريزى شده با عملکرد بنگاه (مورد مطالعه: استانداردهاى حوزه فناورى اطلاعات و ارتباطات)
85برنامه ریزی و مطالعات اقتصادى شهردارى
86نقش تعديل كنده احساس امنيت شغلي در تأثير فرسودگى شغلي بر تعهد سازمانى و قصد ترك كار (مورد مطالعه: شركت پلي اكربيل اصفهان)
87بررسى جايگاه اقتصادى زن در مديريت خانواده
88عوامل موثر بر رشد اقتصادى دانش بنیان
89تأثير هوشيارى كارآفرينى بر كارآفرينى شركتى
90نقش روابط عمومى در نوآوری خدمات و ارزش طول عمر مشتری(مورد مطالعه: صندوق كارآفرينى اميد)
91تأثير كميّت خدمات، رضاييت مشتری و تصوير شركت بر وفادارى مشتری (مورد مطالعه: شركت ايتكار ارتباط پارسيان)
92SVM(روزيابى تأثير بازاریابردازى بر فروش لوازم خانگى ساسونگ با استفاده از ماشين بردار پشتیبان)
93تمرکز سرمایه گذاری با ریسک سرمایه گذاری
94و ريسك آن در پروژه هاى شهري (ppp)تأمين مالي عمومى - خصوصى)
95متحده وابسته به دفتر مديريت پرسنلى تشریح مدل‌ولوزی ارزشیابی مشاغل سیستم فدرال ایالات
96مطالعه اى بر حسابداری قانونی و نحوه عملکرد آن
97بررسى تأثير رهبرى تحول‌آفرين بر نوآوری و كارآفرينى سازمانى
98توسيم نقشه فرآيندهاى سازمان علمى و فرهنگى آستان قدس رضوى
99مقايسه و تحليل نظري ساختار ييمه تكافل خانواده و ييمه عمر متعارف با تاكيد بر ييمه زندگى
100نقش تكافل و ابزارهاى مالي اسلامى در تحقيق توسعه صنعت ييمه
101بررسى تأثير شبكه هاى سيار و پيسم در توسعه كسب و كارهاى مجازى
102بررسى ارتباط و ویژگیهای شخصیت و قدرت ریسک‌پذیری افراد با مدیریت هموارسازی سود(مطالعه موردی نمایندگان شرکت بیمه ایران و بیمه کارآفرین)
103اثر تعاطف پذيرى مالي بر توسعه پايدار بازار بورس تهران در دوره بحران كوفيد ۱۹
104تأثير عوامل موثر بر سيستم هزينه‌بایى بر مبنای فعالیت با تاكيد موجودى اتيار
105تأثير كرونا بر تورم در ايران
106بررسى تأثير مخارج بهداشتى دولت بر رشد اقتصادى ايران
106رهافت ماركوف سونچينگ
107بررسى تأثير مفاهيم اجتماعى و مشتری محورى بر ميزان تعهد مشتری
108بررسى تأثير قابليت هاى ديجيتالى، فرهنگ سازمانى ديجيتال بر نوآوری ديجيتالى با نقش ميانجى آمادگى سازمانى
109بررسى پايدارى تأمين منابع مالي فروشگاه‌هاى زنجيره‌اى در صنعت خرده‌فروشى ايران
110پاندومى كوفيد-۱۹ بر عملکرد كاركان با نقش ميانجى تاب آورى در بيمارستانهاى آموزشى شهر اهواز بررسى تأثير اضطراب ناشى از
111بررسى تأثير مديريت استراتژيك منابع انساني بر عملکرد كاركان با نقش ميانجى جو سازمانى ادراك شده و رضاييت شغلي در بيمارستانهاى آموزشى شهر اهواز
112بررسى عوامل اقتصادى موثر بر دموكراسى در كشورهاي خاورميانه
113بررسى و تحليلي كامل بر مسائل بودجه و اهميت آن براى دولت
114تعيين نقش تعديلگرى بشردوستى شركتى در تأثير مولفه هاى كميّت گزارشگرى مالي بر عملکرد سرمايه گذارى در بازار سرمايه ايران: تعامل تئورى هاى نمايندگى و مشروعيّت
115بررسى تأثير عدم تقارن در رفتار هزينه ها بر كارايى سرمايه گذارى: مطالعه موردى شركت هاى توليدى پذيرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران
116پاندومى كوفيد-۱۹ بر عملکرد كاركان با نقش ميانجى تاب آورى در بيمارستانهاى آموزشى شهر اهواز بررسى تأثير اضطراب ناشى از
117بررسى تأثير شيوع كرونا بر دوره وصول مطالبات شركت هاى پذيرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران
118بررسى تأثير نرخ پوشش هزينه بهره بر درماندگى مالي: مطالعه موردى شركت هاى پذيرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران
119بررسى تأثير تعديلگرى استراتژي نوآوری بر رابطه بين سرمايه گذاران نهادى و بازده فروش در شركت‌هاى پذيرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران
120تأثير بازاریابی الكترونيك بر ميزان فروش ييمه‌هاى عمر و زندگى ييمه كارآفرين
121بررسى تأثير عوامل كنترل كميّت بر اجرائى موثر حسابرسى صورتهائى مالي
122شناسايى چالش هاى مديران مالي و اولويت بندى آن ها با رويكرد سلسله مراتبى فائزى
123شناسايى روابط بين راهبردهاى شركت، منابع انساني و نتايج عملکرد
124بررسى رابطه بين مديريت ارتباط الكترونيك و وفادارى مشتريان ديجيكالا
125بررسى تأثير ويژگى هاى هيئت مديره بر استراتژى نوآوری در شركت‌هاى پذيرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران
126تأثير استراتژيك مسئوليت اجتماعى شركتى بر رقايت پذيرى، مورد بررسى در كارخانه لاسييك باز كرمان
127شناسايى و اولويت بندى عوامل موثر بر تدوين استراتژى كسب و كار در صنعت بانكدارى با استفاده از رويكرد كارت امتيازى متوازن و تكنيك ديتمل اياتنى فائزى
128شناسايى آسیب‌های اجتماعی متأثر از نداشتن سواد رسانه‌ای والدین بر دانش آموزان پایه ششم ابتدایی در فضای مجازی
129بررسى رابطه بين شدت تحقيق و توسعه، محدوديت هاى مالي و سياست تقسيم سود سهام با ارزش شركت
130استراتژى توليد بدون كارخانه در شركت روغن نباتى توسكا

15th International Conference On Management, Economics and Development



..... راهکاری های مدیریتی کاهش زیاده های حین تولید صنایع غذایی در اقتصاد دایره ای	131
..... چالشهای فرزندآوری زنان شاغل در حوزه کسب و کار	132
..... ایده مفهومی "دستیار رسانه ای هوشمند"	133

*15th International Conference On
Management, Economics and Development*



Exploring the effective factors of e-loyalty in online stores

Sareh Rahmati

Master's degree in MBA, graduated from University of Kharazmi

Abstract

The purpose of this study is to identify the effective factors of e-loyalty in online stores. For this purpose, a conceptual model has been developed that the effects of e-trust and e-relationship Satisfaction and Innovation on e-loyalty were examined, and also the factors that indirectly affect e-loyalty through e-trust were identified. These factors include e-service quality, perceived usefulness, and social media. The research population consists of customers of e-commerce companies and online stores in Iran, of which a sample of 300 has been selected through convenient sampling. The data was sourced through primary sources and a structured questionnaire was administered to the respondents through the use of a five-point Likert scale system, and the SMART-PLS-SEM was used to analyze the fitness of the data and test the research. Results revealed that all path coefficients (except Perceived usefulness -> e-Trust) represent positive and significant relationships.

Keywords: e-loyalty, e-trust, e-relationship satisfaction, innovation, e-service quality, Perceived usefulness, and social media.

The Impact of Marketing Strategies on The Company's Reputation: The Mediating Effect of Market Orientation

Salma Lotfi

Department of Business Management(E-Commerce), college of management, Islamic Azad University of fars zargan, Iran Corresponding

Abstract

The present research was conducted due to the importance of the company's reputation in purchasing from online stores and that companies should follow their marketing strategies well and regarding market orientation. The purpose of the research is to study the effect of marketing strategies on the company's reputation with the mediating effect of market orientation. The present research is a descriptive survey based on structural equation modeling in terms of applied purpose and in terms of data collection method. The population of the present study was represented by employees in Digistyle company. The researcher distributed questionnaires randomly on the employees. The statistical sample was 384 people. The data collection tool in this study was a questionnaire. In this research multiple regression analysis is used to measure the effect of marketing strategies on a company's reputation.

Keywords: marketing strategies, company's reputation, market orientation.

Numerical Solving the Black-Scholes Equation under the Constant Elasticity of Variance Model Using Laguerre Neural Network

Maryam Rezaei

Department of Theoretical Economics, Faculty of Economics, Allameh
Tabatabai University

Abstract

The classical Black-Scholes equation is one of the most important mathematical models in option pricing theory, but this model is far from market realities and cannot show the inverse relationship between the stock price and its volatility in the market. Also, Black and Scholes supposed that no dividends are paid on underlying assets during that period. Therefore, we suppose that dividend yeild is paid on stock during that period. This paper investigates a European put option price based on the constant elasticity of variance (CEV) model, which parameters of interest rate and dividend yield supposed as deterministic functions of time. This model does not have a closed-form solution. Hence, we numerically valuate the European option price by using a nonparametric method. To this end, we consider the neural network, which is one of the most powerful learning methods. In this paper, we study a neural network algorithm based on Laguerre polynomials for solving the generalized Black-Scholes equation arising in the financial market.

Keywords: Neural network, Approximate solutions, Black-Scholes equation, CEV model, Opion price.

The relationship between innovation-oriented and efficiency-oriented business models in manufacturing industries

Behnam Pourbaghi¹. Soulmaz Gholami Chokosari^{2*}

¹Master of Business Management - Marketing, Employee of Naqshe Aval keyfiat Company, Tehran, Iran

²Master of Business Management - Marketing, Employee of the electricity distribution company, Rasht, Iran

Abstract

Research of management focuses on the importance of the role models from business on improving organizational performance. In recent years, we have been more competitive business in the various industries. According to researchers in the fields of business, achieving a competitive position for the company, only with the help of a proper business model possible. A successful business model represents a better way than the options available that can offer greater value to a distinct group of customers and returned greater benefits to the company. Since very little theoretical and empirical have been studied on the factors affecting the performance of companies in the manufacturing sector, In this study, the relationship between innovation-oriented and efficiency-oriented business models in manufacturing industries have been investigated in the food and metal industries in the active companies. The data through questionnaires from 151 companies in the food and metal industries have been collected in Iran. The research methodology employed in this study is the Pearson correlation coefficient.

Keywords: Company performance, innovation-oriented business model, efficiency-oriented business model.

Identification and Prioritization of the Globalization Strategies for Local Sport Brands with the Marketing

Mix Approach

Mona Farsi *, Amin Dehghan Ghahfarokhi , Mohammad Khabiri
University of Tehran

Abstract

Various factors are involved in the introduction of a local sport brand to the global market. Correspondingly, different strategies can be employed based on these factors, for instance, improving the quality of production and promotion, controlling the price, etc. Despite the importance, the factors involved in the globalization of the local sport brands have been rarely studied in the literature. Therefore, in this paper, we intend identification and prioritization of globalization strategies of some local sport brands using the marketing mix approach (4P). Four major factors involved includes product, place, promotion, and price. Therefore, we employ a field method by incorporating the qualitative and quantitative aspects. The primary data is collected as eighty questionnaires by using the sampling method. To collect data, interviews and data coding, together with a particularly designed questionnaire confirmed by a group of professors and sports management specialists are exploited. In data analysis, descriptive statistics are used to capture the demographic characteristics. Then, Confirmatory Factor Analysis and Friedman test are performed respectively using Lisrel and SPSS-23 software, at a significant level of 0.05.

Keywords: International marketing, brand globalization, sporting goods, sports brand.

multi - criteria decision in the collaborative economy

Amir Salar Alizadeh Bazar Afshan

Engineering and construction management of Sajjad University of
Technology.

Abstract

Experts in economic sectors , or even other parts of the career or career life , explicitly declare that they have adopted a desired decision , which first consider different criteria for their decision - making decisions and measure the parameters of a multi - criteria decision.

In this paper , we consider the parameters of a multi - criteria decision to use that decision in the cooperative economy because once an economy has an eye growth and it actually affects the life of all segments of the industry that a decision making is considered correct by observing all aspects and parameters. In this paper , we will outline how to evaluate and navigate a proper direction to achieve a desired decision , and also to fully examine the collaborative economy . cooperative economy is the foundation of consumers ' attitudinal beliefs about cost - saving . In general , the cooperative economy refers to the sharing of intangible assets that can reach a high level of industry .

Keywords: Collaborative economy , Multi - criteria decision making , Successful leadership

The effect of digital marketing on brand equity of online businesses customers

Mohammad Javad Bakhtiary¹, Maryam Behzadi²

¹Ph.D. Department of Business Management,
Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

²Ph.D. Department of Business Management,
Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Abstract

In our hyper-competitive digital age, brand equity is more important than ever. Switching brands is easy and customer reviews are incredibly influential. Brand equity represents the value of a brand. Well-established companies with positive brand equity can charge more for their products and will have more success with business expansion. Today, brand equity is built not just through marketing and advertising efforts, but through positive customer experiences. To retain customers long-term, businesses must prioritize the consumer, consistently delivering frictionless experiences that cater to customer needs and preferences.

The current research examines the effect of digital marketing on brand equity of online businesses customers. In terms of purpose, this research is applied research that has been carried out using the scaling method. The data collection tool is a questionnaire and the statistical population includes online businesses customers. Based on the results obtained, digital marketing has a positive effect on all three dimensions of brand equity, brand loyalty, perceived value, and brand image, and has the greatest impact on brand image.

Keywords: “Digital marketing, Brand image, Brand loyalty, Perceived value, Brand equity”.

The impact of corporate governance on decision-making: The mediating role of imaginization between corporate governance and decision – making in Iran insurance industry

shima sangsari*

Abstract

This paper examine the impacts of corporate governance on decision-making with the use of imaginization as mediating variable for listed 28 insurance industries in Iran country. In this paper, corporate governance is proxied by a set of variables, containing board's size, board independence, board diversity, Number of boards committees and board meeting held in a year. Also, imaginization is proxied as innovation, creation and innovation designs using questioner method on the dataset of 28 listed insurance industries in Iran for the period of 10 years, from 2006 to 2020.the data were collected from top management and using 342 questioners from 450 questionnaires for final analysis and remaining 15 questionnaires excluded due to missing values. PLS-SEM used for analysis purpose and data collected by using simple random sampling technique. The result shows that board size, and, board independent and board diversity have positive and significant effects on decision making. Also, the number of board committees, Board diversity and board meetings held in a year has no effect on decision making. Board size, board diversity, board meetings, board independence and the number of board committees have a significant and positive effect on innovation as proxy of imaginization. Moreover, creation and innovation designs have positive effects on decision making. Imaginization is important to use imaginization constructs in measuring decision – making through corporate governance. It is beneficial for insurance industries to use this constructs in measuring decision making through corporate governance. The findings contributes to achieving a clearer understanding of the role of knowledge management and decision-making styles to organization's performance

Keyword: corporate governance, imaginization, decision –making.

Resource Curse Hypothesis in oil exporting countries and tax policy in rentier states

**Hakime Adli^{1*}, Mehrab Nodehi², Jalil Khodaparast Shirazi³,
Vahid Mohamad Taghvae⁴**

¹Department of Accountings, Ershad Damavand Postgraduate Institute, Tehran, Iran

²Department of Civil and Environmental Engineering, University of California –
Davis, Davis, CA 95616, USA

³Department of Economics, Islamic Azad University, Shiraz Branch, Shiraz, Iran

⁴Department of Economic Development and Planning, Tarbiat Modares University,
Tehran, Iran

Abstract

This study tests the hypotheses of “Resource Curse” for the taxation system in countries with abundant natural resources. The main question of the study is whether the tax revenues depend on the income gained from natural resources in the “Rentier States”. In the rentier states, natural resources can be a potentially disruptive factor for the taxation system, which reduces the governmental revenue level while the non-rentier states focus on taxation system to earn revenue. This research employs an unbalanced panel dataset to estimate seven models with random effects in fourteen selected oil-exporting countries during 1990-2014. Based on the results, the resource curse hypothesis is accepted, proving that tax is a sacrifice to the revenues of petroleum exportation in the sample countries. In the studied countries, the taxation system is not based on the stable, reliable, and real economic players such as agriculture, trade, external debts, and international grants, but rather it is related to the oil and gas revenues and corruption level. The authorities are advised to concentrate more on the tax infrastructure, rather than the oil revenues, to rise the stability, validity, and reliability of the governmental revenues.

Keywords: Tax Revenue, Rentier States, Resource Curse, Oil-Exporting Countries.

بررسی نقش آموزش تخصصی و مؤلفه های رفتاری بر توانمندی کارکنان شهرداری کرمان

غلامعباس نظری^{۱*}، محمد رضا کرامت^۲

^۱ دانشجوی دکترای دانشگاه آزاد

^۲ دانشجو

چکیده

تغییر و تحول در عوامل محیطی و سازمان ها، به خصوص شهرداری ها بسیار شدید است. بنابراین در چنین شرایطی دو عامل تعیین کننده موفقیت شهرداری ها خواهند بود؛ اول آموزش و دوم ویژگی های شخصیتی متناسب با مشاغل شهرداری. این تحقیق با روش توصیفی- پیمایشی و تبیینی، ابتدا به بررسی تأثیر آموزشهای تخصصی حین خدمت بر توانمندسازی کارکنان سازمانهای امنیتی و در ادامه به تبیین و سنجش مؤلفه های رفتاری مورد انتظار در جامعه مورد مطالعه پرداخته است. در این تحقیق ۱۰۴ نفر از کارکنان شهرداری کرمان با نمونه گیری هدفمند به منظور بررسی تأثیر آموزش های تخصصی حین خدمت بر توانمندسازی کارکنان انتخاب و با طراحی دو پرسشنامه مورد بررسی قرار گرفته و در ادامه با مصاحبه با خبرگان مؤلفه های رفتاری مورد انتظار شناسایی و نمونه مورد مطالعه با بهره گیری از تست شخصیتی *MBTI* و آزمون هوش هیجانی (*EQ*) مورد آزمون قرار گرفته اند. نتیجه تحقیق نشان داد که آموزش های تخصصی حین خدمت بر توانمندسازی کارکنان جامعه مورد مطالعه مؤثر بوده و از بین متغیرهای مورد مطالعه، استادان و مدرسان دوره نقش مهمی در یادگیری و توانمندسازی کارکنان دارند. در ادامه نتایج آزمون مهارتی نشان داد که در جامعه مورد مطالعه، نیرویی که کاملاً مهارتهای مورد نیاز یک نیروی خبره را داشته باشد وجود ندارد، تنها ۱۱٪ نیروها در طیف نسبتاً قابل قبول بوده و ظرفیت بالقوه برای تبدیل شدن به یک کارشناس حرفه ای را دارند.

کلیدواژه ها: شهرداری، آموزش، مهارت، تیپ شخصیتی، هوش هیجانی.

اثر نوسانات نرخ ارز بر درآمدهای مالیاتی در اقتصاد ایران

سارا هوشمندی^{۱*}، زینب امیری^۲

^۱ شرکت هونام

^۲ شرکت فولاد پایا

چکیده

هدف از انجام این تحقیق بررسی اثر نوسانات نرخ ارز بر درآمدهای مالیاتی در اقتصاد ایران بوده است. این مطالعه بر اساس هدف کاربردی می باشد و از نظر روش توصیفی و از نوع همبستگی می باشد. جامعه آماری در این تحقیق کشور ایران است و بازه ی زمانی بین سال های ۱۳۵۸ تا ۱۳۹۷ می باشد. با توجه به اینکه کل جامعه آماری مورد بررسی قرار می گیرد دیتاهای مورد نیاز جهت برآورد مدل رگرسیون، از بانک اطلاعات سری های زمانی اقتصادی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، مرکز آمار ایران و بانک جهانی استخراج شده است. در ابتدا با استفاده از الگوی واریانس ناهمسانی شرطی خود رگرسیون تعمیم یافته (GARCH) نوسان واقعی نرخ ارز را به دست آورده و در ادامه از طریق روش خودرگرسیونی با وقفه های گسترده (ARDL) روابط مورد نظر برآورد شد. نتایج کوتاه مدت نشان داد نرخ تورم با درآمد مالیاتی در سطح ۵ درصد، متغیرهای درجه باز بودن اقتصاد و نرخ ارز حقیقی در وقفه اول در سطح ۱۰ درصد رابطه معنی داری دارد همچنین افزایش نوسانات نرخ ارز در حضور باز بودن تجارت بر درآمد مالیاتی اثر داشته و به دلیل ریسکی که به آن تحمیل می کند با تاخیر منجر به کاهش درآمد مالیاتی در کوتاه مدت می شود. در ادامه نتایج ضرایب برآورد شده در بلندمدت نشان داد که نوسان نرخ ارز و درآمد مالیاتی رابطه مستقیم دارند که یک درصد افزایش در این متغیر میزان درآمد مالیاتی رو به اندازه ۰/۰۰۴ درصد افزایش می دهد. همچنین سرانه تولید داخلی در بلند مدت با درآمد مالیاتی رابطه مستقیم دارد. نسبت تولیدات صنعتی به تولید ناخالص داخلی و نرخ تورم با درآمد مالیاتی رابطه معکوس در سطح ۱۰ درصد در بلند مدت دارند. نهایتاً ضریب (۱-ecm) در مدل کوتاه مدت معادل ۰/۷۹ برآورد شده است. این ضریب که از نظر آماری به طور کامل معنی دار است، نشان دهنده ی سرعت تعدیل تعادل کوتاه مدت به سمت تعادل بلند مدت است.

کلیدواژه ها: نوسانات نرخ ارز، درآمدهای مالیاتی، اقتصاد ایران.

کاربست مدیریت رسانه‌ای اصلاح الگوی مصرف در جامعه با رویکرد مشارکت اجتماعی

روح‌اله قلی‌پور^{۱*}، دکتر علی فلاح^۲، مهران خیری^۳

^۱ دانشجوی دکترای مدیریت رسانه دانشگاه آزاد اسلامی قائم‌شهر

^۲ استادیار گروه مدیریت، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی نور

^۳ کارشناس ارشد مدیریت دولتی (تحول) دانشگاه آزاد اسلامی قائم‌شهر

چکیده

در این مقاله با اشاره به مصرف بی‌رویه و غیرمنطقی منابع و ذخیره‌های تجدیدپذیر و ناپذیر که امروزه جزو مسائل مهم در ایران به شمار می‌رود و درایت مدیران در راهبردهای کلان همراه با نیازمند مطالعات ویژه و در سطح سیاستگذاری لزوم اهمیت همراهی رسانه‌ها در مسیر تحقق به اهداف تعیین شده کارشناسان برای سطح پیشگیری، آموزش و اجرای طرح‌ها را می‌طلبد، از این رو افزایش چشمگیر نقش رسانه‌ها در راهبری و مدیریت مسائل مختلف پیش‌روی جامعه از جمله اصلاح الگوی مصرف با رویکرد آموزشی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی تاکید و اثرات متقابل عدم شناخت فرصت رسانه برای ترویج مصرف بهینه بررسی شده و مطالعه حاضر ضمن بیان این پرسش که چرا در رویکرد ترویج مصرف بهینه و اصلاح الگوی مصرف از ظرفیت مدیریت رسانه‌ها بصورت ویژه استفاده نشده است به یافته‌های در تحقیق حاضر دست پیدا کرده است که نشان می‌دهد حل مشکلاتی مانند اصلاح الگوی مصرف نیاز به آگاهی‌بخشی، اعتمادسازی و در نهایت مشارکت مردم (مخاطبین) به عنوان سرمایه‌های اصلی حاکمیت و رسانه به صورت انکارناپذیری نیازمند است.

کلیدواژه‌ها: مدیریت رسانه، مشارکت اجتماعی، اصلاح الگوی مصرف، مصرف‌گرایی، آموزش.

ارایه الگوی پیاده سازی و ارزیابی مدیریت راهبردی (استراتژیک) عملکرد در شرکت پارس خودرو

سیده معصومه مومنی^{۱*}، امیررضا آبسواران^۲

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار دانشگاه بین المللی امام خمینی (ره)

^۲ معاون اجرایی شرکت آسیان تجارت آوا پارس، کارشناس حقوق دانشگاه مالک اشتر

چکیده

زمینه و هدف: از جدیدترین مباحث در مدیریت و حوزه استراتژیک و مفهوم مدیریت عملکرد میباشد که اثربخشی پایین شیوه های سنتی در ارزیابی عملکرد به خصوص در نیل به اهداف راهبردی سازمان آشکار میشود. و هدف از این مقاله طراحی الگوی مطلوب مدیریت راهبردی عملکرد برای شرکت پارس خودرو می باشد. روش شناسی در اجرای این مقاله دو رویکرد کیفی و کمی به صورت تلفیقی استفاده شده است ابتدا از طریق روش کیو و با طراحی فضای گفتمان و نظرخواهی از ۳۰ نفر خبره در صنایع خودروسازی و الگوی مدیریت استراتژیک عملکرد طراحی گردید و در فاز کمی با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی این مدل در سه سطح سازمانی شرکت پارس خودرو مورد آزمون قرار گرفت. یافته های مقاله حاکی است الگوی ارزیابی عملکرد نهایی در سه سطح کارکنان مدیران و سازمان در چهار بعد فرآیندی، محتوایی، زمینه ای و بهبود توسعه عملکرد به همراه زیر شاخص های مرتبط شناسایی و طبقه بندی گردید. و نتایج حاکی از آن است که شاخص های مربوط به الگوی مدیریت عملکرد ۱۶۸ شاخص که در چهار بعد فرآیندی، محتوایی زمینه ای و بهبود و توسعه عملکرد در سه سطح مدیران و کارکنان و سازمان تعریف شد. و براین اساس شرکت پارس خودرو وضعیت بهتری از لحاظ شاخص های استراتژی نسبت به شرکت های ایران خودرو و سایپا داراست و براساس نتایج حاصل از این مقاله پیشنهاداتی نیز در راستای پیاده سازی الگوی مدیریت استراتژی عملکرد ارائه گردید.

کلیدواژه ها: مدیریت راهبردی عملکرد، ارزیابی عملکرد، رویکرد کیفی و کمی، شرکت پارس خودرو.

معیار های کاربری زمین شهری با رویکرد بیو فیلیک

مرضیه زارعی

کارشناس ارشد طراحی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد پردیس، تهران، ایران،

چکیده

فضاهای شهری با کاربری های سبز از مهم ترین بخش های شهر هستند که در حال حاضر نیاز های کاربران را پاسخگو نیستند و نمی تواند محرک فعالیت های اجتماعی باشند چون با افزایش شدید رشد جمعیت در جهان شاهد افزایش آلودگی ها و معضلات زیست محیطی - اجتماعی هستیم. با تغییرات اقلیمی که منشاء اصلی آن رشد جمعیت و انتشار گاز های گلخانه ای مواجه هستیم که موضوعی کلیدی در عصر حاضر است. با این حال شهر ها پویا هستند و می توانند راهبران و ساکنان را از تغییرات که در آن شهر رخ می دهند آگاه کنند و همچنین سبب می شوند تا آنان رویکرد هایی را به منظور پاسخگویی به این تغییرات اتخاذ کنند این رویکردها در زمینه محیط زیست میتواند ایجاد و توسعه شهری با زمین هایی با کاربری سبز (بیو فیلیک) ایجاد شوند. حال هرگونه سرعت بخشیدن در برنامه ریزی شهری و اعمال طراحی های سبز می تواند سبک زندگی مردم را تغییر دهد که این روند باعث تغییر رویه زندگی و اصلاح ناهنجاری های محیطی شود. اصلاح واکنش های رفتارهای محیطی در طراحی و برنامه ریزی شهری به سمت زمین هایی با کاربری سبز (بیو فیلیک) باعث ایجاد حرکتی به سمت پایداری محیط زیست و پایداری بنیادی شهر می شود. روش مورد استفاده در این پژوهش کاربردی و شیوه مطالعه بر حسب روش و ماهیت تحقیق، توصیفی - تحلیلی می باشد که مبنای مطالعات میدانی و کتابخانه ای به صورت کیفی در آمده است. در این مقاله با بررسی پارامترهای مهم در ایجاد و توسعه شهر هایی که کاربری زمین در آن به سمت پایداری محیط زیست جهت گرفته با نگاهی بسیار فراگیر به برنامه های عمرانی و توسعه شهری است. نتایج این پژوهش نشان می دهد که اکثر شهر های جدید با وجود پتانسیل های موجود در شهر های ایجاد شده که قابلیت تبدیل شدن به یک شهر بیو فیلیک را داراست و نقش مهمی در پایداری منطقه دارد.

کلیدواژه ها: کاربری زمین، بیو فیلیک، پایداری، محیط زیست.

مروری بر مدیریت منابع انسانی سبز

حمیدرضا ایل بیگی ^۱، دلارام حاجی مرادی ^۲

^۱استادیار گروه مدیریت بازرگانی مؤسسه آموزش عالی فاران مهر دانش، تهران، ایران

^۲دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش کارآفرینی مؤسسه آموزش عالی فاران مهر دانش،

تهران، ایران

چکیده

چندی است که در گوشه و کنار آگاهی فزاینده ای در جوامع کسب و کار درباره اهمیت رعایت معیارهای محیط زیستی سبز و بکارگیری تکنیک های مختلف مدیریت محیط زیستی مشاهده می گردد. با توجه به روند جهانی سازی، حوزه کسب و کار در حال تجربه گذار از یک ساختار مالی کلیشه ای به یک اقتصاد مدرن مبتنی بر ظرفیت است که در راستای کشف ابعاد اقتصادی سبز کسب و کار خود را مهیا می کند. امروزه، مدیریت منابع انسانی سبز به یک استراتژی کلیدی در کسب و کار برای سازمان های مهم تبدیل شده است که در آن بخش های منابع انسانی نقشی فعال در حرکت به سوی دفاتر کاری سبز ایفا می کنند. این مقاله مروری تا حد زیادی بر اقدامات و فعالیت های مربوط به منابع انسانی سبز که برخی سازمان ها در نقاط مختلف جهان آن را دنبال می کنند متمرکز شده است و مفهومی ساده شده از مدیریت منابع انسانی سبز را توضیح می دهد. این مقاله همچنین با بحث درباره جهت گیری آتی برخی از وظایف مدیریت منابع انسانی سبز به بدنه ادبیات موجود در این رابطه می افزاید. این مقاله در انتها برخی اقدام های ابتکاری مربوط به منابع انسانی بالقوه را به سازمان های سبز پیشنهاد می دهد.

