



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

16th International Conference of Modern Researches in Management, Economics and Development

محورهای همایش

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

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



آخرین مهلت ارسال مقالات : ۱۵ اسفند ماه ۱۴۰۱
ثبت نام کامل (پرداخت خدمات) : ۱۶ اسفند ماه ۱۴۰۱
برگزاری کنفرانس : ۲۲ اسفند ماه ۱۴۰۱

icmet.ir info@icmet.ir

Tel : +982171053833



Proceedings of
16th International Conference of
Modern Research in
Management, Economics and Development
March , 2023



Event Place: Tbilisi , Georgia









Executive Staff

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

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






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

	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

	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 Zanzan, Zanzan, 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

	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

	Assistant Professor Department Economic, University of Agricultural Sciences and Natural Resources Sari, Sari, Iran	Dr. Hamid Amirnejad
	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 motaqi
	Assistant Professor Faculty of Management and Economics, qom university, qom, Iran	Dr. Majid Nili Ahmad Abadi

	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







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

Table of Contents

The Effect of Economic Status and Society Health on the Human Resource Development of Organized Sport: Generalized Least Squares Approach	۱۵
.....The effect of corporate governance on the readability of financial reports in companies admitted to the Tehran Stock Exchange	۱۶
بررسی و تجلیی بر حسابداری قانونی و نحوه عملکرد آن	۱۷
مطالعه و شناختی بر کاربرد فناوری های دیجیتال در گزارشگری مالی و حسابداری	۱۸
مدلیابی رابطه ساختاری میزان آمادگی کارمندان دانشگاه برای تغییر با تمایل آنها به مشارکت	۱۹
بازاریابی رابطه مند و مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتری در محیط الکترونیکی و رابطه آن با تاثیر برند بر اعتماد مشتریان کارت های اعتباری در بانکداری الکترونیک	۲۰
کارآفرینی، توسعه پایدار و شاخص کارآفرینی جهانی	۲۱
کهنالگوی آفرینشگر	۲۲
اثر افزایش هوشمندی کسب و کار بر بهبود عملکرد کسب و کارها	۲۳
مروزی بر پژوهشهای انجام شده در ایران با موضوع آموزش سواد مالی به دانشآموزان در مدارس	۲۴
ارزیابی کارکرد گردشگری خلاق در توسعه هویت ملی در ایران	۲۵
طراحی سیستم تولید ناب برای تولید کتش کریستال شمش نیمه هادی با استفاده از روش ترکیبی تاگوچی و بهینه سازی شیه سازی	۲۶
بررسی اثرات انواع استخدام بر اخلاق سازمانی کارکنان	۲۷
بررسی تعیین کننده های مدیریت سود شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران	۲۸
بررسی مدل به کارگیری رسانه های اجتماعی بر قصد خرید بیمه عدم ائتم از سوی بنگاه های تولیدی با نقش میانجی اعتماد و رضایت برخط	۲۹
بررسی مقایسه ای الگوهای برنامه ریزی عملیاتی در نظام بهداشت و درمان	۳۰
چالش ها و فرصت های دیجیتالی سازی بنگاه های کوچک و متوسط	۳۱
بررسی تاثیر فرهنگ سازمان بر مزیت رقابتی با توجه به نقش میانجی نوآوری سازمان و اشتراک دانش (مورد مطالعه: پایگاه خبری آخرین خبر)	۳۲
بررسی تاثیر فرهنگ سازمان بر مزیت رقابتی با توجه به نقش میانجی نوآوری سازمان و اشتراک دانش (مورد مطالعه: پایگاه خبری آخرین خبر)	۳۳
تاثیر بانکداری الکترونیکی بر سطح عمومی قیمت ها در ایران و کشورهای منتخب	۳۴
شناسایی عوامل موثر بر عملکرد بازاریابی شرکت های صادراتی در بازارچه های مرزی خراسان رضوی	۳۵
بررسی تاثیر بازاریابی محصولات مددجویان کمیته امداد بر توسعه کسب و کار های خانگی	۳۶
رابطه فعالیت های بازاریابی رسانه های اجتماعی و وفاداری به نام تجاری با نقش تجربه نام تجاری	۳۷
رویکرد مدیریت دولتی در استراتژی های توسعه پایدار	۳۸
بررسی نقش زنان در بخش تولیدی زاین دوران رشد سریع (۱۹۵۰-۱۹۷۰)	۳۹
تحلیل مدل مدیریت دانش با تکنیک مدل سازی ساختاری تفسیری در شرکت ایران خودرو	۴۰
مروزی بر روش های هوشمند کشف تقلب مالی با تأکید بر تکنیک های تشخیص ناهنجاری ها	۴۱
بررسی تاثیر شیوه های مدیریت مالی بر کسب و کار و توسعه پایدار	۴۲
بررسی و مقایسه روش اختیارات سرمایه گذاری وسایر روشهای بودجه بندی سرمایه ای از دیدگاه مسوولین مالی دستگاه های اجرایی کشور	۴۳
تدوین چارچوب حاکمیت شرکتهای اسلامی برای بررسی عملکرد پایدار در بانک های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار	۴۴
بررسی تاثیر قابلیت نوآوری بر عملکرد مالی با تبیین نقش میانجی تمرکز بر مشتری	۴۵
بررسی تاثیر سرمایه انسانی بر مزیت رقابتی عملکرد بازاریابی با توجه به متغیر میانجی قابلیت حسگری بازار و مدیریت برند در برترین آژانس های تبلیغاتی مستقر در شهر تهران	۴۶
ايزراه های تامین منابع مالی املاک و مستغلات و بررسی ایرانی و اسلامی آنها	۴۷
توسعه نهادی و پیچیدگی اقتصادی در کشورهای صادرکننده نفت	۴۸
ارزیابی ریسک سرمایه گذاری رمز ارز تر در ایران با استفاده از روش SWOT	۴۹
بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی شرکت در قبال ذینفعان و مدیریت محیطی بر رقابت شرکتهای با تاثیر میانجی نوآوری سازمانی در بانک شهر شمالغرب کشور	۵۰
پایمدهای نامتقارن شوک هزینه های دولت بر چرخه مالی کشور با بهره گیری از مدل رژیسی مارکوف	۵۱
بررسی اثر تعدیلگری ارزش ویژه برند بر رابطه نوآوری خدمات با رضایت مشتری و عملکرد در موسسه اعتباری ملل	۵۲
بررسی نقش گردشگری غذایی در توسعه پایدار مقاصد گردشگری با تمرکز بر بازاریابی و توسعه اقتصادی (مطالعه موردی: شرق گیلان)	۵۳
بررسی تاثیر نظام الکترونیکی در جلوگیری از فرار مالیاتی (مورد مطالعه: استان ایلام)	۵۴
بررسی چالش ها و فرصت های صدور ضمانت نامه های بانکی مبتنی بر ماتریس SWOT	۵۵
آموزش و پرورش و توسعه اقتصادی	۵۶
توسعه اقتصادی و کارآفرینی	۵۷
استفاده از واقعیت مجازی در مقاصد گردشگری به عنوان ابزاری برای توسعه دیدگاه رفتار توریستی - ارائه یک مدل مفهومی	۵۸
بررسی نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات بر مدیریت زنجیره تامین	۵۹
تشریح مدل سازی برخی از برترین الگوهای مطرح تجزیه و تحلیل و ارزیابی مشاغل در سطح بین الملل (ناورز واتسن - مرسر - هی گروپ (کورن فری) - اونت)	۶۰
تاثیر سازمانهای یادگیرنده بر عملکرد کارکنان با تأکید بر رویکرد ارتباطات شبکه ای	۶۱
پدیدار شناسی فرضتها و چالشهای آموزش مجازی از دیدگاه مدیران مدارس ابتدایی	۶۲
تهدید موانع کارآفرینی در ایران (و تدابیر خلق فرصت از آن)	۶۳
مروزی بر مدیریت برند و تاثیر آن بر بهبود عملکرد سازمان	۶۴
مقایسه گمرک ایران با سایر کشورها (چین، آلمان، کره جنوبی)	۶۵
بررسی تاثیر عوامل فناوری خودروسازی بر قصد خرید مجدد آنلاین مشتریان از فروشگاه های اینترنتی (مورد مطالعه فروشگاه اینترنتی دیجی کالا)	۶۶
بررسی تاثیر کیفیت حسابداری بر مدیریت سود شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران با نقش میانجی اقلام تعهدی و بازده سهام	۶۷



- ۶۸ بررسی نقش رسانه ملی در آموزش و پیشگیری بیماری کووید ۱۹ از دیدگاه خبرگان و کارشناسان علوم ارتباطات اجتماعی و علوم پزشکی شهر تهران
- ۶۹ سیاست های تقسیم سود، عدم تقارن اطلاعاتی شرکت و سیاست های نقدینگی



The Effect of Economic Status and Society Health on the Human Resource Development of Organized Sport: Generalized Least Squares Approach

Saeed Khanmoradi^{1*}, Zahra Rezaee², Narjes Saryar³

¹Ph.D of Sport Management, Razi University, Iran

²Ph.D of Sport Management, Tehran University, Iran

³Ph.D student of Sport Management, University of Eyvaneke, Teharan , Iran

Abstract

The human resource development of sport as a foundation to achieve record and international success is one of the most polities of different countries. Economic status and society's health lead to sports participation. Therefore, this study's purpose was to examine the effect of economic status and society's health on the human resource development of organized sports. This study used panel data for all provinces of Iran from 2004 to 2017. Also, this study used generalized least squares approach to analyze data with Eviews software. The result shows that rural and urban household income has a positive and significant effect on the human resource development of organized sports. Also, the consumer price index of health and treatment has a positive and significant impact on the human resource development of organized sports. A society where people have a suitable economic status is more likely to participate in sports. Also, when the cost of health and treatment is low and appropriate, it is possible to have more athletes and coaches..

Keywords: household income, Health, treatment, Human Resource, Organized Sports.

The effect of corporate governance on the readability of financial reports in companies admitted to the Tehran Stock Exchange

Elham Nazem¹, Zohreh zivdar^{2*}

¹Islamic Azad University, Department of Basic science, Dolatabad Branch
Isfahan, Iran

²Islamic Azad University, Department of Accounting, Dolatabad Branch
Isfahan, Iran

Abstract

One of the main goals of the report of the board of directors of companies is to provide the information needed for correct and optimal decision making. The readability of the board of directors' report allows users to receive the correct message from the reports and make correct decisions, and knowing the factors of corporate governance affecting the readability of the board of directors' report is of great importance. The purpose of this research is to investigate the impact of the corporate governance mechanism in terms of the dual duties of the CEO, the independence of the board of directors, managerial ownership and the number of board meetings on the readability of the board of directors' report in companies admitted to the Tehran Stock Exchange. This research is applied in terms of purpose and descriptive and correlational in nature. The statistical population includes all the companies admitted to the Tehran Stock Exchange and the period under review from 2015 to 2021, and the research sample includes 105 companies admitted to the stock exchange. The financial information of the sample companies has been extracted by document mining method in the Excel environment and after summarizing, it has been used for analysis for regression modeling. In this research, the LIX formula was used to measure the readability of the board of directors' report. The results showed that corporate governance has a significant effect on the readability of the board of directors' report in companies admitted to the Tehran Stock Exchange in terms of dual duties of the CEO, independence of the board of directors, managerial ownership and the number of board meetings.

Keyword: Readability of the board of directors' report, Dual duties of the CEO, Independence of the board of directors, Managerial ownership Number of board meetings.

بررسی و تحلیلی بر حسابداری قانونی و نحوه عملکرد آن

محمود دولت خواه

کارشناس رشته حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد فیروزآباد، فیروزآباد، فارس، ایران،

چکیده

حسابداری قانونی، در واقع به دنبال حسابداری با شواهد کیفری و تحقیقات قانونی در این زمینه می باشد که به اصل حسابداری و بازپرسی توجه دارد و افراد فعال در این زمینه معمولاً به عنوان شاهدان حرفه ای برای شهادت در مورد یافته ها، به دادگاه ها خوانده می شوند. 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 ممنوع 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.

مطالعه و شناختی بر کاربرد فناوری های دیجیتال در گزارشگری مالی و حسابرسی

محمود دولت خواه

کارشناس رشته حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد فیروزآباد، فیروزآباد، فارس، ایران،

چکیده

حسابداری علم ثبت و بررسی معاملات مالی یک شرکت، سازمان یا یک تجارت است و به طور کلی شامل جمع بندی، تجزیه و تحلیل گزارشات و تحویل آنها به مدیران سازمان هاست. صورت های مالی به طور کوتاه خلاصه ای از معاملات مالی در یک دوره است که عملکرد، موقعیت مالی، جریان های نقدی و... شامل این صورت های مالی تهیه شده می باشد. حسابداری یکی از مهم ترین ارکان هر کسب و کاری است. باید ساختار مالی سالمی را در اختیار داشته باشید تا رشد و پیشرفت شرکت را تضمین کنید. تکنولوژی پیشرفته تغییرات چشمگیری را در بیشتر مشاغل ایجاد کرده است و آینده حسابداری نیز از این قاعده مستثنی نیست. اکنون بسیاری از کارهای حسابداری دستی و روتین گذشته توسط پشتیبانی غیر انسانی انجام می شود. تغییر فناوری بدان معناست که حسابداران به طور فزاینده ای خود را درگیر کار در سطح بالاتر می کنند و مسئولیت های مهم تصمیم گیری و مدیریت را در سازمان ها به عهده می گیرند. تغییرات دهه های اخیر قرار است در آینده حسابداری نیز ادامه یابد. بدون داشتن یک سیستم حسابداری درست، تمامی زحمات شما در زمینه تولید، عرضه و تبلیغ محصول از بین می رود. مدیران کسب و کارها در حال حاضر با یک ایده تازه و جدید روبرو هستند. آن هم حسابداری دیجیتال است. نویسندگان مقالات تلاش می کنند که در حیطه فناوری های دیجیتال نوآورانه به این سوال پاسخ دهند که آیا ممکن است فناوری های دیجیتال نوآورانه دیجیتالی شدن حسابداری، گزارشگری مالی و حسابرسی را تسهیل کنند. برای این منظور، نویسندگان پیرامون کاربرد فناوری های دیجیتال در زمینه های مرتبط تجزیه و تحلیلی از روندهای جهانی انجام دادند و همچنین از یافته های مطرح شده در بررسی های شرکت های مشاوره و نیز از یافته های ارائه شده در مقالات دانشمندان مشهور خلاصه ای تهیه کردند. این مقاله روش کار فناوری دفتر کل توزیع شده (توزیع شده به معنی عدم متمرکز بودن سیستم است) (بلاک چین) را شرح می دهد و همچنین ضرورت استفاده از فناوری بلاکچین در امور گزارشگری و حسابرسی مالی و ممکن بودن این امر را توجیه می کند.

کلیدواژه ها: صورت های مالی، حسابداری، حسابرسی، فناوری های دیجیتال، دیجیتال سازی.

