

عنوان مقاله:

بررسی نقش مولفه های موثر بر مشتری گرایی بر ارتقای کارآفرینی سازمانی با میانجی گری خلاقیت کارکنان

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس ملی و دومین کنفرانس بین المللی الگوهای نوین مدیریت کسب و کار در شرایط ناپایدار (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسنده:

سیدجاوید موسوی نیا - دکترای توسعه و برنامه ریزی اقتصادی - دانشکده مدیریت و اقتصاد - دانشگاه کلن - آلمان دانشجوی
دکترای حرفه ای کسب و کار - دانشکده مدیریت - دانشگاه تهران - تهران - ایران

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر به منظور بررسی نقش مولفه های موثر بر مشتری گرایی بر ارتقای کارآفرینی سازمانی با میانجی گری خلاقیت کارکنان انجام شده است. برای سنجش متغیرهای مدل تحقیق، پرسشنامه ۶۵ سوالی طراحی و بین ۱۸۰ نفر از کلیه کارکنان صنعت بیمه در استان تهران در سال ۱۴۰۱ و به شیوه طبقه بندی نسبی توزیع شد. روایی پرسشنامه توسط اساتید تایید شده و ضریب آلفای کرونباخ برای همه متغیرها در سطح قابل قبول قرار داشت. جهت آزمون فرضیه های تحقیق از روش رگرسیون چند متغیره و نرم افزار SPSS (نسخه ۱۶) استفاده شده است نتایج تحلیل داده ها نشان داد که عوامل سازمانی و فردی مورد تحقیق در مشتری گرایی موثر بوده و همچنین اثر مثبتی هم بر ارتقای کارآفرینی سازمانی با میانجی گری خلاقیت کارکنان دارد.

کلمات کلیدی:

مشتری گرایی سازمانی، ارتقای کارآفرینی سازمانی، خلاقیت کارکنان.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1780257>