کلیدواژه ها: مدیریت منابع انسانی سبز، مدیریت محیط، اقدام های ابتکارات سبز، دفاتر کاری بدون کاغذ.

بررسی کارآفرینی سازمانی

نغمه پورفتحی

دکترای اقتصاد پولی و بین الملل از دانشگاه شهید بهشتی، کارشناس حوزه راهبری بانک پاسارگاد

چکیده

در سازمان‌هایی با مقیاس بزرگ و متوسط، کارآفرینی سازمانی، عنصر مهم و کلیدی است، به نحوی که در کنار نوآوری و پاسخ به تغییرات سریع در محیط کسب و کار، کارآفرینی سازمانی می‌تواند به ارتقای بهره‌وری و تقویت روحیه سرمایه انسانی سازمان، در راستای افزایش فرصت جهت مقابله با چالش‌های جدید و جاری‌سازی ایده‌های نو و همچنین توسعه اقتصادی کمک کند. یکی از عوامل کلیدی در راستای پیاده سازی کارآفرینی سازمانی، سرمایه گذاری در حوزه‌هایی است که سابقاً به دلیل عدم پذیرش ریسک، توسط سازمان انجام نشده است. در راستای ارتقای نوآوری، حفظ مزیت رقابتی، پیشرو بودن، افزایش سودآوری، تغییر الگوی هزینه‌ها، با هدف حفظ بقای سازمان در بلندمدت به کارآفرینی سازمانی روی می‌آورند. کارآفرینی سازمانی به فعالیت و جهت‌گیری‌های نوآورانه مانند توسعه محصول جدید، فن‌آوری، خدمات، موقعیت‌های رقابتی و راهبردی منتج می‌شود. در راستای پیاده‌سازی کارآفرینی سازمانی، ضروری است فرهنگ کارآفرینی مناسب به عنوان گام اول در راستای تحقق کارآفرینی سازمان مورد توجه قرار گیرد. از اینرو این مقاله سعی دارد ضمن تأکید بر لزوم توجه به اهمیت فرهنگ کارآفرینی و توسعه کارآفرینی سازمانی، به بررسی مدل‌های کارآفرینی سازمانی، فرآیند کارآفرینی سازمانی و گام‌های اجرایی کردن کارآفرینی سازمانی بپردازد.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی سازمانی، مدل‌های کارآفرینی سازمانی، فرآیند کارآفرینی سازمانی، گام‌های اجرایی کارآفرینی سازمانی.

تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر ارتباط بین تنوع جنسیتی هیئت مدیره و عملکرد شرکت

فاطمه بابائی درچه

کارشناسی ارشد حسابداری، مؤسسه آموزش عالی صبح صادق، اصفهان، ایران

چکیده

چگونگی عملکرد شرکت‌ها می‌تواند طیف وسیعی از تصمیم‌گیری‌ها، به‌ویژه تصمیم‌های مالی و اقتصادی کشورها تأثیرگذار باشد. یکی از مهم‌ترین عواملی که می‌تواند عملکرد شرکت‌ها را متأثر سازد، تنوع جنسیتی هیئت مدیره است. تنوع جنسیتی کیفیت هیئت مدیره را بهبود می‌بخشد و عملکرد نظارتی هیئت مدیره را افزایش می‌دهد. همچنین ارتباطات مؤثر هیئت مدیره را تسهیل می‌کند که جریان اطلاعات از هیئت مدیره به سرمایه‌گذاران را بهبود می‌بخشد. مسئولیت اجتماعی موضوع حساسیت برانگیز و عامل اساسی بقای هر سازمانی محسوب می‌شود. شرکت‌های سرآمد به عنوان شرکت‌هایی پاسخگو، برای شفافیت و پاسخگویی به ذینفعان خود در قبال عملکردشان باید تعهدات خود به مسئولیت اجتماعی را از طریق ارزش‌های خویش ابراز دارند و اطمینان حاصل کنند که این تعهدات در سراسر شرکت جاری می‌شوند. بر این اساس، پژوهش حاضر به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر ارتباط بین تنوع جنسیتی هیئت مدیره و عملکرد شرکت می‌پردازد. به‌منظور دستیابی به هدف فوق، اقدام به تدوین دو فرضیه شد. بر این اساس به‌منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش، نمونه‌ای متشکل از ۱۰۸ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی ۱۳۹۴ الی ۱۴۰۰ انتخاب شد. جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش نیز از مدل رگرسیون چندمتغیره مبتنی بر داده‌های ترکیبی استفاده شده است. نتایج این پژوهش نشان‌دهنده آن است که ارتباط مثبتی بین تنوع جنسیتی هیئت مدیره و عملکرد شرکت برقرار است بدین معنی که با افزایش تنوع جنسیتی هیئت مدیره، عملکرد شرکت افزایش خواهد یافت؛ علاوه بر این، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد مسئولیت اجتماعی شرکت بر شدت اثر تنوع جنسیتی هیئت مدیره و عملکرد شرکت تأثیر مثبت و معناداری دارد.

کلیدواژه‌ها: عملکرد شرکت، تنوع جنسیتی هیئت مدیره، مسئولیت اجتماعی شرکت.

بررسی تاثیر رهبری اخلاقی بر عدالت مراوده ای اعضای هیئت علمی دانشگاه (مورد مطالعه: دانشگاه آزاد خوراسگان)

زهرا کیانی پیکانی

عضو هیئت علمی گروه مدیریت آموزشی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه آزاد اسلامی

واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران

چکیده

هدف از این تحقیق بررسی تاثیر رهبری اخلاقی بر عدالت مراوده ای در دانشگاه آزاد خوراسگان است. این تحقیق از لحاظ هدف و شیوه از نوع کاربردی بوده است. جامعه آماری این پژوهش ۴۳۰ نفر از اعضای هیئت علمی دانشگاه آزاد خوراسگان بوده است که با توجه به جدول کرجسی و مورگان حجم نمونه ۲۰۳ نفر برآورد شده است. جهت اندازه گیری رهبری اخلاقی از پرسشنامه طراحی شده توسط ترینو (۲۰۰۶)، جهت عدالت مراوده ای از پرسشنامه چلادورا (۲۰۰۶) استفاده شد. پایایی این پرسشنامه ها از روش پایایی ترکیبی محاسبه و تایید شد. پس از جمع آوری داده ها، از نرم افزار Spss جهت بررسی فرضیه ها استفاده شد نتایج نشان داد که رهبری اخلاقی (و ابعاد آن) بر عدالت مراوده ای تاثیر معناداری دارد.

کلیدواژه ها: رهبری اخلاقی، عدالت مراوده ای، دانشگاه آزاد خوراسگان.

مطالعه به کارگیری فن آوری اطلاعات در ایام بحرانی کرونا بر تسهیل عملکرد غیر مالی مطالعه موردی: بیمارستان تامین اجتماعی (آتیه) شهر همدان

مائده عبدی^۱، دکتر هوشنگ مبارک آبادی^{۲*}

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت کسب و کار، گرایش مدیریت مالی، گروه مدیریت، دانشکده

علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی همدان، واحد همدان

^۲ استادیار رشته مدیریت بازرگانی، گرایش رفتار سازمانی - منابع انسانی، گروه مدیریت، دانشکده علوم

انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی همدان، واحد همدان

چکیده

پژوهش با هدف بررسی تاثیر به کارگیری فناوری اطلاعات در ایام بحرانی کرونا بر تسهیل عملکرد غیر مالی بیمارستان تامین اجتماعی (آتیه) شهر همدان انجام گرفت. روش پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نوع توصیفی می باشد که به صورت مقطعی در بیمارستان آتیه شهر همدان در سال ۱۴۰۰ انجام گرفت. جامعه آماری کلیه کارشناسان بخش اداری، کارشناسان پرستاری، بهیارها ۴۶۰ نفر می باشند. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران و روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای (پرستاران، کارشناسان، کارکنان، بهیاران) و با روش های آماری نمونه گیری تعداد ۲۵۹ نفر انتخاب گردید. برای جمع آوری اطلاعات این پژوهش از روش های مطالعه کتابخانه ای به منظور گردآوری مبانی نظری و پیشینه تجربی پژوهش استفاده شده است. پرسشنامه ها شامل پرسشنامه های محقق ساخته بود. روایی پرسشنامه ها از طریق مطالعه و اظهار نظر استاد راهنما انجام شد. ضریب پایایی پرسشنامه ها از طریق آزمون آلفای کرونباخ به ترتیب برای پرسشنامه عملکرد غیر مالی ۰/۷۵ و برای پرسشنامه فناوری اطلاعات ۰/۷۷ به دست آمد. پس از گردآوری اطلاعات به منظور تجزیه و تحلیل داده ها و یافته های پژوهش از بررسی سوالات و فرضیه های پژوهش در دو سطح آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده گردید. در سطح آمار توصیفی از شاخص هایی همچون جداول و نمودارهای توزیع فراوانی و در سطح استنباطی از آزمون های کالموگروف - اسمیرونوف و روش آلفای کرونباخ، همبستگی پیرسون از نوع معادلات ساختاری انجام شد.

کلیدواژه ها: فناوری اطلاعات، عملکرد غیر مالی، کرونا، بیمارستان تامین اجتماعی.

تبیین و سنجش برند رهبری و نوآوری بر برندگرایی در جهت ارتقاء عملکرد شرکت (مورد مطالعه صنایع غذایی میهن)

محدثه رضازاده سیاهگورایی

دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه ریزی توسعه گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ، ایران

چکیده

در دوره فرا صنعتی دیگر کسب و کاری وجود ندارد که بی نیاز از بازاریابی باشد. برای هر سازمانی بدست آوردن مزایای رقابتی امری ضروری است. رقابت در هر جایی وجود دارد و بخش صنایع غذایی میهن هم در این مورد مستثنی نیست. سیستم نیاز به بازاریابی مدرن دارند تا در دنیای رقابتی امروز از رقبای عقب نمانده و پیشی بگیرد. از طرفی در دنیای امروز که تنوع خدمات/ محصولات بطور چشمگیری در حال افزایش است برندسازی بعنوان عاملی برای شناسایی و وجه تمایز خدمات/ محصولات از یکدیگر دارای اهمیت خاصی می باشد. لذا با توجه به ارزش و اهمیت ذکر شده برای برند، از معروفترین مفاهیمی که در این حوزه مورد تحقیق و بررسی قرار گرفته است می توان به برندگرایی و عملکرد برند اشاره کرد. به همین جهت محقق براساس هدف تحقیق برآن است تا تبیین و سنجش تاثیر برند رهبری و نوآوری بر برندگرایی در راستای ارتقاء عملکرد در صنایع غذایی میهن را انجام دهد. به همین منظور پرسشنامه ای جهت سنجش متغیرهای تحقیق طراحی گردید که روایی محتوایی آن از طریق اساتید و خبرگان و پایایی آن از طریق ۳۰ نفر از جامعه آماری پیش آزمون گردید نتایج بدست آمده برای پایایی پرسشنامه بالای ۰٫۷ بود که نشان داد پرسشنامه از اعتبار کافی برای گردآوری اطلاعات برخوردار است. همچنین قابل ذکر است جامعه آماری تحقیق حاضر مشتریان صنایع غذایی بودند که براساس جدول کرجسی- مورگان و جامعه نامحدود نمونه مورد نظر محاسبه و در ۳۸۲ پرسشنامه از پاسخ دهندگان گردآوری و تحلیل براساس آن صورت گرفت. روش تجزیه و تحلیل بکار رفته در تحقیق حاضر رگرسیون چندگانه به روش همزمان بوده که نشان داد فرضیه ها مورد تایید واقع شده است.

کلیدواژه ها: برند رهبری، نوآوری، برندگرایی و ارتقاء عملکرد، صنایع غذایی میهن.

بررسی تأثیر محتوای رسانه‌های اجتماعی در رونق صنعت گردشگری با نقش میانجی تعامل در رسانه‌های اجتماعی (مطالعه موردی رسانه اجتماعی اینستاگرام)

حمیده مهدوی مهر^۱، سید جلال الدین حسینی غنچه^۲

^۱ کارشناس ارشد مدیریت MBA، گرایش بازاریابی، واحد علوم دارویی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

^۲ استادیار گروه ریاضی، واحد تاکستان، دانشگاه آزاد اسلامی، تاکستان، ایران

چکیده

ضرورت و اهمیت پژوهش تأثیر محتوای رسانه‌های اجتماعی در رونق صنعت گردشگری در چارچوب نظری مشخصی بیان شد و بر همه نمایان شد که چقدر نیاز و ملزوم تصمیم مدیران این بخش است. در ادامه فرضیه ای برای تعیین این ارتباط با وام گرفتن از مقاله مرجع ترسیم شد و در ادامه تلاش شد به کمک نتایج پرسشنامه پژوهش که در بین ۴۵۹ نفر از گردشگران استان کهگیلویه و بویراحمد که دارای تجربه استفاده از خدمات آنلاین برای انتخاب مقصد گردشگری خود بوده اند؛ توزیع شد و ۴۴۰ پاسخنامه صحیح جمع آوری شد، فرضیه های از قبل تعیین شده را بسنجیم و تایید کنیم. موضوع مورد بررسی از نظر جامعیت نظر و بررسی نظرات علمی پژوهشی قبل از خود نیز بررسی شد و نتایج آن در فصل دوم پژوهش اعمال شده است. روش آماری مورد استفاده در این مطالعه، مدل سازی معادلات ساختاری و تایید فرضیه ها بعد از تایید برازش مدل می باشد. در قسمت آمار توصیفی پژوهش از نرم افزار SPSS و در قسمت معادلات ساختاری از نرم افزار AMOS استفاده شده است. در انتها از ۵ فرضیه مورد نظر هر پنج تا تایید شدند و به پژوهش گر کمک کردن بتواند پیشنهادات متناسبی با این موضوع و بخصوص در راستای فرضیه های تایید شده به جامعه مدیران گردشگری و تصمیم گیران آن بیان کند.

کلیدواژه ها: رسانه‌های اجتماعی، اینستاگرام، صنعت گردشگری، مشتری (گردشگر).

بازاریابی کارآفرینانه: مروری بر ارتباط کارآفرینی با بازاریابی

حمیدرضا ایل بیگی ^۱، حسن رمن ^۲

^۱استادیار گروه مدیریت بازرگانی مؤسسه آموزش عالی فاران مهر دانش، تهران، ایران

^۲دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش کارآفرینی مؤسسه آموزش عالی فاران مهر دانش،

تهران، ایران

چکیده

هدف این مقاله مشخص ساختن بهتر سهم کارآفرینی در پیشرفت تفکر بازاریابی است. این مقاله یک مقاله مروری محسوب می گردد که در آن از برخی از ادبیات موجود برای پیشنهاد های پژوهشی جدید و آتی استفاده شده است. از نقطه نظر یافته ها، در مقاله حاضر فرصت های پژوهشی به علاقمندان پیشنهاد می شود و این نتیجه حاصل می گردد که مشارکت و نقش آفرینی کارآفرینی در بازاریابی کلان هنجاری تا حد زیادی وجود ندارد. فصل مشترک و رابطه میان بازاریابی و کارآفرینی همچنان ارتباطی است که تبیین آن دشوار باقی مانده است. با این حال، این وجه مشترک دارای یک ظرفیت تحقیقاتی غنی است و بسیار مهم است که بازاریابی و بویژه پژوهشگران حوزه بازاریابی از این فرصت ها برای تقویت تمرکز استراتژیک خود به عنوان یک زمینه پژوهشی کمال استفاده را ببرند. در این مقاله ادبیات مربوط از دیدگاه های مختلف بازاریابی و زمینه های مرتبط با یکدیگر تلفیق شده است و ضمن ترسیم رابطه بازاریابی و کارآفرینی در طرح طبقه بندی هانت، به مبحث بازاریابی کارآفرینانه هم پرداخته شده است.

کلید واژه ها: بازاریابی، کارآفرینی، رابطه بازاریابی و کارآفرینی، بازاریابی کارآفرینانه.

سیستم های آموزش الکترونیکی: مبانی، عوامل موثر بر اثربخشی، چالش ها و موانع

دکتر سید محمد زاهدی^۱، مرمر شوکت^{۲*}

^۱استادیار مرکز آموزش مدیریت دولتی، تهران، ایران

^۲دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، توسعه منابع انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و

تحقیقات، تهران، ایران

چکیده

مقدمه: امروزه در عصر فناوری اطلاعات شاهد تغییرات سریع در زمینه رشد و توسعه فناوری ها و اطلاعات هستیم. بدیهی است رقابت و پیشرفت در محیط پویای کنونی مستلزم افزایش آگاهی و همگام شدن با این تغییرات در عرصه های داخلی و بین المللی است. از این رو تحولات قابل توجهی در حوزه آموزش و سیستم های یادگیری ایجاد شده است. در این دوره روش های سنتی و قدیمی آموزش دیگر پاسخگوی نیازهای آموزشی جوامع پیشرفته یا رو به رشد نمی باشد. لذا با توجه به افزایش تقاضا برای آموزش و نیاز به فراهم شدن بستر مناسب برای پاسخگویی به نیازهای روزافزون متقاضیان، آموزش مجازی و یادگیری الکترونیکی بیش از قبل مورد توجه قرار گرفته است. در سال های اخیر سیستم های یادگیری الکترونیکی متعدد و متنوعی به بازار عرضه شده که محتوای آموزشی را به اشکال گوناگون به مخاطبان ارائه می نماید و با افزایش دسترسی فراگیران موجب استمرار در امر یادگیری شده و باعث تسریع انتقال اطلاعات و صرفه جویی در زمان فراگیر و کاهش هزینه های آموزش می گردد. اما پیاده سازی این سیستم یادگیری اگر چه در سال های اخیر در کشور ما ایران پیشرفت چشمگیری داشته است، اما در کنار مزایای آن با ایراداتی از قبیل کاهش پهنای باند و سرعت اینترنت، کاهش تعاملات بین فراگیران و مربیان با فراگیران، فقدان ارتباط چهره به چهره و ... نیز همراه بوده است. به همین دلیل جهت اجرای بهینه دوره های آموزشی الکترونیکی می بایست عوامل تاثیرگذار در اثربخشی و موانع پیش رو مورد بررسی و ارزیابی قرار بگیرد. **روش کار:** تحقیق انجام شده یک مطالعه مروری و تطبیقی می باشد که از نظر هدف کاربردی است. مبنای مطالعه حاضر تحلیل منابع به دست آمده از پایگاه های اطلاعاتی بر اساس کلیدواژه ها بوده است. در نهایت از مقالات جستجو شده تعداد ۱۲ مقاله مورد مطالعه قرار گرفته است.

کلیدواژه ها: آموزش الکترونیکی، موانع اثربخشی، چالش ها، ارزیابی موفقیت.

مدل سازی کیفیت ابزارمورد استفاده در خدمات همراه بانک بر اعتماد استفاده از آن

زهرا محمدی

کارشناس مدیریت دولتی

چکیده

با توجه به روند رو به گسترش و توسعه فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیکی و نقش اینترنت و ظهور تلفن های جدید هوشمند در سراسر جهان و از جمله ایران می توان نتیجه گرفت که توجه به این موضوعات و برنامه ریزی در جهت آنها یک ضرورت اجتناب ناپذیر است. یک برنامه ریزی خوب و مناسب آن است که با شناخت دقیق مشکلات و موانع از یک طرف و شناخت منابع و پتانسیل ها از طرف دیگر همراه باشد. در این راستا مبحث اعتماد مشتریان در استفاده از همراه بانک شایان توجه و بررسی می باشد. این تحقیق با هدف مدلسازی کیفیت ابزارمورد استفاده در خدمات همراه بانک بر اعتماد استفاده از آن در استان ایلام با رویکرد نمونه گیری در دسترس و استفاده از پرسشنامه استاندارد در سطح قابلیت اطمینان بالای ۰/۷ در نرم افزار SEM-PLS انجام شد. نتایج به دست آمده بر مدلسازی کیفیت ابزارمورد استفاده در خدمات همراه بانک بر اعتماد استفاده از آن با میزان اثر گذاری ۰/۸۳ تایید گردید.

کلیدواژه ها: کیفیت خدمات، اعتماد، همراه بانک.

تکامل مدیریت اعتماد در اقتصاد برای ترویج نقده ای آنلاین در سازماندهی شبکه پیچیده براساس نظریه بازی ها

مجید معلمی

چکیده

در فرآیند ارتقا، یک خرده فروش می تواند واریانس را افزایش یا کاهش دهد. دو ساختار کانال، متمرکز و غیر متمرکز، مورد بررسی قرار می گیرند. مکانیزم مدیریت اعتماد می تواند برای ایجاد رابطه هم کاری بین گره ها و کاهش ریسک ناشی از تعامل اطلاعات مورد استفاده قرار گیرد. با مقایسه نتایج با و بدون ارتقا بازی، مشخص می شود که تغییر واریانس ممکن است اثر ارتقا بازی را افزایش دهد یا تضعیف کند. اول، کاهش واریانس همیشه می تواند تقاضای محصول را افزایش دهد اما ممکن است به سود تولید کننده و خرده فروش آسیب برساند، بدون توجه به ساختارهای کانال. دوم، با افزایش واریانس، هم تولید کننده و هم خرده فروش سود بیشتری به دست می آورند، اما کارایی ارتقا ممکن است با سطح کیفیت کاهش یابد. سوم، تحت ساختار غیر متمرکز، تولید کننده فاصله آستانه بیشتری برای بهره مندی از تبلیغ بررسی نسبت به خرده فروش دارد، اما استراتژی تبلیغ ممکن است همیشه نقش مثبتی در بهبود کارایی کانال غیر متمرکز نداشته باشد. در این پژوهش ما یک مکانیزم مدیریت اعتماد جدید مبتنی بر تیوری بازی برای مدل سازی کسب اطلاعات اعتماد غیرمستقیم بین گره ها پیشنهاد می کنیم، و مکانیزم مجازات مربوطه را برای افزایش رفتارهای هم کاری مطرح می کنیم.

کلیدواژه ها: گزارش آنلاین از نشست نقد و بررسی مدیریت، شبکه پیچیده، ساختار خود سازمان یافته، اعتماد.

بررسی تاثیر پایداری محیطی و یکپارچگی ذینفعان بر عملکرد مالی

امیر حاجی محمدی کشمیری، دکتر حسین صفرزاده*

گروه مدیریت صنعتی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران

چکیده

یکی از مشکلات عمده ای که در حال حاضر سازمانها و به خصوص بخشهای خصوصی با آن درگیرند، عدم پایداری محیطی و یکپارچگی ذینفعان در بحث های سازمانی است. شرایط ناکارآمدی که هزینه ها و تلاشهای انجام شده را از بین میبرد. هدف از این پژوهش بررسی تاثیر پایداری محیطی و یکپارچگی ذینفعان بر عملکرد مالی میباشد. جامعه آماری کارکنان شرکت خدمات پس از فروش بتعداد ۱۱۷ نفر میباشد. با توجه به جامعه آماری پژوهش و حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۹۰ نفر تعیین گردید. روایی محتوایی پرسش نامه مورد تأیید متخصصان و استاد راهنما قرار گرفته است. پایایی پرسشنامه با توجه محاسبه ضریب آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل از روش های آماری توصیفی و آمار استنباطی (مدل معادلات ساختاری) استفاده شد. نتایج تحلیل آماری با استفاده از نرم افزار SPSS22 ، معادلات ساختاری نشان داد که پایداری محیطی بر عملکرد مالی در شرکت خدمات پس از فروش تاثیر مثبت و معنا داری میباشد. یافته های پژوهش نشان داد که یکپارچگی ذینفعان بر عملکرد مالی در شرکت خدمات پس از فروش تاثیر مثبت و معنا داری میباشد.

کلیدواژه ها: یکپارچگی ذینفعان ، عملکرد مالی ، پایداری محیطی.

تئوری صف در مدیریت منابع انسانی

شهره شریعتی

کارشناسی ارشد مهندسی صنایع، گرایش بهینه سازی سیستم‌ها، دانشگاه پیام نور، مرکز بین المللی کیش،
کیش، ایران،

چکیده

نظریه صف به مطالعه ریاضی یک ردیف در حال انتظار یا صف اشاره دارد. نظریه صف به این دلیل پدید آمده تا بتوان از طریق آن طول صف و زمان انتظار را پیش‌بینی کرد. به‌طور معمول، نظریه صف شاخه‌ای از تحقیق در عملیات شناخته است، زیرا نتایج هنگام تصمیم‌گیری در مورد منابع مورد نیاز برای ارائه خدمات استفاده می‌شوند. نظریه صف با کار تحقیقاتی مهندسی دانمارکی به نام ای. کی. ارلنگ در سال ۱۹۱۹ آغاز گردید. در آن سال‌ها او مطالعات و انجام آزمایشات بر روی میزان افزایش و کاهش تقاضا در سیستم تلفن به بررسی عوامل و روابط موجود در سیستم مورد مطالعه پرداخت. هشت سال بعد او از جزئیات مطالعات صورت پذیرفته اتوماتیک کردن سیستم تلفن و نتایج حاصل از روابط موجود، که پایه و اساس تئوری‌های صف قرار گرفت منتشر ساخت. در پایان جنگ جهانی دوم او کاربرد استفاده از مدل‌های صف را در حوزه‌های عمومی و تجاری به سرعت گسترش داد. تجزیه و تحلیل صف در سرور چندگانه می‌توان باد برآورد میانگین زمان انتظار، طول صف، تعداد سرور ها و نرخ سرویس استفاده شود. این مدل‌های صف بندی تقریبی عملکردی از سیستم صف بندی با صف‌های متعدد دمی باشد.

کلیدواژه‌ها: نظریه صف، مدیریت منابع انسانی، تجزیه و تحلیل صف.

بررسی تاثیر نوع کاربر بر رفتار خرید وی در شبکه های اجتماعی مجازی

سهیلا قاسمی^۱، یارمحمد قاسمی^۲، حسین مهدیزاده^۳

^۱ کارشناس ارشد مدیریت اجرایی علوم و تحقیقات ایلام

^۲ دکترای جامعه شناسی و دانشیار و مدیر گروه علوم اجتماعی دانشگاه ایلام

^۳ دکترای آموزش الکترونیکی و استادیار دانشگاه ایلام

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی تأثیر نوع کاربر بر رفتار خرید وی در شبکه های اجتماعی مجازی، انجام و پرسشنامه پژوهشگر ساخته، با پایایی ۰/۹۱ در اختیار ۲۰۰۰ نفر از کاربران ایلامی شبکه اجتماعی فیسبوک و عضو در تاپیک بر و بچه های ایلام به روش تصادفی ساده قرار گرفته است. زیرساخت های ضعیف اینترنت در ایران -با توجه به محروم بودن شهر ایلام از جهت امکانات بخصوص امکانات ICT- و همچنین محدودیت دسترسی به شبکه های اجتماعی آنلاین از جمله فیسبوک و تویتر، پژوهشگر را بر آن داشت تا در این زمینه کند و کاو نماید. همچنین با توجه به اهمیت فیسبوک در بازاریابی و تاکید پژوهشگران پیشین بر این نکته، فیسبوک به عنوان جامعه مورد پژوهش انتخاب گردید. نتایج پژوهش نشان داد که نوع کاربر (I=۰/۸۷) اثر مثبت و معناداری بر رفتار خرید وی، بعنوان مصرف کننده آنلاین، دارد. نتایج این پژوهش می تواند مدیران شرکتهای بزرگ و کوچک و بازاریابان را به سمت شبکه های اجتماعی و شناسایی کاربرانی که سهم بسزایی در جذب مشتری دارند سوق دهد. به پژوهشگران پیشنهاد می گردد با توجه به اینکه پدیده دهان به دهان در شبکه های اجتماعی مجازی، تاثیر مهمی در روند تصمیم گیری کاربران اینگونه شبکه ها دارد به بررسی تاثیر این مولفه بر رفتار خرید مصرف کنندگان مجازی بپردازند.

کلیدواژه ها: رفتار مصرف کننده، فیسبوک، نوع کاربر، شبکه های اجتماعی مجازی.

بررسی تاثیر مدیریت منابع انسانی الکترونیک بر حفظ و نگهداشت کارکنان

مجتبی غفاری^۱، مینا میرزایی^۲

^۱دانشجوی کارشناسی ارشد، رشته مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد

^۲دانشجوی کارشناسی ارشد، رشته مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی تابران

چکیده

هدف اصلی از این تحقیق بررسی تاثیر مدیریت منابع انسانی الکترونیک بر حفظ و نگهداشت کارکنان می باشد. این پژوهش یک مطالعه توصیفی و میدانی و از نظرهدف جزء پژوهش های کاربردی است، جامعه آماری تحقیق شامل کلیه کارشناسان شرکت ایران خودروی خراسان واقع در شهرک صنعتی بینالود میباشد، که تعداد آنها ۲۰۰ نفر است. حجم نمونه آماری با استفاده از فرمول کوکران ۱۳۲ نفر برآورد شده است و به روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شده اند. ابزار جمع آوری اطلاعات پرسشنامه است. بدین منظور برای سنجش متغیرهای تحقیق از پرسشنامه استاندارد استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات، ابتدا به بررسی نرمال بودن داده ها از طریق آزمون کلموگروف - اسمیرونف پرداخته شده است و سپس تجزیه و تحلیل داده ها به کمک ضریب همبستگی پیرسن و رگرسیون مشخص شده است. نتایج تجزیه و تحلیل داده ها نشان می دهد، مدیریت منابع انسانی الکترونیک بر حفظ و نگهداشت کارکنان در بین کارشناسان شرکت ایران خودرو خراسان تأثیر دارد. عوامل فناورانه، عوامل سازمانی، عوامل رفتاری، عوامل محیطی و سیستمهای مدیریت منابع انسانی الکترونیک برحفظ و نگهداشت کارکنان در بین کارشناسان شرکت ایران خودرو خراسان تأثیر دارد.

کلیدواژه ها: مدیریت منابع انسانی الکترونیک، حفظ و نگهداشت کارکنان، عوامل فناورانه، عوامل سازمانی، عوامل رفتاری، عوامل محیطی، سیستم های مدیریت منابع انسانی.