مدلیابی رابطه ساختاری میزان آمادگی کارمندان دانشگاه برای تغییر با تمایل آنها به مشارکت

معصومه محترم

استادیار مدیریت آموزشی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شیراز

چکیده

هدف کلی از انجام این پژوهش پیش‌بینی تمایل کارمندان به مشارکت بر اساس میزان آمادگی آنها برای تغییر بود. جامعه آماری پژوهش شامل تمامی کارمندان دانشگاه شیراز (۹۹۰ نفر) بود که با استفاده از روش نمونه‌گیری سیستماتیک ۳۵۰ نفر به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. ابزار پژوهش شامل پرسشنامه آمادگی برای تغییر و پرسشنامه تمایل به مشارکت بود که پس از محاسبه و تایید روایی و پایایی آنها با استفاده از روش تحلیل گویه و آلفای کرونباخ، توزیع و داده‌ها گردآوری شد. داده‌های پژوهش به کمک نرم افزار Spss و Amos و با استفاده از روش‌های آماری تی تست تک نمونه‌ای، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چند متغیره (مدل معادله ساختاری) تحلیل شد. یافته‌های پژوهش نشان داد: در حالی که آمادگی شناختی کارمندان از میانگین معیار کمتر بود؛ مابقی ابعاد آمادگی و آمادگی کلی کارمندان برای تغییر از معیار میانگین (۳) بیشتر بود. میانگین تمایل کارمندان به مشارکت نیز از معیار میانگین (۳) بیشتر بود. مدل معادله ساختاری نیز نشان داد که آمادگی کارمندان برای تغییر، به طور مستقیم پیش‌بینی‌کننده‌ی معنی‌دار تمایل کارمندان به مشارکت می‌باشند. به این ترتیب که میان آمادگی کارمندان برای تغییر با تمایل آنها به مشارکت رابطه مثبت معنی‌دار مشاهده شد.

کلیدواژه‌ها: تمایل به مشارکت، آمادگی برای تغییر، دانشگاه، کارمندان

بازاریابی رابطه مند و مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتری در محیط الکترونیکی و رابطه آن با تاثیر برند بر اعتماد مشتریان کارت های اعتباری در بانکداری الکترونیک

بهناز شکیب^۱، حسین امیرپور^۲، سبحان کریمی^۳

^۱ استادیار گروه مدیریت بازرگانی - بازاریابی، دانشگاه پیام نور

^۲ کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه پیام نور

^۳ کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور

چکیده

بازاریابی رابطه مند به ایجاد روابط بلندمدت و متقابل با افراد و سازمان ها و گروه های ذی نفع اشاره می کند و اساس آن برقراری ارتباط مطلوب و موثر به منظور حفظ و نگهداری آنهاست. در این مطالعه با استفاده از روش تحقیقی توصیفی و با گردآوری منابع کتابخانه ای به بررسی بازاریابی رابطه مند و مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتری در محیط الکترونیکی و رابطه آن با تاثیر برند بر اعتماد مشتریان کارت های اعتباری در بانکداری الکترونیک (مطالعه موردی شیراز) پرداخته شد. طبق نتایج گرفته شده می توان گفت که بازاریابی رابطه مند (شامل: منافع مالی، عوامل اجتماعی و پیوندهای ساختاری) و نیز اعتماد به نشان تجاری (شامل: صداقت، اعتبار و خیرخواهی) بر پذیرش کیفیت ارتباط بین مشتریان و سازمان از دیدگاه مشتریان تاثیر دارد. **کلیدواژه ها:** بازاریابی رابطه مند، برند، اعتماد، مدیریت، مشتری.

کارآفرینی، توسعه پایدار و شاخص کارآفرینی جهانی

دکتر نغمه پورفتحی

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

چکیده

در حال حاضر مهمترین چالش پیش روی کشورهای پیشرفته افزایش بهره وری جهت حفظ استاندارد های رایج زندگی است. در مقابل کشورهای فقیر به دنبال ایجاد فرصت های شغلی جدید و کاهش بیکاری در کشورهایشان می باشند. از مهمترین اهداف اقتصادهای معاصر تعیین عوامل مؤثر بر رشد اقتصادی است. نظریه نئوکلاسیک سنتی معتقد است رشد اقتصادی یک کشور بوسیله عرضه نیروی کار، سرمایه و سطح تکنولوژی موجود در آن کشور تعیین می گردد. در حالی که امروزه کارآفرینی نیروی قدرتمندی، در راستا تحریک نوآوری، افزایش بهره وری، ایجاد شغل و رشد اقتصادی است. به عبارت دیگر کارآفرینی توانایی ایجاد فرصت، برای تولید کالا و خدمات، در یک دوره زمانی پایدار است. توسعه پایدار و کارآفرینی، همیشه در مرکز توجه بوده است به نحوی که کارآفرینی به عنوان کانال اصل تولیدات و فرآیندهای پایدار شناخته می شود. کارآفرینی برای توسعه پایدار پدیده ای چند بعدی است که ابعاد اجتماعی، زیست محیطی و اقتصادی را بین فرآیندهای کارآفرینی، تحولات بازار و همچنین تحولات اجتماعی در مقیاس بزرگ، به هم مرتبط می سازد. کارآفرین از طریق ایده های خلاقانه فعالیتی را ایجاد و توسعه می دهد و با رشد کسب و کار، علاوه بر درآمدزایی، نقش کلیدی در رشد اقتصادی ایفا می کند. کارآفرین با شناسایی نیاز تجاری جامعه، مسئولیت ایده تجاری اصلی را برای راه اندازی کسب و کار جدید بر عهده می گیرد. یکی از راه حل های ایجاد شغل، ترکیب کارآفرینی و نوآوری است. اقتصادها علاوه بر داشتن سرمایه انسانی تحصیل کرده و خلاق به کارآفرین نیز نیاز دارند این مقاله سعی دارد به نقش کارآفرینی، آموزش کارآفرینی در تحقق رشد اقتصادی و توسعه پایدار بپردازد.

کلیدواژه ها: کارآفرینی، نقش کارآفرینی در رشد اقتصادی، آموزش کارآفرینی، توسعه پایدار، شاخص کارآفرینی جهانی.

کهن الگوی آفرینشگر

فوزیه ظاهری مینا

دکترای مدیریت بازرگانی - گرایش بازاریابی، گروه مدیریت، واحد همدان، دانشگاه آزاد

اسلامی، همدان، ایران

چکیده

این پژوهش با هدف طراحی مدل پیشایندهای سازنده کهن الگوی آفرینشگر مطالعه موردی برند اپل به صورت مقطعی در سال ۱۴۰۰ در شهرهای همدان انجام شده است. این پژوهش از لحاظ هدف بنیادی، از لحاظ روش توصیفی پیمایشی، از لحاظ نوع داده‌ها، تحقیقی آمیخته و از لحاظ مکان و زمان اجرا یک تحقیق میدانی می‌باشد. پس از ۱۱ مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته برای برند اپل با صاحبان و مدیران برند و اساتید بازاریابی به روش پدیدارشناسی و کدگذاری با استفاده از نرم افزار Maxqda12 یکسری ویژگی‌ها برای کهن الگوی آفرینشگر استخراج و براساس کدها پرسشنامه‌ای محقق ساخته طراحی و پایایی پرسشنامه تایید و با توجه به جامعه هدف به صورت هدفمند، غیراحتمالی و غیرتصادفی و با ویژگی‌های خاص و در دسترس در بین ۲۰۱ نفر از مشتریان وفادار که مصرف کننده برند اپل بودند، توزیع و داده‌ها جمع آوری گردید. با توجه به نرمال نبودن داده‌های تحقیق در آزمون کولموگرووف-اسمیرنوف از آزمون‌های تحلیل عاملی تأییدی و معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزارهای SPSS 25 و Smart PLS 3 استفاده گردید. پس از تایید پایایی، روایی همگرا، کیفیت یا اعتبار مدل بررسی و در آخر آزمون مدل کلی پژوهش انجام که نشان از برازش مناسب مدل داشته و مدل ارائه شده توسط پژوهشگر تایید می‌گردد. جهت استخراج پیشایندهای سازنده کهن الگوهای برند با در نظر گرفتن برندی که دارای ناخودآگاه جمعی باشند برای کهن الگوی آفرینشگر برند اپل انتخاب گردید. براساس مدل بدست آمده از پژوهش یکسری ویژگی‌ها به عنوان پیشایندهای سازنده کهن الگوی برند اپل استخراج گردید. یافته‌های حاصل از پژوهش نشان می‌دهد پیشایندهای سازنده کهن الگوی آفرینشگر: تفکر متفاوت، خلاق و پرشور، رویاپرداز، وفاداری متعصبانه، کیفیت، گرایش به زیبایی، کارآفرین یا هنرمند، جاودانگی، اثرگذار بر فرهنگ جامعه، عشق به نوآوری، تولیدات ماندگار و باارزش، رمزگشای عرصه فناوری پیشرفته می‌باشد.

کلیدواژه ها: کهن الگو، پیشایندها، برند، آفرینشگر، اپل.

اثر افزایش هوشمندی کسب و کار بر بهبود عملکرد کسب و کارها

حسام آشفته یزدی

کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات گرایش سیستم های اطلاعاتی پیشرفته

چکیده

در دنیای به شدت رقابتی امروز، مدیران برای پیشبرد محصول و خدمات سازمان ها در میدان رقابت، نیازمند راهبردی جهت منحصرفرد شدن هستند. به سخنی دیگر، داشتن ابزاری جهت متمایز سازی سازمان و محصولات از رقبا و محصولاتشان از تکنیک ها و ابزارهای حمایت گر مدیران ارشد و مدیران سازمان، جهت اخذ تصمیم به موقع و سریع در میان انبوه اطلاعات و داده های گوناگون، سیستم هوش تجاری است. با اطمینان کامل می توان ادعا کرد که استفاده از راه حل هوشمندی کسب و کار یا هوش تجاری می تواند قدرت رقابت پذیری یک سازمان را افزایش دهد و از دیگر سازمانها متمایز کند. این راه حل این امکان را به سازمانها می دهد تا با به کارگیری اطلاعات موجود از مزایای رقابتی و پیشرو بودن بهره برداری کنند و درک بهتری از تقاضاها و نیازمندیهای مشتریان و مدیریت ارتباط با آنان را میسر می سازد و سازمانها می توانند تغییرات مثبت یا منفی را کنترل کنند و در نهایت عملکرد بهتری داشته باشند. هدف هوش تجاری تسهیل تصمیم گیری و تصمیم سازی بر اساس حقایق سازمانی و بهبود عملکرد سازمان می باشد. به همین جهت در این مقاله به بررسی اثر افزایش هوشمندی کسب و کار بر بهبود عملکرد کسب و کارها پرداخته خواهد شد.

کلیدواژه ها: هوش، هوشمندی کسب و کار، عملکرد، عملکرد کسب و کارها.

مروری بر پژوهش‌های انجام شده در ایران با موضوع آموزش سواد مالی به دانش آموزان در مدارس

ندا کریمیان

دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی دانشگاه خوارزمی

چکیده

اهمیت سواد مالی به اندازه‌ای است که یونسکو آن را جز شش سواد اصلی در قرن حاضر تعریف کرده است و اهمیت آموزش سواد مالی در دوره ابتدایی، در پژوهش‌های مختلفی مورد تاکید قرار گرفته است. از نظر سازمان توسعه و همکاری اقتصادی اروپا، آموزش سواد مالی فرایندی طولانی مدت است که گنجاندن آن در برنامه درسی پیش دبستان و دبستان تا پایان دبیرستان به کودکان اجازه می‌دهد تا دانش و مهارت‌های لازم برای شکل‌گیری رفتار مسئولیت‌پذیر مالی در هر مرحله از آموزش را کسب کنند. بر این اساس این تحقیق ضمن مروری بر تعاریف و اهمیت آموزش سواد مالی، به بررسی و جمع‌بندی پژوهش‌های انجام شده در ایران با استفاده از روش مرور سیستماتیک (نظام‌مند) تا کنون پردازد تا راهگشای تحقیقات آتی باشد؛ نتایج نشان داد علیرغم گسترش ادبیات و تحقیقات سواد مالی در جهان، این موضوع در ایران نیاز به تحقیقات و بررسی بیشتر داشته و لزوم در نظر گرفتن آموزش سواد مالی با لحاظ نمودن محتوای بومی و مورد نیاز کشور در برنامه‌های درسی مدارس لازم است.

کلیدواژه‌ها: سواد مالی، دانش آموزان، مدارس

ارزیابی کارکرد گردشگری خلاق در توسعه هویت ملی در ایران

عباس رضائی آیسک

دکتری مدیریت گردشگری از دانشگاه کاکاسوس گرجستان

چکیده

گردشگری به عنوان یکی از استراتژی‌های مهم، از مهمترین فعالیتهای انسان معاصر است که همواره با وجود آوردن تغییراتی شگرف در سیمای زمین، تحولاتی بنیادی در شرایط اقتصادی، فرهنگی و آداب و رسوم به وجود آورده است. لیکن گفتمان صنعت گردشگری امروزه در حال تجربه جابه جایی از گردشگری سنتی به گردشگری خلاق است؛ که در آن گردشگران سعی دارند در فرهنگ‌های محلی مشارکت کنند و به تجربه فعالیت‌های خلاقانه تمایل دارند. بنابراین پژوهش حاضر با هدف ارزیابی کارکرد گردشگری خلاق در توسعه هویت ملی در ایران بصورت توصیفی - تحلیلی انجام گرفت. نتایج تحقیق نشان داد که گردشگری و به خصوص گردشگری خلاق این توانایی و پتانسیل را دارا می باشد که فرهنگ‌های از هم گسیخته در گوشه گوشه کشور شناسایی و به هم پیوند دهد و ضمن جلوگیری از نابودی و فراموشی خرده فرهنگ‌ها و آداب و رسوم روستاها و مناطق دور افتاده کشور؛ زمینه اشتغال و ارز آوری و معرفی فرهنگی تمدن ایران به فرامرزهای جغرافیایی کشور بودجود آورد

کلیدواژه ها: گردشگری خلاق، مدیریت گردشگری، انسجام اجتماعی، هویت ملی.

طراحی سیستم تولید ناب برای تولید کشش کریستال شمش نیمه هادی با استفاده از روش ترکیبی تاگوچی و بهینه سازی شبیه سازی

ندا احمد خان بیگی^۱، محمود یزدانی^۲

^۱ دانشجوی دکتری مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین و استاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج

^۲ دانشجوی ارشد رشته مدیریت صنعتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج

چکیده

هدف - هدف از این مطالعه پیشنهاد یک روش نوآورانه در حل طراحی تولید ناب از تولید نیمه کشسان کریستالینگ کشش است که یک صنعت مهم است. به دلیل پیچیدگی سیستم، با رویکرد تحلیلی از نظر محاسباتی ممنوع است. بنابراین، بهینه سازی شبیه سازی برای این مطالعه اتخاذ شده است. طراحی / روش / رویکرد - چهار عامل کنترلی که بر عملکرد سیستم تأثیر می گذارند، از جمله استراتژی کشش، محدودیت های ماشین، قوانین اعزام و کنترل اندازه دسته، برای تولید نقشه برداری جریان مقدار حالت آینده تعیین می شوند. روش دو مرحله ای تاگوچی و بهینه سازی شبیه سازی برای تعیین مقادیر پارامتر بهینه برای یک سیستم قوی استفاده می شود. یافته ها - روش پیشنهادی به ترتیب عملکرد سیستم را به ترتیب ۶،۴۲ و ۱۲،۰۲ درصد برای سطح خدمات و توان عملیاتی بهبود بخشید. محدودیت ها / پیامدهای تحقیق - این مطالعه مسائل مدیریت عملیات مانند کاهش راه اندازی، پیش بینی تقاضا و طراحی چیدمان را بررسی نمی کند. مفاهیم عملی - یک کارخانه تولید کننده شمش کریستال در دنیای واقعی برای مطالعه موردی استفاده شد. نتایج امیدوار کننده است و به راحتی در سایر کاربردهای صنعتی اعمال می شود. پیامدهای اجتماعی - عملکرد بهتر، سطح خدمات و نرخ کل می تواند به ترتیب باعث بهبود سطح رضایت مشتری و کاهش مصرف منابع شود. اصالت / ارزش - روش پیشنهادی به طور نوآورانه یک کاربرد عملی را حل کرده و نتایج امیدوار کننده است.