مولدسازی و فروش املاک دولت

اکرم داودی نیا

کارشناس ارشد مدیریت مالی

چکیده

مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارشی تحت عنوان بررسی فروش و مولدسازی اموال دولت در لایحه ۱۴۰۱ به بررسی وضعیت ۱۰ سال اخیر سیاست مولدسازی اموال دولت پرداخته است. در این گزارش آمده است در لایحه بودجه ۱۴۰۱ دولت قریب به ۳۳ هزار میلیارد تومان منابع از این محل پیش‌بینی کرده است که حدود ۲۶ هزار میلیارد تومان در بخش منابع عمومی و باقی آن در بخش درآمدهای اختصاصی دستگاه‌ها قرار دارد. در چند سال اخیر، بیش‌آوردی منابع حاصل از این بخش موجب شده درصد تحقق پایینی مشاهده شود، به‌طوری که در پنج سال اخیر از سال ۱۳۹۶ تا انتهای ۹ ماهه اول سال ۱۴۰۰، جمعا حدود ۴۳۰۰ میلیارد تومان منابع عمومی از محل فروش و واگذاری اموال دولت تحقق یافته که بیش از ۷۰ درصد از این رقم مربوط به عملکرد سال‌های ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ است.

کلید واژه‌ها: مولدسازی، دارایی‌ها، فروش دارایی‌ها، فروش املاک دولت.

تأثیر حاکمیت شرکتی و IFRS بر رابطه بین کیفیت گزارشگری مالی و کارایی سرمایه گذاری

فاطمه بحرینی، الهه نجف پور

کارشناس ارشد حسابداری دانشگاه الزهرا تهران

چکیده

تحقیق حاضر به بررسی تأثیر حاکمیت شرکتی و IFRS بر رابطه بین کیفیت گزارشگری مالی و کارایی سرمایه گذاری می پردازد. این تحقیق از نظر ماهیت و روش توصیفی و از نظر هدف، یک تحقیق کاربردی بوده و از آنجایی که در تحقیق حاضر وضعیت موجود متغیرها با استفاده از جمع آوری اطلاعات، از طریق اطلاعات گذشته مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است، در ردیف مطالعات توصیفی و از نوع پس رویدادی گنجانده می شود. در مسیر انجام این تحقیق، سه فرضیه تدوین و ۱۴۸ شرکت از طریق نمونه گیری به روش حذف سیستماتیک برای دوره زمانی ۷ ساله بین ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۰ انتخاب شده و داده های مربوط به متغیرهای تحقیق بعد از گردآوری در نرم افزار اکسل با استفاده از نرم افزار آماری ایویوز مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج حاصل از آزمون فرضیات نشان داد: حاکمیت شرکتی و IFRS بر رابطه بین کیفیت گزارشگری مالی و کارایی سرمایه گذاری اثرگذار است.

کلیدواژه ها: حاکمیت شرکتی، IFRS، کیفیت گزارشگری مالی، کارایی سرمایه گذاری.

تحلیل مدیریت ریسک و مدیریت بحران مخاطرات محیطی

مینا لطفی

کارشناسی ارشد، مخاطرات محیطی، دانشگاه آزاد اسلامی، لنجان، ایران

چکیده

مدیریت در حوادث غیر منتظره با محور دانایی ترکیبی از علم و هنر و عمل است و برنامه ریزی ابزاری است که ما را از وضعیت موجود به وضعیت مطلوب می رساند. واژه ی خطر همیشه در رابطه ی انسان با شرایط محیطی تعریف شده است. در ابتدا، زمانی که زندگی انسان بسیار ساده و بیولوژیک بود، خطر در حد بیماری های واگیر و کشنده تعریف می شد، اما بعدها، در پی توسعه ی جمعیت و انتظارات انسان و بهره برداری فزاینده او از طبیعت، خطر اتفاق های ناشی از رفتار انسان با محیط تعریف شد و به آن حادثه ای گفته شد که به انسان یا مایملک او صدمه بزند. هدف تحقیق تحلیل مدیریت ریسک و مدیریت بحران مخاطرات محیطی است. روش این تحقیق مروری از نوع نظامند است. نتایج این تحقیق را می توان در مدیریت ریسک و بحران مخاطرات محیطی مورد استفاده قرار داد.

کلیدواژه ها: مدیریت ریسک، مدیریت بحران، مخاطرات محیطی.

بررسی تاثیر استراتژی های مدیریت منابع انسانی بر مزیت رقابتی پایدار از طریق رضایت شغلی و نقش تعدیلگر رهبری خدمتگزار (مطالعه موردی: کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز)

منصور پارسازاده

کارشناس ارشد مدیریت دولتی، توسعه منابع انسانی

چکیده

هدف از انجام این پژوهش، بررسی تاثیر استراتژی های مدیریت منابع انسانی بر مزیت رقابتی پایدار از طریق رضایت شغلی و نقش تعدیلگر رهبری خدمتگزار (مطالعه موردی: دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز) می باشد. روش تحقیق بر اساس هدف از نوع کاربردی و از جهت ماهیت توصیفی- علی است. جامعه آماری این پژوهش را کلیه ی مدیران و کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز به تعداد ۵۰۰ نفر تشکیل می دهند، به استناد جدول مورگان حجم نمونه برابر ۲۱۷ نفر برآورد و به روش نمونه گیری تصادفی ساده مورد پرسش و مطالعه قرار گرفتند. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه استاندارد شامل ۱۹ سؤال بود که روایی پرسشنامه توسط متخصصان و کارشناسان مدیریت و پایایی آن از طریق محاسبه ضریب آلفای کرونباخ برای همه شرایط بیشتر از ۰.۷ تأیید شد. در این پژوهش بر اساس یک مدل مفهومی، چهار فرضیه ارائه شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی (با استفاده از نرم افزار SPSS) و آمار استنباطی (با استفاده از نرم افزار PLS) استفاده شد. یافته ها تمامی فرضیه ها و برازش مناسب مدل تحقیق را تایید می کند. نتایج نشان داد که استراتژی های مدیریت منابع انسانی بر مزیت رقابتی پایدار تاثیر دارد. همچنین رضایت شغلی این رابطه را میانجیگری می کند و رهبری خدمتگزار نیز رابطه رضایت شغلی و مزیت رقابتی پایدار را تعدیل می کند.

کلید واژه ها: استراتژی های مدیریت منابع انسانی، مزیت رقابتی پایدار، رضایت شغلی و رهبری خدمتگزار.

تأثیر رفتار شهروندی سازمانی بر اثربخشی سازمان (مورد مطالعه : شهرداری کاشان)

زهرا محسنی

دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش تحول

چکیده

هدف از انجام این تحقیق ارزیابی تأثیر رفتار شهروندی سازمانی بر اثربخشی سازمان می‌باشد. برای رسیدن به اهداف تحقیق نمونه‌ای شامل ۲۰۵ نفر از مدیران و کارشناسان شهرداری کاشان با روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی تصادفی و با استفاده از جدول مورگان انتخاب شد. همچنین از دو پرسشنامه استاندارد رفتار شهروندی سازمانی و اثربخشی سازمان، هر کدام با ۲۴ و ۲۸ سؤال با پایایی بترتیب برابر ۰,۹۶ و ۰,۹۷ استفاده شد. روش آماری برای آزمون کردن فرضیات، معادلات ساختاری با AMOS22 و SPSS22 می‌باشد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که دو مؤلفه نزاکت و جوانمردی به عنوان مولفه‌های رفتار شهروندی سازمانی، بالاترین تأثیر را بر اثربخشی سازمان دارند. میزان اثرگذاری رفتار شهروندی سازمانی برابر ۰,۴۶ و میزان اثربخشی سازمان برابر ۷۹ درصد می‌باشد. به سازمان پیشنهاد می‌شود که نسبت به تقویت مولفه‌های رفتار شهروندی سازمانی پرسنل با برگزاری کلاس‌های آموزشی اقدام نمایند.

کلیدواژه‌ها: رفتار شهروندی سازمانی، اثربخشی سازمان، آداب اجتماعی، نوع دوستی.

مدل مفهومی اثر انعطاف‌پذیری راهبردی بر پایداری شرکت، با نقش میانجی نوآوری مدل کسب و کار و تعدیل‌گری پویایی محیطی

مهدی طالبی^۱، فریبرز رحیم‌نیا^{۲*}، یعقوب مهارتی^۳

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد، ایران

^۲ استاد گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد، ایران

^۳ دانشیار گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد، ایران

چکیده

امروزه موضوع پایداری کسب و کارها یکی از مهم‌ترین مولفه‌های ارزیابی رشد و پیشرفت آن‌ها قلمداد می‌شود. با شتاب روزافزون تغییرات در فضای داخل و خارج شرکت‌ها و لزوم حفظ و توسعه مزیت رقابتی آن‌ها در مواجهه با دیگر رقبای، بررسی متغیرهای اثرگذار بر پایداری شرکت اهمیتی بیش از پیش پیدا کرده است. یکی از این متغیرها، انعطاف‌پذیری راهبردی است که با پاسخگویی سریع به تغییرات بازار، ایجاد فرصت‌های تکنولوژیک با تولید محصولات جدید، وسعت دادن خطوط محصول و تقویت محصولات موجود، سطح پایداری را در کسب و کارها افزایش می‌دهد. نوآوری مدل کسب و کار نیز به دنبال خلق و ارائه ارزش به شرکت و ذی‌نفعان آن می‌باشد. این متغیر با ایجاد بازارهای تازه برای محصولات، می‌تواند به پایداری شرکت‌ها کمک کند. همچنین در نظر گرفتن شدت تغییرات که در قالب متغیر پویایی محیطی ارزیابی می‌شود، می‌تواند وضعیت کلی کسب و کار را تحت تاثیر قرار دهد و تعدیل کند. بقای شرکت‌ها در محیط پویای امروزی بستگی به قابلیت پیکربندی مجدد منابع آن‌ها در قبال تغییرات دارد. لذا برای دستیابی شرکت‌ها به پایداری، می‌بایست روابط بین انعطاف‌پذیری راهبردی و نوآوری مدل کسب و کار و پویایی محیطی مورد توجه قرار بگیرد.

کلیدواژه‌ها: انعطاف‌پذیری راهبردی، پایداری شرکت، نوآوری مدل کسب و کار، پویایی محیطی.

بررسی تأثیر جو سازمانی، یادگیری سازمانی و رضایت شغلی بر تعهد سازمانی (مورد مطالعه: سازمان ورزش و جوانان استان کرمانشاه)

دکتر فائزه عباسی^۱، دکتر سیروس احمدی^۲

^۱مدرس، گروه کسب و کار، مرکز مدیریت صنعتی، دانشگاه جامع علمی کاربردی، کرمانشاه، ایران

^۲استادیار، دانشگاه آزاد اسلامی، گروه تربیت بدنی، همدان

چکیده

با افزایش روزافزون سهم کارکنان در ارزش آفرینی یک سازمان، نیاز به کارکنانی متعهد و وفادار دوچندان می شود. عواملی چون جو سازمانی که متأثر از رویدادها و ویژگی های سازمان است و نیز یادگیری سازمانی بر تعهد سازمانی تأثیر گذارند. تعهد سازمانی هم با رضایت شغلی در ارتباط است و هر دو به طور مستقیم بر عملکرد و بهره وری سازمان تأثیر گذارند. هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر جو سازمانی، یادگیری سازمانی و رضایت شغلی بر تعهد سازمانی؛ مورد مطالعه: سازمان ورزش و جوانان استان کرمانشاه است. در این پژوهش جامعه آماری مدیران و کارشناسان ورزشی در پست های ستادی و گروه های تخصصی اداره کل ورزش و جوانان استان کرمانشاه است که با توجه به اینکه مطالعه مبتنی بر مدلسازی معادلات ساختاری است ۲۰۰ نفر به عنوان نمونه آماری در نظر گرفته شده است. همچنین ابزار جمع آوری داده ها پرسشنامه ای با ضریب پایایی ۰/۸۷۱ بوده است. پس از گردآوری داده ها، برای برای آزمون فرضیه های پژوهش تکنیک مدلسازی معادلات ساختاری و تحلیل عاملی تأییدی با استفاده از نرم افزار LISREL به کار رفته است. بر اساس نتایج حاصل از آزمون های آماری جو سازمانی تأثیر مثبت و معنادار بر یادگیری سازمانی، رضایت شغلی و تعهد سازمانی دارد. رضایت شغلی و یادگیری سازمانی هم تأثیر مثبت و معناداری بر تعهد سازمانی دارند.

کلیدواژه ها: جو سازمانی، یادگیری سازمانی، رضایت شغلی، تعهد سازمانی.

بررسی تأثیر مؤلفه‌های خوشه صنعتی بر سرمایه اجتماعی و بازاریابی استراتژیک (مورد مطالعه: خوشه لبنی استان کرمانشاه)

دکتر فائزه عباسی

مدرس، گروه کسب و کار، مرکز مدیریت صنعتی، دانشگاه جامع علمی کاربردی، کرمانشاه، ایران

چکیده

یکی از روش‌هایی که بنا بر مطالعات انجام شده در اکثر کشورهای دنیا تجربه موفقیت در افزایش توان رقابتی شرکت‌های کوچک و متوسط از خود برجای گذاشته، تجمع این بنگاه‌ها و سازمان‌دهی آن‌ها در قالب خوشه صنعتی است. هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر مؤلفه‌های خوشه صنعتی بر سرمایه اجتماعی و بازاریابی استراتژیک، مورد مطالعه، خوشه صنعتی محصولات لبنی کرمانشاه است. در این پژوهش جامعه آماری شامل ۵۹ واحد صنفی و صنعتی فعال در خوشه لبنی استان کرمانشاه می‌باشد که کل جامعه به عنوان نمونه در نظر گرفته شده است، همچنین ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه‌ای با ضریب پایایی ۰/۸۸۸ بوده است. داده‌های گردآوری شده پس از کدگذاری وارد نرم‌افزار SPSS و Amos شده و مورد آزمون قرار گرفته است. بر اساس نتایج حاصل از آزمون‌های آماری صورت گرفته تجمع جغرافیایی بر مزیت‌های مکانی خوشه، سرمایه اجتماعی و بازاریابی استراتژیک تأثیر مثبت و معنادار، مزیت‌های مکانی خوشه بر سرمایه اجتماعی و بازاریابی استراتژیک تأثیر مثبت و معنادار و نهایتاً سرمایه اجتماعی بر بازاریابی استراتژیک تأثیر مثبت و معنادار دارد. **کلیدواژه‌ها:** مؤلفه‌های خوشه صنعتی، مزیت مکانی، تجمع جغرافیایی، سرمایه اجتماعی، بازاریابی استراتژیک.

ارزیابی نقش ویژگی های هیئت مدیره بر ارتباط میان قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری با کارایی قیمت گذاری ارقام تعهدی اختیاری

علی اکبرزاده ، محمد هومانی فراهانی *، اکبر آقازاده

دانشکده علوم انسانی، گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ماکو، ماکو، ایران

چکیده

تحقیق حاضر به تبیین رابطه بین قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری با کارایی قیمت گذاری ارقام تعهدی اختیاری می پردازد و همچنین نقش ویژگی های هیئت مدیره را در این رابطه بررسی می کند. برای دستیابی به این هدف نمونه ای متشکل از ۱۳۷ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۹ با استفاده از روش حذف سیستماتیک بررسی گردید این تحقیق از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ ماهیت پژوهش از نوع توصیفی _ همبستگی بوده و روش شناسی پژوهش از نوع پس رویدادی است. جمع آوری اطلاعات و داده ها به دو روش کتابخانه ای و میدانی انجام شده است فرضیه های تحقیق بر اساس تکنیک های آماری رگرسیون داده های تابلویی به روش پنل (اثرات ثابت و تصادفی) در نرم افزار Eviews و Stata ۱۵ مورد آزمون قرار گرفته شده است. یافته ها نشان می دهد که قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری تأثیر معناداری بر کارایی قیمت گذاری ارقام تعهدی اختیاری دارند و همچنین ویژگی های هیئت مدیره بر رابطه بین قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری و کیفیت گزارشگری مالی تأثیر معنادار دارد.

کلیدواژه ها: قابلیت مقایسه اطلاعات حسابداری ، کارایی قیمت گذاری ارقام تعهدی اختیاری ، ویژگی های هیئت مدیره.

راهکارهای توانمند سازی کارکنان و پذیرش فناوری اطلاعات (مطالعه موردی کارکنان شهرداری خرم آباد)

یونس اسماعیلیان

کارشناس ارشد محیط زیست، آمایش سرزمین

چکیده

این پژوهش با هدف رابطه بین توانمند سازی کارکنان و پذیرش فناوری اطلاعات کارکنان شهرداری خرم آباد انجام گردید. روش پژوهش توصیفی از نظر نوع همبستگی میباشد. جامعه آماری این تحقیق از میان کارکنان شهرداری خرم آباد به تعداد ۱۳۹ نفر (۳۴ نفر زن و ۱۰۵ نفر مرد) در سال ۱۳۹۶-۱۳۹۵ بوده است. حجم نمونه با استفاده از جدول کرجسی و مورگان ۱۰۰ نفر (۲۵ نفر زن و ۷۵ نفر مرد) تعیین گردید، که به روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای نسبی انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه های استاندارد توانمند سازی اسپریتزر (۱۹۹۵) و پرسشنامه پذیرش فناوری اطلاعات دیویس (۱۹۸۶) بود. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون کلموگروف-اسمیرنف، آزمون همبستگی پیرسون، تحلیل رگرسیون به روش گام به گام با استفاده از نرم افزار spss صورت پذیرفت. نتایج نشان داد که همبستگی مثبت و معناداری بین توانمند سازی کارکنان و پذیرش فناوری اطلاعات وجود دارد. همچنین از بین ابعاد توانمند سازی، بعد احساس معنی داری در شغل از قابلیت پیش بینی کنندگی کارکنان به میزان ۳۱ درصد برخوردار بود.

کلید واژه ها: توانمند سازی، کارکنان، پذیرش فناوری اطلاعات، خرم آباد.

تأثیر نوسانات نرخ ارز بر عملکرد صادراتی ایران و ترکیه

فرشته عارفی^۱، مرتضی سحاب خدامرادی^۲، کیومرث سهیلی^۳

^۱ کارشناس ارشد اقتصاد، دانشگاه رازی، کرمانشاه

^۲ استادیار گروه اقتصاد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

^۳ دانشیار گروه اقتصاد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

چکیده

نرخ ارز به عنوان یک متغیر مهم اقتصادی تأثیر بسزایی بر متغیرهای کلان اقتصادی از جمله وضعیت تجارت خارجی دارد. اگر این نرخ با تلاطم همراه باشد، پیش بینی درآمد برای صادرکنندگان با مشکل مواجه می شود. مطالعه حاضر به بررسی تلاطم نرخ ارز مؤثر واقعی بر صادرات کشور ایران و ترکیه طی سالهای (۱۹۸۵-۲۰۱۹) می پردازد. تلاطم نرخ ارز مؤثر واقعی با استفاده از خانواده ARCH و EGARCH محاسبه می شود. سپس برای بررسی تأثیرگذاری تلاطم نرخ ارز مؤثر واقعی بر صادرات از روش خود رگرسیون برداری با وقفه توزیعی (ARDL) و مدل تصحیح خطا (ECM) استفاده می شود. یافته های تحقیق نشان می دهد که برای کشور ایران در کوتاه مدت متغیر تلاطم نرخ ارز مؤثر واقعی تأثیر منفی و معنادار بر صادرات دارد، در حالی که این رابطه در بلند مدت معنادار نیست. برای کشور ترکیه نیز در کوتاه مدت و بلند مدت رابطه ی منفی بین تلاطم نرخ ارز مؤثر واقعی و صادرات مورد تأیید قرار نگرفت. علاوه بر این، بین تولید ناخالص داخلی و صادرات در کوتاه مدت و بلندمدت برای هر دو کشور ایران و ترکیه رابطه ی مثبت و معنادار وجود دارد.

کلید واژه ها: تلاطم ارزی، صادرات، ایران، ترکیه، EGARCH، F₃₂، JEL: F₃₁، F₁ طبقه بندی.

شناسایی عوامل تاب آوری کسب و کارها و ارتباط آن با حاکمیت شرکتی در صنعت گردشگری در شرایط همه گیری (مطالعه موردی آژانسهای مسافرتی تهران)

شیما سنگسری

چکیده

تحقیق حاضر به شناسایی و نحوه ارزیابی عوامل تاب آوری کسب و کارها در صنعت گردشگری در شرایط همه گیری (مطالعه موردی آژانس های مسافرتی تهران) با استفاده از ابزارهای گردآوری داده ها مصاحبه، روش کتابخانه ای و پرسشنامه در طی سالهای ۱۴۰۰-۱۳۹۷ پرداخته است. جامعه آماری در بخش کیفی پژوهش، شامل خبرگان و مدیران آژانس های مسافرتی تهران می باشد و روش نمونه گیری هدفمند و معیار اشباع نظری و از تکنیک نمونه افراد کلیدی (خبرگان) می باشد که ۱۰ مصاحبه صورت گرفته است. جهت انتخاب نمونه مناسب تحقیق از روش نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای استفاده و حجم نمونه براساس جدول کرجسی مورگان ۳۸۷ نفر می باشد، که پس از توزیع ۴۵۰ پرسشنامه تعداد ۳۹۲ پرسشنامه جمع آوری گردید. نتایج حاکی از آن است که عوامل تاب آوری کسب و کارها در صنعت گردشگری در شرایط همه گیری، شامل عوامل اقتصادی، فردی، مدیریتی، محیطی، اجتماعی و تکنولوژیکی است. و عوامل اقتصادی، اجتماعی، فردی، مدیریتی و تکنولوژیکی تاثیر مثبت و معناداری بر تاب آوری کسب و کارها در صنعت گردشگری دارد، و عامل محیطی تاثیر مثبت و معناداری بر تاب آوری کسب و کارها در صنعت گردشگری ندارد. و همچنین، متغیر تاب آوری و مولفه های آن، در وضعیت موجود و مطلوب در یک سطح نمی باشند و حرکت به سمت مطلوب شدن طولانی می باشد. همچنین، حاکمیت شرکتی با هر ابعادی با تاب آوری کسب و کار ارتباط مثبت و معنادار دارد. لذا توصیه می شود با افزایش تطبیق پذیری، افزایش حمایت های دولتی، بالابردن ظرفیتهای، آماده سازی سازمانها برای رویارویی با شرایط بحرانی با مدیریت مناسب، تاب آوری کسب و کار را افزایش داد.

کلید واژه ها: حاکمیت شرکتی، تاب آوری، کسب و کار، صنعت گردشگری، همه گیری، ویروس کرونا (کویید ۱۹).

بررسی تاثیر حضور مدیران زن در هیات مدیره بر معیارهای سنتی و نوین ارزیابی عملکرد مالی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

هادی نخعی^۱، حبیب الله نخعی^۲

^۱دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت مالی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بیرجند

^۲استادیار، گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بیرجند، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بیرجند

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر حضور مدیران زن در هیات مدیره بر معیارهای سنتی و نوین ارزیابی عملکرد مالی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد. جامعه آماری پژوهش، کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال های ۱۳۹۹ - ۱۳۹۵ است. به منظور انتخاب نمونه آماری، از روش حذف هدفمند استفاده شده که پس از اعمال معیارهای مربوطه، تعداد ۱۷۲ شرکت به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. در تحقیق حاضر به منظور آزمون فرضیه های پژوهش از تحلیل رگرسیونی استفاده شده است. نتایج حاصل از آزمون فرضیه های اول تا سوم پژوهش به ترتیب نشان داد که حضور مدیران زن در هیات مدیره بر معیارهای نوین ارزیابی عملکرد مالی شامل ارزش افزوده اقتصادی، ارزش افزوده بازار و شاخص کیوتوبین تاثیر مستقیم و معناداری دارد. همچنین نتایج حاصل از آزمون فرضیه های چهارم و پنجم پژوهش به ترتیب نشان داد که حضور مدیران زن در هیات مدیره بر معیارهای سنتی ارزیابی عملکرد مالی شامل بازده دارایی ها و بازده حقوق صاحبان سهام تاثیر مستقیم و معناداری دارد.

کلیدواژه ها: مدیران زن، عملکرد مالی، معیارهای نوین، معیارهای سنتی.

بررسی نقش فرهنگ سازمانی بر معنویت کاری در کارکنان ادارات دولتی استان آذربایجان غربی

فرهاد محبوب خواه^۱، فرشته جمالی وند^۲

^۱استادیار گروه مدیریت دولتی، واحد مراغه، دانشگاه آزاد اسلامی، مراغه، ایران

^۲کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران

چکیده

انسان ها به دوران جدید و بی سابقه‌ای در زندگی خود وارد شده‌اند، دورانی که در آن، دنیا به شدت در حال تغییر و تحول است. برای مقابله با تغییرات جدید باید راه کارهای را اندیشید که یکی از این راهکارها می تواند معنویت در محیط کار باشد که می توان با ایجاد معنویت بسیاری از مسائل را در محیط کار حل نمود. تحقیق حاضر به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ تجزیه و تحلیل داده ها از نوع توصیفی همبستگی است. جامعه آماری تحقیق را کارکنان ادارات دولتی استان آذربایجان غربی تشکیل می دادند و برای سنجش متغیر ها از پرسش نامه های استاندارد استفاده شد. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون رگرسیون خطی استفاده شد و نتایج نشان داد که فرهنگ سازمانی بر معنویت کاری کارکنان ادارات دولتی استان آذربایجان غربی تاثیر مثبت و معنی دار دارد و می تواند در ایم زمینه اثر بخش باشد لذا به مدیران ادارات دولتی استان آذربایجان غربی پیشنهاد می گردد که با ایجاد شرایط و زمینه لازم مولفه های فرهنگ سازمانی را در این ادارات در بین کارکنان تقویت نمایند و بدین وسیله معنویت کاری را در آنها تقویت نمایند.

کلیدواژه ها: فرهنگ سازمانی، معنویت کاری، ادارات دولتی.

نقش ICT در تاب آوری سیستم‌های مدیریت و مهندسی کیفیت سازمانهای دانش بنیان

حسن اسداللهی^۱، افشین ثامی^۲

^۱استادیار و عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دماوند

^۲دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات (منابع اطلاعاتی) دانشگاه آزاد اسلامی واحد دماوند

چکیده

تلاقی حیطه‌های فنی مدیریت کیفیت و تکنولوژی اطلاعات، دریچه‌ای نو در پیشرفت‌های عصر کنونی می باشد. امروز سازمان‌ها هر چه بیشتر به سمت یکپارچه شدن سیستم‌ها حرکت می‌کنند و به وسیله مدیریت سیستم‌های اطلاعاتی، بستر مناسبی را برای به کارگیری و پشتیبانی اطلاعات توسعه می‌دهند و با تطبیق و به کارگیری کلیه تکنولوژی‌های موجود قابلیت رقابتی بی‌شماری برای سازمان‌های خود فراهم می‌کنند. در این مقاله در کنار بررسی جنبه‌های مختلف مدیریت کیفیت و مدیریت کیفیت جامع در اتصال با تکنولوژی اطلاعات با نقاط قوتی که باعث افزایش کارایی به کارگیری سیستم‌های مدیریت کیفیت می‌شود آشنا خواهید شد. این مقاله موفقیت سازمان‌های مختلف را در به کارگیری IT در راستای سیستم‌های مدیریت کیفیت خود نشان می‌دهد.

کلیدواژه‌ها: مدیریت کیفیت، تکنولوژی اطلاعات، شرکت‌های دانش بنیان.

بررسی تأثیر هوش هیجانی بر تعهد سازمانی با نقش میانجی سبک رهبری تحول گرا

علیرضا بارزی^۱، سینا حامد^۲، صدیقه بختیاری^۳

^۱ کارشناسی ارشد، مدیریت دولتی، گرایش توسعه منابع انسانی

^۲ دانشجوی دکتری تخصصی، سیاست گذاری فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال

^۳ کارشناسی ارشد، مدیریت دولتی

چکیده

هدف از این پژوهش بررسی تأثیر هوش هیجانی بر تعهد سازمانی با نقش میانجی رهبری تحول گرا می باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر مدیران ارشد و کارکنان شهرداری منطقه ۲۱ شهر تهران می باشند. نمونه گیری با روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای انجام شد. روش تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و توسعه ای است، از نظر جمع آوری اطلاعات یک روش پیمایشی و از نظر تحلیلی یک روش توصیفی - همبستگی است. در این تحقیق جهت جمع آوری داده ها از پرسشنامه های استاندارد استفاده گردید. ابزار گردآوری در این پژوهش، پرسشنامه استاندارد می باشد که پایایی این پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ تأیید شد. جهت تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده از روش مدلسازی مربعات جزئی استفاده گردید. در نتایج این تحقیق نشان داد هوش هیجانی مدیران بر رهبری تحول گرا و تعهد سازمانی تأثیر مثبت و معنی داری دارد و رهبری تحول گرا بر تعهد سازمانی تأثیر مثبت و معنی داری دارد و همچنین رهبری تحول گرا بر رابطه بین هوش هیجانی بر تعهد سازمانی نقش میانجی دارد.

کلیدواژه ها: هوش هیجانی، سبک رهبری، تعهد سازمانی، رهبری تحول گرا.

مطالعه جامعه شناختی مولفه های توسعه پایدار در جهان متغیر کنونی

علی قلی جوکار

دکترای جامعه شناسی و کارشناسی عالی علمی - پژوهشی

چکیده

توسعه پایدار که به دلیل جامعیت و اقبال گسترده حتی در آخرین سال های سده بیستم به بالنده ترین مفهوم از توسعه، تحول یافته، مبنای بسیاری از تحلیل ها در قرن حاضر قرار گرفته و همچنان به عنوان یکی از مهم ترین چالش های بشری خواهد بود. این چالش نوین که انسان را در مرکز توجه خود قرار داده است هر آنچه را که حیات، بقا و آزادی انسان را مورد تهدید قرار می دهد مردود می شناسد. به عبارت دیگر تحقق آرمان ها در به کارگیری انرژی های بالقوه نهفته در توسعه پایدار، تنها در پرتو به رسمت شناخته شدن نقش محوری انسان فارغ از رنگ، نژاد، جنسیت ملیت و نظایر آن ها، متصور و قابل تحقق خواهد بود. اگرچه در قرون بیستم و بیست و یکم پیرامون انسان، برابری حقوق انسان ها، ضرورت مقابله با فقر، بیماری و گرسنگی انسان ها، کنش ها و سخنرانی های بسیاری صورت گرفته اما این نطق ها و کنش های پرشور، در رفع نابرابری ها، رفع تبعیض ها، رفع کاربرد استانداردهای چندگانه، نه تنها باعث کاهش جنگ های خشونت بار و قربانی شدن مردم بی گناه جهان سوم و توسعه رفاه عمومی و اقتصادی برای مردم جهان سوم نشده، بر مصیبت، رنج، تبعات و آسیب های ناشی از بحران های طبیعی و تصنعی و غیره آن نیز افزوده است. تحقیق حاضر انکشافی و در صدد بازخوانی مولفه های توسعه پایدار در جهان کنونی بوده، و به روش کتابخانه ای یا اسنادی صورت گرفته است.