کلید واژه ها: تولید ناب، بهینه سازی شبیه سازی، روش تاگوچی، کشش شمش بلور، توزیع.

بررسی اثر انواع استخدام بر اخلاق سازمانی کارکنان

کمال الدین رحمانی یوشانلوئی^۱، مهدی حجتی^۲

^۱دانشیار مدیریت گروه دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز ایران

^۲دانشجوی دکتری مدیریت دولتی گرایش منابع انسانی، دانشگاه آزاد واحد ارس.

چکیده

همواره یکی از دغدغه های اصلی و مهم کارکنان شاغل در سازمانها، نوع استخدام بعنوان شاخص امنیت شغلی بوده که میتواند ابعاد مختلف عملکرد شغلی پرسنل از جمله اخلاق سازمانی را در محیط کار تحت الشعاع قرار دهد. هدف از این تحقیق بررسی ارتباط و تاثیرگذاری نوع استخدام کارکنان اعم از رسمی، پیمانی، قراردادی و شرکتی بر اخلاق سازمانی آنان در محل کار میباشد. جامعه تحقیق حاضر تمامی کارکنان شاغل در بهداشت و درمان شهرستان فامنین به تعداد ۲۲۰ نفر، و تخمین نمونه با استفاده از جدول مورگان و تعداد ۱۳۶ نفر تعیین گردید. در مدل مفهومی از مولفه های مداخله گر: علاقه و دلبستگی، پشتکار و جدیت، روابط انسانی سالم و همچنین روح مشارکت جمعی در سازمان استفاده شد. روش پژوهش از لحاظ ماهیت، از نوع تحقیقات توصیفی-پیمایشی بوده، و از دیدگاه هدف، در زمره پژوهشهای کاربردی به شمار می آید. جهت گردآوری داده های پژوهش، از روش میدانی و توزیع پرسشنامه استفاده شده است. در این پژوهش مجموعاً از پنج فرضیه استفاده شده است که کلیه فرضیات در سطح معناداری ۰/۰۵/۹۵ سنجیده شده و مورد تایید قرار گرفته است. نتایج به دست آمده از این تحقیق نشان داد انواع استخدام بر اخلاق سازمانی تاثیر معنی داری دارد منتهی بین نوع استخدام کارکنان و اخلاق سازمانی تفاوت وجود ندارد.

کلیدواژه ها: انواع استخدام، اخلاق سازمانی، شاغلین بهداشت و درمان، شهرستان فامنین.

بررسی تعیین کننده های مدیریت سود شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

محمدرضا شیرزادفر

چکیده

هدف از این تحقیق به دست آوردن شواهد تجربی در رابطه با تأثیر اندازه شرکت، اهرم شرکت، سن شرکت، کیفیت حسابداری، مدیران زن، سودآوری، اندازه هیئت مدیره، اندازه کمیته حسابداری و جلسه هیئت مدیره بر مدیریت سود شرکت های شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بود. جامعه مورد مطالعه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران از سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۹ می باشد. نمونه های به دست آمده در مرحله دوم با استفاده از روش نمونه گیری هدفمند با تعیین معیارهای نمونه گیری انتخاب می شوند. ۱۵۲ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران فهرست شده بودند که منجر به در دسترس بودن ۱۴۲۱ مجموعه داده در طول تحقیق شد. این تحقیق همچنین از آزمون فرضیه به عنوان بخشی از تجزیه و تحلیل داده ها استفاده می کند. روش آماری مورد استفاده جهت آزمون فرضیه تحقیق رگرسیون چند متغیره با استفاده از روش های حداقل مربعات معمولی و حداقل مربعات تعمیم یافته ترکیبی می باشد که با نرم افزار Eviews انجام شد. نتایج این تحقیق حاکی از آن است که اندازه شرکت، اهرم شرکت، سن شرکت، سودآوری، اندازه هیئت مدیره، اندازه کمیته حسابداری و جلسات هیئت مدیره بر مدیریت سود برای نتایج مالی پایدار تأثیر دارد. در همین حال، کیفیت حسابداری و مدیران زن تأثیری بر مدیریت سود در شرکت های بورس اوراق بهادار فهرست شده در بورس تهران ندارد.

کلیدواژه ها : مدیریت سود، اندازه شرکت، اهرم شرکت، سن شرکت، کیفیت حسابداری، سودآوری. بورس اوراق بهادار تهران.

بررسی مدل به کارگیری رسانه‌های اجتماعی بر قصد خرید بیمه عدم النفع از سوی بنگاه‌های تولیدی با نقش میانجی اعتماد و رضایت برخط

دکتر احسان جلالی لواسانی^{۱*}، سجاد پاپی زاده^۲

^۱مدرس دانشگاه، کارشناس ارشد بیمه، شاغل در بیمه مرکزی ج.ا.ایران

^۲دانش آموخته مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

چکیده

تحقیق حاضر با هدف بررسی و تبیین مدل به کارگیری رسانه‌های اجتماعی بر قصد خرید بیمه عدم النفع از سوی بنگاه‌های تولیدی با نقش میانجی اعتماد و رضایت برخط در شرکت‌های منتخب تولید موتورسیکلت صورت گرفته است. پژوهش انجام شده از حیث هدف، کاربردی و از حیث اجرا، توصیفی با تاکید بر مدل علی است. جامعه آماری تحقیق حاضر، شامل کارکنان این شرکت‌های منتخب می‌باشد که به عنوان جامعه نامشخص در نظر گرفته شده است و جهت توزیع پرسشنامه از روش نمونه‌گیری ساده استفاده شده است و بر این اساس حجم نمونه از فرمول کوکران با خطای ۵ درصد، برابر ۳۸۴ نفر آورده شده است که با روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند. جهت جمع‌آوری داده‌ها نیز از پرسشنامه استاندارد استفاده گردید که روایی آن با توجه به نظر خبرگان و پایایی آن نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ تایید گردید. برای تحلیل داده‌های این پژوهش از آزمون‌های توصیفی و استنباطی استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد که به کارگیری رسانه‌های اجتماعی بر قصد خرید بیمه عدم النفع از سوی بنگاه‌های تولیدی با نقش میانجی اعتماد و رضایت برخط در شرکت‌های منتخب تولید موتورسیکلت تاثیر و تمام فرضیات مورد تائید (مثبت و معنادار) می‌باشند.

کلید واژه‌ها: رسانه‌های اجتماعی، بیمه عدم النفع، اعتماد برخط، رضایت برخط، قصد خرید

بررسی مقایسه ای الگوهای برنامه ریزی عملیاتی در نظام بهداشت و درمان

رضا بشارتی

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

چکیده

مقدمه: برنامه ریزی بر همه وظایف مدیران اولویت دارد و خروجی انواع برنامه های هر سازمانی در قالب برنامه ریزی عملیاتی مشخص می شود، از این رو مطالعه حاضر با هدف بررسی انواع الگوهای برنامه ریزی عملیاتی در بخش بهداشت و درمان انجام شد. روش کار: این پژوهش از نظر هدف کاربردی و با روش توصیفی - تطبیقی انجام شده است، مؤلفه های پژوهش شامل اجزاء، مراحل و عوامل موثر بر برنامه ریزی عملیاتی در بخش بهداشت و درمان و ابزار گردآوری داده ها شامل فیش کارت و جدول تطبیقی بوده است. یافته ها: پس از بررسی کامل الگوهای برنامه ریزی عملیاتی و تنظیم جدول تطبیقی، یافته های بدست آمده در شش طبقه: تشکیل تیم برنامه ریزی، تدوین قوانین، اولویت ها و نیازها، مقاصد و هدایت عملیات، تامین برنامه و ارزیابی خلاصه شد. نتیجه گیری: هر یک از ۶ مؤلفه مورد بررسی در الگوهای مورد بررسی به صورت کامل پیش بینی و اجرایی نشده است. بنابراین با ترکیب اجزای مختلف الگوهای گوناگون میتوان به الگوی کامل تری برای برنامه ریزی عملیاتی دست یافت.

کلیدواژه ها: الگو، برنامه ریزی عملیاتی، بهداشت و درمان.

چالش ها و فرصت های دیجیتالی سازی بنگاه های کوچک و متوسط

فاطمه شعبانی مقدم^۱، علیرضا جلالی^۲

^۱ دانشجوی ارشد، مدیریت بازرگانی، گرایش کارآفرینی، موسسه آموزش عالی مجازی فاران مهر دانش

^۲ استادیار مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی فاران مهر دانش

چکیده

در صنعت آفریقای جنوبی بنگاه های کوچک و متوسط فراوانی وجود دارد که جامعه جهانی آنها را به واسطه نقشی که در توسعه اقتصادی، ایجاد فرصت های شغلی، فقرزدایی و نوآوری دارند، می شناسد. با این که صاحبان بنگاه های کوچک و متوسط با سیستم های دیجیتالی و مزایای آن آشنایی دارند، اما تدارک زمان، مهارت و منابع مالی مورد نیاز برای توسعه سیستم های مختص پرهزینه خواهد بود. چرا که قابلیت تعریف سنسور بر مبنای تقاضاهای سیستمی سازمان برای بنگاه ها به نیازهای متفاوتی بستگی دارد. روش هایی که در حال حاضر می توان پیشنهاد کرد، سیستم های خود-اتکا و غیریکپارچه است. در این مطالعه ما دیدگاه هایی درباره تقابل و توسعه یک اکوسیستم مبتنی بر تقاضا را ارائه خواهیم کرد. این مطالعه دیدگاه هایی را درباره اولویت های سیستم دیجیتال مربوط به ۲۰۰ بنگاه در آفریقای جنوبی ارائه خواهد داد. بر مبنای تحلیل نتایج نظرسنجی صورت گرفته، محققان ۴ سیستم اولیه را که از میان ۱۰ سیستم شناسایی شده انتخاب شده بود، برای آنها طراحی کرده و توسعه دادند. این مقاله مراحل جمع آوری داده، طراحی و تحویل مربوط به ۴ سیستم را پوشش می دهد.

کلیدواژه ها: دیجیتالی شدن، بنگاه های کوچک و متوسط، نوآوری، توسعه سیستم، چالش ها، فرصت ها.

بررسی تاثیر فرهنگ سازمان بر مزیت رقابتی با توجه به نقش میانجی نوآوری سازمان و اشتراک دانش (مورد مطالعه: پایگاه خبری آخرین خبر)

زهرا حدادمقدم^۱، معصومه عربشاهی^۲

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران

^۲ استادیار گروه مدیریت، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر مزیت رقابتی با توجه به نقش میانجی نوآوری سازمان و اشتراک دانش در بین کارکنان و مدیران پایگاه خبری آخرین خبر در شهر مشهد صورت گرفته است. پژوهش حاضر با استفاده از روش توصیفی- پیمایشی اجرا شده و جامعه آماری پژوهش حاضر کارکنان و مدیران پایگاه خبری آخرین خبر در شهر مشهد هستند که براساس روش نمونه گیری غیر تصادفی در دسترس 118 پرسشنامه توزیع و دریافت و مورد ارزیابی قرار گرفت. جهت جمع آوری اطلاعات در این تحقیق از ابزار پرسشنامه بهره گرفته شده است که روایی آن با تحلیل عاملی تاییدی، روایی واگرا و همگرا قابل تأیید و برای سنجش پایایی از آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شده است. آلفای به دست آمده ۹۱ درصد و مورد تأیید شد. به منظور تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS و نرم افزار SmartPLS از روش های آماری کالموگروف اسمیرنوف و تحلیل رگرسیون و مدلسازی معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج تحقیق مدل مفهومی ارائه شده را تأیید نمود و نتایج معادلات ساختاری نیز نشان داد فرهنگ سازمانی بر نوآوری، اشتراک دانش و مزیت رقابتی تاثیرگذار است. فرهنگ سازمانی از طریق اشتراک دانش بر مزیت رقابتی تاثیرگذار است.

کلیدواژه ها: فرهنگ سازمانی، نوآوری سازمان، مزیت رقابتی، پایگاه خبری آخرین خبر.

بررسی تاثیر فرهنگ سازمان بر مزیت رقابتی با توجه به نقش میانجی نوآوری سازمان و اشتراک دانش (مورد مطالعه: پایگاه خبری آخرین خبر)

زهرا حدادمقدم^۱، معصومه عربشاهی^۲

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران

^۲ استادیار گروه مدیریت، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر مزیت رقابتی با توجه به نقش میانجی نوآوری سازمان و اشتراک دانش در بین کارکنان و مدیران پایگاه خبری آخرین خبر در شهر مشهد صورت گرفته است. پژوهش حاضر با استفاده از روش توصیفی-پیمایشی اجرا شده و جامعه آماری پژوهش حاضر کارکنان و مدیران پایگاه خبری آخرین خبر در شهر مشهد هستند که براساس روش نمونه گیری غیر تصادفی دردسترس ۱۱۸ پرسشنامه توزیع و دریافت و مورد ارزیابی قرار گرفت. جهت جمع آوری اطلاعات در این تحقیق از ابزار پرسشنامه بهره گرفته شده است که روایی آن با تحلیل عاملی تاییدی، روایی واکرا و همگرا قابل تأیید و برای سنجش پایایی از آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شده است. آلفای به دست آمده ۹۱ درصد و مورد تأیید شد. به منظور تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS و نرم افزار SmartPLS از روش های آماری کالموگروف اسمیرنوف و تحلیل رگرسیون و مدلسازی معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج تحقیق مدل مفهومی ارائه شده را تأیید نمود و نتایج معادلات ساختاری نیز نشان داد فرهنگ سازمانی بر نوآوری، اشتراک دانش و مزیت رقابتی تاثیرگذار است. فرهنگ سازمانی از طریق اشتراک دانش بر مزیت رقابتی تاثیرگذار است.

کلیدواژه ها: فرهنگ سازمانی، نوآوری سازمان، مزیت رقابتی، پایگاه خبری آخرین خبر.

تأثیر بانکداری الکترونیکی بر سطح عمومی قیمت ها در ایران و کشورهای منتخب

اسحاق ترکاشوند

دانشجوی دکتری اقتصاد پولی و مدرس مدعو دانشگاه آزاد اسلامی واحد تویسرکان، گروه مدیریت،

تویسرکان، همدان، ایران

چکیده

در سال های اخیر بانکداری الکترونیکی و استفاده از ابزارهای پرداخت الکترونیکی گسترش یافته است و این موضوع باعث ایجاد تغییراتی در متغیرهای پولی شده است که این تغییرات می تواند شاخص های اقتصادی از جمله سطح عمومی قیمت ها را تحت تاثیر قرار دهد. در این راستا در این مطالعه تاثیر بانکداری الکترونیکی بر روی شاخص تورم در بازه ی زمانی سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۰ و در شش کشور مورد ارزیابی قرار گرفته است. در این پژوهش از داده های مقطعی و نرم افزار E-Views برای تجزیه و تحلیل داده ها استفاده شده است. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها حکایت از تاثیر منفی و معکوس متغیرهایی مانند تعداد دستگاه های خودپرداز و کارت های بانکی الکترونیکی بر روی تورم در کشورهای منتخب دارد. همچنین متغیرهایی مانند تعداد دستگاه های کارت خوان، حجم اسکناس و مسکوک در دست مردم و تولید ناخالص داخلی تاثیر مثبتی بر روی سطح عمومی قیمت ها و تورم دارد.

کلیدواژه ها: سطح عمومی قیمت ها، بانکداری الکترونیکی، تولید ناخالص داخلی، نقدینگی، داده-

های پانل

طبقه بندی JEL: C23, E40, M15, E31

شناسایی عوامل موثر بر عملکرد بازاریابی شرکت های صادراتی در بازارچه های مرزی خراسان رضوی

دکتر علی اصغر تباوار^۱، دکتر گلپهار پورانجنار^۲، مهدی ابراهیمی فر^۳

^۱عضو هیات علمی دانشگاه سیستان و بلوچستان

^۲مری گروه مدیریت و اقتصاد دانشگاه سیستان و بلوچستان

^۳دانشجو رشته مدیریت بازرگانی-بازاریابی دانشگاه سیستان و بلوچستان

چکیده

این پژوهش با هدف شناسایی عوامل موثر بر عملکرد بازاریابی شرکت های صادراتی در بازارچه های مرزی خراسان رضوی انجام گرفته است. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه کارشناسان و دست اندرکاران حوزه کمرک و واردات و صادرات می باشند با توجه به اینکه حجم جامعه پژوهش حدود ده هزار نفر است و هر یک از کارشناسان متخصص در زمینه های فعالیت اقتصادی می تواند به عنوان عضوی از نمونه انتخاب شوند و براساس جدول مورگان حجم نمونه تحقیق برابر با ۳۸۴ نفر خواهد بود. در بخش آمار استنباطی تحقیق با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری ضرایب رگرسیون و سطح معناداری آن ها محاسبه می شود و برازش مدل ساختاری پژوهش با استفاده از نرم افزار «پی.ال.اس» مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج نشان می دهد که قابلیت های بازاریابی بر عملکرد بازاریابی شرکت های صادراتی در بازارچه های مرزی خراسان رضوی تاثیر معناداری دارد، معیارهای مالی بر عملکرد بازاریابی شرکت های صادراتی در بازارچه های مرزی خراسان رضوی تاثیر معناداری دارد، فرهنگ بازاریابی بر عملکرد بازاریابی شرکت های صادراتی در بازارچه های مرزی خراسان رضوی تاثیر معناداری دارد، فرآیند بازاریابی بر عملکرد بازاریابی شرکت های صادراتی در بازارچه های مرزی خراسان رضوی تاثیر معناداری دارد. عملکرد بازاریابی بر عملکرد صادراتی در شرکت های صادراتی در بازارچه های مرزی خراسان رضوی تاثیر معناداری دارد، عملکرد بازاریابی، تاثیر معیارهای مالی بر عملکرد صادراتی در شرکت های صادراتی در بازارچه های مرزی خراسان رضوی را میانجی گری می کند، عملکرد بازاریابی، تاثیر فرهنگ بازاریابی بر عملکرد صادراتی در شرکت های صادراتی در بازارچه های مرزی خراسان رضوی را میانجی گری می کند، عملکرد بازاریابی، تاثیر فرآیند بازاریابی بر عملکرد صادراتی در شرکت های صادراتی در بازارچه های مرزی خراسان رضوی را میانجی گری می کند

کلیدواژه ها: بازاریابی، عملکرد بازاریابی، صادرات.

بررسی تاثیر بازاریابی محصولات مددجویان کمیته امداد بر توسعه کسب و کارهای خانگی

دکتر علی اصغر تباوار^۱، دکتر گلپهار پورانجنار^۲، ایمان ایرانمنش^۳

^۱استادیار دانشگاه سیستان و بلوچستان

^۲مربی گروه مدیریت و اقتصاد دانشگاه سیستان و بلوچستان

^۳دانشجو رشته مدیریت بازرگانی - بازاریابی دانشگاه سیستان و بلوچستان

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی تاثیر بازاریابی محصولات مددجویان کمیته امداد بر توسعه کسب و کارهای خانگی انجام گرفته است. جامعه آماری تحقیق حاضر کلیه مددجویان تحت پوشش کمیته امداد امام خمینی (ره) استان سیستان و بلوچستان می باشد که تعداد آنها ۱۸۶ هزار و هفده خانوار و ۵۱۹ هزار و ۸۰۰ نفر می باشد. و برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است که تعداد ۳۸۴ نفر را به عنوان حجم نمونه در این پژوهش در نظر گرفته ایم. روش و ابزار گردآوری اطلاعات مبتنی بر مطالعات کتابخانه ای، اسنادی و میدانی است. ابزار گردآوری اطلاعات در پژوهش حاضر استفاده از پرسشنامه است. به منظور سنجش پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده شده که نتایج آلفای کرونباخ ۰/۸۸۴ محاسبه شده است. در این تحقیق از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است. همچنین به منظور اثبات فرضیه ها و بررسی اهداف پژوهش آزمون عمبستگی رگرسیون که یک آزمون پارامتریک می باشد به کار گرفته شده است. در فرضیه فرعی اول ادعا شد بازاریابی محصولات مددجویان کمیته امداد بر درآمد زایی تاثیر دارد. نتایج تجزیه و تحلیل رگرسیون در سطح معناداری ۹۵ درصد نشان می دهد بازاریابی محصولات به میزان ۰/۵۷۴ (به صورت مثبت) بر درآمد زایی تاثیر دارد، زیرا میزان sig آن ها کمتر از ۰/۰۵ می باشد. بنابراین نتیجه گرفته می شود بازاریابی محصولات مددجویان کمیته امداد بر درآمد زایی تاثیر دارد. در فرضیه فرعی دوم بازاریابی محصولات مددجویان کمیته امداد بر ثبات معیشتی و رهایی از فقر تاثیر دارد. نتایج تجزیه و تحلیل رگرسیون در سطح معناداری ۹۵ درصد نشان می دهد بازاریابی محصولات به میزان ۰/۳۹۸ (به صورت مثبت) بر ثبات معیشتی و رهایی از فقر تاثیر دارد، زیرا میزان sig آن ها کمتر از ۰/۰۵ می باشد. بنابراین نتیجه گرفته می شود بازاریابی محصولات مددجویان کمیته امداد بر ثبات معیشتی و رهایی از فقر تاثیر دارد.

کلیدواژه ها: بازاریابی، مددجویان، کمیته امداد.

رابطه فعالیت های بازاریابی رسانه های اجتماعی به وفاداری به نام تجاری با نقش تجربه نام تجاری

دکتر علی اصغر تباوار^۱، دکتر گلبهار پورانجنار^۲، عیسی کیخا^۳

^۱عضو هیات علمی دانشگاه سیستان و بلوچستان

^۲مریی گروه مدیریت و اقتصاد دانشگاه سیستان و بلوچستان

^۳دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی-تجارت الکترونیک دانشگاه سیستان و بلوچستان

چکیده

هدف از پژوهش حاضر رابطه فعالیت های بازاریابی رسانه های اجتماعی به وفاداری به نام تجاری با نقش تجربه نام تجاری می باشد. جامعه آماری این پژوهش کلیه کاربران سایت و اپلیکیشن علی بابا می باشند که با استفاده از فرمون کوکران ۳۸۴ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شده است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و بر اساس روش از نوع همبستگی بوده و همچنین بر حسب نحوه گرد آوری داده ها، توصیفی از نوع پیمایشی می باشد. جهت تجزیه و تحلیل داده ها، روش های آمار توصیفی برای بررسی داده های جمعیت شناختی و برای آزمون فرضیه ها روش آمار استنباطی از جمله ضریب آلفای کرونباخ، آزمون نرمالیتی داده ها، رگرسیون و ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. برای بررسی نوع توزیع داده ها علاوه بر آزمون کلموگراف اسمیرنوف، از آزمون ضریب چولگی و کشیدگی و نمودارهای هیستوگرام استفاده شده است. نتایج آزمون پیرسون برای وفاداری به نام تجاری با تجربه نام تجاری نشان می دهد که بین این دو در بین کاربران سایت و اپلیکیشن علی بابا رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد.

کلیدواژه ها: بازاریابی رسانه های اجتماعی، وفاداری به نام تجاری، تجربه نام تجاری.

رویکرد مدیریت دولتی در استراتژی های توسعه پایدار

محسن برهانی

اداری

چکیده

توسعه پایدار، مفهوم جدیدی است که از طریق پیوند بین ابعاد مختلف توسعه (اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی) و توجه خاص به ملاحظات محیطی و حفظ محیط زیست مطرح گردید. از سوی دیگر، مدیریت دولتی به منظور افزایش مسئولیت مدیران به محیط پیرامونی خود، جایگزین مدیریت در مفهوم سنتی آن شد. در این مقاله، پس از تشریح «توسعه» در مفهوم سنتی، الگوی جدید آن تحت عنوان «توسعه پایدار» به عنوان اساس فعالیت های مدیریت دولتی نوین مطرح شده است. سپس رویکرد مدیریت دولتی به عنوان محور توسعه پایدار و ابزار دولتها در کسب اهداف توسعه پایدار، مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته است. در این مقاله ابزار گردآوری داده ها به طریق کتابخانه ای (مروری) بوده است. نتایج پژوهش نشان می دهد رویکرد و دامنه ی دید مدیریت دولتی در عصر حاضر با نظام اداری توسعه، نه تنها تفاوت نداشته بلکه نظام اداری توسعه می تواند نقش مهم و ارزنده ای را در دست یافتن به توسعه پایدار ایفاء کند.

کلیدواژه ها: توسعه پایدار، رویکرد مدیریت دولتی، نظام اداری توسعه، مدیریت نوین.

بررسی نقش زنان در بخش تولیدی ژاپن دوران رشد سریع (۱۹۵۰-۱۹۷۰)

مینا بقائی کرمانی

دانشجوی کارشناسی ارشد مطالعات ژاپن دانشگاه تهران

چکیده

دوران پسا جنگ برای ژاپن، دورانی پر از بحران‌های سیاسی و اقتصادی بود. کشور در منگنه اشغال نظامی و فشار برای دموکرات شدن در پی نگه داشتن باریکه‌های استقلال و قدرت می‌جنگید. در همین بحبوحه، اقتصاد ژاپن به وسیله‌ی بمباران‌های استراتژیک و محاصره‌ی دریایی در بحرانی عمیق گرفتار شده بود. تمامی این بحران‌ها در دوره‌ای موسوم به دوران بازسازی تا حدی برطرف شد و دهه‌ی ۱۹۵۰، شروعی جدید برای این کشور بود. اواسط دهه ۱۹۵۰ تا دهه ۱۹۷۰ را دوره‌ی رشد سریع می‌نامند. دوره‌ای که میانگین رشد واقعی تا ۱۰ درصد بالا رفت. این پژوهش با اتکا به این موضوع که ژاپن پس از جنگ در حال تجربه‌ی یکی از منحصر به فردترین گونه رشد اقتصادی دنیا بود قصد دارد به این پرسش پاسخ دهد که نقش زنان در بخش تولیدی اقتصاد ژاپن دوران رشد سریع چه بود؟ این پژوهش بر اساس مطالعات کتابخانه‌ای صورت گرفته است. نتایج حاکی از آن است که زنان در دوره‌ی پسا جنگ به واسطه‌ی بدست آوردن حقوق اقتصادی و فرهنگی دوره‌ی قبل و تحصیلات بالاتر موفق به کسب جایگاه‌های شغلی بالاتری شدند. در جهت عکس، تلاش‌های سیستماتیک دولت، شرکت‌ها و نهادهای آموزشی و وجود کلیشه‌های جنسیتی موانعی هستند که راه زنان برای رسیدن به شغل‌های بهتر و با موقعیت بهتر اقتصادی سد می‌کنند. شکاف درآمدی بالا میان زنان و مردان در این دوره ثابت می‌کند که صرف مشارکت زنان در بازار کار به معنای بهبود وضعیت زنان در اقتصاد نیست.

کلیدواژه‌ها: زنان، رشد سریع، تولید، نیروی کار، ژاپن.

تحلیل مدل مدیریت دانش با تکنیک مدل سازی ساختاری تفسیری در شرکت ایران خودرو

علی مرزبان عباس آبادی^۱، فاطمه یحیی تبار^۲، معصومه مرزبان عباس آبادی^۳

^۱ دانشجوی دکترای تخصصی مدیریت صنعتی، دانشگاه آزاد تبریز، کارشناس بخش معاونت بازاریابی و

فروش شرکت ایران خودرو، تهران، ایران.

^۲ مدرس دانشگاه، مازندران، ایران.

^۳ دانشجوی دکترای تخصصی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران.

چکیده

سازمان های دولتی و خصوصی و محیطی که این سازمان ها در آن به فعالیت مشغولند، شدیداً تغییر یافته اند. سازمان ها ناگزیرند برای سازگاری با محیط متغیر و پر از رقابت، در ساختار خود تجدید نظر کرده و بدین منظور بایستی در مقابل تغییرات محیط انعطاف پذیری بیشتری از خود نشان دهند و همچنین برای مدیریت سرمایه های دانشی خود به روش ها و فنون پیچیده تری نیاز دارند. هدف از پژوهش حاضر تحلیل مدل مدیریت دانش با تکنیک مدل سازی ساختاری تفسیری در شرکت ایران خودرو بوده است. روش تحقیق توصیفی-پیمایشی و در زمره تحقیقات کاربردی است. جامعه خبرگی این پژوهش ۱۲ نفر از خبرگان و مدیران بخش بازاریابی و فروش شرکت ایران خودرو بوده اند که پرسشنامه دلفی و مقایسات زوجی را تکمیل نموده اند. نتایج حاصل از تکنیک مدل سازی ساختاری تفسیری (ISM)، نشان داده که متغیرها در سه سطح شناسایی شده اند. در بالاترین سطح، مؤلفه های نگهداری دانش، بروزرسانی دانش و توانمندی افراد قرار گرفته است. مؤلفه های توسعه و انتقال، اشتراک و تبادل اطلاعات دانشی و بهره گیری و بکارگیری دانش در سطح دوم قرار گرفته اند. و در پایین ترین سطح، مؤلفه شناسایی و خلق، اکتساب و جذب دانش قرار دارد. در پایان نیز پیشنهاداتی از قبیل توسعه زیرساخت های فناوری برای پیاده سازی مدیریت دانش ارائه گردید.

کلیدواژه ها: مدیریت دانش، خلق دانش، انتقال دانش، بهره گیری و بکارگیری دانش، بروزرسانی دانش.