کلیدواژه ها: مدرنیزاسیون، توسعه اقتصادی، توسعه پایدار، مولفه های توسعه پایدار.

بررسی رابطه اندازه هیات مدیره و استقلال هیات مدیره با نرخ موثر مالیاتی در بازار سرمایه ایران

کریم نخعی*، مژگان کلانتری

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه اثربخشی کمیته حسابرسی و ویژگی های هیات مدیره با نرخ موثر مالیاتی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد. جامعه آماری پژوهش، کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال های ۱۳۹۹ – ۱۳۹۵ است. به منظور انتخاب نمونه آماری، از روش حذف هدفمند استفاده شده که پس از اعمال معیارهای مربوطه، تعداد ۱۷۲ شرکت به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. در تحقیق حاضر آزمون فرضیه های پژوهش با استفاده از تحلیل رگرسیونی انجام گرفته است. نتایج حاصل از آزمون فرضیه نخست پژوهش نشان داد که بین اثربخشی کمیته حسابرسی و نرخ موثر مالیاتی رابطه معکوس و معناداری وجود دارد. همچنین یافته های فرضیه های دوم و سوم پژوهش بیانگر این بود که بین ویژگی های هیات مدیره یعنی اندازه و استقلال هیات مدیره با نرخ موثر مالیاتی رابطه معکوس و معناداری وجود دارد.

کلیدواژه ها: اثربخشی کمیته حسابرسی، اندازه هیات مدیره، استقلال هیات مدیره، نرخ موثر مالیاتی.

تأثیر فناوری اطلاعات بر افزایش کارایی سازمان (مطالعه موردی ادارات شهرستان دهلران)

بهزاد رستمی

دانشجوی ارشد رشته مدیریت کسب و کار

چکیده

در چند دهه اخیر تکنولوژی مدرن اطلاعات بر موفقیت و عملکرد بسیاری از جوامع سازمان ها و افراد اثرات قابل ملاحظه ای گذاشته و به موازات پیشرفت های شگرفی که در این زمینه به وجود آمده است سرنوشت جوامع، سازمان ها و افراد هر روز بیش از گذشته به این فناوری مدرن گره میخورد. در پژوهش حاضر به بررسی نقش فناوری اطلاعات بر افزایش کارایی سازمان ها پرداخته میشود که این بررسی متضمن ساخت تأثیر فناوری اطلاعات و سیستم های اطلاعات در موفقیت سازمان می باشد که از طریق مطالعه میدانی اطلاعات مورد نیاز جمع اوری و با استفاده از تجزیه و تحلیل آماری به بررسی موضوع پرداخته ایم. که این بررسی سازمان ها را جهت بقای خود ملزم میدانند تا نسبت به توانمند کردن امکانات و نیروی انسانی خود گام بردارند. نتایج حاصل از این پژوهش از نظر مدیران بر این امر تأکید دارد که در عصر جهانی سازگاری با محیط حمایت همه جانبه در همه سطوح و آموزش جهت کسب دانش جدید در تبدیل تنیدگی منفی به سازنده از اهمیت ویژه ای برخوردار است و از نظر کارکنان به کارگیری فناوری اطاعات یا سیستم های اطلاعات در سرعت سریع انجام کارها بهبود کیفیت به جهت به کارگیری تجهیزات پایانه ای به صورت واضحی خود را نشان می دهد. و به کارگیری فناوری اطلاعات بر تمام جوانب سازمان ها تأثیر گذار است. فناوری اطلاعات زمانی حلال مشکلات خواهد بود که در خدمت توسعه و پرورش انسانها قرار گرفته و قابلیت های انسانی باهم تلفیق و به توسعه و بهره وری منجر گردد. مدیران ارشد سازمان تأثیر قابل توجهی را که فناوری اطلاعات می تواند روی موفقیت سازمان داشته باشد، درک کرده اند (سلطانی، ۱۳۸۰). توجه فزاینده سازمانها و دولتها به تجارت الکترونیک، ناشی از اهمیت و میزان تأثیر قابل انتظاری است که هم بر محیط عمومی همه سازمانها (به طور عام) و هم بر فعالیتهای مختلف سازمانها (به طور خاص) می گذارد.

کلیدواژه ها: فناوری اطلاعات، تکنولوژی، منابع انسانی.

اولویت بندی روش های سرمایه گذاری در پروژه های نفتی با استفاده از روش ویکور

نسرين هيكلی^۱، دکتر جواد عین آبادی^۲

^۱دانشجوی رشته کارشناسی ارشد مهندسی مالی و مدیریت ریسک، دانشگاه ایرانیان تهران

^۲دکترای مدیریت و استادیار دانشکده حسابداری و مالی، دانشگاه ایرانیان تهران

چکیده

هدف از این پژوهش اولویت بندی روش های سرمایه گذاری در پروژه های نفتی با استفاده از روش ویکور است. تحقیق حاضر یک تحقیق کاربردی و از حیث روش نیز اکتشافی است. معیارها و گزینه های پرسشنامه از طریق بررسی پیشینه تحقیق و مطالعات پیشین استخراج شد. سپس یک پرسشنامه بر اساس طیف لیکرت تدوین شد و با استفاده از آزمون تی تک نمونه شاخص های استحصالی مورد سنجش قرار گرفت. پس از تایید این شاخص ها پرسشنامه دوم بر اساس طیف مقایسات زوجی با ۱۴ سؤال (معیار) در قالب ۴ گزینه تدوین شد تا اهمیت معیارها و گزینه ها را بررسی نماید. جامعه آماری شامل تعدادی از مدیران پروژه های نفتی می باشند که تعداد آنها 250 نفر است. در این پژوهش بر اساس جدول مورگان حجم نمونه ۱۴۸ نفر بوده که از طریق ارسال پرسشنامه به صورت مجازی به نمونه آماری در تهران و خارک مورد سنجش قرار گرفتند تا اهمیت آنها مشخص گردد. روش نمونه گیری نیز تصادفی ساده است. به منظور تعیین پایایی از نرخ ناسازگاری استفاده شده است که با توجه به اینکه این نرخ کوچکتر از ۱/۱ است نشان دهنده پایایی آن است. در ادامه به بررسی سوالات از طریق روش ویکور برای وزن دهی و اولویت بندی معیارها پرداخته شد. نتایج نشان داد در این تحقیق در ارتباط با روش های سرمایه گذاری در پروژه های نفتی، به ترتیب تأمین مالی از طریق بازارهای مالی (۸۳۸/۰)، تأمین مالی از طریق بازار سرمایه (۵۹۱۴/۰)، تأمین مالی مشارکتی (۱۱۵۹/۰) و تأمین مالی از حیث امکان رجوع (۰۸۵۵/۰) رتبه های اول تا چهارم را کسب نمودند. در ادامه به ارائه یک فرضیه با ۴ متغیر مستقل کشف شده (۴ گزینه) با متغیر سرمایه گذاری در پروژه های نفتی از منظر بازگشت سرمایه (ROA) از طریق آزمون خودهمبستگی، آزمون ناهمسانی واریانس و رگرسیون از منظر بازگشت سرمایه (ROA) در میان پنج شرکت نفتی پرداخته شد.

کلیدواژه ها: تأمین مالی از طریق بازار مالی، تأمین مالی از طریق بازار سرمایه، تأمین مالی مشارکتی، تأمین مالی از حیث امکان رجوع.

تأثیر پلتفرم گردشگری کاربر محور بر رضایت گردشگران

محمدباقر قنبری

کارشناس ارشد رشته گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ تهران، ایران.

چکیده

باتوجه به گسترش جغرافیایی کشور ایران و محدود بودن زمان خانواده‌ها در دوره تعطیلات، وجود یک منبع اطلاعاتی غنی مانند پلتفرم‌ها بسیار ضروری است؛ بخصوص که این پلتفرم‌ها توسط خود مسافران تهیه شده و حاصل تجربه آن‌ها از سفر به آن منطقه خاص است. این امر نه تنها باعث افزایش بینش مسافرانی که قرار است به آن منطقه سفر کنند خواهد شد، بلکه باعث معرفی بهتر جاذبه‌های گردشگری ایران نیز می‌شود و درآمدزایی حاصل از توسعه گردشگری را نیز افزایش خواهد داد و می‌توان امیدوار بود که باعث جذب توریست شود که تا از این طریق به اقتصاد کشور نیز کمک گردد. هدف از این پژوهش، بررسی تأثیر پلتفرم گردشگری کاربر محور بر رضایت گردشگران می‌باشد. پژوهش حاضر از نظر هدف از نوع کاربردی و از نظر موقعیت میدانی و نحوه گردآوری اطلاعات توصیفی و از نظر نوع روش پژوهش، پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش، کاربران پلتفرم‌های گردشگری به تعداد ۷۰۰ نفر می‌باشند که حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۲۴۸ نفر تعیین شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که سهولت استفاده درک شده، زیبایی شناختی، اعتماد و تصویر شناختی بر خلق تجربه مشترک در پلتفرم گردشگری تأثیر مثبت و معنادار دارد.

کلیدواژه‌ها: پلتفرم گردشگری، رضایت گردشگران، اعتماد، تصویر شناختی، زیبایی شناختی.

بررسی تأثیر نگرش نسبت به تغییر بر عملکرد سازمانی

هدا جان نثاراحمدی

گروه مدیریت، واحد تربت جام، دانشگاه آزاد اسلامی، تربت جام، ایران

چکیده

تغییر در سازمانهای امروزی بسیار متداول و اجتناب ناپذیر است و موفقیت آن نه تنها به اقدامات سازمان بلکه به کارکنان نیز بستگی دارد. نگرش منفی کارکنان نسبت به تغییر می تواند تأثیر عمیقی بر مشارکت کارکنان، کیفیت عملکرد و روابط با سایر کارکنان و مدیران داشته باشد. تحقیق حاضر با هدف بررسی تأثیر نگرش نسبت به تغییر بر عملکرد سازمانی در بین مدیران مدارس ابتدایی شهرستان تربت جام انجام گرفت. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ نحوه گردآوری داده ها، تحقیقی توصیفی - پیمایشی است. حجم نمونه به صورت تصادفی ساده از جامعه آماری ۲۲۰ نفری و مطابق با جدول مورگان، ۱۳۶ نفر تعیین گردید. برای آزمون فرضیه ها روش مدل سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار PLS به کار گرفته شد. نتایج تحقیق نشان داد که نگرش نسبت به تغییر بر عملکرد سازمانی تأثیر دارد.

کلیدواژه ها: نگرش نسبت به تغییر، عملکرد سازمانی.

بررسی عوامل موثر بر پذیرش بانکداری الکترونیک

هدا جان نثاراحمدی

گروه مدیریت، واحد تربت جام، دانشگاه آزاد اسلامی، تربت جام، ایران

چکیده

هدف پژوهش حاضر، بررسی عوامل موثر بر پذیرش بانکداری الکترونیکی در بین مشتریان بانک صادرات حوزه تربت جام بود. روش تحقیق پژوهش حاضر، توصیفی از نوع پیمایشی بوده و با توجه به هدف از نوع کاربردی است که روش جمع آوری اطلاعات به شکل میدانی انجام شده است. بدین منظور ۳۸۴ نفر از مشتریان بانک صادرات حوزه تربت جام که در این بانک حساب داشته و از خدمات بانکداری الکترونیک استفاده می کردند با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده به عنوان نمونه انتخاب شدند. در این تحقیق از مدل پذیرش فناوری دیویس (۱۹۸۵) استفاده شد و پرسشنامه احمد و همکاران (۲۰۲۰) برای جمع آوری داده ها مبنای جمع آوری اطلاعات بود. تجزیه و تحلیل داده ها از روش t تک نمونه ای و آزمون فریدمن انجام شد. نتایج تحقیق نشان داد، همه متغیرهای تحقیق (سودمندی درک شده، سهولت استفاده درک شده، نگرش نسبت به استفاده و قصد رفتاری) بر پذیرش بانکداری الکترونیک تاثیر دارند، همچنین نتایج تحلیل آزمون فریدمن نشان داد، سودمندی درک شده با میانگین رتبه ۳/۹۳ بیشترین تاثیر را بر پذیرش بانکداری الکترونیک در بین مشتریان بانک صادرات حوزه تربت جام می گذارد.

کلیدواژه ها: بانکداری الکترونیک، پذیرش بانکداری الکترونیک، مدل پذیرش فناوری.

بررسی تاثیر مدیریت دانش بر چابک سازی سازمانی در کارکنان آموزش و پرورش استان آذربایجان غربی

فرهاد محبوب خواه^۱، سعیده علیزاده^۲

^۱ استادیار گروه مدیریت دولتی، واحد مراغه، دانشگاه آزاد اسلامی، مراغه، ایران

^۲ دانشجوی کارشناسی مدیریت مدیریت، واحد مراغه، دانشگاه آزاد اسلامی، مراغه، ایران

چکیده

سازمان ها برای موفقیت و رقابتی بودن در محیط پر فراز و نشیب، نیاز دارند تا از استراتژی های قابل انطباق و هوشمندی، مشتمل بر رویه ها و فرآیندهای مدیریت دانش بهره جویی نمایند. چابک بودن یک سازمان می تواند در موفقیت آن سازمان اثرات مفید و قابل رؤیتی داشته باشد. هدف از تحقیق حاضر تعیین تاثیر مدیریت دانش بر چابک سازی سازمانی در کارکنان آموزش و پرورش استان آذربایجان غربی است. تحقیق حاضر به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ تجزیه و تحلیل داده ها در زمره تحقیقات توصیفی همبستگی قرار دارد. برای جمع آوری داده ها از پرسش نامه های استاندارد به صورتی که برای سنجش متغیر مدیریت دانش از پرسشنامه استاندارد نوناکو و تاکه اوچی (۱۹۹۵)، برای سنجش متغیر چابکی سازمانی از پرسشنامه استاندارد ژانگ و شریفی (۲۰۰۰) استفاده شد و برای تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون رگرسیون خطی استفاده گردید. نتایج نشان داد که مدیریت دانش بر چابکی سازمانی کارکنان ادارات آموزش و پرورش استان آذربایجان غربی تاثیر مثبت و معنی دار دارد. نتایج این تحقیق می تواند در جامعه آماری مورد مطالعه مورد استفاده قرار گرفته و موجب موفقیت این سازمان گردد.

کلیدواژه ها: مدیریت دانش، چابکی سازمان، آموزش و پرورش.

تعیین و شناسایی عوامل تأثیرگذار بر ابعاد نگرشی و انگیزشی خریداران اینترنتی نسبت به خرید آنلاین (اینترنتی)

سعید آرزومند

گروه مدیریت، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

چکیده

هدف اصلی از این پژوهش، تعیین و شناسایی عوامل تأثیرگذار بر ابعاد نگرشی و انگیزشی خریداران اینترنتی نسبت به خرید آنلاین (اینترنتی) است. روش تحقیق توصیفی از نوع همبستگی - پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش مشتمل کلیه مشتریان شرکت همکاران سیستم هست که از خدمات و محصولات این شرکت استفاده می‌کنند. این افراد را می‌توان به عنوان یک جامعه آماری نامحدود تلقی کرد. که برای تعیین حجم نمونه از روش حجم نمونه‌گیری نامحدود کوکران در سطح خطای ۵ درصد تعداد ۳۸۴ نفر انتخاب شده است روش جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش میدانی و ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه‌هایی بسته با طیف لیکرت و در مقیاس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت طراحی شده است. که برای متغیرهای تحقیق، ۲۹ سؤال بصورت استاندارد تهیه گردید. پس از اطمینان از روایی و پایایی پرسشنامه مذکور در میان تمامی مشتریان اینترنتی و غیر اینترنتی توزیع و اطلاعات جمع‌آوری شد و سپس به تجزیه و تحلیل اطلاعات در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی و با استفاده از نرم افزار SPSS و آزمون ضریب T مستقل فرضیه‌های تحقیق مورد آزمون قرار گرفت در آخر نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که تفاوت زیادی بین دیدگاه‌های خریداران اینترنتی و غیر اینترنتی در تمامی فرضیه‌های تحقیق وجود دارد.

کلید واژه‌ها: ابعاد نگرشی، انگیزش، خریدار، خرید آنلاین.

تبیین تأثیر شبکه‌های تجاری و اجتماعی سازمانی بر عملکرد صادراتی شرکت با میانجی‌گری دانش بازار و عملکرد نوآوری محصول

ناصر ساجدی جابلو

کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بین الملل دانشگاه آزاد تهران جنوب

چکیده

امروزه موضوع عملکرد تجاری شرکت‌ها در سطح جهانی از آن دسته مباحثی است که طی سال‌های اخیر به شدت از سوی پژوهشگران و محققان اقتصادی مورد توجه قرار گرفته است و بدون شک مهم‌ترین معیار سنجش موفقیت در شرکت‌های تجاری به حساب می‌آید. از این‌رو، به دلیل کمبود دانش بازار و همچنین فقدان نوآوری لازم برای بهبود عملکرد شرکت‌های کوچک تا متوسط در بازارهای بین‌المللی، هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر شبکه‌های تجاری و اجتماعی بر عملکرد صادراتی شرکت‌ها با نقش میانجی دانش بازار و نوآوری است. این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها، توصیفی و پیمایشی از نوع هم‌بستگی است. جامعه آماری این پژوهش شرکت‌های کوچک تا متوسط صادراتی شهر تهران هستند که از این میان تعداد ۱۳۴ نفر از مدیران و کارشناسان بازرگانی این شرکت‌ها برای نمونه به روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه است که روایی محتوای آن از دیدگاه صاحب‌نظران و روایی هم‌گرایی آن نیز به کمک روش‌های آماری به تأیید رسید. پایایی پرسش‌نامه نیز از طریق آلفای کرونباخ بررسی شد. آزمون فرضیه‌های پژوهش با بهره‌گیری از مدل‌سازی معادله‌های ساختاری و نرم‌افزارهای SPSS و Smart PLS انجام گرفت. بر اساس یافته‌ها تمامی فرضیه‌های مطرح شده در پژوهش تأیید شدند. یافته‌ها نشان می‌دهد که شبکه‌های تجاری و اجتماعی از طریق نقش میانجی دانش بازار و نوآوری تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد صادراتی شرکت‌ها دارند. در نتیجه ایجاد و تعامل با شبکه‌های تجاری و اجتماعی می‌تواند از طریق فراهم آوردن دانش مورد نیاز برای اعضای شبکه، همچنین ارتقای سطح نوآوری، زمینه‌های لازم برای بهبود عملکرد شرکت‌های صادرکننده ایرانی در بازارهای بین‌المللی را فراهم کند.

کلیدواژه‌ها: شبکه تجاری، شبکه اجتماعی، نوآوری محصول، دانش بازار، عملکرد صادراتی.

بررسی و تحلیلی بر اهمیت فضای سبز شهری در توسعه گردشگری و پایداری شهر

محمدرضا فراقتی گشتی

کارشناس ارشد رشته مدیریت شهری، گرایش برنامه ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران
مرکزی، تهران، ایران.

چکیده

ما انسان‌ها هرروز ساعت‌های زیادی را به وقت‌گذرانی در مکان‌ها یا موقعیت‌هایی اختصاص می‌دهیم که آرامش ذهن و روانمان را تامین می‌کنند؛ یکی از محبوب‌ترین این موقعیت‌ها، فضای سبز و چشم‌اندازهای به دور از ماشین و خیابان است؛ فضای سبز نقش بسیار مهمی در آرامش شهرنشین‌ها دارد. وقتی که به کلمه فضای سبز فکر می‌کنیم، سوالات زیادی از ذهن ما عبور می‌کند که دوست داریم برای آن‌ها جواب مناسبی پیدا کنیم. منظور از فضای سبز شهری نوعی از سطوح کاربری زمین شهری با پوشش گیاهی انسان ساخت است که دارای بازدهی اجتماعی و بازدهی محیطی هستند. فضای سبز شهری از دیدگاه شهرسازی دربرگیرنده بخشی از سیمای شهر است که از انواع پوشش‌های گیاهی تشکیل شده است و به عنوان یک عامل زنده و حیاتی در کنار کالبد بی جان شهر، تعیین کننده ساخت شکل شهر است. اگر هنگام برنامه ریزی برای احداث معابر و فضاهای سبز آن به اثراتی که بر ترافیک عبوری و نقش معابر می‌گذارند، توجه نشود مسائل و مشکلاتی را برای عبور و مرور ایجاد می‌کند که بخش مهمی از آن مربوط به وضعیت ایمنی ترافیک است. شهرها، به عنوان یکی از مهم‌ترین میراث‌های تمدن بشر از جمله اصلی‌ترین مقصد های گردشگری به ویژه گردشگری فرهنگی و تاریخی به شمار می‌آیند، از همین رو گردشگری شهری به عنوان یکی از اشکال گردشگری چه برای شهروندان یک شهر و چه کسانی که از دیگر نقاط به شهرها می‌آیند مورد توجه گردشگران قرار گرفته است.

کلیدواژه‌ها: فضای سبز، گردشگری، اکوتوریسم پایدار، نقش جهان اصفهان، شهر.

مقایسه پذیری اطلاعات حسابداری، کیفیت گزارشگری مالی و قیمت گذاری منصفانه مبتنی بر رویکردهای مدل سازی اقتصاد سنجی و شبکه های عصبی مصنوعی (شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران)

حسین نعمت پور^۱، حسین اسلامی مفیدآبادی^{۲*}، مرضیه ابراهیمی شقاقی^۲

^۱ دانش آموخته کارشناسی ارشد حسابداری، گروه حسابداری و مدیریت، واحد شهریار، دانشگاه آزاد اسلامی، شهریار، ایران

^۲ گروه حسابداری و مدیریت، واحد شهریار، دانشگاه آزاد اسلامی، شهریار، ایران

چکیده

پژوهش حال حاضر به منظور ارائه الگوی مقایسه پذیری اطلاعات حسابداری، کیفیت گزارشگری مالی و قیمت گذاری منصفانه ارقام تعهدی اختیاری و غیر اختیاری مبتنی بر رویکرد مدل سازی اقتصاد سنجی و شبکه های مصنوعی انجام شده است. پژوهش حال حاضر دو هدف عمده یعنی، بررسی ارتباط بین مقایسه پذیری اطلاعات حسابداری و کیفیت گزارشگری مالی و بررسی ارتباط بین مقایسه پذیری اطلاعات حسابداری و قیمت گذاری منصفانه ارقام تعهدی اختیاری و غیراختیاری را دنبال می نماید. در این راستا نیز انواع رویکردهای مربوط به قیمت گذاری که شامل قیمت گذاری منصفانه، قیمت گذاری ارقام تعهدی اختیاری، قیمت گذاری ارقام تعهدی غیر اختیاری و رویکردهای در حوزه حسابداری و مالی و اقتصاد تشریح شده است. همچنین، رویکرد مدل سازی اقتصاد سنجی و شبکه های عصبی مصنوعی نیز از رویکردهای مهم در این پژوهش می باشند. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی ۸۹ الی ۹۸ می باشند. علاوه براین، برای آزمون فرضیه های پژوهش نیز از مدل و روش آزمون های دوربین-واتسون، کولموگروف-اسمیرنوف، دیکی فولر، دیکی فولر تعمیم یافته، فیلپس پرون، جاک و برا، و ال ام آرچ (LM-ARCH) استفاده شده است. در نهایت هم برای بررسی معنادار بودن معادله خط رگرسیون از آزمون فیشر (F-test) و برای معنادار بودن ضرایب نیز از آزمون (T-test) استفاده شده است. **کلیدواژه ها:** مقایسه پذیری، اطلاعات حسابداری، کیفیت گزارشگری مالی، ارقام تعهدی اختیاری، ارقام تعهدی غیر اختیاری، مدل سازی اقتصاد سنجی، شبکه های عصبی مصنوعی.

مدلسازی پویای پایداری کسب و کارهای کوچک و متوسط با تاکید بر شاخص های مالی (مورد مطالعه : کسب و کارهای کوچک و متوسط در بورس اوراق بهادار تهران)

محمد طالقانی^{۱*}، محمدرضا وطن پرست^۲، مهدی همایون فر^۱، شهره الفی^۳

^۱استادیار، گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران

^۲استادیار، گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران

^۳دانشجوی دکتری، رشته مدیریت صنعتی مالی، دانشگاه آزاد اسلامی، بندر انزلی، ایران

چکیده

توسعه هر کشوری به ویژه از نظر اقتصادی تا حدود زیادی بستگی به موفقیت کسب و کارهای کوچک و متوسط آن کشور دارد. بر این اساس مطالعه حاضر با هدف مدلسازی پایداری کسب و کارهای کوچک و متوسط با رویکرد پویایی سیستم ها با تاکید خاص بر شاخص های مالی طراحی شده است. روش اجرای این پژوهش از نوع کمی بوده و جزء پژوهش های توصیفی تبیینی (غیرآزمایشی) و پیمایشی می باشد. جامعه آماری در پژوهش حاضر مدیران شرکت های کوچک و متوسط پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در سال ۱۴۰۰ هستند که به شیوه نمونه گیری هدفمند در حدود ۹۰ نفر انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته بوده که اطلاعات حاصل از آن با نرم افزار لیزرل نسخه ۸/۵ و به کمک تکنیک معادلات ساختاری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج حاصل از این تحلیل نشان می دهد که مولفه های نرخ و کمکی اثر مستقیم و معناداری در پایداری پویای کسب و کارهای کوچک و متوسط در بورس اوراق بهادار تهران دارند. همچنین متغیر نرخ از طریق اثرگذاری مثبت بر مولفه های سطح بصورت غیر مستقیم بر پایداری پویای کسب و کارهای کوچک و متوسط در بورس اوراق بهادار تهران، اثر مثبت دارد. همچنین از طریق مولفه های تأیید شده پایداری کسب و کارهای کوچک و متوسط در بورس اوراق بهادار تهران در حد متوسط تا بسیار خوب تخمین زده می شود.

کلیدواژه ها: مدلسازی پویا، پایداری کسب و کار، کسب و کارهای کوچک و متوسط، شاخص های مالی.

مطالعه مبانی و مفاهیم پایداری کسب و کارهای کوچک و متوسط مبتنی بر شاخص‌های مالی

محمد طالقانی^{۱*}، محمدرضا وطن پرست^۲، مهدی همایون فر^۱، شهره الفی^۳

^۱ استادیار، گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران

^۲ استادیار، گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران

^۳ دانشجوی دکتری، رشته مدیریت صنعتی مالی، دانشگاه آزاد اسلامی، بندر انزلی، ایران

چکیده

کسب و کارهای کوچک با توجه به تعداد کارکنان و درآمد آنان با کسب و کارهای بزرگ مقایسه می‌شود. ارزیابی عملکرد این شرکت‌ها فرآیندی است که برای جمع‌آوری، تحلیل و گزارش اطلاعات مطابق با کارایی یک فرد، گروه، سازمان، سیستم یا بخش به کار می‌رود. هدف از ارزیابی عملکرد مشاهده این است که آیا خروجی‌ها مطابق با آنچه مد نظر است و یا آنچه باید به دست آید هست یا خیر. ارزیابی پایداری نیز فرآیندی که به ارزیابی عملکرد سازمان‌ها و شرکت‌های مختلف متناسب با شاخص‌های پایداری شامل اقتصادی، زیست‌محیطی و مسئولیت‌های اجتماعی پرداخته می‌شود. در این مطالعه مبانی و مفاهیم پایداری کسب و کارهای کوچک و متوسط مبتنی بر شاخص‌های مالی مورد بحث و بررسی قرار گرفت.

کلیدواژه‌ها: پایداری، عملکرد مالی، ارزیابی.

رابطه بین مصرف انرژی، صنعتی شدن، مناطق جنگلی و انتشار دی اکسید کربن: شواهدی از کشورهای اسلامی

مریم افتخاری پور^۱، حمیدرضا نصیری زاده^۲

^۱ دانشجوی دکتری اقتصاد پولی، دانشگاه آزاد اسلامی

^۲ عضو هیات علمی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد، یزد، ایران

چکیده

جنگل ها منابع اصلی انرژی، چوب و محصولات جنگلی غیر چوبی، گیاهان دارویی و معطر، عملکردهای هیدرولوژیکی، حفاظت از تنوع زیستی و همچنین منابع اساسی درآمدزایی کشورها هستند. مطالعات نشان می دهد که جنگل ها می توانند به طور قابل توجهی رشد اقتصادی را افزایش دهند و فرصت های شغلی را برای جوامع محلی تحت مدیریت ایجاد کنند. از این رو، مطالعه حاضر اثرات پویای رشد اقتصادی، استفاده از انرژی، صنعتی شدن و پوشش جنگلی در کشورهای اسلامی را برای دستیابی به پایداری زیست محیطی با کاهش انتشار دی اکسید کربن مورد بررسی قرار می دهد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از سال ۱۹۹۰ تا ۲۰۲۱ از روش حداقل مربعات اصلاح شده (FMOLS) و حداقل مربعات پویا (DOLS) استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می دهد که صنعتی شدن و پوشش جنگلی سبب کاهش انتشار دی اکسید کربن می شوند در حالی که رشد اقتصادی و مصرف انرژی، انتشار دی اکسید کربن را افزایش می دهند. این تحقیق توصیه هایی را در مورد اقتصادهای کم کربن، استفاده از انرژی های تجدیدپذیر، صنعتی سازی سبز و مدیریت پایدار جنگل ارائه می کند که همگی می توانند با کاهش انتشار گازهای گلخانه ای به تحقق پایداری زیست محیطی کمک کنند.