مروری بر روش های هوشمند کشف تقلب مالی با تأکید بر تکنیک های تشخیص ناهنجاری ها

رامین نعمتی^۱، مهدی علی نژاد ساروکلانی^۲

^۱ دانشجوی دکتری حسابداری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

^۲ استادیار گروه حسابداری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

چکیده

زیان های بزرگ ناشی از تقلب های مالی توجه مستمر دانشگاه ها، صنعت و سازمان های نظارتی را به خود جلب کرده است. نکته نگران کننده تر اینکه، همه گیری ویروس کرونا (کوئید ۱۹) به طور غیرمنتظره ای به سیستم مالی جهانی ضربه وارد می کند و استفاده از خدمات مالی دیجیتال را تسریع می کند، که چالش های جدیدی را در تشخیص مؤثر تقلب های مالی به همراه دارد. این مقاله یک مرور کلی از شیوه های هوشمند کشف تقلب مالی ارائه می دهد و ویژگی های جدید خطر تقلب ناشی از همه گیری را تجزیه و تحلیل کرده و توسعه انواع داده های مورد استفاده در روش های کشف تقلب را مرور می کند. تکامل روش ها در تشخیص تقلب مالی در دوران پس از همه گیری به طور خاص مورد بحث قرار می گیرند. در نهایت، برخی از چالش های کلیدی و جهت گیری های بالقوه برای ارائه اطلاعات الهام بخش در مورد تشخیص تقلب مالی هوشمند در آینده پیشنهاد شده اند.

کلیدواژه ها: کشف تقلب مالی، پاندمی کووید ۱۹، هوش مصنوعی، ناهنجاری.

بررسی تأثیر شیوه های مدیریت مالی بر کسب و کار و توسعه پایدار

فرشید احمدی فارسانی^{۱*}، زهرا فضل الهی دهکردی^۲

^۱استادیار حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

^۲کارشناس ارشد حسابداری، دانشگاه لرستان، ایران

چکیده

هدف اصلی از انجام این تحقیق بررسی تأثیر شیوه های مدیریت بر محیط کسب و کار و توسعه پایدار می باشد پژوهش حاضر از نظر هدف توصیفی _ارزشیابی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات مطالعه موردی مستندات علمی حوزه مورد مطالعه است و برای بررسی شاخص های مورد مطالعه از پرسشنامه استاندارد استفاده می - گردد جامعه آماری این پژوهش اساتید و دانشجویان و مهندسين حسابداری و مالی سراسر ایران است و حجم نمونه بر اساس جامعه نامحدود و فرمول کوکران و روش نمونه گیری رد دیترس به تعداد ۳۸۵ نفر انتخاب شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش همبستگی پیرسن و معادلات ساختاری در نرم افزار SPSS و smart pls استفاده می شود. در بررسی معنی داری ضرایب با توجه به نتایج ارایه شده در فصل چهارم و با توجه به جداول ارایه شده مقدار t از ۹۶/۱ بیشتر می باشد که نشان از صحت رابطه ی بین سازه ها و در نتیجه تایید فرضیه های پژوهش در سطح اطمینان ۹۵ درصد است با توجه به نتایج ضریب همبستگی نشان داده شد که میزان وابستگی بین متغیرها زیاد است و با توجه به این نتایج فرضیه های پژوهش مورد تایید قرار گرفت و این پژوهش مشخص کرد که شیوه های مدیریت مالی بر محیط کسب و کار و توسعه پایدار تأثیر دارد.

کلیدواژه ها : مدیریت مالی ، محیط کسب و کار ، توسعه پایدار.

بررسی و مقایسه روش اختیارات سرمایه گذاری و سایر روشهای بودجه بندی سرمایه ای از دیدگاه مسوولین مالی دستگاه های اجرایی کشور

فرشید احمدی فارسانی

استادیار حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

چکیده

هدف مقاله حاضر مقایسه سه روش اختیارات سرمایه گذاری، ارزش فعلی خالص و نرخ بازده حسابداری از دیدگاه مسوولین مالی دستگاههای اجرایی کشور در ارزیابی پروژه های اقتصادی می باشد. در این خصوص با استفاده از یک روش پیمایشی و میدانی در بین نمونه ای ۷۹ عضوی از مسوولین مالی دستگاههای اجرایی کشور، این موضوع مورد آزمون قرار گرفت که آیا روش اختیارات سرمایه گذاری نسبت به دو روش ارزش فعلی خالص و نرخ بازده حسابداری باعث کاهش در افزایش تعهدات می باشد ؟ از نتایج آزمون فرضیه های تحقیق می توان دریافت که بین هر کدام از سه روش اختیارات سرمایه گذاری، ارزش فعلی خالص و نرخ بازده حسابداری با کاهش در افزایش تعهدات ارتباط وجود دارد ولی در امتیاز بندی روشهای اختیارات سرمایه گذاری، ارزش فعلی خالص و نرخ بازده حسابداری نتایج تجزیه و تحلیل آماری بیانگر این است که روش اختیارات سرمایه گذاری که در مقیاس ۵ گزینه ای لیکرت مورد آزمون قرار گرفت، از کل امتیازات بالاترین امتیاز یعنی بیش از ۳٫۵ را اختصاص یافته به عبارت دیگر تا ۷۰٪ پاسخ ها روش اختیارات سرمایه گذاری را بر کاهش در افزایش تعهدات نسبت به روش ارزش فعلی خالص و نرخ بازده ترجیح دادند که نشان دهنده تاثیر بهتر روش اختیارات سرمایه گذاری بر کاهش در افزایش تعهدات نسبت به روش ارزش فعلی خالص و نرخ بازده حسابداری می باشد. نتایج آزمون فرضیه چهارم نیز بیانگر این است که روش اختیارات سرمایه گذاری نسبت به روش ارزش فعلی خالص و نرخ بازده حسابداری تاثیر بالاتری در کاهش در افزایش تعهدات دارند.

کلیدواژه ها : بودجه بندی سرمایه ای، روش اختیارات سرمایه گذاری، افزایش تعهدات، ارزش فعلی خالص، نرخ بازده حسابداری.

تدوین چارچوب حاکمیت شرکتی اسلامی برای بررسی عملکرد پایدار در بانک های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار

فرشید احمدی فارسانی^{۱*}، زهرا فضل الهی دهکردی^۲

^۱استادیار حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

^۲کارشناس ارشد حسابداری، دانشگاه لرستان، ایران

چکیده

حاکمیت شرکتی همسویی منافع بین مدیران و سهامداران و کاهش عدم تقارن اطلاعاتی است. بر این اساس چهاراصل شامل انصاف، شفافیت، پاسخگویی و مسئولیت پذیری معرف حاکمیت شرکتی مبتنی بر سهامداران و حفاظت از منافع سهامداران است. بر این اساس و با توجه به آنکه بانکهای ایران مبتنی بر شریعت اسلامی فعالیت میکنند، سطح استقرار حاکمیت شرکتی مبتنی بر سهامداران یا ذینفعان در پژوهش حاضر موردتوجه قرار گرفت. هدف پژوهش حاضر تدوین چارچوب حاکمیت شرکتی اسلامی برای بررسی عملکرد پایدار در بانک های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار بود بنابراین از نظر هدف توصیفی-پیمایشی و از نوع کاربردی بود. در این پژوهش از روش کتابخانه‌ای برای جمع‌آوری ادبیات تحقیق و همچنین روش میدانی برای جمع‌آوری داده‌های پژوهش استفاده شد. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش مدیران ارشد بانک های (دی، سینا، سرمایه) در استان چهارمحال و بختیاری با تعداد ۳۵۰ نفر بود. با استفاده از نمونه گیری نتایج پژوهش بررسی و تحلیل، بانک ها ایران به سه بانک (دی، سینا، سرمایه) در استان چهارمحال و بختیاری تقسیم و ۱۵۰ پرسشنامه بین مدیران بانک توزیع شد. به منظور توصیف یافته‌های پژوهش از نرم افزار spss21 برای تحلیل داده ها استفاده شد. نتایج نشان داد میزان توجه به عامل انصاف در حاکمیت شرکتی بر عملکرد پایدار در بانکداری اسلامی، کمتر از سطح متوسط و در سطح نامطلوبی قرار دارد، میزان توجه به شفافیت در حاکمیت شرکتی بر عملکرد پایدار در بانکداری اسلامی در این جامعه آماری معنی دار نمی باشد، میزان توجه به مولفه پاسخگویی در حاکمیت شرکتی بر عملکرد پایدار، در سطح متوسط و در سطح نسبتا مطلوبی قرار دارد و نهایتا میزان توجه به مولفه مسئولیت پذیری در حاکمیت شرکتی بر عملکرد پایدار، در سطح پایین تر از متوسط و در سطح نامطلوبی قرار دارد.

کلیدواژه ها: حاکمیت شرکتی، عملکرد پایدار، عملکرد مالی.

بررسی تأثیر قابلیت نوآوری بر عملکرد مالی با تبیین نقش میانجی تمرکز بر مشتری

مهدی دهقانی سلطانی^۱، فاطمه شمسی گوشکی^{۲*}

^۱استادیار گروه مدیریت دانشکده علوم اداری و اقتصاد دانشگاه ولی عصر (عج) رفسنجان

^۲کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی موسسه آموزش عالی فرهیختگان

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر قابلیت نوآوری بر عملکرد مالی با تبیین نقش میانجی تمرکز بر مشتری بوده، که از نظر هدف جزء تحقیقات کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده ها جزء تحقیقات توصیفی از نوع همبستگی می باشد. جامعه آماری در این پژوهش کارکنان شرکت های کوچک و متوسط در شهر کرمان می باشد که تعداد آن ها در سال ۱۴۰۱ تقریباً برابر با ۴۵۰ نفر است. با مشخص شدن حجم نمونه تعداد ۴۱۴ پرسشنامه در ۲۰۷ شرکت در میان مدیران و معاونین توزیع شد. جهت گردآوری داده ها از پرسشنامه استفاده گردید. داده های گردآوری شده با استفاده از نرم افزار SPSS19 و PLS و همچنین معادلات ساختاری در قالب روش های آمار توصیفی و آمار استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار خواهد گرفت. نتایج نشان داد که قابلیت های نوآوری بر عملکرد مالی تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین بین قابلیت های نوآوری و تمرکز بر مشتری نیز رابطه معناداری وجود دارد و بین تمرکز بر مشتری و عملکرد مالی نیز رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین نتایج تحقیق نشان داد که تمرکز بر مشتری رابطه بین قابلیت های نوآوری و عملکرد مالی میانجیگری می نماید.

کلیدواژه ها: قابلیت نوآوری، عملکرد مالی، تمرکز بر مشتری.

بررسی تاثیر سرمایه انسانی بر مزیت رقابتی و عملکرد بازاریابی باتوجه به متغیر میانجی قابلیت حسگری بازار و مدیریت برند در برترین آژانس های تبلیغاتی مستقر در شهر تهران

ندارحیمی سه گنبد^۱، سرکار خانم دکتر معصومه عربشاهی^۲، جناب آقای دکتر حسین

خالقی^۳

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران

^۲ استادیار گروه مدیریت، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران

^۳ استادیار گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

چکیده

در پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر سرمایه انسانی بر مزیت رقابتی و عملکرد بازاریابی باتوجه به متغیر میانجی قابلیت حسگری بازار و مدیریت برند در برترین آژانس های تبلیغاتی مستقر در تهران صورت پذیرفته است. پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی است و به روش توصیفی-پیمایشی اجرا شده و جامعه آماری پژوهش حاضر مدیران و کارکنان در برترین آژانس های تبلیغاتی مستقر در تهران هستند که بر اساس روش نمونه گیری غیرتصادفی سهمیه ای ۱۶۹ پرسش نامه توزیع و دریافت و مورد ارزیابی قرار گرفت. جهت جمع آوری اطلاعات در این تحقیق از ابزار پرسش نامه بهره گرفته شده است که روایی آن با تحلیل عاملی تاییدی، روایی واگرا و همگرا قابل تأیید و برای سنجش پایایی از آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شده است. آلفای به دست آمده ۹۳ درصد و مورد تأیید شد. به منظور تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS و نرم افزار SmartPLS از روش های آماری کالموگروف اسمیرنوف و تحلیل رگرسیون و مدلسازی معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج تحقیق مدل مفهومی ارائه شده را تأیید نمود و نتایج معادلات ساختاری نیز نشان داد سرمایه انسانی باتوجه به قابلیت حسگری بازار بر مزیت رقابتی تاثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین سرمایه انسانی باتوجه به قابلیت مدیریت برند بر مزیت رقابتی تاثیر مثبت و معناداری داشته؛ ولی قابلیت حسگری بازار بر مزیت رقابتی با توجه به متغیر تعدیلگر قابلیت بازاریابی پویا تاثیر مثبت و معناداری را نشان نداد. همچنین، قابلیت مدیریت برند بر مزیت رقابتی با توجه به متغیر تعدیلگر قابلیت بازاریابی پویا تاثیر مثبت و معناداری نداشته است.

کلیدواژه ها: سرمایه انسانی، مزیت رقابتی، قابلیت حسگری بازار، آژانس های تبلیغاتی.

ابزارهای تامین منابع مالی املاک و مستغلات و بررسی ایرانی و اسلامی آنها

سکینه محمدیاری

دانشجوی دکترای تخصصی مدیریت مالی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات، تهران

چکیده

املاک و مستغلات یکی از بخش های مهم هر اقتصادی است. در ایران نسبت به بسیاری از کشورهای دیگر، این بخش از وزن و اهمیت بالاتری برای اقتصاد کشور، مردم و دولت برخوردار است. جذابیت خبری آن چه در سطح سیاست گذاری و چه در سطح مردم بسیار بالا است و تحولات آن توسط تمامی مردم و فعالان اقتصادی به صورت پیوسته رصد می شود. در بررسی این بازار در شرایط کنونی، ریسک های تعیین کننده ای از نظرگاه بازیگران اصلی این بازار قابل تشخیص است. تحقیق پیش رو در ابتدا به تعیین، دسته بندی و ارزیابی این ریسک ها از دید خریداران، فروشندگان و مقام ناظر پرداخته است. دوره های رکود و رونق پیاپی ریسک های مختلفی را برای بازیگران این بازار رقم زده است. اصلی ترین ریسک های موجود در دوره رکود فعلی با توجه به ویژگی های خاص آن از قبیل چسبندگی قیمت به بالا و عدم امکان تجهیز مالی برای خریدار ملک عبارتند از: عدم امکان سرمایه گذاری با سرمایه های خرد، عدم امکان سرمایه گذاری در شاخصی که مستقیماً به بازار ملک مرتبط باشد و عدم پوشش ریسک جهش قیمتی در شرایط رونق بعدی، نبود یک ابزار سرمایه گذاری ملکی با ریسک و بازده متناسب با شرایط مشابه سایر دارایی های مالی و هزینه های مبادله. همچنین از دید سرمایه گذاران فعلی و سازندگان در بازار ملک مجموعه ای از ریسک ها در شرایط رکود قابل احصا است: رکود بالا، فشار عرضه و پیش گرفتن عرضه حتی بر تقاضای بالقوه، نقدشوندگی بسیار پایین املاک، عدم امکان استفاده از شرایط رکود برای ساخت واحدهای کم هزینه تر و استفاده از شرایط رونق آتی بدلیل قفل بودن دارایی، نبود سپر تورمی در ملک به طرز استثنائی در شرایط رکودی موجود. از دید سیاستگذار هم ریسک های اصلی قابل تشریح است: عدم تعادل عرضه و تقاضا، عدم شفافیت اطلاعاتی و مالیاتی، نحوه و زمان کاهش حباب در بازار ملک.