کلیدواژه ها: پوشش جنگلی، انتشار دی اکسید کربن، مصرف انرژی، صنعتی شدن.

بررسی و تحلیلی بر چالش ها و سیاست های مرتبط با مدیریت پسماند در زمان شیوع کرونا و مکانیسم مدیریت آن

علی عامری

کارشناس ارشد رشته مدیریت، گرایش مدیریت امور شهری، دانشگاه پیام نور، واحد مرکز تهران غرب، تهران، ایران،

چکیده

مدیریت پسماند مسئله ای است که به دنبال پیشرفت زندگی اجتماعی انسان ها و افزایش تعاملاتشان با محیط زیست شکل گرفت. محیط زیست مجموعه ای بسیار بزرگ و پیچیده از عوامل گوناگون است که بر اثر روند و تکامل تدریجی موجودات زنده و اجزای سازنده سطح زمین به وجود آمده است. بنابراین در فعالیت های انسان تأثیر می گذارد و از آن متأثر می گردد. مدیریت پسماند مجموعه ای از فعالیت ها و اقدامات لازم برای مدیریت پسماند از زمان تولید تا دفع نهایی آن است. این فعالیت ها شامل جمع آوری، حمل و نقل و دفع زباله و نظارت بر اجرای قوانین مدیریت پسماند است. زباله ها می توانند جامد، مایع یا گاز باشند و هر نوع زباله روش های خاص خود را برای مدیریت می طلبد. مدیریت پسماند شامل انواع پسماندها از جمله زباله های صنعتی، بیولوژیکی و خانگی است. در برخی موارد، زباله ها می توانند برای سلامت انسان مضر باشند. هدف مدیریت پسماند کاهش اثرات مضر زباله بر سلامت انسان، محیط زیست و زیبایی شناسی است. بخش عمده ای از مدیریت پسماند، مدیریت پسماند جامد شهری است که زباله های تولید شده توسط خانه ها، صنایع و فعالیت های تجاری است. کووید-۱۹، ویروس جدید کرونا به نامی شناخته شده تبدیل شده است. شیوع جهانی COVID-19، در اوایل سال ۲۰۲۰ به یک بیماری همه گیر تبدیل شد و میلیون ها نفر را در سراسر جهان برانگیخت. این بیماری همه گیر به شدت در حال گسترش است و تأثیرات آن بر سلامت انسان و محیط زیست روز به روز تشدید می شود. زباله های زیست پزشکی تولید شده روزانه به دلیل COVID-19 در مورد نگرانی اصلی بهداشت محیطی هستند و مدیریت حیاتی آن به یک چالش جهانی تبدیل می شود. ضایعات آلوده به COVID-19 هر روز در سراسر جهان تولید می شود و مدیریت صحیح آن برای شکستن انتقال بیماری بسیار ضروری است.

کلیدواژه ها: خطر زیستی، کووید-۱۹، سوزاندن، پر کردن زمین، فاضلاب.

تأثیر رهبری نوآورانه و نوآوری زنجیره تأمین بر عملکرد زنجیره تأمین مطالعه موردی: شرکت خودرو سازی

صاحبه نظر افکن^۱، پریسا موسوی اهرنجانی^{۲*}، امیر رضا احمدی کشاورز^۳

^۱ دانشجوی دکتری مهندسی صنایع دانشگاه آزاد اسلامی پرند

^۲ استادیار مهندسی صنایع، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد پرند

^۳ دکتری مهندسی صنایع، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد پرند

چکیده

رهبری زنجیره تأمین مربوط به توانایی یک سازمان است تا بر رفتار یا رفتارهای تأمین کنندگان تأثیر بگذارد. امروزه، شرکت ها بر این باورند که رضایت مشتریان، مهمترین استراتژی کسب مزایای دنیای رقابتی است و استفاده از سیاستی قانونمند در جهت به کارگیری از زنجیره تأمین در جهت هر چه جهانی تر نمودن این عامل ابزاری برای کسب این رضایتمندی به شمار می رود. هدف اصلی این تحقیق، تعیین تأثیر رهبری نوآورانه و نوآوری زنجیره تأمین بر عملکرد زنجیره تأمین باشد. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از لحاظ ماهیت توصیفی و از نظر روش گردآوری داده ها از نوع میدانی است. جامعه آماری مورد مطالعه کلیه کارکنان واحد های تولید و پشتیبانی یک شرکت خودروسازی می باشند که به روش تصادفی ساده مطابق فرمول کوکران در مجموع تعداد ۱۸۳ نفر در نظر گرفته شده اند. در این پژوهش روش نمونه گیری هدفمند استفاده شده است جهت تجزیه و تحلیل داده ها از روش معادلات ساختاری با نرم افزار PLS استفاده شده است. نتایج نشان داد که رهبری نوآورانه بر عملکرد زنجیره تأمین شرکت خودروسازی موثر است. همچنین نوآوری زنجیره تأمین نقش تعدیل گر در این پژوهش دارد.

کلیدواژه ها: عملکرد زنجیره تأمین، نوآوری در زنجیره تأمین، رهبری نوآورانه.

تأثیر مدل های کسب و کار بر عملکرد شرکت های صنعتی

بهنام پورباقی^۱، سولماز غلامی چکوسری^۲

^۱کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بازاریابی، کارمند شرکت نقش اول کیفیت، تهران، ایران

^۲کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بازاریابی، کارمند شرکت توزیع برق، رشت، ایران

چکیده

تحقیقات مدیریتی بر اهمیت نقش الگوهای کسب و کار در ارتقای عملکرد سازمانی تاکید دارد. در سالهای اخیر شاهد رقابتی تر شدن عرصه کسب و کار در صنایع مختلف بوده ایم. بنابر نظر محققان عرصه کسب و کار، دستیابی به جایگاه رقابتی مناسب برای یک شرکت، تنها با کمک یک الگوی مناسب کسب و کار امکان پذیر است. یک مدل کسب و کار موفق، نشان دهنده یک راه بهتر نسبت به گزینه های موجود می باشد که می تواند ارزش بیشتری را به یک گروه مجزا از مشتریان پیشنهاد کرده و منافع بیشتری را به شرکت بازگرداند. از آنجا که مطالعات نظری و تجربی بسیار اندکی در زمینه ی عوامل موثر بر عملکرد شرکتها در بخش صنایع تولیدی صورت گرفته است در پژوهش حاضر، رابطه بین الگوهای کسب و کار نوآوری محور و کارایی محور و عملکرد شرکت، در شرکتهای فعال صنایع غذایی و فلزی بررسی شده است. داده ها از طریق پرسشنامه از ۱۵۱ شرکت فعال صنایع غذایی و فلزی در شهرکهای صنعتی استان گیلان جمع آوری شده اند. روش تحقیق به کار گرفته شده در این پژوهش، ضریب همبستگی پیرسون می باشد. نتایج تحقیق نشان می دهد که الگوهای کسب و کار نوآوری محور و کارایی محور با عملکرد شرکت رابطه معناداری دارد و به نظر می رسد در این خصوص تغییر در الگوی کسب و کار، عملکرد را به میزان بالایی متاثر می کند. **کلیدواژه ها:** عملکرد شرکت، الگوی کسب و کار نوآوری محور، الگوی کسب و کار کارایی محور.

بررسی نقش تعدیل کنندگی رضایت کلی مشتریان و ارتباط آن با بازاریابی در بانکها

بهنام پورباقی^۱، سولماز غلامی چکوسری^۲

^۱ کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بازاریابی، کارمند شرکت نقش اول کیفیت، تهران، ایران

^۲ کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بازاریابی، کارمند شرکت توزیع برق، رشت، ایران

چکیده

صنعت بانکداری یکی از پایه های مهم نظام اقتصادی کشور می باشد که پویایی و توانمندی آن می تواند بر محیط اقتصادی و بازرگانی تاثیرات قابل توجهی داشته باشد، امروزه مدیران بانکها برای جلوگیری از گرایش یافتن مشتریان به سمت رقبا باید بیش از هر زمانی در پی درک خواسته و نیازهای مشتریان باشند، تا بهتر بتوانند نیازهای آنها را برآورده کنند، لذا با استفاده از رویکرد بازاریابی رابطه مند می توان با ایجاد رابطه بلند مدت با مشتری، فعالیت هایی که از نظر آنها مهم و موجب رضایت می شود را مورد شناسایی قرار داد و بهبود بخشید و مشتریان بیشتری را جذب و به سازمان و برند آن وفادار ساخت. از آنجا که مطالعات نظری و تجربی زیادی در زمینه ی نقش تعدیل کنندگی رضایت کلی مشتریان و ارتباط آن با بازاریابی در بانک ها وجود ندارد در پژوهش حاضر، به بررسی این تاثیرات در شعب بانک تجارت شهر رشت پرداخته شده است. داده ها از طریق پرسشنامه از ۱۵ شعبه بانک تجارت سطح شهر رشت گردآوری شده است. روش تحقیق به کار گرفته شده در این پژوهش، ضریب همبستگی پیرسون می باشد. نتایج تحقیق نشان می دهد که رضایت کلی ارتباط بین بازاریابی رابطه مند و وفاداری به برند را تعدیل می نماید.

کلیدواژه ها: رضایت کلی، وفاداری به برند، بازاریابی.

بازاریابی رابطه مند و تأثیر آن بر وفاداری مشتریان (مورد مطالعه : بانک کشاورزی استان گلستان)

محسن برهانی

اداری

چکیده

برای ادامه حیات هر کسب و کاری حفظ مشتری و جلب وفاداری آن، امری لازم و واجب تلقی میشود. بانکها نیز همانند هر بنگاه اقتصادی برای بهبود میزان وفاداری مشتریان خود بدنبال بکارگیری استراتژیهای گوناگون مدیریتی هستند. از دید اغلب محققان و افراد اجرایی، مهمترین نتیجه بکارگیری بازاریابی رابطه مند در بانکها، وفادارسازی مشتریان بوده و این پیامدی است که مورد توجه متخصصان بازاریابی بانکها بوده است. با توجه به اهمیت این رویکرد برای سازمانهای امروزی، این مقاله ارتباط بنیانهای بازاریابی رابطه مند از جمله اعتماد، تعهد، ارتباطات، مدیریت تعارض و شایستگی را مورد بررسی قرار داده است. ابزار گردآوری داده ها به طریق کتابخانه ای (مروری) بوده است. نتایج پژوهش نشان دهنده ی تأثیر مثبت و معنادار بازاریابی رابطه مند بر وفاداری مشتریان در بانک کشاورزی استان گلستان است. هم چنین تأثیر ابعاد بازاریابی رابطه مند بر وفاداری مشتریان نیز بررسی شد که تأثیر همه ابعاد معنادار بود.

کلیدواژه ها: بازاریابی رابطه مند، وفاداری، مشتریان، بانک کشاورزی.

بررسی عوامل موثر بر مدیریت ریسک از دیدگاه مدیران بیمارستان های مشهد

دکتر رضا بشارتی

استادیار مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کاشمر، کاشمر، ایران

چکیده

مقدمه: تامین کیفیت خدمات یک چالش جهانی و تلاش مداوم نظام های سلامت است، تداوم این تلاشهاست که مسئول بودن یک نظام سلامت را نشان می دهد انتظار همه آحاد جامعه آن است که خدمات سلامت با حداکثر کیفیت ارائه شوند. در بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه دولتها و نظام های سلامت به ایجاد موسسات، مکانیسم ها و فرایندهای جدیدی که هدف آنها حفظ و ارتقای مداوم کیفیت سلامت است، مدیریت خطرات یکی از عناصر اصلی در نظر گرفته شده است، پژوهش حاضر با هدف عوامل موثر بر مدیریت ریسک از دیدگاه مدیران بیمارستان های مشهد انجام شده است. **روش پژوهش:** این پژوهش یک مطالعه توصیفی - مقطعی بوده که به منظور بررسی عوامل موثر بر مدیریت ریسک از دیدگاه مدیران بیمارستان های مشهد انجام شده است. در این تحقیق جامعه پژوهش شامل ۲۰۰ نفر از مدیران بیمارستان های دولتی مشهد در رده های مختلف بوده است که در سال های ۹۳-۱۳۹۲ در بیمارستان های فوق الذکر دارای مسئولیت بوده اند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران محاسبه شد و نهایتاً ۶۱ نفر بعنوان نمونه پژوهش پرسشنامه را تکمیل کردند. ابزار گردآوری داده ها در این پژوهش، پرسشنامه طراحی و استاندارد شده در پژوهش طراحی الگوی مدیریت ریسک های بالینی در بیمارستان های ایران می باشد این پرسشنامه حاوی ۴۰ سوال در زمینه های مدیریت اطلاعات، نظام طرح شکایات و امور مالی برنامه های پیشگیرانه و سازماندهی و سیاستگذاری در زمینه مدیریت ریسک می باشد. نحوه تکمیل پرسشنامه ها بصورت خودایفاء توسط واحدهای پژوهش انجام شده است. تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS-۱۸ و با استفاده از آمار توصیفی انجام شده و در قالب جداول و نمودارها خلاصه شده است.

کلید واژه ها: مدیریت ریسک های بالینی، ایمنی، بیمارستان، پیشگیری.

طراحی مدل برنامه ریزی استراتژیک برای بیمارستان های وابسته به دانشگاه آزاد اسلامی

رضا بشارتی

دکتری تخصصی، استادیار مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، گروه پرستاری دانشگاه آزاد اسلامی واحد کاشمر، کاشمر، ایران.

چکیده

هدف: نداشتن مدل مناسب برنامه ریزی از جمله مهمترین موانع بر سر راه برنامه ریزی استراتژیک در بیمارستان ها می باشد، لذا این مطالعه با هدف طراحی مدل برنامه ریزی استراتژیک برای بیمارستان های وابسته به دانشگاه آزاد اسلامی انجام شد. **روش ها:** در این پژوهش کاربردی از روش های مروری، تطبیقی، کمی و کیفی استفاده شد، ابتدا مدل های مختلف برنامه ریزی استراتژیک جمع آوری و مدل مفهومی پژوهش طراحی شد، سپس پرسشنامه تحقیق بر حسب متغیرهای مختلف مدل ها طراحی و با نظرخواهی از خبرگان اعتبارسنجی گردید، پرسشنامه توسط ۳۰ نفر از صاحب نظران تکمیل و نتایج با استفاده از آزمون آنالیز واریانس یک طرفه تحلیل و مدل به روش دلفی نهایی شد. **نتایج:** نتایج مطالعه در زمینه مراحل مدل برنامه ریزی استراتژیک نشان داد که عوامل "تشکیل تیم برنامه ریزی (۵)"، "ایجاد فرهنگ و توان علمی برنامه ریزی در مدیران و کارکنان (۴،۸۷)" و در زمینه مراحل اجرایی برنامه عوامل "ابلاغ و اجرای برنامه تایید شده (۴،۸۷)" و "پایش برنامه های تایید شده و ارزیابی مستمر آن ها (۴،۸۷)" و در زمینه ترکیب اصلی تیم برنامه ریزی عضویت "مدیر بیمارستان (۵)"، "یک نفر متخصص در برنامه ریزی (۴،۸۷)" از دیدگاه خبرگان بیشترین میانگین نمرات را کسب کرده اند. **نتیجه گیری:** بهره گیری از مدل ارائه شده و انجام برنامه ریزی استراتژیک بر اساس مراحل اجرایی آن توسط تیمی با اعضای پیشنهاد شده می تواند سبب بهبود مراحل تدوین و اجرای برنامه ها گردد.

کلید واژه ها: برنامه ریزی استراتژیک، مدل، بیمارستان، برنامه ریزی.

بررسی عوامل موثر بر ارتقاء کارآموزی مدیریت خدمات پرستاری

رضا بشارتی

استادیار مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، گروه پرستاری، واحد کاشمر، دانشگاه آزاد اسلامی، کاشمر، ایران

چکیده

مقدمه: پرستاران یکی از رده های مهم مدیریت در بیمارستانها محسوب می شوند و عدم آموزش صحیح مدیریت در بالین به آنان صدمات جبران ناپذیری به بدنه سازمان بهداشت و درمان خواهد بود، بنابراین مطالعه حاضر با هدف بررسی دیدگاه دانشجویان پرستاری از وضعیت آموزش کارآموزی مدیریت در دانشگاه آزاد اسلامی واحد کاشمر انجام گرفت. **روش ها:** در این مطالعه توصیفی- مقطعی دانشجویان پرستاری دانشگاه آزاد اسلامی واحد کاشمر که در سال تحصیلی ۹۷-۹۸ دروس تئوری و کارآموزی مدیریت خدمات پرستاری را گذرانده بودند به تعداد ۸۰ نفر به روش سرشماری انتخاب شدند. داده ها به وسیله پرسشنامه ای پژوهشگر ساخته شامل ۴ سوال درباره مشخصات فردی و ۴۲ سوال در زمینه های مختلف وضعیت آموزش کارآموزی مدیریت جمع آوری و با استفاده از آمار توصیفی و استنباطی تحلیل شد. **نتایج:** دانشجویان مورد مطالعه حیطه "برنامه و محتوای درسی کارآموزی مدیریت خدمات پرستاری" را با میانگین و انحراف معیار (8.06 ± 2.36) و حیطه های "عملکرد و ویژگی های مدرسان بالینی" (7.48 ± 2.94) و "عملکرد و همکاری کارکنان بیمارستان" (7.56 ± 2.56) را خوب و "امکانات و تجهیزات محیط کارآموزی" (5.30 ± 3.63) را متوسط ارزیابی کردند، همچنین دانشجویان علاقه مند به رشته پرستاری نسبت به غیر علاقه مندان نمره بیشتری به هر یک از حیطه های آموزش کارآموزی مدیریت داده و عملکرد و همکاری کارکنان بیمارستان را بیشتر ارزیابی نمودند ($p < 0.05$). **نتیجه گیری:** برقراری تعاملات سازنده بین مسئولین دانشگاه با مسئولین شبکه و بیمارستان ها می تواند در جهت تهیه امکانات کافی محیط کارآموزی و همکاری و عملکرد سازنده دوجانبه و احترام به دانشجویان موثر واقع شود، نظارت مداوم مدیر گروه پرستاری و معاون آموزشی دانشگاه بر عملکرد مدرسان بالینی، برگزاری جلسات توجیهی برای مربیان حق التدریس و آموزش بیشتر به دانشجویان در تعاملات بین فردی با بیماران و پرسنل پیشنهاد می گردد.

کلیدواژه ها: دیدگاه دانشجویان، کارآموزی مدیریت، دانشجوی پرستاری، آموزش.

مطالعه نقش واسطه‌ای جهت‌گیری بازاریابی پایدار در رابطه بین سازه‌های نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده با عملکرد بنگاه (مورد مطالعه: استارت‌آپ‌های حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات)

محمدرضا آژنگ^۱، دکتر سیدرضا حسنی^{۲*}

۱ دانشجوی دکترای مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، گروه مدیریت، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد
اسلامی، کرمانشاه، ایران.

۲ گروه مدیریت، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران.

چکیده

در این پژوهش، نقش واسطه‌ای جهت‌گیری بازاریابی پایدار (SMO) را در رابطه بین اجزاء تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده و عملکرد مورد مطالعه قرار گرفته است. جهت‌گیری بازاریابی پایدار به عنوان یک ساختار شکل دهنده سه بعدی شامل یکپارچگی استراتژیک، مشارکت اجتماعی و قابلیت‌های اخلاقی مدل‌سازی شده است. علاوه بر این، در این مقاله، گسترش دانش در حوزه ادبیات جهت‌گیری بازاریابی پایدار از طریق ایجاد پیوند بین نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده و دیدگاه‌های نظری بازاریابی پایدار، با ادغام نگرش‌ها، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتاری مدیران و اجرای جهت‌گیری بازاریابی پایدار در یک مدل واحد گسترش داده شده است. . با تحلیل مدل‌سازی معادلات ساختاری، جهت‌گیری بازاریابی پایدار سه بعدی و سهم آن در سودآوری استارت‌آپ‌ها تأیید شده است. .علاوه بر این، ما ثابت شده که نگرش‌ها نقش جزئی دارند، در حالی که هنجار ذهنی و کنترل رفتاری درک شده پیش‌بینی کننده بسیار قوی جهت‌گیری بازاریابی پایدار محسوب می‌شوند. از طرفی رابطه بین جهت‌گیری بازاریابی پایدار و عملکرد استارت‌آپ‌ها نیز تایید شده است. **کلیدواژه‌ها:** عملکرد جهت‌گیری بازاریابی پایدار، نگرش، هنجار ذهنی، کنترل رفتاری درک شده.

برنامه ریزی و مطالعات اقتصادی شهرداری

عبدالله رحیمی لنجی

کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، شهرداری زیباشهر

چکیده

کشورهای در حال توسعه ای که دارای سیستم های اقتصادی سیستم های اقتصادی ناکارآمد و سیستم های مالیاتی سطح پایینی بوده و شهروندان آن در تامین هزینه های شهری مشارکتی ندارند، باعث شده تا منابع درآمدی که پایدار نیست برای تامین درآمد شهرداری به کار گرفته شود. یکی از مسائل حائز اهمیت و بحرانی برنامه ریزان و سیاست گذاران مدیریت شهری تامین منابع اقتصادی آن است. اهمیت نقش کلانشهر در اقتصاد شهری و ملی، سبب شده، مطالعات جدید با هدف شناسایی پیچیدگی سیستم تملک سرمایه اقتصادی بر اساس مدل «منابع رقابتی ملتها» شکل گیرد.

کلیدواژه ها: برنامه ریزی، اقتصادی، منابع، مدیریت شهری، مالیات، شهرداری ها.

نقش تعدیل کننده احساس امنیت شغلی در تاثیر فرسودگی شغلی بر تعهد سازمانی و قصد ترک کار (مورد مطالعه: شرکت پلی اکریل اصفهان)

مریم اشتر، خاطره باغبان

گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران

چکیده

این پژوهش که با هدف « نقش تعدیل کننده احساس امنیت شغلی در تاثیر فرسودگی شغلی بر تعهد سازمانی و قصد ترک کار (مورد مطالعه: شرکت پلی اکریل اصفهان) » انجام گرفته است، از نظر روش، توصیفی از نوع همبستگی با ماهیت کاربردی و از لحاظ زمانی مقطعی می باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارکنان شرکت پلی اکریل اصفهان به تعداد ۶۰۰ نفر است که با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۲۳۴ نفر به روش طبقه ای به عنوان نمونه آماری انتخاب شد. ابزار اندازه گیری تحقیق، پرسشنامه ای استاندارد برای متغیرهای فرسودگی شغلی (دای و همکاران، ۲۰۲۱)، تعهد سازمانی پادو و همکاران، (۲۰۲۱)، قصد ترک شغل ((رضوان و همکاران، ۲۰۱۴) و امنیت شغلی (سورک و هلگرن، ۲۰۰۲) بود که برای اندازه گیری روایی پرسشنامه ها از روش صوری و محتوایی و برای تعیین پایایی آن آلفای کرونباخ محاسبه گردید که مقدار آن برابر ۰٫۷۵۳ برآورد گردید. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزارهای Smart Pls3 و Spss26 انجام شد. برای بررسی نرمال بودن داده ها از آزمون کولموگروف اسمیرنوف و برای آزمون فرضیات از روش معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد در بین کارکنان شرکت پلی اکریل اصفهان فرسودگی شغلی بر تعهد سازمانی و قصد ترک کار تاثیر دارد ولی امنیت شغلی رابطه بین فرسودگی شغلی با تعهد سازمانی و قصد ترک شغل را تعدیل نکرد. در ادامه پیشنهاداتی برای افزایش تعهد سازمانی و کاهش قصد ترک شغل کارکنان شرکت پلی اکریل ارائه گردید.

کلیدواژه ها: تعهد سازمانی، قصد ترک کار، فرسودگی شغلی، امنیت شغلی، شرکت پلی اکریل اصفهان.

بررسی جایگاه اقتصادی زن در مدیریت خانواده

نسیم کاوه، الهام شاهمندی، فاطمه حق نژاد*، محمد رجالی

مدیریت درمان تامین اجتماعی اصفهان

چکیده

مدیریت دقیق فعالیت های مادی و معنوی اعضای خانواده، به لحاظ کاربرد و اثربخشی در زندگی، از اهمیت فوق العاده ای برخوردار است؛ از سوی دیگر، امروزه بسیاری از زنان در خانواده تا حدی از توانمندی های اقتصادی برخوردار شده اند. این توانمندی ها پی آمد تحصیل در مقاطع بالاتر و در نتیجه اشتغال آنان می باشد. بی شک زن شاغل الگوی زندگی تمام خانواده را تحت تاثیر قرار می دهد. دیگر او یک مدیر توزیع درآمد همسر در خانواده محسوب نمی شود بلکه خودش صاحب درآمد است و در افزایش درآمد خانواده با همسر خود شریک می باشد و یا اینکه در بعضی موارد به تنهایی بار درآمد خانه را بر دوش می کشد. بنابراین برنامه ریزی درست برای اداره امور خانواده و تقسیم کار مناسب می تواند هم به شکوفایی استعداد های افراد کمک کند و هم آنها را به رشد مادی و تکامل معنوی برساند، اعمال مدیریت در حقیقت با استفاده صحیح از عنصر زمان، گره خورده و فرد در صورتی می تواند مدیریت درست را به کار بگیرد که از زمان، استفاده بهینه برده باشد.

کلیدواژه ها: جایگاه اقتصادی، زن، مدیریت خانواده.

عوامل موثر بر رشد اقتصادی دانش بنیان

احمد رضا برومندی^۱، دکتر نادر حکیم پور^۲

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت کسب و کار، دانشگاه صنعتی امیرکبیر، تهران، ایران

^۲ پژوهشگر، استادیار دانشگاه و پژوهشکده‌ی آمار ایران

چکیده

مفهوم دانش در چند دهه گذشته بیش از پیش در فعالیت های اقتصاد نمود پیدا کرده است. اقتصاد دانش بنیان، اقتصادی است که از دانش به عنوان موتور کلیدی رشد اقتصادی استفاده می کند. بررسی عوامل موثر بر اقتصاد دانش بنیان کمک می کند تا با فراهم کردن زیرساخت های مربوط به آن فرایند دستیابی نوآوری های فناورانه در جهت شرایط اقتصادی دانش بنیان تسریع شود. هدف این مقاله شناسایی عوامل موثر بر رشد اقتصاد دانش بنیان است. در این مقاله، نگارندگان با روش مرور سیستماتیک کتابخانه‌ای ادبیات موجود مرتبط با توسعه اقتصاد دانش بنیان را مورد بررسی قرار داده اند. دانش، نوآوری، سرمایه انسانی و فناوری های ارتباطاتی و اطلاعاتی چهار بخش مهم برای تحقق یک اقتصاد و توسعه دانش بنیان در عصر جدید است. هر یک از این موارد نقش اساسی در رشد اقتصاد دانش بنیان ایفا می کنند. پژوهشگران و سیاست گذران می توانند با برنامه ریزی روی این موارد مسیر رشد اقتصادی دانش بنیان در کشور را هموار کنند.

کلیدواژه ها: اقتصاد دانش بنیان، توسعه، نوآوری.

تأثیر هوشیاری کارآفرینی بر کارآفرینی شرکتی

احمد رضا برومندی^۱، دکتر محمد بشیر صدیقی^۲

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت کسب و کار، دانشگاه صنعتی امیرکبیر، تهران، ایران

^۲ پژوهشگر، استادیار دانشکده مدیریت، علم و فناوری، دانشگاه صنعتی امیرکبیر، تهران، ایران

چکیده

با توجه به تغییرات سریع اکوسیستم کسب و کار، سازمان ها بیش از پیش به فعالیت های نوآورانه برای رشد و بقای سازمان خود نیازمند هستند. کارآفرینی سازمانی مجموعه فعالیت های نو سازی و توسعه ای است که توانایی شرکت ها را برای رقابت و ریسک پذیری افزایش می دهد. کارآفرینی سازمانی در سال های اخیر برای توسعه سازمان ها مورد بررسی قرار گرفته است. هرچه شرکت ها نسبت به فرصت های بالقوه برای رشد کسب و کار هوشیار تر باشند، میتوانند از این فرصت ها برای رشد کسب و کار خود بهره ببرند. در تحقیقات قبلی، منشاء کارآفرینی شرکتی عمدتاً از دیدگاه دانش محور بحث شده است. ما در این مطالعه با استفاده از نظریه هوشیاری کارآفرینی، تأثیر هوشیاری را بر کارآفرینی شرکتی مورد بررسی قرار داده ایم. هدف این مقاله، بررسی رابطه ی بین هوشیاری کارآفرینی و کارآفرینی شرکتی است. در این پژوهش توصیفی-همبستگی از رویکرد کمی استفاده شده است و داده ها از طریق پرسشنامه پیمایشی جمع آوری شده اند.

کلیدواژه ها: هوشیاری کارآفرینی، کارآفرینی شرکتی، نوآوری.

نقش روابط عمومی در نوآوری خدمات و ارزش طول عمر مشتری (مورد مطالعه: صندوق کارآفرینی امید)

سید محمد راه چمنی^۱، ابوالفضل دانایی^{۲*}

^۱ دکتری مدیریت بازاریابی، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران

^۲ استادیار گروه مدیریت، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران

چکیده

با عنایت به اینکه دوره عمر محصولات و خدمات حتی خلاقانه و نوآور محدود به زمان است و در انتها مشتریان هستند که برای شرکت باقی می ماند، لذا مشتریان به عنوان یک دارایی مهم تلقی می گردند و برای شرکت توانایی پیش بینی ارزش مشتری بسیار مهم و ارزشمند خواهد بود. این تحقیق به مطالعه و بررسی نقش روابط عمومی در نوآوری محصول و خدمات و ارزش طول عمر مشتری از دیدگاه مسئولین و مدیران صندوق کارآفرینی امید می پردازد. مطالعه حاضر از نظر هدف، کاربردی و ماهیت توصیفی دارد. نمونه آماری این تحقیق کلیه مدیران ستادی و صف صندوق کارآفرینی امید در سراسر کشور ایران به تعداد ۴۴ نفر در نظر گرفته شده و از طریق پرسشنامه انجام گردید. در تجزیه و تحلیل داده ها از روش معادلات ساختاری با بهره گیری از نرم افزارهای SMART PLS و SPSS و آزمون چولگی و کشیدگی برای تعیین نرمال بودن داده ها استفاده شد؛ که بر اساس شواهد تجربی، پیش بینی ارزش مشتری تأثیر قابل ملاحظه ای بر نوآوری محصولات و خدمات و همین طور نوآوری محصولات بر ارزش طول عمر مشتری داشته، اما نقش روابط عمومی به عنوان متغیر تعدیل گر بر رابطه بین نوآوری و ارزش طول عمر مشتری به تأیید نرسید.

کلیدواژه ها: ارزش مشتری، ارزش طول عمر مشتری، نوآوری خدمات، روابط عمومی.

تأثیر کیفیت خدمات، رضایت مشتری و تصویر شرکت بر وفاداری مشتری (مورد مطالعه: شرکت ابتکار ارتباط پارسیان)

عبدالرحمن رحیمی^۱، محمدجواد شفعتی^۲، الهه ساعدی^۳، محمدرضا کرم سیچانی^۴

^۱مدیر اجرایی، شرکت ابتکار ارتباط پارسیان، اصفهان، ایران

^۲مدیر خدمات پس از فروش، پارسیان سرویس، شرکت ابتکار ارتباط پارسیان، اصفهان، ایران

^۳مدیر ارتباط با مشتریان، پارسیان سرویس، شرکت ابتکار ارتباط پارسیان، اصفهان، ایران

^۴مدیر فنی، پارسیان سرویس، شرکت ابتکار ارتباط پارسیان، اصفهان، ایران

چکیده

هدف اصلی این پژوهش شناخت و آزمون تأثیر کیفیت خدمات، تصویر شرکت و رضایت مشتری بر وفاداری مشتریان در شرکت ابتکار ارتباط پارسیان و بررسی و آزمون تأثیر کیفیت خدمات و تصویر شرکت بر رضایت مشتری در شرکت ابتکار ارتباط پارسیان بود. جامعه مورد مطالعه ۲۵۰ نفر از مشتریان شرکت ابتکار ارتباط پارسیان بودند که از بین ۷۵۹ نفری که تلفن همراه خود را برای تعمیر به مرکز خدمات این شرکت (پارسیان سرویس) و ۱۷ نمایندگی در سراسر ایران از اردیبهشت تا تیر ماه ۱۴۰۱ ارسال کردند، انتخاب شدند. تعداد جامعه هدف با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی در دسترس انتخاب شد. برای پاسخ به فرضیه این پژوهش، از تکنیک های تحلیل داده های مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) استفاده شد. نتایج تحقیق نشان می دهد که کیفیت خدمات بر رضایت مشتری، تصویر شرکت و وفاداری مشتری تأثیر مثبت و معناداری دارد. علاوه بر این، رضایت مشتری تأثیرات مثبت و معناداری بر تصویر شرکت دارد. در نهایت، هم رضایت مشتری و هم تصویر شرکت تأثیر مثبت و معناداری بر وفاداری مشتری دارند. این مدل نشان می دهد که تصویر سازمانی در مقایسه با کیفیت خدمات و رضایت مشتری، تأثیر بسیار چشمگیری بر وفاداری مشتری دارد.

کلیدواژه ها: کیفیت خدمات، رضایت مشتری، تصویر شرکت، وفاداری مشتری.

ارزیابی تأثیر بازارپردازی بر فروش لوازم خانگی سامسونگ با استفاده از ماشین بردار پشتیبان (SVM)

سمیرا قاسمی^۱، عباس احمدی^۲، حسین نازک تبار^۳

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی دانشگاه پیام نور، ساری، ایران.

^۲ استادیار دانشکده مدیریت دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

^۳ استادیار دانشگاه پیام نور، مازندران، ساری

چکیده

با پیچیده شدن فرآیندهای خرید، سطح انتظارات و مدل‌های رفتاری خریداران تغییر کرده است. اجرای تبلیغات منحصر به فرد و به‌روز از عناصر مهم در ایجاد ایده خرید و تغییر در تصمیم مصرف کننده است که نتایجاً می‌توان امتیازات مقبولى در زمینه تثبیت برند، ایجاد ارتباط گسترده‌تر با مشتریان، معرفی بهتر محصولات جدید و مانور بر قابلیت‌های خاص آن‌ها، ایجاد و اصلاح ذهنیت مثبت و ماندگار در مشتریان نسبت به برند و شرکت خود دست پیدا کرد. رابطه بین نصب اقلام تبلیغاتی، چیدمان و تنسيق فعالیت بازارپردازی به عنوان متغیرهای مستقل و میزان فروش به عنوان متغیر وابسته این مقاله در گروه لوازم خانگی شرکت سامسونگ در نظر گرفته شده است. روش این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات تحقیق، توصیفی از شاخه همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش شامل ۱۷۰ نفر می‌باشد. نمونه‌گیری به روش ترکیبی (تصادفی طبقه‌ای و خوشه‌ای) انجام شده است که زیر مجموعه‌ای از نمونه‌گیری احتمالی می‌باشد. روایی پرسشنامه توسط اساتید دانشگاه و صنعت و پایایی پرسشنامه توسط ضریب آلفای کرونباخ سنجیده شد. خروجی‌های نرم‌افزار SPSS بیانگر قابلیت اعتماد پرسشنامه بود. جهت سنجش نیکویی برازش مولفه‌ها از آزمون کالموگروف اسمیرنف استفاده گردید و نتایج حاکی از نرمال بودن کلیه مولفه‌ها بود. آزمون فرضیات توسط ضریب همبستگی اسپیرمن انجام پذیرفت. بر مبنای این نتایج تأثیرپذیری بازارپردازی دسته بندی گردید.

کلیدواژه‌ها: بازارپردازی، ارتقاء فروش، سامسونگ در ایران، ماشین بردار پشتیبان (SVM)

تمرکز سرمایه گذاری با ریسک سرمایه گذاری

امیر عباس آجری ایسک، محمد طاهر احمدی شادمهری

دانشکده اقتصاد، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

چکیده

در این مقاله، ما به عنوان اولین قدم در بررسی ویژگی های یک زیرمجموعه پورتفولیوی قابل اجرا که با محدودیت های ریسک و بودجه شناخته می شود، به ارزیابی حداکثر و حداقل تمرکز سرمایه گذاری با استفاده از آنالیز تکرار (رپلیکا) می پردازیم. برای انجام این کار، ما از یک رویکرد تحلیلی مکانیک آماری استفاده می کنیم و درمی یابیم که مسئله بهینه سازی موردنظر در این مقاله یک مسئله دوجانبه از مسئله بهینه سازی پورتفولیو است که در نشریات مورد بحث قرار گرفته و ما تأیید می کنیم که این راه حل های بهینه نیز دوجانبه هستند. ما همچنین آزمایشات عددی را ارائه می دهیم بطوریکه از روش تندترین نزول که برای مبنای روش ضرایب نامعلوم لاگرانژ است استفاده می کنیم و نتایج عددی را با نتایج به دست آمده از آنالیز تکرار مورد مقایسه قرار می دهیم تا کارایی رویکرد پیشنهادی خود را ارزیابی کنیم.

کلیدواژه ها: بهینه سازی پورتفولیو، آنالیز تکرار، ریسک سرمایه گذاری، تمرکز سرمایه گذاری.

تامین مالی عمومی - خصوصی (ppp) و ریسک آن در پروژه های شهری

سکینه محمدیاری* ، مهدی معدنچی زاج

چکیده

سرمایه گذاری هنگفت مورد نیاز در پروژه های زیرساخت، دولت را برای مشارکت با بخش خصوصی در قراردادهای مشارکت عمومی - خصوصی ترغیب می کند. منافع زیادی برای اجرای این مشارکت از جمله اطمینان از هزینه های ضروری در بخش عمومی، کیفیت بالاتر، بازبینی بموقع خدمات عمومی، استفاده از توان کارشناسی بخش خصوصی، تجربه و غیره وجود دارد. هدف این پژوهش تامین مالی عمومی - خصوصی و ریسک آن در پروژه های شهری می باشد. روشهای آنالیز براساس هدف دلفی، ساختار دورها، نوع سؤالات و تعداد شرکت کنندگان تعیین می شود. آمارهای اصلی استفاده شده در مطالعات دلفی پارامترهای مرکزی (میانگین، میانه و نما) و شاخص پراکندگی (انحراف معیار و محدوده میان چارکی) است. از چالش های اصلی تامین مالی طرح های توسعه شهری، کمبود سرمایه کافی، درآمد ناکافی شهرداری از مالیات و خدمات عمومی، دستیابی محدود به وام ها و اشکال دیگر منابع مالی بر پایه ی بدهی، عدم هماهنگی بین سازمان های مختلف، فقدان ظرفیت تکنیکی برای طراحی و اجرای تسهیلات شهری، ناکافی بودن چارچوب قانونی و تجاری برای مشارکت بخش خصوصی به علت کمبود قوانین سرمایه گذاری، قوانین تعرفه ای و سیاست ها و فرایندهای برنامه ریزی غیر شفاف می باشد. از آنجایی که هدف و وظیفه شهرداری ها مدیریت شهری و ارتقای سطح رفاه حال شهروندان شهری است لذا با توجه به ضرورت مداخله شهرداری ها در تولید کالا و خدمات مورد نیاز شهروندان و همچنین رشد مخارج، بدیهی است که بلافاصله مساله چگونگی تامین منابع مالی به منظور ارائه این خدمات مطرح می گردد، که این امر جز از طریق منابع مالی هزینه های شهری و پروژه های سرمایه ای و رفاهی شهری مقدور نمی باشد.

کلید واژه ها: تامین مالی عمومی و خصوصی، ریسک، پروژه های شهری.

تشریح متدولوژی ارزشیابی مشاغل سیستم فدرال ایالات متحده وابسته به دفتر مدیریت پرسنلی

علیرضا مهدی نیا^۱، علی دین پرست صوفیانی^۲، سجاد رحمانی^۳

^۱رئیس امور مدیریت مشاغل سازمان اداری و استخدامی کشور

^۲دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی دانشگاه تهران

^۳معاون امور مدیریت مشاغل سازمان اداری و استخدامی کشور

چکیده

مقاله زیر خلاصه ای از روش طبقه بندی استاندارد مشاغل ایالات متحده را که وابسته به دفتر مدیریت پرسنلی آن کشور می باشد، تشریح می نماید. استانداردهای طبقه بندی موقعیت، اطلاعاتی را ارائه می دهد که در تعیین رده شغلی و عنوان شغلی برای موقعیت هایی که مشاغل نظارتی و غیرنظارتی را در دولت فدرال انجام می دهند، استفاده می شود. آنها همچنین معیارهای درجه بندی را برای موقعیت های طبقه بندی شده تحت سیستم طبقه بندی برنامه عمومی (General Schedule) ارائه می دهند. دفتر مدیریت پرسنلی ایالات متحده (Office of Personnel Management) که دفتر مرکزی آن مستقر در واشنگتن دی.سی می باشد به عنوان رئیس آژانس منابع انسانی و مدیر سیاست پرسنل دولت فدرال خدمت می کند. اهداف و مأموریت های این آژانس مشابه با سازمان اداری و استخدامی کشور خودمان می باشد. اکثر استانداردهای طبقه بندی موقعیت توسط دفتر مدیریت پرسنلی ایالات متحده (OPM) توسعه یافته اند و برای مشاغل رایج تقریباً در همه آژانس های فدرال قابل اجرا هستند. اهمیت طبقه بندی مشاغل به این علت است که اجازه می دهد تا سازمان ها، دانش و مهارت مورد نیاز برای یک موقعیت خاص و همچنین سطح مسئولیت و اختیار مرتبط با شغل را شناسایی کنند. همچنین کمک می کند تا اطمینان حاصل شود که کارکنان برای کاری که انجام می دهند به طور عادلانه پاداش دریافت می کنند (منصفانه بودن سیستم پرداخت برگرفته از اصل ارائه دستمزد برابر برای کار برابر).

کلیدواژه ها: طبقه بندی، عامل (سنجه)، موقعیت، گرید، درجه.

مطالعه ای بر حسابداری قانونی و نحوه عملکرد آن

اکرم امین صفار

کارشناس ارشد حسابداری، گرایش حسابرسی، موسسه آموزش عالی پرندک، استان مرکزی، ایران.

چکیده

حسابداری انواع مختلفی دارد که حسابداری قانونی یکی از آنها می باشد و برای پیگیری صورت حساب شرکت ها، سازمان ها و نهاد های مالی مختلف، از آن استفاده می شود تا بررسی شود که آیا تقلب یا تخلفی در صورت حساب ها رخ داده است یا خیر؟ این نوع از حسابداری، بیشتر در دادخواهی ها به کار برده می شود و به نوعی در مورد کلاه برداری ها و تخلف های صورت گرفته تحقیق و بررسی های لازم را انجام می دهد. امروزه با گسترش تجارت و جهانی شدن آن، شرکت ها برای کسب سهم بیشتری از بازار به شدت با هم رقابت می کنند و در این میان شرکتی موفق تر خواهد بود که دارای شایستگی ها و برتری های بیشتری نسبت به شرکت های هم نوع خود باشد از جمله اقداماتی که شرکت ها در جهت کسب مزیت رقابتی انجام داده اند، توسعه ی فعالیت های خود را در جهت کسب سود اقتصادی بیشتر می باشد. گسترش فعالیت های اقتصادی و افزایش روز افزون عواید اقتصادی شرکت ها راه را برای افراد سودجو باز کرده تا با تقلب و کلاهبرداری از آورده های شرکت سوء استفاده کرده و با استفاده از جایگاه و مقام خود این موضوع را امری عادی جلوه دهند. از آنجا که رکن اصلی هر اقتصادی سرمایه گذاران آن می باشد، از این رو رسوایی های مالی میتواند ضربه ی مهلکی به بدنه و پیکره ی یک کسب و کار وارد کند، چرا که اولین صدمه ی شرکت از بابت رسوایی های مالی سلب اعتماد سرمایه گذاران آن می باشد. در این زمینه، اگرچه نمیتوان نقش و کلا و متخصصان دادگستری را در رسیدگی به جرایم و تقلب های مالی نادیده گرفت اما در کنار آن نیاز به حسابداران قانونی که جهت رسیدگی به تقلب ها، دانشی فراتر از حسابداران مالی و حسابرسان دارند، به شدت احساس می شود. در نتیجه تقاضا برای متخصصینی با تحصیلات دانشگاهی در زمینه ی تقلب و حسابداری قانونی در حال رشد است.

کلیدواژه ها: حسابداری، تحولات، ارتباطات، حسابداری قانونی، کلاهبرداری.

بررسی تأثیر رهبری تحول آفرین بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی

رضا ناطقی سیدکلا ، سارا شفیق نیا

دکتری تخصصی مدیریت کارآفرینی، دانشگاه آزاد علوم تحقیقات

چکیده

یکی از مهمترین عوامل تأثیرگذار بر نوآوری‌ها، رهبری است، چرا که رهبران نقش اثربخش در تولید ایده‌ها، تنظیم اهداف و ایجاد فرهنگ نوآوری دارند. یک رهبر کارآفرین همیشه به دنبال یافتن روش‌ها و ابزارهای جدید برای ساختن سازمان است. تحقیق حاضر یک تحقیق توصیفی از نوع همبستگی و از لحاظ هدف کاربردی است. جامعه آماری مورد مطالعه در تحقیق حاضر کارمندان بانک ملت در استان تهران با حجم نمونه ۳۸۴ نفر بوده است. روش نمونه‌گیری تحقیق به صورت غیراحتمالی در دسترس بوده و جهت بازگشت مناسب، ۴۰۰ پرسشنامه توزیع گردید که نتایج با استفاده از مدل یابی معادلات ساختاری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه بوده که پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ محاسبه گردید. نتایج نشان داد که سبک رهبری بر مدیریت دانش تأثیر مثبت دارد. همچنین مدیریت دانش بر نوآوری سازمان و کارآفرینی سازمانی تأثیر مثبت دارد.

کلید واژه‌ها: رهبری، مدیریت دانش، نوآوری سازمانی، کارآفرینی سازمانی.

ترسیم نقشه فرآیندهای سازمان علمی و فرهنگی آستان قدس رضوی

سهیل صفائیان^۱، مسلم متولی حبیبی^۲

^۱پژوهشگر سازمان علمی و فرهنگی آستان قدس رضوی

^۲مدیر برنامه‌ریزی و نظارت سازمان علمی و فرهنگی آستان قدس رضوی

چکیده

امروزه با توجه به رقابتی شدن بازار، اصل مشتری مداری، حفظ رضایت مشتری و...، تلاش سازمان‌ها برای بقا با مشکلات زیادی روبرو شده‌است. از جمله مشکلاتی که بیشتر سازمان‌های ایرانی با آن روبرو هستند، مشکلات فرآیندی است که به دلیل بازیابی نشدن نحوه انجام کارها و همچنین پیچیدگی سازمان به وجود آمده‌است. فرآیندسازی پروسه‌ای است که در آن وظیفه‌های ساده جای خود را با فرآیندهای کامل عوض خواهند کرد. فرآیندها را می‌توان مانند یک جعبه جادویی در نظر گرفت که از یک سو ورودی‌ها را گرفته و از سوی دیگر خروجی‌ها را با بالاترین ارزش تولید می‌کند. هدف ما در این پروژه ترسیم نقشه فرآیندهای حیاتی سازمان علمی و فرهنگی آستان قدس رضوی می‌باشد که برای نیل به این هدف در ابتدا به مطالعه و بررسی اسناد سازمانی پرداخته شده‌است. در ادامه سیاست‌های کلان سازمان به عنوان مرجع اصلی انتخاب گردید و پس از تحلیل آن، حدود ۱۰۰ واژه کلیدی انتخاب شد. در مرحله بعد برای این واژگان کلیدی تعاریف نظری و عملیاتی تدوین گردید که در این مرحله ۶ کتاب، ۳ سند کشوری و بیش از ۷۵ مقاله مطالعه و بررسی و سپس جداولی تهیه شد. پس از تهیه نتایج اولیه جلساتی با خبرگان و مسئولین سازمان برگزار گردید و نظرات ایشان اخذ و بر روی جداول اعمال شد. نتایج نهایی این پروژه شامل ۴۸ جدول می‌باشد که این جداول برای ۳۹ کد سیاست کلان تهیه شده‌است. این جداول به نوعی نقشه فرآیندی برای هر یک از سیاست‌های کلان سازمان علمی و فرهنگی می‌باشد که شامل گام‌ها و یا فعالیت‌هایی است که برای تحقق این سیاست‌ها باید اجرایی شوند.

کلیدواژه‌ها: نقشه فرآیند، سیاست کلان، فرآیندسازی، مدل‌سازی فرآیند، مهندسی مجدد فرآیندها.

مقایسه و تحلیل نظری ساختار بیمه تکافل خانواده و بیمه عمر متعارف با تاکید بر بیمه زندگی

مهران حسنخانی^۱، هدیه ولی زاده^۲، محسن حسنخانی^۳

^۱دانشجوی دوره دکتری مدیریت حرفه ای بیمه

^۲مدیر بیمه های عمر و تامین آتیه شرکت بیمه پاسارگاد

^۳کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی تهران

چکیده

در این مقاله جهت آشنایی بیشتر خوانندگان ابتدا کلیاتی پیرامون بیمه های عمر متعارف و انواع آن و در زمینه شکل گیری تکافل به تبیین آراء علما و فقهای مسلمان در خصوص مشروعیت قراردادهای بیمه متعارف پرداخته شده است و اینکه آراء علمای اهل سنت مبنی بر غیر مشروع بودن بیمه متعارف سبب شکل گیری تکافل شده است. این مقاله به دنبال بررسی مقایسه بیمه های عمر متعارف با بیمه تکافل خانواده بوده و تاثیر ارائه محصول تکافل خانواده در کنار بیمه های عمر متعارف در افزایش نرخ نفوذ بیمه عمر در کشور را بررسی می نماید. برای بررسی این موضوع از روش تحقیق توصیفی و تحلیلی استفاده شده است و نتیجه گیری می شود که با توجه مزیت های بیمه تکافل خانواده مانند شفافیت فعالیت ها، محدودیت در سودجویی، وابستگی منافع مشتریان و متصدی، سرمایه گذاری در راه های شرعی و اخلاقی و ... باعث شده که تکافل خانواده در کنار بیمه های عمر متعارف گزینه و پیشنهاد جذابی برای مشتریان بوده و عرضه این محصولات در کشور ما به رشد میزان نفوذ بیمه در کشور و گسترش تنوع حیطه خدمات مالی و در نهایت رشد و توسعه اقتصاد کمک شایانی خواهد نمود.

کلیدواژه ها: بیمه تکافل خانواده، بیمه عمر، بیمه عمر متعارف، رشد میزان نفوذ بیمه.

نقش تکافل و ابزارهای مالی اسلامی در تحقق توسعه صنعت بیمه

هدیه ولی زاده^۱، علیرضا شمس^۲، مهران حسنخانی^۳

^۱مدیر بیمه های عمر و تامین آتیه شرکت بیمه پاسارگاد

^۲کارشناسی ارشد مدیریت مالی دانشگاه آزاد اسلامی

^۳دانشجوی دوره دکتری مدیریت حرفه ای بیمه

چکیده

امروزه اهمیت بخش بیمه در بطن مجموع واسطه‌گری‌های مالی در گذر زمان افزایش یافته است و شدت و حجم روابط بین بیمه، بانکداری و بازارهای سرمایه نیز رو به فزونی می‌باشد، در نتیجه، تأثیر احتمالی بیمه بر اقتصاد باید افزایش یافته باشد. اصطلاح صنعت تکافل شامل همه‌ی متصدیان کسب و کار ارائه خدمات و محصولات تکافل می‌باشد. این صنعت شرکت‌های بیمه مستقیم که برای ارائه طیف گسترده‌ای از محصولات تکافل پذیرهنویسی می‌کنند، شرکت‌های بیمه رایج که تعداد محدودی از محصولات تکافل را ارائه می‌کنند و شرکت‌های بیمه تکافلی و تکافل اتکائی را در بر می‌گیرد. هم‌اکنون این صنعت محصولات خود را بر پایه تعاون و ضمانت متقابل و در قالب دو طرح تکافل عمومی و تکافل خانواده ارائه می‌دهد. این مقاله بعد از بررسی مختصر بیمه‌های مرسوم و صنعت تکافل اهمیت حضور این صنعت را در کشور مورد بررسی قرار می‌دهد. اهمیت آشنایی و توسعه چنین کسب و کاری در ایران را می‌توان از سه منظر ذیل مورد بررسی قرار داد: ۱. تکافل به عنوان یک فعالیت اقتصادی جدید؛ ۲. تکافل محصولی اسلامی؛ ۳. تکافل رقیبی برای بیمه مرسوم در صنعت بیمه ایران. در پایان به این نتیجه رسیدیم، که حضور و فعالیت شرکت‌های تکافل در کنار شرکت‌های بیمه مرسوم می‌تواند هم برای اقتصاد کشور و هم برای صنعت بیمه مفید و اثر گذار باشد.

کلیدواژه‌ها: بیمه، ریسک، تکافل، توسعه صنعت بیمه.

بررسی تأثیر شبکه های سیار و بیسیم در توسعه کسب و کارهای مجازی

سپیده خلفی^{۱*}، محمد اله بخشی^۲، کامران سیار^۲، محمدجواد منتظمی^۲

^۱دانشکده حسابداری و مالی، موسسه آموزش عالی الکترونیکی ایرانیان، تهران، ایران

^۲دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده حسابداری و مالی، موسسه آموزش عالی الکترونیکی ایرانیان، تهران، ایران

چکیده

امروزه با توسعه کسب و کارهای مجازی نیاز به توسعه زیرساخت ها بیش از پیش موردنظر کاربران و فروشندگان قرار دارد. فضای مجازی محیطی را ارائه نموده که افراد می توانند توانمندی ها، محصولات و ایده های خود جهت فروش را در اختیار استفاده کنندگان قرار دهند. شبکه های مجازی به سرعت در حال تبدیل شدن به فضای تجارت و کسب و کار است. شبکه جهانی اینترنت و ترمینال های سیار در کنار یکدیگر و در بستر تکنولوژی ها و پروتکل های پیشرفته، مفهومی جدید به نام تجارت بیسیم را خلق کرده اند. پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر شبکه های سیار و بیسیم در توسعه کسب و کارهای مجازی بر روی ۵۰ نفر از فروشندگان فعال در سه پلتفرم اینستاگرام، واتساپ و تلگرام می باشد که نتایج تحقیق حاضر نشان داد توجه به توسعه فضای زیرساختی بیسیم و سیار موجب رونق و توسعه در کسب و کارهای مجازی خواهد شد.

کلیدواژه ها: شبکه بیسیم، شبکه سیار، کسب و کار مجازی، توسعه.

بررسی ارتباط ویژگی‌های شخصیت و قدرت ریسک‌پذیری افراد با مدیریت هموارسازی سود (مطالعه موردی نمایندگان شرکت بیمه ایران و بیمه کارآفرین)

زهرا دشتی^{۱*}، محمد اله بخشی^۲

^۱ استادیار، دانشکده حسابداری و مالی، موسسه آموزش عالی الکترونیکی ایران، تهران، ایران

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده حسابداری و مالی، موسسه آموزش عالی الکترونیک ایران، تهران، ایران

چکیده

امروزه مردم به دنبال سرمایه‌گذاری در بخش‌هایی هستند که بیشترین بازدهی را برای آنان رقم بزنند. مدیرانی که در سازمانها از قدرت ریسک‌پذیری بالایی برخوردار هستند می‌توانند تصمیمات درست را گرفته و با هموارسازی مناسب و هدفمند در راستای اهداف سازمان تلاش نمایند. هدف مطالعه حاضر که مطالعه‌ای توصیفی-همبستگی می‌باشد بررسی ارتباط ویژگی‌های شخصیت و قدرت ریسک‌پذیری افراد با مدیریت هموارسازی سود نمایندگان بیمه ایران و کارآفرین در سال‌های مالی ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۰ است. جامعه آماری پژوهش شامل ۵۰ نفر از نمایندگان بیمه که به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند می‌باشد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها شامل سه پرسشنامه است که دو پرسشنامه استاندارد ۵ عاملی نئو فرم کوتاه برای سنجش ویژگی‌های شخصیت و پرسشنامه ریسک‌پذیری (Segal et al, 2005) و یک پرسشنامه محقق ساخته برای ارزیابی مدیریت هموارسازی سود می‌باشد. داده‌های به‌دست آمده در نرم‌افزار SPSS22 توسط آزمون‌های همبستگی و رگرسیون چندمتغیره تحلیل گردید. نتایج نشان داد که ویژگی‌های شخصیت مدیران بر قدرت ریسک-پذیری و هموارسازی سود اثر مثبت دارد و همچنین می‌توان هموارسازی سود را با توجه به ویژگی‌های شخصیتی و قدرت ریسک‌پذیری مدیران پیش‌بینی نمود.

کلیدواژه‌ها: ریسک‌پذیری، مدیریت، ویژگی شخصیت، هموارسازی سود، مدیریت ریسک.

اثر انعطاف پذیری مالی بر توسعه پایدار بازار بورس تهران در دوره بحران کووید ۱۹

پویا ثابت فر

گروه اقتصاد، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی قزوین

چکیده

بیماری ویروس کرونا (COVID-19) به سرعت در سراسر جهان در حال گسترش بوده است. در کنار اقدامات پزشکی برای مبارزه با این بیماری همه گیر، بسیاری از کشورها بسته های مالی انگیزشی بی سابقه ای را برای بازگرداندن تقاضای کل ارائه می دهند. با پرداخت مستقیم دولت و کمک به بیکاران، ممکن است مردم مجبور نباشند برای کار در بیرون در یک دوره زمانی خاص اجتماع کنند. بنابراین، توسعه مالی نه تنها می تواند بحران اقتصادی را کاهش دهد بلکه از گسترش بیشتر این بیماری نیز جلوگیری می کند. تحقیقات نشان می دهد که مهمترین عامل تاثیرگذار بر مسائل تامین مالی (به عنوان چالش پیش روی شرکتها)، حفظ انعطاف پذیری مالی است که توانایی واحد تجاری مبنی بر اقدام موثر جهت تغییر میزان و زمان جریان های نقدی برای بهترین عکس العمل هنگام بحرانها را افزایش می دهد. لذا این تحقیق به بررسی نقش انعطاف پذیری مالی بر توسعه پایدار در دوره بحران کووید ۱۹ با رویکرد توجه به داراییهای ثابت می پردازد. نتایج تحقیق نشان می دهد که انعطاف پذیری مالی تأثیر مثبت قابل توجهی بر عملکرد کلی شرکت های بورسی دارد.

کلیدواژه ها: بورس، کووید ۱۹، بحران.

تاثیر عوامل موثر بر سیستم هزینه یابی بر مبنای فعالیت با تاکید موجودی انبار

سجاد شجاعی خلیل آباد^۱، دکتر حسن ابوالفتحی^{۲*}

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد رشته حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد الکترونیکی، گروه حسابداری

تهران، ایران

^۲ دکترای حسابداری

چکیده

سیستم هزینه یابی مبتنی بر فعالیت رویکردی منطقی در سیستم حسابداری می باشد به مدیران در توصیف و ارزیابی فرآیند عملکرد سازمان و تشخیص بهای تمام شده آن کمک می کند و هزینه های سربار تولید را بر مبنای میزان مصرف فعالیت توسط هریک از فرایندها بخصوص در شرکت های دارای موجودی انبار مشخص می کند، بدین منظور هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر عوامل موثر بر سیستم هزینه یابی بر مبنای فعالیت با تاکید موجودی انبار می باشد که در زمره تحقیقات کاربردی بوده و از نظر ماهیت توصیفی - همبستگی است و از نظر رویکرد کمی می باشد. روش گردآوری اطلاعات استفاده از مطالعات کتابخانه ای و جستجوهای اینترنتی می باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر کارکنان شرکت پیمانکار طرح های عمومی و زیر بنائی سایر می باشد. طبق آمار در دسترس ۱۵۰ نفر می باشند که با توجه به تعداد محدود کارکنان شرکت سایر از روش نمونه گیری تمام شماری استفاده می شود. داده های پژوهش با استفاده از پرسشنامه به صورت مجازی و با روش نمونه گیری تصادفی ساده در بین جامعه مورد بررسی گردآوری خواهند شد. قابلیت اعتماد پرسشنامه نیز با استفاده از آلفای کرونباخ برآورد شد و روایی آن ها توسط اساتید متخصص تایید شده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیات پژوهش از نرم افزارهای آماری مناسب (SPSS و smartPLS-۳) استفاده شده است که یافته های هر کدام از آزمون فرضیات نشان دهنده تایید فرضیه ها (T-value بزرگتر از ۱/۹۶) بوده، بنابراین عوامل موثر بر سیستم هزینه یابی بر مبنای فعالیت (عوامل سازمانی، فردی، محیطی و فنی) با تاکید موجودی انبار دارای تاثیر معناداری است.