کلید واژه ها: تامین منابع مالی، املاک و مستغلات، ایرانی و اسلامی.

توسعه نهادی و پیچیدگی اقتصادی در کشورهای صادرکننده نفت

زهرا بان

کارشناس ارشد اقتصاد انرژی دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی دانشگاه الزهرا

چکیده

امروزه روش های پیچیدگی اقتصادی به ابزارهای رایج در جغرافیای اقتصادی، توسعه بین المللی و مطالعات نوآوری تبدیل شده اند به طوری که نقش مهمی در تبیین و آشکارسازی حقایق نهفته در تفاوت رشد اقتصادی در میان کشورهای فقیر و غنی داشته اند و شناسایی آنها می تواند به عنوان موتور محرکه رشد اقتصادی باشد. لذا با توجه به چنین ضرورتی هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر توسعه نهادی بر پیچیدگی اقتصادی کشورهای تولیدکننده نفت می باشد. برای این منظور با به کارگیری داده های پانلی طی یک دوره ۲۲ ساله (۲۰۰۰-۲۰۲۱) برای ۱۲ کشور نفت خیز اقدام به برآورد مدل به روش خودتوضیحی با وقفه های گسترده پنل (Panel ARDL) نموده شد. نتایج پژوهش نشان داد که توسعه نهادی، لگاریتم تولید ناخالص داخلی و درجه باز بودن تجاری اثر مثبت و معناداری بر روی شاخص پیچیدگی اقتصادی می گذارد. میزان دسترسی به اینترنت اثر منفی و معناداری بر روی شاخص پیچیدگی اقتصادی می گذارد. لگاریتم تکنولوژی و میزان تحصیلات اثری بی معنا بر روی شاخص پیچیدگی اقتصادی گذاشته اند.

کلیدواژه ها: شاخص پیچیدگی اقتصادی، توسعه نهادی، Panel ARDL.

ارزیابی ریسک سرمایه گذاری رمز ارز تتر در ایران با استفاده از روش SWOT

علیرضا شهرکی^۱، امیرحسین فیروزی^۲

^۱دانشیار گروه مهندسی صنایع، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران

^۲دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی صنایع، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران

چکیده

زمینه و هدف: افراد زیادی هستند که برای حفظ ارزش سرمایه های خود دارای مشکل هستند. ما سعی داشتیم به صورت واضح و ساده یک راه برای سرمایه گذاری به این افراد معرفی کنیم. بخصوص افرادی که با سرمایه کم قدرت انتخاب زیادی ندارند و از بازار کریپتوکارنسی اطلاعات کمی دارند. مواد و روش ها: در این تحقیق از روش SWOT استفاده کردیم. روش SWOT فرایندی برای برنامه ریزی است که به فعالیت ما کمک می کند بر مشکلات غلبه کنیم و به عوامل مهم برای رسیدن موفقیت در فعالیت های آینده آماده میشویم. سپس آن ها را جهت بهبود مورد آنالیز SWOT قرار دادیم و وزن دهی کردیم. یافته ها: طی پرسش نامه هایی که بین جامعه مورد نظر خود توزیع کردیم و پاسخ هایی که در جداول نهم و دهم قرار دادم اطلاعاتی به دست آوردم که اکثر آنها متوجه خود کاربران بود. نتیجه گیری: با توجه به جداول نهم و دهم نتایج را به صورت پیشنهاداتی برای کاربران و دولت ها قرار دادیم و راه های مقابله با مهمترین ریسک ها را به صورت ساده بیان کردم. می توان گفت تتر به خودی خود نمیتواند ریسک بالایی داشته باشد اما عوامل مرتبط با آن از جمله هک و در دسترس قرار گرفتن کیف پول عامل اصلی از بین رفتن سرمایه است.

کلیدواژه ها: ارزیابی ریسک، سرمایه گذاری، تتر، بهینه سازی، روش SWOT.

بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی شرکت در قبال ذینفعان و مدیریت محیطی بر رقابت شرکتی با تاثیر میانجی نوآوری سازمانی در بانک شهر شمالغرب کشور

امین حسن نژاد

کارشناسی ارشد حسابداری

چکیده

هدف از این تحقیق بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی شرکت در قبال ذینفعان و مدیریت محیطی بر رقابت شرکتی با تاثیر میانجی نوآوری سازمانی در بانک شهر شمالغرب کشور می باشد. روش پژوهش از نوع توصیفی هم بستگی است. ابزار جمع اوری داده های تحقیق پرسشنامه می باشد و روایی آن با نظرات اساتید تایید شد و آلفای کرونباخ برای تمامی متغیرها بالاتر از ۰٫۷ شد. گفتنی است که جامعه آماری این تحقیق تحقیق کارکنان شعب بانک شهر شمالغرب کشور می باشد که شامل استان های اردبیل، آذربایجان شرقی و آذربایجان غربی می باشد و در کل تعداد جامعه آماری ۳۶۰ نفر می باشد. بر اساس جدول مورگان تعداد نمونه آماری ۱۸۶ نفر می باشد. لازم به ذکر است که روش نمونه گیری نیز، تصادفی ساده بود. در تجزیه و تحلیل داده ها از روش معادلات ساختاری از طریق نرم افزار SMART-PLS استفاده شد. نتایج بدست آمده نشان داد. مسئولیت اجتماعی برای ذی نفعان داخلی و خارجی تاثیر معناداری بر رقابت سازمانی دارد. مدیریت محیطی تاثیر معناداری بر رقابت سازمانی دارد. نوآوری سازمانی به ترتیب نقش میانجی در رابطه بین مسئولیت اجتماعی برای ذی نفعان داخلی و رقابت سازمانی و همچنین بین مسئولیت اجتماعی برای ذی نفعان خارجی و رقابت سازمانی دارد. همچنین نوآوری سازمانی نقش میانجی در رابطه بین مدیریت محیطی و رقابت سازمانی دارد.

کلیدواژه ها : مسئولیت اجتماعی شرکت در قبال ذینفعان، مدیریت محیطی، رقابت شرکتی، نوآوری سازمانی

پیامدهای نامتقارن شوک هزینه های دولت بر چرخه مالی کشور با بهره گیری از مدل رژیم مارکوف

محمد وزیری^۱، بیژن صفوی^۲

^۱ دانشجوی دکتری دانشکده اقتصاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

^۲ استادیار دانشکده اقتصاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

چکیده

هزینه های دولت و نحوه ی مدیریت آنها برای کاهش تاثیر گذاری بر چرخه مالی کشور، از دغدغه های کارشناسان اقتصادی دولت و تحلیلگران بوده است. در این پژوهش که از داده های دوره ی زمانی ۱۳۶۳ الی ۱۳۹۹ استفاده شد، از مدل برازش مارکوف برای تخمین مدل استفاده شده و نتیجه گیری شد که مقدار عرض از مبدأ در رژیم اول ۰/۰۹ و در رژیم دوم ۰/۷۶ می باشد رژیم اول نماینده دوران رونق و رژیم دوم نماینده دوران رکود می باشد. واریانس اجزاء اخلاص مربوط به رژیم اول برابر ۰/۰۵ و در رژیم دوم ۱/۰۱ می باشد. این اعداد بیانگر این مطلب بودند که رژیم اول (دوران رونق) دارای نوسان کمتری در تحقیق حاضر نسبت به رژیم دوم (دوران رکود) می باشد.

کلیدواژه ها: شوک هزینه های دولت، چرخه مالی دولت، مدل رژیم مارکوف.

بررسی اثر تعدیلگری ارزش ویژه برند بر رابطه نوآوری خدمات با رضایت مشتری و عملکرد در موسسه اعتباری ملل

ابراهیم یزدانی^۱، حسینعلی بهرام زاده^۲

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی موسسه آموزش عالی حکیمان بجنورد

^۲ استادیار گروه مدیریت بازرگانی موسسه آموزش عالی حکیمان بجنورد

چکیده

امروزه شرکت هایی موفق هستند که رضایت بیشتری در مشتریان خود ایجاد نمایند و عملکرد بهتری در مقایسه با رقبای خود نمایند. به این منظور عواملی که منجر به رسیدن به این هدف می شود از اهمیت زیادی برخوردار است این تحقیق با هدف اصلی بررسی اثر تعدیلگری ارزش ویژه برند بر رابطه نوآوری خدمات با رضایت مشتری و عملکرد در موسسه مالی اعتباری ملل استان خراسان شمالی صورت گرفته است. هدف این تحقیق از نوع کاربردی و روش پژوهش توصیفی - پیمایشی می باشد. تعداد نمونه های این تحقیق شامل ۳۸۸ شخص حقیقی و حقوقی بوده که از مشتریان موسسه ملل در استان خراسان شمالی می باشند. برای دستیابی به این مهم، مفاهیم مرتبط با عنوان و پرسشنامه استاندارد بکار گرفته شده است. تجزیه و تحلیل داده ها نیز با استفاده از مدل یابی معادلات ساختاری و روش حداقل مربعات جزئی انجام شد. نتایج این پژوهش نشان می دهد که ارزش ویژه برند، در رابطه نوآوری خدمات با رضایت مشتری و عملکرد موسسه ملل نقش تعدیلگری دارد. همچنین اثر مستقیم نوآوری خدمات بر رضایت مشتری و عملکرد مورد تایید واقع شده است.

کلیدواژه ها: نوآوری خدمات، ارزش ویژه برند، رضایت مشتری، عملکرد، موسسه اعتباری ملل.

بررسی نقش گردشگری غذایی در توسعه پایدار مقاصد گردشگری با تمرکز بر بازاریابی و توسعه اقتصادی (مطالعه موردی: شرق گیلان)

سهیلا صالح پور^۱، غلامرضا شجاع طلب^۲

^۱ کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

^۲ رئیس مؤسسه آموزش عالی کوشیار (غیرانتفاعی غیردولتی)

چکیده

گردشگری در چند دهه اخیر توسعه رو به رشدی داشته و انواع متنوعی دارد. کشور ایران با قدمت ۴۰۰۰ ساله و با توجه به شرایط اقلیمی، طبیعی، فرهنگی و جغرافیایی خود توانسته از لحاظ غذایی الگوی متنوعی داشته باشد. امروزه گردشگری غذا با توجه به فواید زیادی که دارد مورد توجه همگان قرار گرفته و از اهداف پرتعداد و پر درآمد در کشورهای توسعه یافته در امر گردشگری به حساب آمده است. در کشور ما غذاهای بومی به دلیل تازگی و بدون استفاده از نگهدارنده همیشه مورد توجه اهالی بومی و گردشگران می باشد و میتواند باعث جذب گردشگر و درآمدزایی برای اهالی بومی باشد. در تحقیق پیش رو به بررسی نقش گردشگری غذایی در توسعه پایدار مقاصد گردشگری با تمرکز بر بازاریابی و توسعه اقتصادی (مطالعه موردی: شرق گیلان) پرداخته شده و ابزار جمع آوری داده ها در این پژوهش پرسشنامه می باشد که از طریق طیف لیکرت نمره دهی شده است و پایایی آن از طریق آلفا کرونباخ سنجیده شد. برای سنجش متغیر توسعه پایدار گردشگری، از پرسشنامه استاندارد سازی شده و محقق ساخته ۲۱ سوالی و متغیر گردشگری غذایی، از پرسشنامه استاندارد سازی شده با چهار مولفه (محصول، توزیع، قیمت و ترفیع) استفاده گردیده است. روش پژوهش حاضر، تحلیل توصیفی داده های پژوهش و تحلیل استنباطی می باشد که با استفاده از آزمون های تی-استیودنت و فریدمن (به وسیله نرم افزار SPSS22)، مورد سنجش قرار گرفت. نتایج تحقیق نشان داد که گردشگری غذایی بر توسعه پایدار تاثیر مثبت و معنا داری دارد. همچنین، مهمترین عامل موثر بر توسعه پایدار گردشگری غذا عامل تبلیغات و اطلاع رسانی در مورد رستوران ها و محصولات غذایی خاص بومی از طریق رسانه های عمومی، جراید، کتابچه راهنما، وبسایت های اینترنتی بوده و کم اهمیت ترین عامل موثر بر توسعه پایدار گردشگری غذا نیز شاخص برگزاری کلاس هایی برای ارتقا جامعه محلی بمنظور آموزش نحوه تعامل با گردشگران غذا بوده است.

کلیدواژه ها: گردشگری غذایی، توسعه پایدار، توسعه اقتصادی، بازاریابی.

بررسی تاثیر نظام الکترونیکی در جلوگیری از فرار مالیاتی (مورد مطالعه: استان ایلام)

بهزاد رستمی

دانشجوی ارشد رشته مدیریت منابع انسانی دانشگاه آزاد ایلام

چکیده

در سده های اخیر دامنه وظایف دولت به شکل های گوناگون گسترش یافته و به زعم اجرای برنامه های خصوصی سازی، کماکان هزینه های دولت به مقیاس بی سابقه افزون یافته و در نتیجه نیاز به منابع عظیم مالی دارد. از بین این منابع، مالیات در جهان امروز نقش اصلی را ایفا می کند. با توجه به پیشرفت فناوری اطلاعات در زندگی روزمره و نیاز به هماهنگی سازی امور روزمره با آن، لذا امور مالیاتی هم نباید از این قافله جا مانده و باید در راستای پیوستن به جامعه الکترونیکی و دولت الکترونیک، اقدامات لازم را انجام دهد. بنابراین هدف از انجام این تحقیق بررسی نقش نظام الکترونیکی در جلوگیری از فرار مالیاتی در استان ایلام می باشد. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر ارتباط متغیرها از نوع علی می باشد. جامعه آماری این پژوهش تمامی مدیران و کارکنان و سرپرستان واحدهای مختلف در سطوح مختلف سازمانی در اداره امور مالیاتی استان ایلام به تعداد ۱۶۲ نفر می باشد که ۱۱۴ نفر با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. به منظور آزمون فرضیه ها از آزمون t تک نمونه ای استفاده شد. نتایج نشان داد عوامل فنی، عوامل مدیریتی، عوامل فرهنگی و اجتماعی و عوامل قانونی و حقوقی تاثیر مثبت و معناداری و تنها از کمبود و ابهام قوانین و مقررات موجود، فرایند های پیچیده کاری در زمینه پیاده سازی نظام مالیات الکترونیکی و سلطه دولت بر فضای مجازی در زمینه پیاده سازی نظام مالیات الکترونیکی جزء عوامل قانونی و حقوقی از موانع تاثیر گذاری نظام مالیات الکترونیکی بر جلوگیری از فرار مالیاتی هستند.

کلیدواژه ها: نظام الکترونیکی، فرار مالیاتی، استان ایلام.