کلیدواژه ها: موجودی انبار، هزینه یابی، فعالیت، سیستم.

تأثیر کرونا بر تورم در ایران

یلدا مصطفی پور^۱، رضا شمس الهی^۲

^۱دانش آموخته دکتری دانشگاه مازندران

^۲دانش آموخته کارشناسی ارشد دانشگاه ایت الله بروجردی

چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی تأثیر کرونا بر تورم در ایران طی دوره ۱۳۵۳-۱۴۰۰ است. برای این منظور از الگوهای خود رگرسیون با وقفه‌های توزیعی (ARDL) و تصحیح خطا (ECM) استفاده شد. بر اساس یافته‌های پژوهش، اثر کرونا بر تورم معنی‌دار و جهت آن نیز مثبت گزارش شد. بنابراین به نظر می‌رسد، اثر فزاینده تحریم اقتصادی بر تورم و عدم قطعیت درآمد، نااطمینانی به وجود آمده و محدودیت‌های ناشی از قرنطینه‌ها و اقدامات مهارتی اعمال شده، منجر به افزایش فشار عرضه و از این طریق سبب تشدید تورم شده است. همچنین، در بین بخش‌های اقتصادی، بیش‌ترین اثر ضد تورمی مربوط به بخش خدمات و بعد از آن به ترتیب، بخش صنعت و کشاورزی بوده است. از آن جا که بخش خدمات بیش‌ترین سهم را در تولید ناخالص داخلی دارد و تأثیر مستقیم بیش‌تری را نیز در زندگی افراد جامعه دارد، در نتیجه اثر آن بر تورم بیش‌تر از سایر بخش‌ها است. علاوه بر این، به ازای هر واحد افزایش نقدینگی، بعد دو وقفه، تورم ۰٫۲۵ افزایش خواهد داشت. بر اساس نتایج به‌دست آمده، در حالی که نرخ سپرده بانکی به سرعت، تأثیری بر کاهش تورم نخواهد داشت، اما افزایش این متغیر با یک وقفه منجر به کاهش تورم شده و تأثیر ضد تورمی آن طی دو دوره کاهش یافته است. همچنین، سرعت رسیدن به تعادل ۱۲۹ درصد خواهد بود که نشان می‌دهد که ۱۲۹ درصد از خطای عدم تعادل در کوتاه‌مدت در هر دوره به صورت نوسانی و همگرا تعدیل می‌شود.

کلیدواژه‌ها: تورم، کرونا، خود رگرسیون با وقفه‌های توزیعی، تصحیح خطا.

بررسی تاثیر مخارج بهداشتی دولت بر رشد اقتصادی ایران رهافیت مارکوف سوئچینگ

رضا شمس الهی

دانش آموخته کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آیت ... بروجردی، بروجرد، ایران

چکیده

دست یابی به رشد اقتصادی پایدار، به عنوان یکی از سیاست های اقتصاد کلان برای دولت ها و اقتصاددانان از اهمیت بسیاری برخوردار است. امروزه یکی از راهکارهای رسیدن به رشد اقتصادی مطلوب ارتقاء نظام سلامت در جامعه است. بنابراین هدف این پژوهش بررسی تاثیر مخارج بهداشتی دولت بر رشد اقتصادی ایران طی دوره ۱۳۵۸-۱۳۹۹ با بهره گیری از الگوی اقتصادسنجی مارکوف سوئچینگ است. یافته های پژوهش حاکی از آن است که مخارج بهداشتی دولت مطابق انتظار، تأثیر مثبت و معنی داری بر رشد تولید دارد. مطابق ادبیات نظری، این اثرگذاری از چند جنبه قابل بررسی است. نخست آنکه افزایش مخارج دولت یک سیاست مالی انبساطی بوده و به تقویت رشد اقتصادی کمک می نماید. همچنین، اختصاص بودجه به حوزه سلامت و بهداشت، هزینه ای بر دوش دولت خواهد بود، اما این هزینه، به نوعی سرمایه گذاری در ایجاد جامعه ای توانمند محسوب می شود. این مساله در کشورهای در حال توسعه از جمله ایران، با عنایت به پایین بودن سطوح درآمد سرانه خانوارها، نمود بیشتری خواهد داشت. ارتقای نرخ با سواد نیز تأثیر مثبت و معنی داری بر رشد تولید داشت. ارتقای نرخ با سواد، سیگنالی از توانمندی بیشتر نیروی کار نیز است. در مجموع، ضرایب مثبت مخارج بهداشتی دولت و نرخ با سواد (با عنایت به عمومی بودن آموزش در کشور) حاکی از آن است که اتخاذ سیاست های حمایت از سرمایه انسانی، کمک قابل توجهی به رشد و توسعه اقتصادی کشور خواهد نمود. از این رو، اتخاذ سیاست هایی که موجب تقویت زیرساخت های آموزش و بهداشت، همچنین، ارتقای کمی و کیفی سرمایه فیزیکی گردد، می تواند گام مؤثری در جهت ارتقای رشد و توسعه اقتصادی کشور محسوب شود.

کلیدواژه ها: مخارج بهداشتی دولت، رشد اقتصادی، الگوی مارکوف سوئچینگ.

بررسی تاثیر مفاهیم اجتماعی و مشتری محوری بر میزان تعهد مشتری

محمد قدیری^۱، معصومه عرشاهی^{۲*}

^۱ کارشناس ارشد مدیریت کسب و کار، دانشگاه بین المللی امام رضا

^۲ استادیار، دانشکده مدیریت، دانشگاه بین المللی امام رضا

چکیده

هدف این پژوهش بررسی عوامل موثر بر بهبود مشارکت مشتریان در ارائه خدمات و پایبندی به دستورالعمل‌های بانکی است. این پژوهش از حیث هدف کاربردی و از حیث ماهیت توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری، استفاده‌کنندگان خدمات بانکی که به بانک‌های شهر مشهد مراجعه کرده‌اند، می باشد؛ از این جامعه آماری نامشخص، ۳۸۴ نمونه به روش نمونه‌گیری در دسترس در نظر گرفته شده‌است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه Osei-Frimpong et al., (2020) بوده‌است. جهت سنجش روایی صوری از نظر خبرگان و روایی همگرا، واگرا و تحلیل عاملی استفاده شده‌است. جهت سنجش پایایی از آلفای کرونباخ و پایایی مرکب استفاده شد. آلفای کرونباخ کل ۰/۸۹ برآورد گردید که در محدوده قابل پذیرش قرار دارد. تحلیل داده‌ها با روش مدلیابی معادلات ساختاری و با نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس ۳ انجام شده‌است. نتایج نشان داد مفاهیم اجتماعی بر وضوح نقش مشتری و مشارکت مشتریان در تولید خدمات تاثیر معناداری دارد؛ اما مفاهیم اجتماعی بر پایبندی مشتریان به دستورالعمل‌ها تاثیر معناداری ندارد. وضوح نقش مشتری بر پایبندی به دستورالعمل‌ها تاثیر معناداری داشته اما بر مشارکت در ارائه خدمات تاثیر معناداری ندارد. مشتری‌محوری بر مشارکت در ارائه خدمات تاثیر معناداری دارد. مشارکت در ارائه خدمات بر پایبندی به دستورالعمل‌ها تاثیر معناداری دارد. مشتری‌محوری تاثیر وضوح نقش مشتری بر مشارکت در ارائه خدمات را تعدیل می‌کند. مفاهیم اجتماعی از طریق وضوح نقش مشتری بر پایبندی به دستورالعمل‌ها تاثیر معناداری داشته اما نقش میانجی مشارکت در ارائه خدمات در این رابطه غیر معنادار بوده‌است.

کلیدواژه‌ها: زمینه اجتماعی، وضوح نقش مشتری، مشتری محوری، پایبندی به دستورالعمل‌ها، مشارکت در تولید خدمات.

بررسی تاثیر قابلیت های دیجیتالی، فرهنگ سازمانی دیجیتال بر نوآوری دیجیتالی با نقش میانجی آمادگی سازمانی

علی مالک

استادیار، گروه مدیریت و حسابداری، واحد شبستر، دانشگاه آزاد اسلامی، شبستر، ایران

چکیده

هدف این پژوهش بررسی تاثیر قابلیت های دیجیتالی، فرهنگ سازمانی دیجیتال بر نوآوری دیجیتالی با نقش میانجی آمادگی سازمانی می باشد. تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ روش علی است. شیوه گردآوری داده، پیمایشی و با استفاده از ابزار پرسشنامه ای صورت گرفت که روایی و پایایی آن به تایید رسید. جمع آوری اطلاعات، کتابخانه ای و میدانی است و بدین منظور از پرسشنامه استاندارد استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق، کارکنان ایران خودرو بودند که بر این اساس، نمونه ای مشتمل بر ۳۸۲ نفر با توجه به جامعه نامحدود از طریق فرمول کوکران بررسی شد. برای تجزیه و تحلیل داده های تحقیق نیز آزمون های علی و مدل معادلات ساختاری استفاده شده است. نتایج بدست آمده از تحقیق نشان داد فرهنگ سازمانی دیجیتال و قابلیت های دیجیتال بر نوآوری دیجیتال تاثیرگذار است. همچنین فرهنگ سازمانی دیجیتال و قابلیت های دیجیتال بر آمادگی سازمانی تاثیرگذار است. و آمادگی سازمانی بر نوآوری دیجیتال تاثیرگذار است.

کلیدواژه ها: قابلیت های دیجیتالی، فرهنگ سازمانی دیجیتال، نوآوری دیجیتالی، آمادگی سازمانی.

بررسی پایداری تأمین منابع مالی فروشگاه‌های زنجیره‌ای در صنعت خرده‌فروشی ایران

علیرضا مصفا^۱، حمید ریاضی^۲، سعید فلاح^۳

^۱مدیر عامل، فروشگاه‌های زنجیره‌ای هایپر می، تهران، ایران

^۲دانشجوی دکتری، گروه مهندسی صنایع، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران،

رئیس ارتقاء پیشبرد فروش فروشگاه‌های زنجیره‌ای هایپر می، تهران، ایران

^۳دانشجوی دکتری، گروه مهندسی صنایع، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران جنوب، ایران

چکیده

امروزه، پایداری مالی از ابزارهای مهم و تأثیرگذار بر رشد و توسعه اقتصادی است و سیاست مالی ناپایدار از تهدیدهای مهم در حوزه تأمین منابع مالی کسب‌وکارهاست. با توجه به اهمیت این موضوع، پژوهش حاضر باهدف بررسی پایداری تأمین منابع مالی فروشگاه‌های زنجیره‌ای با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انجام شده است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پژوهش، پرسشنامه و انجام مصاحبه حضوری بوده است. یافته‌های حاصل از پژوهش، مؤید تأثیر مدیریت و برنامه‌ریزی در پایداری تأمین منابع مالی فروشگاه است. بعلاوه، از لحاظ نوسانات اقتصادی و اجتماعی، برنامه‌ریزی، تنوع منابع مالی، شناسایی منابع مالی پایدار و نهایتاً نظارت کافی و مستمر که از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار در تأمین منابع مالی فروشگاه می‌باشند، با توجه به نتایج به‌دست آمده به کمک در روش استفاده شده در این پژوهش شامل روش رگرسیون و دیمتل شایان ذکر است، مدیریت بیشترین تأثیرگذاری و فروش بیشترین تأثیرپذیری را در بین عوامل مؤثر بر پایداری مالی را دارند. وضعیت فعلی پایداری مالی در فروشگاه‌های زنجیره‌ای مورد مطالعه در کشور ایران از نظر تنوع منابع مالی در سطح متوسط، از نظر مدیریت بر فعالیت‌های فروشگاه‌های و منابع مالی در سطح ضعیف قرار دارد. **کلیدواژه‌ها:** پایداری، تأمین منابع مالی، خرده‌فروشی، سیاست مالی، برنامه‌ریزی، فروشگاه زنجیره‌ای.

بررسی تأثیر اضطراب ناشی از پاندومی کووید-۱۹ بر عملکرد کارکنان با نقش میانجی تاب آوری در بیمارستان‌های آموزشی شهر اهواز

نگار صفاپور

چکیده

هدف از این پژوهش بررسی تأثیر اضطراب ناشی از پاندومی کووید-۱۹ بر عملکرد کارکنان با نقش میانجی تاب آوری در بیمارستان‌های آموزشی شهر اهواز بوده است. جامعه آماری این پژوهش کلیه کارکنان بیمارستان‌های آموزشی دانشگاه علوم پزشکی جندی شاپور اهواز مشتمل بر ۵۳۰۰ نفر بوده که با استفاده از فرمول کوکران ۳۵۸ نفر به عنوان نمونه در نظر گرفته شده‌اند که با توجه به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای پرسشنامه‌ها توزیع و جمع‌آوری گردید. به منظور جمع‌آوری داده‌ها از سه پرسشنامه عملکرد کارکنان هرسی و گلد اسمیت (۱۹۸۰)، اضطراب پاندومی کووید ۱۹ علیپور (۲۰۲۰) و تاب آوری کانر و دیویدسون (۲۰۰۳) استفاده شده و جهت تحلیل نتایج از تحلیل معادلات ساختاری و نرم افزار Smart PLS 3.8 استفاده گردید. با توجه به یافته‌های پژوهش، اضطراب ناشی از پاندومی کووید-۱۹ بر عملکرد کارکنان و تاب آوری در کارکنان بیمارستان‌های آموزشی شهر اهواز تأثیر معکوس و معناداری داشته است. همچنین نقش میانجی تاب آوری در رابطه بین پاندومی کووید-۱۹ و عملکرد کارکنان نیز تأیید شده است.

کلیدواژه‌ها: اضطراب ، پاندومی کووید-۱۹ ، عملکرد کارکنان ، تاب آوری.

بررسی تأثیر مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر عملکرد کارکنان با نقش میانجی جو سازمانی ادراک شده و رضایت شغلی در بیمارستان‌های آموزشی شهر اهواز

نگار صفاپور

چکیده

هدف از این پژوهش تعیین تأثیر مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر عملکرد کارکنان با نقش میانجی جو سازمانی ادراک شده و رضایت شغلی در بیمارستان‌های آموزشی شهر اهواز بوده است. جامعه آماری این پژوهش کلیه کارکنان بیمارستان‌های آموزشی دانشگاه علوم پزشکی جندی شاپور اهواز مشتمل بر ۵۳۰۰ نفر بوده که با استفاده از فرمول کوکران ۳۵۸ نفر به عنوان نمونه در نظر گرفته شده‌اند که با توجه به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای پرسشنامه‌ها توزیع و جمع‌آوری گردید. به منظور جمع‌آوری داده‌ها از چهار پرسشنامه مدیریت استراتژیک منابع انسانی علی و همکاران (۲۰۱۷)، عملکرد کارکنان هرسی و گلد اسمیت (۱۹۸۰)، جو سازمانی هالپین و کرافت (۱۹۶۳) و رضایت شغلی مارتینز و پرونسا (۲۰۱۲) استفاده شده و جهت تحلیل نتایج از تحلیل معادلات ساختاری و نرم افزار Smart PLS3.8 استفاده گردید. با توجه به یافته‌های پژوهش، مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر عملکرد کارکنان با نقش میانجی جو سازمانی ادراک شده و رضایت شغلی در بیمارستان‌های آموزشی شهر اهواز تأثیر مثبت و معناداری داشته است. همچنین تأثیر جو سازمانی ادراک شده و رضایت شغلی بر عملکرد کارکنان نیز تأیید شده است.

کلیدواژه‌ها: مدیریت استراتژیک منابع انسانی، عملکرد کارکنان، جو سازمانی ادراک شده، رضایت شغلی.

بررسی عوامل اقتصادی موثر بر دموکراسی در کشورهای خاورمیانه

پروین علی مرادی افشار

استادیار دانشگاه کردستان

چکیده

در سال‌های اخیر مطالعه در زمینه ارتباط متقابل دموکراسی و متغیرهای اقتصادی در بین اندیشمندان اقتصادی و علوم سیاسی افزایش یافته است. در این مطالعات دموکراسی به عنوان یک متغیر تأثیرگذار بر متغیرهای اقتصادی در مدل‌های اقتصادسنجی وارد شده است و کم‌تر به تأثیرپذیری دموکراسی از متغیرهای اقتصادی پرداخته شده است. بنابراین، در این پژوهش به بررسی اثر متغیرهای اقتصادی بر سطح دموکراسی در کشورهای خاورمیانه در دوره زمانی ۲۰۲۰-۲۰۰۱ پرداخته شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که تجارت خارجی اثر مثبت و معنی‌داری بر دموکراسی داشته است، ولی رشد اقتصادی اثر معنی‌داری بر دموکراسی نداشته است. ولی کمک‌های خارجی دموکراسی را در کشورهای مورد مطالعه را به صورت منفی تحت تأثیر قرار داده است.

کلیدواژه‌ها: واژگان کلیدی دموکراسی، عوامل اقتصادی، کشورهای خاورمیانه اسلامی.

بررسی و تحلیلی کامل بر مسائل بودجه و اهمیت آن برای دولت

شیما چمبریانی

کارشناس ارشد مدیریت دولتی، گرایش بودجه و مالیه عمومی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد
اسلامی، واحد نیشابور، نیشابور، ایران

چکیده

به زبان ساده، بودجه یک تخمین از دخل و خرج در یک بازه زمانی است. مفهوم بودجه هم برای دولت تعریف میشود هم ممکن است یک شخص آنرا برای خود، خانواده، شرکت، کسب و کار و... مشخص کند. مثل ترازنامه شرکت ها، بودجه هم دو طرف دارد. در یک طرف منابع نوشته می شود و در طرف دیگر مصارف آورده می شود. منابع آن چیزهایی است که باعث درآمد میشود و مصارف هم همان هزینه ها است. بودجه کل کشور، دخل و خرج یک ساله دولت است. در این برنامه، درآمدها و هزینه های دولت تخمین زده میشود. این برنامه طی یک سند که به آن لایحه بودجه گفته میشود، هر سال طبق قانون در ۱۵ آذر ماه توسط دولت به مجلس تقدیم میشود. بعد از اینکه مجلس آن را بررسی و تصویب کرد، این لایحه به قانون بودجه تبدیل میشود. قانون بودجه، مبنای اصلی دولت برای دخل و خرج در سال بعد است. بودجه دولت (یا همان بودجه کل کشور) از دویخش اصلی تشکیل شده است. بخش اول آن بودجه عمومی دولت است و بخش دیگر، بودجه شرکت های دولتی، بانک ها و موسسه های دولتی وابسته است. اگر به صورت فردی نگاه کنید، شاید مفهوم بودجه چیز زیاد مهم یا اساسی نباشد که در نبود آن اتفاق خاصی بیفتد. منظورمان این است که برای یک نفر، مشخص است که ماهیانه چقدر درآمد دارد و این درآمد در چه جایی مصرف میشود. البته این نکته را باید بگوییم که برای مدیریت مالی بهتر، به هر فردی توصیه میشود که با استفاده از مفهوم بودجه دخل و خرج خود را مشخص کند. اما برای یک دستگاه بزرگ مثل دولت یک کشور، که تعداد زیادی مدیر و مسئول و کارمند و ارگان و اداره دارد، هماهنگی درآمدها و هزینه ها و کنترل آن ها سخت است.

کلیدواژه ها: لایحه تخصیص، بودجه، مبادلات و تخصیص ها، تغییرات اجرایی، بودجه بندی.

تعیین نقش تعدیلگری بشردوستی شرکتی در تاثیر مولفه های کیفیت گزارشگری مالی بر عملکرد سرمایه گذاری در بازار سرمایه ایران: تعامل تئوری های نمایندگی و مشروعیت

مجتبی سعیدی مبارکه^۱، محبوبه صادقیان^۲، رمضانعلی شفیعی^۲

^۱مدیر مالی شهرداری مبارکه

^۲کارشناس مالی شهرداری دولت آباد

چکیده

تامین انتظارات سرمایه گذاران فعال در بازار سرمایه منوط به عملکرد مناسب مدیران در بکارگیری منابع مالکان شرکت در راستای سرمایه گذاری می باشد که تحت تاثیر عوامل متعددی قرار می گیرد. در این پژوهش با نگاهی بر تعامل تئوری های نمایندگی و ذینفعان به دنبال تعیین نقش تعدیلگری بشردوستی شرکتی در تاثیر مولفه های کیفیت گزارشگری مالی بر عملکرد مالی در بازار سرمایه ایران بوده و بر این اساس با گردآوری اطلاعات از ۱۶۳ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در یک دوره زمانی ۱۰ ساله از سال ۱۳۹۱ تا ۱۴۰۰ پژوهش صورت پذیرفته است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی است و برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش رگرسیون چند متغیره بهره گیری شده است. نتایج پژوهش نشان داد که بشردوستی شرکت در تاثیر مولفه های کیفیت گزارشگری مالی بر عملکرد مالی نقش تعدیلگری ایفا می کند که نشاندهنده نقش کیفیت گزارشگری مالی در کاهش هزینه های نمایندگی و نقش بشر دوستی شرکتی در تامین منافع ذینفعان مبتنی بر تئوری ذینفعان می باشد.

کلیدواژه ها: تصمیمات سرمایه گذاری، بشردوستی شرکتی، کیفیت گزارشگری مالی.

بررسی تاثیر عدم تقارن در رفتار هزینه ها بر کارایی سرمایه گذاری: مطالعه موردی شرکت های تولیدی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

قدیر سورانی^۱، عباس رشیدی^۲، حسین مختاری کرچگانی^۲

^۱ دانشجوی دکتری حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرکرد و کارشناس شرکت آب منطقه ای

استان چهارمحال و بختیاری

^۲ دانشجوی دکتری حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرکرد

چکیده

سرمایه گذاری در شرکت ها نیز همانند سایر تصمیمات مدیریتی می تواند دچار انحراف گردیده و باعث دور شدن از اهداف سرمایه گذاری گردد. سرمایه گذاری شرکت ها رابطه تنگاتنگی با سیاست های شرکت در هزینه کرد منابع دارد. در این پژوهش به بررسی تاثیر رفتار نامتقارن هزینه ها بر کارایی سرمایه گذاری شرکت های تولیدی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته شده است. بر این اساس اطلاعات گردآوری شده از ۱۱۲ شرکت تولیدی در طی یک دوره زمانی ۱۰ ساله در بین سال های ۱۳۹۱ تا ۱۴۰۰ با بهره گیری از روش رگرسیون چند متغیره مورد آزمون قرار گرفت. یافته های پژوهش نشان داد که شرکت هایی که هزینه های آنها دارای تقارن نمی باشد، کارایی سرمایه گذاری کمتری داشته و بر این اساس بین این دو متغیر رابطه معکوسی وجود دارد. بر این اساس می توان پیشنهاد نمود که مدیریت مناسب هزینه ها و علی الخصوص هزینه های اداری، عمومی و فروش می تواند در ایجاد منابع کافی برای استفاده از فرصت های سرمایه گذاری کمک نماید.

کلیدواژه ها: رفتار نامتقارن هزینه ها، کارایی سرمایه گذاری، شرکت های تولیدی.

بررسی تاثیر بحران نوظهور کرونا بر عملکرد مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

ابراهیم رستمی^۱، بهنام رفیعی^۲، امیر کیانی^۱

^۱ کارشناس درآمد شهرداری مبارکه

^۲ کارشناس اعتبارات شهرداری مبارکه

چکیده

شیوع کرونا را می توان نوعی بحران پیش بینی نشده تلقی نمود که در طی سال های اخیر موجب تاثیرگذاری بر بخش های مختلف از جمله اقتصاد گردیده و همین موضوع موجب گردیده تا شرکت ها برای افزایش تاب آوری در برابر آثار منفی این بحران، ملزم به تغییر سیاست های خود در راهبری شرکت گردند. پژوهش حاضر به دنبال بررسی تاثیر شیوع کرونا بر عملکرد مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بوده است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی است و برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش رگرسیون چند متغیره بهره گیری شده است. بدین منظور از اطلاعات ۱۸۷ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران که به صورت هدفمند انتخاب گردیده اند، در یک دوره زمانی ۸ ساله در بین سال های ۱۳۹۳ تا ۱۴۰۰ استفاده شده است. بر اساس نتایج پژوهش، شیوع کرونا موجب کاهش عملکرد مالی شرکت های مورد بررسی گردیده است.

کلیدواژه ها: شیوع کرونا، عملکرد مالی، سودآوری.

بررسی تاثیر شیوع کرونا بر دوره وصول مطالبات شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

مجتبی سعیدی مبارکه^۱، محبوبه صادقیان^۲، رمضانعلی شفیعی^۲

^۱مدیر مالی شهرداری مبارکه

^۲کارشناس مالی شهرداری دولت آباد

چکیده

شیوع کرونا را می توان نوعی بحران پیش بینی نشده تلقی نمود که در طی سال های اخیر موجب تاثیرگذاری بر بخش های مختلف از جمله اقتصاد گردیده و همین موضوع موجب گردیده تا شرکت ها برای افزایش تاب آوری در برابر آثار منفی این بحران، ملزم به تغییر سیاست های خود در راهبری شرکت گردند. پژوهش حاضر به دنبال بررسی تاثیر شیوع کرونا بر دوره وصول مطالبات شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بوده است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی است و برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش رگرسیون چند متغیره بهره گیری شده است. بدین منظور از اطلاعات ۱۸۷ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران که به صورت هدفمند انتخاب گردیده اند، در یک دوره زمانی ۸ ساله در بین سال های ۱۳۹۳ تا ۱۴۰۰ استفاده شده است. بر اساس نتایج پژوهش، شیوع کرونا موجب افزایش دوره وصول مطالبات شرکت های مورد بررسی گردیده است.

کلیدواژه ها: شیوع کرونا، مدیریت سرمایه در گردش، دوره وصول مطالبات.

بررسی تاثیر نرخ پوشش هزینه بهره بر درماندگی مالی: مطالعه موردی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

ابراهیم رستمی^۱، بهنام رفیعی^۲، امیر کیانی^۱

^۱ کارشناس درآمد شهرداری مبارکه

^۲ کارشناس اعتبارات شهرداری مبارکه

چکیده

درماندگی مالی، زنگ خطری است جدی برای شرکت ها و می توان آن را آخرین فرصت شرکت برای بازگشت به چرخه فعالیت و پیشگیری از ورشکستگی دانست. هدف پژوهش حاضر، بررسی تاثیر نرخ پوشش بهره بر درماندگی مالی می باشد. بر این اساس با گردآوری اطلاعات از ۱۹۶ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در یک دوره زمانی ۱۰ ساله از سال ۱۳۹۱ تا ۱۴۰۰ پژوهش حاضر صورت پذیرفته است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی است و برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش رگرسیون لاجیت باینری بهره گیری شده است. نتایج پژوهش بیانگر تاثیر مثبت و معنادار نرخ پوشش بهره بر درماندگی مالی شرکت های مورد بررسی بوده است. بر این اساس به شرکت ها پیشنهاد می گردد در سیاست های تامین مالی خود، نرخ بهره را در نظر گرفته تا از اعمال فشار بیشتر بر شرکت در دوران درماندگی مالی پیشگیری نمایند.

کلیدواژه ها: درماندگی مالی، سیاست های تامین مالی نرخ پوشش بهره.

بررسی تاثیر تعديل گري استراتژي نوآوري بر رابطه بين سرمایه گذاران نهادی و بازده فروش در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

زهرا کریمیان جهرمی

گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی اندیشه جهرم (غیردولتی - غیر انتفاعی)، ایران

چکیده

سرمایه گذاران نهادی به عنوان یکی از سازوکارهای حاکمیت شرکتی برای افزایش ارزش شرکت انگیزه زیادی دارند. سرمایه گذاران نهادی، سرمایه گذاران متبحری هستند که از مزیت نسبی در جمع آوری و پردازش اطلاعات برخوردارند. این سهامداران در دهه های اخیر به یکی از مهم ترین اجزای بازار سرمایه تبدیل شده اند. هدف اصلی این پژوهش بررسی تاثیر استراتژی نوآوری بر رابطه بين سرمایه گذاران نهادی و بازده فروش در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است که در این راستا بازده فروش به عنوان متغیر وابسته، سرمایه گذاران نهادی به عنوان متغیر مستقل و استراتژی نوآوری نیز به عنوان متغیر تعدیلگر در نظر گرفته شده است. برای آزمون فرضیه های پژوهش، نمونه ای مشتمل بر ۹۳ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال های ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۹ مورد مطالعه قرار گرفته است. روش پژوهش از نوع توصیفی - همبستگی با رویکرد کاربردی می باشد. نتایج پژوهش نشان داد، بین سرمایه گذاران نهادی و استراتژی نوآوری با بازده فروش رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. هم چنین نتایج پژوهش حاکی از آن است که استراتژی نوآوری رابطه بين سرمایه گذاران نهادی و بازده فروش را تعديل می کند.

کلیدواژه ها: استراتژی نوآوری، سرمایه گذاران نهادی، بازده فروش.

تأثیر بازاریابی الکترونیک بر میزان فروش بیمه‌های عمر و زندگی بیمه کارآفرین

سپیده خلفی^۱، نازنین احمدخان بیگی^۲، مرتضی همتی پاشاکی^۳

^۱دانشکده حسابداری و مالی، موسسه آموزش عالی الکترونیکی ایران، تهران، ایران

^۲دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده حسابداری و مالی، موسسه آموزش عالی الکترونیکی ایران، تهران، ایران

^۳دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده حسابداری و مالی، موسسه آموزش عالی پرندک، ساوه، ایران

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر بازاریابی الکترونیک بر میزان فروش بیمه‌های عمر و زندگی بیمه کارآفرین می‌باشد. بازاریابی الکترونیکی یکی از ابزارهای نوین مورد استفاده در ترغیب مشتری به خرید می‌باشد. لذا با افزایش رقابت در بین شرکت‌های بیمه انجام این پژوهش ضروری به نظر می‌رسد. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش همبستگی و شیوه گردآوری اطلاعات تحقیق توصیفی - پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق شامل خریداران بیمه‌های عمر و زندگی بیمه کارآفرین در پاییز سال ۱۴۰۱ می‌باشد. با توجه به نامحدود بودن جامعه آماری، تعداد ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. روش نمونه‌گیری در این تحقیق تصادفی ساده است. ابزار گردآوری داده پرسشنامه می‌باشد که روایی و پایایی آن تأیید شده است. برای تحلیل اطلاعات از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۲ استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهند که بازاریابی الکترونیکی تأثیر مستقیم، مثبت و معناداری بر فروش بیمه‌های عمر و زندگی دارد.