بررسی چالش ها و فرصت های صدور ضمانت نامه های بانکی مبتنی بر ماتریس SWOT

محمد همتی جوانمرد^۱، مهدی همتی^۲، عزت اله غلامی^۳

^۱ دانشجوی دکتری جرم یابی و محقق در مدیریت راهبردی

^۲ دکتری حقوق خصوصی و دکتر مدیریت کسب و کار DBA

^۳ دانشجوی دکتری مدیریت پیشگیری از جرم

چکیده

ضمانت نامه بانکی سندی که به درخواست ضمانتخواه (متقاضی) و پس از انعقاد قرارداد با وی، توسط بانک صادر می شود و به موجب آن بانک متعهد می شود به محض اعلام و مطالبه ذینفع، طبق متن ضمانت نامه، وجه آن را به وی پرداخت نماید. در بسیاری از فعالیت های اقتصادی نقش ضمانت نامه های بانکی در تسهیل امور اقتصادی و مالی بسیار مهم بوده و صدور این ضمانت نامه ها در جذب مشتریان وفادار و اشخاصی که حجم زیادی از نقدینگی را به بانک می آورند، اساسی است. لیکن همانند بسیاری از امور بانکی این موضوع دارای چالش های و فرصت هایی است که شناسایی این عوامل می تواند تصمیم گیری بهتری در رابطه با روش های جاری و اصلاح دستور العمل ها و قوانین را در پی داشته باشد و از طرفی در خصوص برنامه ریزی و تعیین راهبرد بانک ها نیز می تواند کمک به سزایی نماید. در این پژوهش که از محیط بانک های سپه شعب شهر مشهد و استفاده از نظرات خبرگان شاغل در این بانک استفاده شده است، سعی شده نسبت به شناسایی عوامل درونی و بیرونی مفید و تهدید کننده بانک با استفاده از تکنیک SWOT اقدام و راهبردهایی نیز با استفاده از شیوه های علمی ارائه گردد.

کلیدواژه ها: ضمانت نامه بانکی، چالش، فرصت، SWOT

آموزش و پرورش و توسعه اقتصادی

نرگس شریفی

کارشناس ارشد علوم اقتصادی، معلم آموزش و پرورش شهرستان نورآباد دلفان

چکیده

آموزش و پرورش از جمله مهمترین نهادهای هر کشور است، با توجه به اینکه آموزش و پرورش از جمله نیازهای بنیادی دولت‌ها است. آموزش و پرورش زمینه های رشد و بهره‌وری را ایجاد می‌کند. این پژوهش با هدف مطالعه آموزش و تاثیر بر توسعه و رشد اقتصادی با روش اسنادی و کتابخانه‌ای مورد بررسی قرار گرفته است و به این نتیجه رسیده ایم که آموزش و پرورش با افزایش مهارت و بهره‌وری دانش‌آموزان به رشد و توسعه اقتصادی کشورها کمک می‌کند.

کلید واژه ها: نیروی انسانی، توسعه اقتصادی، رشد اقتصادی، آموزش و پرورش.

توسعه اقتصادی و کارآفرینی

نرگس شریفی

کارشناس ارشد علوم اقتصادی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

چکیده

کارآفرینی از محورهای اصلی و اساسی رشد و توسعه در هر کشوری می باشد به طوری که آن را موتور توسعه اقتصادی می دانند، تجربه کشورهای دارای درآمد ملی بالا نشان می دهد که یکی از دلایل موفقیت آنها این است که مدیران این کشورها به نقش و اهمیت کارآفرینی در پیشرفت و توسعه کشور پی برده اند. کارآفرینی مزایایی دارد که از جمله آنها می توان به تسهیل بازاریابی محصولات، ایجاد اشتغال، افزایش سود و سرمایه سرمایه گذاران، تامین رفاه اجتماعی، افزایش صادرات، دریافت ارز و... اشاره کرد. کارآفرینی از فعالیت های است که می تواند برطرف کننده بسیاری از چالش های اقتصادی باشد. کارآفرینی نیازمند برنامه ریزی برای شناسایی عوامل کلیدی تاثیرگذار در توسعه کارآفرینانه است برای تقویت هرچه بیشتر کارآفرینی مطالعه عوامل تاثیرگذار بر کارآفرینی اهمیت فراوانی دارد پس هدف تحقیق حاضر بیان توسعه و معرفی عوامل موثر بر آن و به صورت ویژه کارآفرینی است. در این پژوهش با استفاده از روش کتابخانه ای به مطالعه تعریف کارآفرینی، توسعه و عوامل موثر بر توسعه و کارآفرینی پرداخته شده است و به این نتیجه رسیدیم که عوامل زیادی بر توسعه اقتصادی دارد اما مهمترین عامل کارآفرینی می باشد که خود تحت تاثیر عواملی می باشد.

کلیدواژه ها: کارآفرین، کارآفرینی، کسب درآمد، رفاه، توسعه.

استفاده از واقعیت مجازی در مقاصد گردشگری به عنوان ابزاری برای توسعه دیدگاه رفتار توریستی – ارائه یک مدل مفهومی

علی اکبر حدادی هرندی^۱، مریم خزائی^۲، صفیه خزائی^۳

چکیده

نقش فناوری های جدید در گردشگری به سرعت در حال تغییر است که منجر به توسعه روابط با مشتری از طریق استفاده از واقعیت مجازی در بازاریابی مقاصد گردشگری می شود. انتظار می رود علاوه بر تمرکز بر تأثیر اهداف سفر که تاکنون در عمل غالب شده است، استفاده از واقعیت مجازی بر تجربه سفر در محل تأثیر بگذارد. هدف مطالعه تعیین تأثیر امید به تلاش، انتظارات عملکرد، شرایط تسهیل کننده و تأثیر اجتماعی بر پذیرش فناوری واقعیت مجازی توسط گردشگران می باشد. جامعه آماری این مطالعه میان گردشگرانی هستند که از اپلیکیشن ها و برنامه های مختلف تلفن همراه برای سفرهای گردشگری خود استفاده می کنند. جهت جمع آوری داده ها از پرسش نامه ساختار یافته و برگرفته از اونچیو و همکاران (۲۰۲۲) استفاده می شود. جهت تعیین پایایی پرسش نامه از کرونباخ آلفا، پایایی ترکیبی و بار عاملی استفاده می شود. همچنین، جهت تعیین روایی؛ از روایی منطقی (صوری و محتوایی) و سازه (همگرا و واگرا) استفاده می گردد. در نهایت برای آزمون فرضیه ها از مدل معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی و نرم افزار اسمارت پی ال اس استفاده می گردد..

کلیدواژه ها: تأثیر اجتماعی، امید به تلاش، انتظارات عملکرد، شرایط تسهیل کننده، پذیرش فناوری واقعیت مجازی.

بررسی نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات بر مدیریت زنجیره تامین

اسفندیار محمدی

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی گرایش رفتار سازمانی دانشگاه ایلام

چکیده

فناوری به یک ضرورت در زندگی بشر تبدیل شده است، در حالی که فناوری زنجیره تامین به یک نیاز در عملیات تجاری مؤثر تبدیل شده است. هدف اصلی این مقاله بررسی رابطه بین شیوه های مدیریت زنجیره تامین، قابلیت های فناوری اطلاعات، پذیرش فناوری زنجیره تامین و عملکرد تامین شرکت بود. علاوه بر فعالیت های تجاری، به شدت بر عملکردهای فناورانه برای ارائه واسطه قابل اعتماد برای انتقال اطلاعات با کیفیت بالا متکی است. بنابراین در صنعت، فناوری زنجیره تامین حتی بیش از هر زمان دیگری مهم خواهد بود. زنجیره تامین در اصل چیزی جز مجموعه ای از تعدادی شرکت که برای مهیا کردن یک خدمت یا محصول به یکدیگر پیوسته اند و مشارکت دارند نیست و این مجموعه، جهت انجام فعالیت های موجود، نیازمند ارتباط اطلاعاتی است و با اینکه ارتباط بین شرکت ها مساله جدیدی نیست، اما ایجاد این ارتباط از طریق فناوری اطلاعات و شناخت سیستم های لازم برای تبادل اطلاعات مسئله ای حیاتی است و فراگرفتن فناوری اطلاعات می تواند منجر به بهبود و پیشرفت کارآیی و توسعه تمام مجموعه زنجیره گردد. با توجه به ضرورت اطلاعات در زنجیره تامین، می توان نتیجه گرفت که دلیل بخش عمده ای از نا کارآمدیهای موجود در زنجیره تامین، عدم دقت و درستی اطلاعات و کافی بودن سیستم های اطلاعاتی که تهیه و پردازش اطلاعات را برعهده دارند می باشد.

کلیدواژه ها: مدیریت زنجیره تامین، فناوری اطلاعات و ارتباطات، سازمان ها و شرکت ها، قابلیت فناوری، عملکرد سازمان.

تشریح متدولوژی برخی از برترین الگوهای مطرح تجزیه و تحلیل و ارزشیابی مشاغل در سطح بین الملل (تاووز واتسن - مرسر - هی گروپ (کورن فری) - اونت)

علیرضا مهدی نیا^{۱*}، علی دین پرست صوفیانی^۲

^۱رئیس امور مدیریت مشاغل سازمان اداری و استخدامی کشور

^۲دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی دانشگاه تهران

چکیده

در این مقاله سعی شده است به طور خلاصه، مفید و با ادبیاتی ساده، دستاوردهای مرتبط در حوزه تجزیه و تحلیل مشاغل و ارزشیابی آن مبتنی بر الگوهای مطرح به تصویر کشیده شود. بی شک منابع انسانی که ارزشمندترین سرمایه هر سازمانی است بایستی با بهره گیری از الگوهای مناسب ارزشیابی مشاغل، این منابع ارزشمند را به بهینه ترین حالت ممکن سوق دهیم. چراکه ارزشیابی مشاغل سنگ بنای تمامی اقدامات منابع انسانی اعم از خرده سیستم برنامه ریزی منابع انسانی، کارمندیابی و گزینش، جامعه پذیری، آموزش و توسعه منابع انسانی، و مدیریت عملکرد و... بخصوص حقوق و دستمزد و جبران خدمات، همگی به این مقوله مهم گره زده شده است. از این رو موضوع ارزشیابی مشاغل در منابع انسانی بسیار حائز اهمیت بوده؛ من الجمله از اساسی ترین کاربردهای آن می توان در گریدینگ شغلی، ساختار منصفانه پرداخت، کارراهه یا مسیر شغلی، شناسایی شکاف های ساختاری، به حداقل رساندن رویکرد قضاوتی و امکان تصمیم گیری منطقی، منسجم و شفاف در مورد نقش ها، انتخاب کاندیدای مناسب برای شغل و جانشین پروری و بهره جست.

کلیدواژه ها: ارزشیابی مشاغل، عامل (سنجه)، گرید، درجه.

تأثیر سازمانهای یادگیرنده بر عملکرد کارکنان با تأکید بر رویکرد ارتباطات شبکه ای

الهه حسنی^۱، پروانه گلرد^۲، ناصر آزاد^۳

^۱ دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران

^۲ دانشیار گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران

^۳ استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران

چکیده

زمینه: سازمان یادگیرنده با ایجاد ساختار گروه محور، تیم مدار و منعطف، امکان جریان یافتن یادگیری مؤثر و مفید را فراهم کرده که ثمره این یادگیری خلق دانش، افزایش آن و در نتیجه رشد، توسعه سازگاری بهتر و موفق تر با محیط متغیر خواهد بود. سازمان یادگیرنده، محل جریان یافتن یادگیری سازمانی است. هدف: در این پژوهش، تلاش شد که پیرامون بررسی تأثیر سازمانهای یادگیرنده بر عملکرد کارکنان با تأکید بر رویکرد ارتباطات شبکه ای در شرکت ذوب آهن اصفهان، شناخت کسب شود و براساس چارچوب و مدل مفهومی مورد نظر مورد تحلیل قرار گرفته است. این پژوهش دارای سه فرضیه اصلی است. روش شناسی: جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مدیران و کارکنان شرکت ذوب آهن اصفهان (ستادی) که تعداد آنان ۳۰۰ نفر می باشند. نمونه گیری در این پژوهش تصادفی طبقه ای است. حجم نمونه نیز ۱۱۸ نفر برآورد گردیده است. همچنین در این پژوهش جهت گردآوری اطلاعات از سه پرسشنامه استفاده شده است که روایی آن مورد تایید کارشناسان و پایایی آن با روش آلفای کرونباخ ۰/۸۱ مورد تایید قرار گرفته است. جهت تجزیه تحلیل داده ها از نرم افزار اس پی اس و اسمارت پی ال سی استفاده شده است که تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده از طریق پرسشنامه، در دو سطح تجزیه و تحلیل توصیفی، و تجزیه و تحلیل استنباطی، انجام گرفته است. یافته ها: طبق نتایج بدست آمده از تحلیل های آماری سازمانهای یادگیرنده بر عملکرد کارکنان تأثیر گذار است. سازمانهای یادگیرنده بر رویکرد ارتباطات شبکه ای تأثیر گذار است. رویکرد ارتباطات شبکه ای بر عملکرد کارکنان سازمان تأثیر گذار است.

کلیدواژه ها: سازمانهای یادگیرنده، رویکرد ارتباطات شبکه ای، عملکرد کارکنان.

پدیدار شناسی فرصت‌ها و چالش‌های آموزش مجازی از دیدگاه مدیران مدارس ابتدایی

دکتر علی عسکری^۱، مریم محمدزاده^۲

^۱ دانشیار، دانشگاه بیرجند

^۲ کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشگاه بیرجند

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی چالش‌ها و فرصت‌های آموزش مجازی از دیدگاه مدیران مدارس ابتدایی شهرستان رشتخوار انجام شد. روش پژوهش حاضر، روش پدیدارشناسی توصیفی به روش تحلیل کلایزی بود. بدین منظور از جامعه مورد نظر که کلیه مدیران مدارس ابتدایی شهرستان رشتخوار و بخش‌های تابعه در سال تحصیلی ۱۴۰۱-۱۴۰۰؛ که بیست و یک نفر بودند با همه جهت مصاحبه اقدام شد که در نهایت با هفده مصاحبه به اشباع داده رسیده شد. نتایج بررسی نشان داد که: ۱. چالش‌های آموزش در فضای مجازی از دیدگاه مدیران مدارس ابتدایی، پس از انجام مصاحبه‌های انجام شده گروه نمونه، در بخش کد گذاری باز، ۴۹ کد باز که در ۴ سطح انتخابی چالش‌های مرتبط به سیستم (فراهم نبودن زیرساخت‌ها، نبود امکانات مالی، نبود نظارت دقیق و...)، معلم (نبود حریم و چهارچوب کلاس، نبود تخصص تدریس در فضای مجازی، سخت بودن آموزش مجازی برای دروس دوره ابتدایی و...)، دانش آموزان (عدم آشنایی با فضای مجازی، عدم ارتباط چهره‌ای با معلم و هم کلاسی، کم شدن ارتباط عاطفی و...) و اولیا (عدم آشنایی با فضای مجازی، توان مالی ضعیف برای تهیه گوشی و امکانات آموزش مجازی، نیاز به همکاری در جریان آموزش و...) دسته‌بندی شدند. ۲. فرصت‌های آموزش در فضای مجازی از دیدگاه مدیران مدارس ابتدایی، پس از انجام مصاحبه‌های انجام شده گروه نمونه، در بخش کد گذاری باز، ۴۲ کد باز که در ۴ سطح انتخابی فرصت‌های مرتبط به سیستم (کاهش هزینه‌ها، همکاری بیشتر سازمان‌ها و وزارت خانه‌های دیگر، عدم تعطیلی آموزش در زمان بحران و...)، معلم (همکاری و تعامل بیشتر بین معلمان، مدیریت بهتر برای زمان برگزاری کلاس، بالا رفتن سطح دانش و...)، دانش آموزان (بالا رفتن سواد رسانه‌ای، مدیریت بهتر در زمان، بالا رفتن مسولیت پذیری و...) و اولیا (اشراف و اطلاع بیشتر از وضعیت تحصیلی فرزند، کاهش هزینه‌ها، تعامل بیشتر و راحت‌تر با معلمان و...) دسته‌بندی شدند.

کلید واژه‌ها: آموزش در فضای مجازی، پدیدار شناسی، دوره ابتدایی.

تهدید موانع کارآفرینی در ایران (و تدابیر خلق فرصت از آن)

ناصر فاتحی بستان آباد^۱، محمدرضا محمد علیها^۲، مهسا رضایی^۳

^۱دانشجوی کارشناسی ارشد کارآفرینی علم و صنعت

^۲دانشیار و مدرس کارآفرینی دانشگاه علم و صنعت

^۳دانشجوی کارشناسی ارشد کارآفرینی علم و صنعت

چکیده

کارآفرینی یکی از مهمترین عوامل رشد و توسعه اقتصادی کشور هاست و ایران نیز از این قاعده مستثنی نمی باشد. مکانیسم کارآفرینی و اثرات آن بر عملکرد کشور ایران به نحوی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. در این مقاله پس از معرفی کارآفرینی و بیان ویژگی های یک کارآفرین خوب، به بررسی موانع کارآفرینی جامع که تمامی کسب و کارها و کارآفرینان با آنها مواجه هستند پرداخته خواهد شد و همچنین برای هر مانع راهکارهای مناسب و کاربردی مطرح شده است تا مسیر موفقیت افراد در این حوزه هموار شود. پراکنده بودن مطالعات انجام شده در این موضوع اهمیت و لزوم پژوهش را اثبات می نماید. روش پژوهشی این مقاله آمیخته (کمی و کیفی) می باشد به این صورت که کیفی دو نوع مانع شخصی و محیطی دسته بندی می شود و از لحاظ کمی نیز با مطالعه جامعه ایران و دیده بان جهانی آمارهای کمی مناسبی قابل ارائه است. طبق دستاورد های آمار جهانی، جایگاه ایران در کارآفرینی در سال ۱۴۰۰ (۲۰۲۰)، در بین چهل و هفت کشور بر حسب شاخص کارآفرینی نوپا (با نرخ ۸/۸٪) در جایگاه سی و دوم قرار داد که نسبت به سال ۱۳۹۹ (با نرخ ۱۰/۷٪) شش رتبه کاهش داشته است. راهکارهای پژوهش برای موانع شخصی با عناوین شور و شوق و آگاهی و امثال آن و برای موانع محیطی همکاری و رقابت، اصلاح نظام آموزشی و اقتصاد مقاومتی در جهت خنثی نمودن تحریم ها و امثال آن تشریح می شوند.

کلیدواژه ها: کارآفرینی، کسب و کار، اقتصاد.

مروری بر مدیریت برند و تاثیر آن بر بهبود عملکرد سازمان

محمد علی سلیمانی

دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت، گروه مدیریت و حسابداری، رشت، ایران

چکیده

بیش از چند دهه از معرفی مباحث برند و مدیریت آن و توجه روزافزون مدیران و بازاریابان سازمانها به آن نمی گذرد. مطالعات و تحقیقات زیادی در این زمینه صورت گرفته است که نقش و تأثیرات این بخش از علم بازاریابی را بر عملکرد، سطح سودآوری و ارزش کسب و کار برای ذینفعان را مورد تأکید قرار داده است (کلر و لهما، ۲۰۰۶). در بسیاری از سازمانها، امروزه نامهای تجاری و ایجاد برند در زمره اصلی ترین سرمایه های سازمانی به شمار می آید. نام تجاری (برند) این امکان را به مصرف کنندگان محصولات می دهد تا میان تعداد زیادی از محصولات و خدمات که در بازار عرضه شده است تمایز قائل شوند. همچنین استفاده از نام تجاری (برند) باعث می شود که مصرف کنندگان یک محصول خاص، زمان کمتری را برای انتخاب محصولاتشان صرف نمایند. از این رو تحقیق حاضر به رور ادبیات مربوط به مدیریت برند با در نظر گرفتن تاثیر آن بر عملکرد سازمانی می پردازد.

کلیدواژه ها: برند، مدیریت برند، ارزش ویژه برند، عملکرد سازمانی.

مقایسه گمرک ایران با سایر کشورها (چین، آلمان، کره جنوبی)

محمد علی صادقی^۱، عباس بابایی نژاد^۲

^۱ دانشجوی دکتری مدیریت دولتی گرایش تطبیقی و توسعه، دانشگاه آزاد اسلامی کرمان، ایران

^۲ استادیار گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی کرمان، ایران

چکیده

گمرک جمهوری اسلامی ایران یک سازمان دولتی زیرمجموعه وزارت امور اقتصادی و دارایی و متولی گمرک در ایران است. این سازمان مسئول جمع آوری تعرفه‌ها و کنترل جریان کالاها به داخل و خارج از کشور می‌باشد و به عنوان مرزبان اقتصادی کشور نقش محوری و هماهنگ کننده را در مبادی ورودی و خروجی کشور دارد. ساختار اداری گمرک با مشاهدات عینی تفاوتی با سازمان های اداری و خدمات عمومی ندارد. گمرک کشورمان بر اساس قانون در کلیه مبادی به ویژه مبادی مرزی حضور دارد. ارائه خدمات گمرکی توسط کارمندان صورت می پذیرد گمرک ایران سازمان دولتی می باشد و بررسی آمارها نشان می دهد که گمرکات ایران از لحاظ ساختاری و قوانین از ضعف های اساسی در ساختار گمرکی خود نسبت با سایر کشورها دارند که باید با توسعه ساختارها سعی در بهبود خود نمایند در غیر اینصورت کشور از توسعه پایدار عقب می ماند. بنابراین با توجه به موارد فوق هدف از این تحقیق مقایسه گمرک ایران با سایر کشورها (چین، آلمان، کره جنوبی) می باشد.

کلیدواژه ها: گمرک ایران، دولت، توسعه پایدار.

بررسی تاثیر عوامل فناوری خودسرویس نوآورانه بر قصد خرید مجدد آنلاین مشتریان از فروشگاه های اینترنتی (مورد مطالعه فروشگاه اینترنتی دیجی کالا)

رحمت اله سالاری درگی^{۱*}، علی اصغر تباوار^۲

^۱ کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه سیستان و بلوچستان

^۲ استادیار گروه مدیریت دانشگاه سیستان و بلوچستان

چکیده

در عصر حاضر ما با تکنولوژی های متنوعی مواجه هستیم که در راستای راحتی کارکنان و رضایتمندی مشتریان طراحی شده اند. ما در عصری زندگی می کنیم که رضایتمندی مشتریان اهمیت زیادی پیدا کرده است به این دلیل که حفظ مشتری فعلی از نظر اقتصادی کم هزینه و مقرون به صرفه می باشد و همچنین مشتری راضی از خدمات، ما را به دیگران معرفی می کند. یک فناوری خودسرویس می تواند به عنوان درب ورودی الکترونیکی به سازمان باشد، زمانی که از طریق آن، مصرف کننده می تواند محصولات و خدمات را دریافت کند. بسیاری از مطالعاتی که در زمینه ارزش انجام شده اند، بر رابطه مثبت بین ارزش مشتری و قصد خرید، تاکید کرده بنابراین بر آن شدیم که در این تحقیق به بیان این مسئله پردازیم که نقش میانجی ارزش مشتری بین عوامل فناوری خودسرویس نوآورانه (ISST) و قصد خرید مجدد آنلاین تا چه میزان است. برای گردآوری داده ها از پرسشنامه ای شامل 28 پرسش با طیف لیکرت پنج درجه استفاده گردید. برای بررسی روایی پرسشنامه از سه روش روایی محتوا، روایی سازه، روایی واگرا و روایی همگرا استفاده شده است. ابتدا پرسشنامه از دیدگاه خبرگان امر از نظر روایی محتوا تایید شد. سپس روایی سازه با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی تاییدی نیز انجام شد. مقدار AVE تمامی متغیرها بالای ۰/۵ بوده و روایی همگرا تایید شد. برای سنجش پایایی نیز ضریب آلفای کرونباخ و پایایی مرکب محاسبه گردید. ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه 0/912 محاسبه گردید و مقدار CR تمامی متغیرها نیز بالای ۰/۷ بدست آمده است. بنابراین پایایی پرسشنامه مطلوب ارزیابی گردیده است. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه مشتریان فروشگاه اینترنتی دیجی کالا می باشند و پرسشنامه به صورت تصادفی در اختیار 400 نفر از مشتریان قرار گرفت. برای آزمون فرضیه های پژوهش از تکنیک حداقل مربعات جزئی و نرم افزار Smart Pls استفاده شده است. در نهایت ارزش مشتری بر درک سهولت استفاده از فناوری نوآورانه خود سرویس تاثیر دارد و همچنین عوامل فناوری خودسرویس نوآورانه (ISST) بر قصد خرید مجدد آنلاین با نقش میانجی ارزش مشتری تاثیر دارد.

کلیدواژه ها: عوامل فناوری خودسرویس نوآورانه، قصد خرید مجدد، خرید آنلاین.

بررسی تأثیر کیفیت حسابرسی بر مدیریت سود شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران با نقش میانجی اقلام تعهدی و بازده سهام

مجتبی جان بزرگی

کارشناس ارشد حسابداری، گرایش حسابداری، گروه حسابداری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد پرند، ایران

چکیده

مفاهیم مربوط به مدیریت سود، به دلیل نقش آن در وضعیت مالی شرکتها، اعتبار اطلاعات ارائه شده و تصمیمات سرمایه گذاران، از جنبه های با اهمیت ارزیابی سلامت مالی شرکت ها است که توسط سهامداران، اعتباردهندگان و سایر استفاده کنندگان صورت های مالی مورد توجه قرار می گیرد. هدف از این تحقیق بررسی تأثیر کیفیت حسابرسی بر مدیریت سود شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران با نقش میانجی اقلام تعهدی و بازده سهام می باشد. پژوهش انجام شده از نظر نوع هدف، جزء پژوهش های کاربردی است و روش پژوهش از نظر ماهیت و محتوایی همبستگی می باشد و برای تجزیه و تحلیل فرضیه ها از تحلیل پانلی استفاده شده است. برای جمع آوری اطلاعات، از داده های ۱۴۲ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی ۱۳۹۱-۱۳۹۹ استفاده شده است. نتایج نشان داد کیفیت حسابرسی تأثیر منفی و معنی داری بر مدیریت سود دارد. همچنین بازده سهام بر تأثیر کیفیت حسابرسی بر مدیریت سود نقش میانجی دارد؛ اما نقش میانجی اقلام تعهدی بر تأثیر کیفیت حسابرسی بر مدیریت سود، معنی دار نیست.

کلیدواژه ها: کیفیت حسابرسی، مدیریت سود، اقلام تعهدی و بازده سهام.

بررسی نقش رسانه ملی در آموزش و پیشگیری بیماری کووید ۱۹ از دیدگاه خبرگان و کارشناسان علوم ارتباطات اجتماعی و علوم پزشکی شهر تهران

غلام حسین کاردوست

کارشناس ارشد رشته علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال

چکیده

امروزه انتشار اطلاعات سریع تر از سال های قبل بوده است. این انتشار برای پیشگیری و کنترل بیماری همه گیری کووید ۱۹ می تواند معایب و محاسن مختلفی را به همراه داشته باشد. رسانه ملی به عنوان یک رسانه معتبر می تواند در پیشگیری از انتشار اطلاعات جعلی نقش مهمی داشته باشد. با توجه به اهمیت این موضوع در این پژوهش به بررسی نقش رسانه ملی در آموزش و پیشگیری بیماری کووید ۱۹ از دیدگاه خبرگان و کارشناسان علوم ارتباطات اجتماعی و علوم پزشکی شهر تهران پرداخته شد. برای این منظور از پرسشنامه برای جمع آوری داده ها استفاده شد. برای بررسی روایی پرسشنامه از روش روایی محتوایی و پایایی از روش آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد. نتایج نشان داد پرسشنامه از روایی و پایایی مناسب برخوردار می باشد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار Smart PLS 3.0 استفاده شد. نتایج مطالعه نشان می دهد رسانه ملی بر آموزش جهت مقابله با بیماری کووید ۱۹ تأثیر مثبت و معناداری دارد و همچنین رسانه ملی و آموزش بر پیشگیری از بیماری کووید ۱۹ تأثیر مثبت و معناداری دارد.

کلیدواژه ها : رسانه ملی، آموزش، پیشگیری، بیماری کووید ۱۹.

سیاست های تقسیم سود، عدم تقارن اطلاعاتی شرکت و سیاست های نقدینگی

عبداله عبدی برآفتابی^{۱*}، زهره حاجیها^۲

^۱ دانشجوی دکتری حسابداری، واحد بین الملل کیش، دانشگاه آزاد اسلامی، جزیره کیش، ایران

^۲ استاد گروه حسابداری، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

چکیده

هدف از انجام این پژوهش بررسی تأثیر سیاست تقسیم سود بر نقدشوندگی بازار سهام می باشد و اینکه آیا پرداخت سود سهام تأثیر نامتقارن بر نقدشوندگی سهام دارد یا خیر. روش شناسی انجام این پژوهش با رویکرد تحلیل رگرسیون چند متغیره انجام گرفته که یک نمونه شامل ۴۱۱ نفر از شاغلان شرکت های حوزه مالی انتخاب شده اند. همچنین سه فرضیه اصلی زیر مورد آزمایش قرار گرفت: ۱- پرداخت سود سهام بر نقدشوندگی سهام تأثیر می گذارد ۲- پرداخت های سود کم و زیاد می تواند به طور نامتقارن بر نقدشوندگی سهام تأثیر بگذارد ۳- وجود GFC بر رابطه بین پرداخت سود سهام تأثیر می گذارد. یافته های پژوهش نشان می دهد که سیاست تقسیم سود با نقدشوندگی سهام مرتبط است. که خود از فرضیه پیش بینی نقدینگی سود سهام پشتیبانی می کند. همچنین نشان داده شد که نقدینگی سهام به طور نامتقارن به تغییرات در پرداخت سود پاسخ می دهد و پیش بینی رویکرد سیگنالینگ سود را تأیید می کند مخصوصاً پرداخت سود بیشتر، نقدینگی سهام را به میزان کمتری نسبت به افزایش نقدینگی سهام ناشی از پرداخت های سود کمتر کاهش می دهد در نهایت، عامل GFC رابطه بین پرداخت سود سهام و نقدینگی سهام را تضعیف کرد.

کلید واژه ها: سیاست پرداخت، رفتار نامتقارن، بحران مالی، نقدینگی بازار سهام.