کلیدواژه ها: بازاریابی الکترونیک، تجارت الکترونیک، بیمه عمر و زندگی، فروش.

بررسی تاثیر عوامل کنترل کیفیت بر اجرای موثر حسابرسی صورتهای مالی

علی فرهادی*، حسن باقرنژاد حکم آباد، رضا طلوع

شرکت برق منطقه ای خراسان، مشهد، ایران

چکیده

صورتهای مالی به عنوان مهمترین مجموعه اطلاعات مالی محسوب میشود. اما مسئله مهم تردید در مورد قابلیت اتکای اطلاعات مزبور میباشد که متاثر از تضاد منافع و مسایل دیگری از قبیل عدم دسترسی مستقیم استفاده کنندگان، پیچیدگی رویدادهای اقتصادی و فرایند تهیه اطلاعات و آمار زیانبار و گمراه کننده موجب تقاضا برای خدمات حسابرسی مستقل شده است در واقع نقش حسابرسان ارزیابی کیفیت اطلاعات برای استفاده کنندگان است لذا استقرار سیستم کنترل کیفیت مناسب جهت بهبود حسابرسی و اثربخشی هر چه بیشتر صورتهای مالی که پاسخ گویی نیازهای مطرح شده باشد اجتناب ناپذیر است. در این میان سوال اصلی این است که "آیا استقرار سیستم کنترل کیفیت در رسیدن به اهداف از پیش تعیین شده موفق است یا خیر؟ و اجزای استاندارد کنترل کیفیت در سازمان حسابرسی تا چه میزان رعایت شده و در اثر بخشی حسابرسی صورتهای مالی موثر بوده است؟" روش جمع اوری اطلاعات تحقیق بصورت کتابخانه ای و میدانی است. از کتاب و مقالات و اینترنت برای مباحث تئوریک و از پرسشنامه برای آزمون فرضیه های تحقیق استفاده شده است هم چنین روش آزمون فرضیه های تحقیق آزمونهای میانگین، آلفای کرونباخ، آزمونهای همبستگی و رگرسیون با استفاده از نرم افزار SPSS می باشد. یافته های تحقیق نشان می دهد که کلیه اجزای کنترل کیفیت مطرح شده در استاندارد کنترل کیفیت در سازمان حسابرسی از دیدگاه حسابرسان شاغل در سازمان بطور نسبی رعایت می شود و این اجزا دارای ارتباط مستقیم (مثبت) با کیفیت حسابرسی صورتهای مالی می باشد بطوریکه با افزایش رعایت سیاست ها و روشهایی اجزای کنترل کیفیت اثر بخشی حسابرسی صورتهای مالی به میزان بالایی افزایش می یابد. لذا با توجه به اینکه واحد کنترل کیفیت مسئولیت استقرار و اجرای استاندارد کنترل کیفیت را به عهده دارد پس بر اجرای اثر بخش حسابرسی صورتهای مالی به میزان بالایی اثر دارد.

کلیدواژه ها: استاندارد کنترل کیفیت، مسئولیت های مدیریت، الزامات اخلاقی، منابع انسانی، اجرای کار و

نظارت

شناسایی چالش های مدیران مالی و اولویت بندی آن ها با رویکرد سلسله مراتبی فازی

علی فرهادی

شرکت برق منطقه ای خراسان، مشهد، ایران

چکیده

مدیریت یکی از سخت ترین و در عین حال آسان ترین کارها در تجارت است. از نظر مردم، مدیران فقط دستور می دهند و کارها توسط کارگران یا کارمندان آن ها انجام می شود. اما مدیریت یک مجموعه بالاخص مجموعه هایی که در عرصه اقتصاد فعالیت می کنند، یکی از چالش برانگیزترین کارهایی است که می توان آن ها را تجربه کرد. مدیران مالی مدیریت بخش مهم یک مجموعه یعنی مدیریت وجوه نقد و اموال آن را برعهده دارند. آن ها در حین انجام وظایف خود ممکن است با چالش هایی مواجه شوند. هدف این پژوهش شناسایی و تعیین اولویت چالش های مدیران مالی می باشد. روش این تحقیق از حیث جمع آوری داده ها، توصیفی-پیمایشی و از نظر هدف، از نوع تحقیقات کاربردی است. ابزار اصلی جمع آوری داده ها در این تحقیق پرسش نامه می باشد. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات و رتبه بندی چالش های مدیران مالی از ترکیب روش فرآیند تحلیل سلسله مراتبی فازی تکنیک اولویت بندی ترجیحات بر اساس نزدیکی به راه حل ایده آل ویکور استفاده شده است. نتایج حاصل از پژوهش بیانگر آن است که شاخص ادغام اهداف و هدف گذاری های زیست محیطی شرکت با سیستم ارزیابی عملکرد از مهم ترین عوامل تاثیر گذار در این حوزه می باشد و به عنوان آغازی بر فرآیند پیاده سازی مدیریت چالش های مدیران مالی می باشد که باید با برنامه ریزی نظام مند انجام شود.

کلیدواژه ها: مدیریت زیست محیطی، مدیریت منابع انسانی سبز، اقدامات و فعالیت ها، تحلیل سلسله مراتبی فازی، ویکور

شناسایی روابط بین راهبردهای شرکت، منابع انسانی و نتایج عملکرد

علی فرهادی*، حسن باقرنژاد حکم آباد، رضا طلوع

شرکت برق منطقه ای خراسان، مشهد، ایران

چکیده

این مقاله براساس نظریات و تحقیقات قبلی درباره راهبرد و مدیریت منابع انسانی بنا شده و به دنبال شناسایی روابط مهم بین راهبردهای شرکت، منابع انسانی آن و نتایج عملکرد آن می باشد. در ابتدا ما تمرکز کردن بر روی نقش منابع انسانی در فواید رقابتی را مورد مطالعه قرار می دهیم و در ادامه، یک نمونه ی چند مرحله ای را نشان خواهیم داد که چگونگی تاثیر مدیریت منابع انسانی را بر روی فاکتورهای فردی و گروهی به همراه راهبردهای گروهی مشخص خواهد کرد. ما خط دیدهای موازی قابلیت های شرکتی (گروهی)، فرهنگ، توانایی بالا، استاندارد ها و (دانش، مهارت ها و توانایی) های انفرادی را دوباره مشخص خواهیم کرد و همچنین انگیزه ها و فرصت ها را به همراه راهبرد های مجموعه ای (گروهی) نشان خواهیم داد. علاوه بر این، مطرح خواهیم کرد که، این موازی بودن ها، باعث ایجاد نیروی خوب انسانی و نیروی خوب اجتماعی می شود که هر دوی اینها برای رسیدن وادامه دادن یک عملکرد مناسب لازم هستند. همچنین، ما این مقاله را با پیشنهاداتی برای تحقیق و تمرین بیشتر به پایان خواهیم برد.

کلیدواژه ها: مدیریت راهبردی منابع انسانی، خط دید، مدیریت منابع انسانی، عملکرد.

بررسی رابطه بین مدیریت ارتباط الکترونیک و وفاداری مشتریان دیجی کالا

سپیده خلفی، نگار کرمی، مریم اقدامی سیاهگلده

دانشکده حسابداری و مالی، موسسه آموزش عالی الکترونیک ایران، تهران، ایران

چکیده

مدیریت ارتباط الکترونیک با مشتریان نتیجه تلاش برای بقای سازمان در دنیای رقابت است. امروزه با شدیدتر شدن رقابت، نقش وفاداری مشتریان برجسته تر از گذشته شده است. هدف پژوهش بررسی رابطه بین مدیریت ارتباط الکترونیک و وفاداری مشتریان دیجی کالا می باشد. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی-همبستگی می باشد. برای بررسی مبانی نظری از روش مطالعات کتابخانه ای استفاده شد و ابزار مورد استفاده برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه های استاندارد، وفاداری مشتری راندول (۲۰۰۵) و پرسشنامه مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیک کلی و همکاران (۲۰۰۳) می باشد. جامعه آماری این پژوهش مشتریان دیجی کالا می باشد که نامحدود بوده و روش نمونه گیری تصادفی ساده در دسترس می باشد؛ که نمونه مورد بررسی با استفاده از جدول مورگان برابر ۳۸۴ در نظر گرفته شد. نتایج تحلیل آماری با استفاده از نرم افزار SPSS22 و با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون نشان داد که بین مدیریت ارتباط الکترونیک با مشتریان و وفاداری آن ها رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد.

کلیدواژه ها: مدیریت ارتباط الکترونیک، مشتری، وفاداری، دیجی کالا.

بررسی تاثیر ویژگی های هیئت مدیره بر استراتژی نوآوری در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

اعظم روستا میمندی^۱، رحیم فرخیان^۲

^۱استاد گروه حسابداری، دانشگاه غیر انتفاعی اندیشه، جهرم

^۲دانشجو کارشناسی ارشد، دانشگاه غیر انتفاعی اندیشه، جهرم

چکیده

در این مطالعه تاثیر ویژگی های هیئت مدیره بر استراتژی نوآوری در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، بررسی شده است. به منظور دستیابی به این هدف، یک فرضیه اصلی و سه فرضیه فرعی تدوین شده و جهت آزمون این فرضیه ها، تعداد ۹۳ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار طی سال های ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۹ به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. در این تحقیق ویژگی های هیئت مدیره (دوگانگی مدیرعامل، دوره تصدی مدیرعامل و تنوع جنسیتی هیئت مدیره) به عنوان متغیرهای مستقل و استراتژی نوآوری شرکتی به عنوان متغیر وابسته و اندازه شرکت، نسبت اهرمی و بازده دارایی و سن شرکت به عنوان متغیرهای کنترلی مورد بررسی قرار گرفتند. پژوهش حاضر یک پژوهش کاربردی و از نوع نیمه تجربی بوده، و روش شناسی آن نیز از نوع پس رویدادی می باشد. به منظور آزمون فرضیه های پژوهش از تحلیل آماری رگرسیون لجستیک استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می دهد که بین دوگانگی و دوره تصدی مدیرعامل با استراتژی نوآوری شرکتی رابطه منفی و معناداری وجود دارد؛ در حالی که تنوع جنسیتی هیئت مدیره با استراتژی نوآوری شرکتی رابطه مثبت و معناداری دارد.

کلیدواژه ها: دوگانگی مدیرعامل، دوره تصدی مدیرعامل، تنوع جنسیتی، استراتژی نوآوری شرکتی، ویژگی های هیئت مدیره.

تأثیر استراتژیک مسئولیت اجتماعی شرکتی بر رقابت پذیری، مورد بررسی در کارخانه لاستیک بارز کرمان

مهدی ابراهیمی نژاد رفسنجانی^۱، سعید ده یادگاری^۲، افسانه اشرف زاده افشار^۳،

امید محمدی قنات غستانی^۴

^۱دانشیار، گروه مدیریت، دانشکده ی مدیریت و اقتصاد، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران.

^۲استادیار، گروه مدیریت، دانشکده ی مدیریت و اقتصاد، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران

^۳دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران.

^۴دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، دانشکده ی مدیریت و اقتصاد، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان.

چکیده

هدف از انجام تحقیق حاضر بررسی تأثیر استراتژیک مسئولیت اجتماعی شرکتی بر رقابت پذیری در کارخانه لاستیک بارز کرمان است. روش انجام تحقیق توصیفی از نوع همبستگی بوده و جامعه آماری شامل کلیه کارکنان کارخانه لاستیک بارز شهر کرمان می باشد که با استفاده از جدول مورگان تعداد ۳۲۰ نفر انتخاب و مورد آزمون قرار گرفتند. برای گردآوری داده ها از پرسشنامه استاندارد مربوط به هر متغیر که از پرسشنامه متغیر مسئولیت اجتماعی و متغیر رقابت پذیری استفاده شده است. این پرسشنامه را به نظر چند نفر از اساتید محترم راهنما و مشاور دانشگاه باهنر و آزاد رسانده شد، که از لحاظ روایی صوری مورد تأیید قرار گرفته، که کریم زاده و کمالی پور هم روایی پرسشنامه را ۰/۸۱ و ۰/۸۰ سنجیده اند. و برای سنجش پایایی هم از آلفا کرونباخ استفاده شده که مقدار ضریب آن ۰/۸۶ محاسبه گردید. سپس پرسشنامه ها بین افراد نمونه پخش و بعد از تکمیل، جمع آوری گردید و نتایج حاصله با استفاده از نرم افزار SPSS21 و آزمون رگرسیون مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج نشان داد که عوامل مسئولیت اجتماعی، مسئولیت اقتصادی، مسئولیت قانونی، مسئولیت اخلاقی و مسئولیت داوطلبانه بر رقابت پذیری تأثیر گذار است؛ یعنی تغییر و اصلاح هر کدام از این متغیرها بر رقابت پذیری تأثیر گذار است.

کلید واژه ها: رقابت پذیری، مسئولیت اجتماعی شرکتی، مسئولیت اقتصادی، مسئولیت قانونی، مسئولیت اخلاقی، کارخانه لاستیک بارز کرمان.

شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر تدوین استراتژی کسب و کار در صنعت بانکداری با استفاده از رویکرد کارت امتیازی متوازن و تکنیک دیمتل ای ان پی فازی

حسین کیانی

موسسه آموزش عالی غزالی

چکیده

در این تحقیق هدف شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر تدوین استراتژی کسب و کار در صنعت بانکداری با استفاده از رویکرد کارت امتیازی متوازن و تکنیک دیمتل ای ان پی فازی بود. تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل خبرگان در بانک ملی (شعب قزوین) بود. روش نمونه گیری گلوله برفی بوده و حجم نمونه تحت بررسی برابر با ۱۵ نفر در نظر گرفته شد. با مطالعه پیشینه تحقیق ۲۴ عامل موثر بر تدوین استراتژی کسب و کار در صنعت بانکداری با استفاده از رویکرد کارت امتیازی متوازن شناسایی گردید که جهت غربالگری عوامل شناسایی شده، پرسشنامه‌ای با استفاده از تکنیک دلفی فازی تهیه شد و در نهایت تعداد ۲۴ عامل مورد تأیید نهایی خبرگان قرار گرفتند. سپس با انجام تکنیک دیمتل تأثیرگذارترین شاخص‌ها شناسایی شد. نتایج تکنیک دیمتل فازی نشان می‌دهد تدوین مجدد توابع بمنظور بهبود تعامل با مشتریان در بعد رشد و یادگیری، تسریع ارائه پیشنهادات برای تأمین نیازهای بازار در بعد فرایندهای داخلی، افزایش پایدار سهم بازار با خدمات در بعد مشتری و افزایش حاشیه سود خالص سازمان در بعد مالی بیشترین تأثیرها را بر تدوین استراتژی کسب و کار در صنعت بانکداری با استفاده از رویکرد کارت امتیازی متوازن دارند. همچنین ایجاد سیستم‌های به روز در بعد رشد و یادگیری، بهینه سازی مدیریت منابع در بعد فرایندهای داخلی و تحقق اهداف سازمانی که شامل رشد متعادل است در بعد مالی بیشترین تأثیرپذیری از سیستم را خواهند داشت.

کلیدواژه‌ها: استراتژی کسب و کار، صنعت بانکداری، رویکرد کارت امتیازی متوازن، رشد و یادگیری، فرایندهای داخلی، مشتری و مالی.

شناسایی آسیب‌های اجتماعی متأثر از نداشتن سواد رسانه والدین بر دانش‌آموزان پایه ششم ابتدایی در فضای مجازی

ملیحه هدایت^۱، طیبه جلالی^۲، مهدی تقوائی^۳

^۱ عضو انجمن دانش‌آموختگان، گروه علوم تربیتی، مؤسسه آموزش عالی غیر انتفاعی سناباد، گلپه‌ار، ایران

^۲ استادیار، گروه علوم تربیتی، مؤسسه آموزش عالی غیر انتفاعی سناباد، گلپه‌ار، ایران

^۳ عضو هیئت علمی، گروه علوم تربیتی، مؤسسه آموزش عالی غیر انتفاعی سناباد، گلپه‌ار، ایران

چکیده

هدف اصلی این پژوهش شناسایی آسیب‌های اجتماعی متأثر از نداشتن سواد رسانه والدین بر دانش‌آموزان پایه ششم ابتدایی در فضای مجازی است. برای این منظور از روش پدیدارنگاری و ابزار مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده شد. در پژوهش حاضر، نمونه شامل معلمان، خبرگانی از حوزه رسانه و آسیب‌های اجتماعی، کارشناسان آموزش و پرورش و تعدادی از اولیا در سال تحصیلی ۱۴۰۱-۱۴۰۰ بودند. جامعه موردنظر، تمامی اولیا، معلمان و خبرگان حوزه آسیب‌های اجتماعی و سواد رسانه در مدارس ابتدایی ناحیه یک آموزش و پرورش مشهد بودند که با روش نمونه‌گیری هدف‌دار، شناسایی و مورد مصاحبه قرار گرفتند که تحقیق در تعداد ۱۹ نفر به اشباع نظری رسید. مصاحبه‌ها، ضبط، پیاده‌سازی و تحلیل و کدگذاری شد که منتج به شناسایی ۳۷ آسیب در ابعاد چهارگانه: روانی، اعتقادی، اجتماعی، خانوادگی، جسمی و تحصیلی انتصاب شد، که مهم‌ترین آسیب‌ها در بعد روانی: بلوغ جنسی زودرس، تحلیل توان عقل و انزوا طلبی و افسردگی، در بعد اعتقادی: کاهش در اعتقادات دینی و از دست دادن هویت اسلامی ایرانی، در بعد اجتماعی: اشاعه تبلی و عدم مسئولیت‌پذیری و جرائم اجتماعی، در بعد خانوادگی: گسست فکری و عاطفی، تضعیف نهاد خانواده و فرزندپروری نامناسب، در بعد جسمی: اختلالات بینایی، حرکتی و خواب و در بعد تحصیلی: افت تحصیلی و عدم انگیزه تحصیلی، شناخته شد. در پایان نیز مبتنی بر ادبیات تحقیق و واقعیت‌های موجود در فضای مجازی، راهکارهایی اصلاحی پیشنهاد شد.

کلیدواژه‌ها: آسیب‌های اجتماعی، سواد رسانه والدین، فضای مجازی.

بررسی رابطه بین شدت تحقیق و توسعه، محدودیت های مالی و سیاست تقسیم سود سهام با ارزش شرکت

دکتر محمد حسین رخشانی^۱، علیرضا نخعی^۲

^۱ عضو هیئت علمی گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بیرجند

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بیرجند

چکیده

توسعه و گسترش سرمایه های فکری در بنگاه های اقتصادی از مهمترین چالشهای دهه ی آینده خواهد بود. سرمایه های فکری افراد جای نیروی کار مکانیکی را خواهند گرفت و بنگاه های اقتصادی؛ دانش محور خواهند شد. رشد و تغییرات مستمر بازارها و کوتاه شدن چرخه عمر محصولات و لزوم انعطاف سازمان با این تغییرات به چالش پیش رو دامن زده است. دو محصول اصلی فعالیت تحقیق و توسعه، علم و تکنولوژی و ایجاد یک ارتباط سیستماتیک بین این دو است. برقراری چنین ارتباطی در مدت زمانی مناسب می تواند یکی از عوامل کلیدی رشد و توسعه شرکت ها باشد. امروزه در بیشتر کشورهای دنیا امر برنامه ریزی و سیاست گذاری علمی جزئی از برنامه های کلان آنها شده است. متأسفانه در کشور ما به این مقوله توجه زیادی نشده و این باعث شده تا کمترین نوآوری در صنایع و تولیدات کشور وجود داشته باشد و صرفاً از فرآیندهای تولیدی محصولات دیگر کشورها استفاده شود. تحقیق حاضر با هدف بررسی رابطه بین شدت تحقیق و توسعه، محدودیت های مالی و سیاست تقسیم سود سهام با ارزش شرکت انجام شد. ارزش شرکت یکی از مهم ترین موضوعات مهم مورد توجه کاربران مالی میباشد و متغیرهای زیادی وجود دارد که از جنبه های مختلف روی ارزش شرکت تاثیر می گذارد. این تحقیق از طریق هزینه تحقیق و توسعه، محدودیت های مالی، و سیاست تقسیم سود، تلاش کرده تا اثر آنها بر ارزش شرکت بررسی کند. پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی است. همچنین این پژوهش از لحاظ ماهیت توصیفی همبستگی از نوع پس رویدادی (نیمه تجربی) است.

کلیدواژه ها: تحقیق و توسعه، ارزش شرکت، محدودیت مالی، سیاست تقسیم سود.

استراتژی تولید بدون کارخانه در شرکت روغن نباتی توسکا

فاضله احمدی^۱، دکتر عبدالحمید صفایی قادیکلایی^۲، دکتر جواد سلطان زاده^۳

^۱دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی دانشگاه مازندران

^۲استاد دانشگاه مازندران

^۳استادیار دانشگاه مازندران

چکیده

وجود ظرفیت خالی در بنگاه های اقتصادی امری غیر عادی نیست، اما شکل بروز آن پیوسته مورد بحث و جدل قرار گرفته است. گاهی وجود ظرفیت خالی مشهود نیست و فقط پس از بررسی و مطالعات جدی و دقیق قابل تشخیص است. در چنین مواردی بهره وری پایین عوامل تولید و ناکارایی واحد اقتصادی به صورت نسبی و در مقایسه با سایر واحد های مشابه قابل تشخیص است. تولید بدون کارخانه با بهره گیری از ظرفیت های بلااستفاده ملی، از سرمایه گذاری مجدد جلوگیری به عمل آورده و با اجتناب از اتلاف سرمایه های ملی موجب بهبود تولید ناخالص ملی می گردد. در این راستا شناسایی و اولویت بندی معیارهای اثرگذار در تولید بدون کارخانه ضرورتی انکار ناپذیر خواهد بود. عدم توجه به این موضوع اجرای طرح در واحد های صنعتی را با تاخیر و افزایش هزینه مواجه خواهد کرد. در پژوهش حاضر عوامل موثر بر تدوین استراتژی تولید بدون کارخانه با مرور ادبیات تدوین و با نظرسنجی از خبرگان تحقیق در صنعت روغن نباتی بومی سازی شد. در ادامه با تعیین درجه اهمیت هر یک از این عوامل موثر، تعیین و گزینه های مورد نظر شرکت روغن نباتی توسکا برای تدوین استراتژی تولید بدون کارخانه اولویت بندی شدند.

کلیدواژه ها: تولید بدون کارخانه، برون سپاری تولید، صنعت روغن نباتی.

راهکاری های مدیریتی کاهش زباله های حین تولید صنایع غذایی در اقتصاد دایره ای

محمد روحانی سیستانی

رئیس هیئت مدیره پادیز تجارت صادرات روحانی (مسئولیت محدود)

چکیده

بدون شک یکی از مهم ترین دغدغه های دنیای امروز، استفاده عادلانه از منابع مختلف در مسیر درست است. با توجه به اهمیت جلوگیری از تولید زباله در اقتصاد دایره ای، مزیت اقتصادی حذف مراحل بازیافت زباله و همچنین با توجه به اینکه بازیافت پسماند و بسته بندی مواد غذایی به طور کلی به چرخه باز نمی گردد و یا در چرخه های پایین تری در مدیریت پسماند بازیافت می شود، هدف از پژوهش حاضر یافتن راهکاری های مدیریتی کاهش زباله های حین تولید صنایع غذایی در اقتصاد دایره ای بوده است. پژوهش حاضر از حیث هدف یک تحقیق کاربردی-توسعه ای و روش انجام تحقیق نیز به صورت توصیفی-تحلیلی است برای جمع آوری داده های مورد نیاز از بررسی های کتابخانه ای و مطالعات میدانی همچون مصاحبه و مشاهده استفاده گردید و فهرستی از وضعیت کلی میزان زباله های صنعتی در بخش مواد غذایی به دست آمد. بنابراین پژوهش در دسته پژوهش های کیفی بوده است. نمونه مورد بررسی خبرگان تولیدکنندگان عمده و توزیع کنندگان محصولات غذایی بوده است. ابزار مورد بررسی مصاحبه بوده که در نهایت نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید مشخص گردید. تحلیل با استفاده از تکنیک SWOT انجام شد. نتایج نشان داد استفاده مجدد از جامبو بگ ها و کارتن های مواد دریافتی انبار ها، عدم وجود تکنولوژی مناسب افزایش دوره عمر فراورده های غذایی، فصول سرد طولانی تر در کشور نسبت به دیگر مناطق جغرافیایی در راستای عمر بیشتر محصولات کشاورزی، عدم دقت در بسته بندی مناسب در مزارع به ترتیب به عنوان با اهمیت ترین نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید شناخته شدند و بر اساس نمره نهایی عوامل درونی ۱,۳۱۸ و نمره نهایی عوامل بیرونی ۱,۱۲۸ وضعیت استراتژیکی فعلی پژوهش در منطقه تدافعی (Weaknesses – Threats) قرار دارد که در نهایت با تحلیل SWOT موقعیت استراتژیک فعلی مجموعاً ۴ استراتژی جهت خروج از این منطقه استراتژیکی و نیل به منطقه قوت ها، فرصت ها، تدوین گردید.

کلیدواژه ها: اقتصاد دایره ای، بسته بندی اضافی، صنایع غذایی، پادیز تجارت صادرات روحانی.

چالش‌های فرزند آوری زنان شاغل در حوزه کسب و کار

دکتر علیرضا جلالی^{۱*}، هاجر شفیعی کوجانی^۲

^۱ استادیار مدیریت بازرگانی موسسه آموزش عالی فاران مهر دانش

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت گرایش کارآفرینی موسسه آموزش عالی فاران مهر دانش

چکیده

در دهه‌های اخیر نرخ باروری در بسیاری از کشورها من جمله ایران تغییرات چشمگیری داشته است. افزایش مشارکت زنان در اشتغال مدرن تغییراتی را در رفتار باروری ایجاد کرده است و زنان شاغل با چالش‌های مختلف در زمینه فرزندآوری دست به گریبان شده‌اند. هم چالش‌های برون شغلی و هم چالش‌های درون شغلی در زمینه فرزندآوری که کنش‌های آنها را به سمت کم فرزندى سوق می‌دهد. تغییر الگوی خانوادگی، فرد گرایی، اشتغال تمام وقت به خصوص برای زنان، افزایش هزینه‌های نگهداری و بزرگ کردن فرزندان به دلیل سیاست‌های مصرف‌گرایی اقتصاد بازار، اشتغال زنان، پیدایش تکنولوژی‌های کنترل بارداری و شهرنشینی و.... از عواملی هستند که به خودی خود به کاهش جمعیت در کشورهای غربی انجامیده است. در ایران با نفوذ مدرنیته و سبک زندگی غربی و تغییرات محسوس در نقش زنان در همه ابعاد زندگی اجتماعی همراه بوده است. با توجه به تغییرات صورت گرفته در کشور، اندیشه و امال خانواده‌ها درباره‌ی فرزندآوری تغییر کرده و بد انگاری خانواده‌هایی با فرزند بیشتر رفتار و کنش فرزندآوری نسل جوان را تحت تاثیر قرار داده است. تغییر جهت گیری والدین از افزایش تعداد فرزندان به سمت افزایش کیفیت، از مواردی است که موجب کاهش گرایش خانواده‌ها به فرزندآوری شده است. از شرایط مداخله‌گر دیگر شرایط کاری زنان با بالاترین شغلی و فقدان امنیت شغلی، برنامه زمانی غیر منعطف و ساعات کاری طولانی و شیفت‌های کاری مشاغل پرزحمت و خطرناک است که برخی زنان شاغل در زمینه فرزندآوری یا فرزند بیشتر تاثیرگذار بوده است. از این رو در این بررسی کوشش شده است به روش اسنادی و با مراجعه به منابع معتبر، چالش‌های فرزند آوری زنان شاغل مورد کنکاش قرار گیرد.

کلیدواژه‌ها: کسب و کار، شاغل، مادر.

ایده مفهومی "دستیار رسانه ای هوشمند"

علی حیدری

دانش آموخته دکترای مدیریت رسانه

چکیده

بشریت در ساحت نوین خود وارد عصر فضای مجازی شده است و در همه عرصه ها با ترکیبی از زندگی واقعی و مجازی روبروست. صرفنظر از بسامد و تواتر سریع تغییرات در جهان کنونی، آنچه که آنرا با تطورات قبلی جامعه بشری متمایز می سازد این است که مواجهه بشریت با دو فضایی شدن جامعه از جنس انتخاب نیست و یک ضرورت محتوم است و انسانها، سازمانها و جوامع فی الحال و بطور فزاینده ای در آینده، ناگزیر و ناگزیر از فناوری ها و رسانه های نوظهور هستند و "فناورمندی" و "رسانه مندی" وجه مشترک جهان شمول بشریت شده است. در این مقاله به مفهوم "دستیار هوشمند رسانه ای" بعنوان یک ایده کلی با هدف تلفیق هوشمندانه ظرفیت فناوریها و رسانه های نوظهور و استفاده نظام مند از قابلیت های هوش مصنوعی برای تسهیل و تسریع دستیابی روزآمد افراد، مدیران و سازمانها به رسانه ها می پردازیم. پس از بیان کلیاتی در باب هوش مصنوعی، دستیار هوشمند شخصی و دستیار صوتی هوشمند، به این نکته اشاره می کنیم که رویکرد غالب به سواد رسانه ای و مهارت رسانه ای در ایران غالباً سلبی بوده و از دیدگاه اثباتی به این مقوله توجه وافی و کافی نشده است و پیشنهاد می گردد با طراحی و پیاده سازی "دستیار رسانه ای هوشمند" و بهره گیری از ظرفیت هوش مصنوعی، محتواهای رسانه ای مورد نظر یا مورد مذاقه افراد را در قالب رسانه های شخصی در اختیار آنها قرار داد.

کلیدواژه ها: هوش مصنوعی، رسانه، دستیار رسانه ای هوشمند.