

عنوان مقاله:

تدوین مدل مفهومی کارآفرینی همکارانه در حوزه گردشگری

محل انتشار:

دوفصلنامه کاوش های مدیریت بازرگانی، دوره 15، شماره 31 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 30

نویسندگان:

مهدی مودودی ارخودی - استادیار گروه جغرافیا، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه بزرگمهر قائنات، خراسان جنوبی، قائن، ایران

سجاد فردوسی - دانش آموخته دکتری گردشگری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

ریحانه برومند - دانش آموخته دکتری جغرافیای طبیعی (ژئومورفولوژی)، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

خلاصه مقاله:

با توجه به وجود مجموعه ای از ذی نفعان متعدد در حوزه گردشگری، پژوهش حاضر با هدف تدوین مدل مفهومی کارآفرینی همکارانه در حوزه گردشگری نگاشته شده است. پژوهش به لحاظ ماهیت و روش، از نوع توصیفی-تحلیلی به شمار می‌رود. در این راستا، پس از تدوین مدل اولیه پژوهش از طریق مرور ادبیات پیشین، با استفاده از پرسشنامه ساختاریافته به اعتبارسنجی عوامل شناسایی شده اقدام شد. جامعه آماری، شامل اساتید دانشگاهی آشنا با حوزه گردشگری و کارآفرینی است که بر مبنای روش نمونه گیری گلوله برفی، تعداد ۹۴ نمونه مورد ارزیابی قرار گرفتند. برای تحلیل داده‌ها، تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. مطابق با یافته‌های پژوهش، مدل کارآفرینی همکارانه، شامل ابعاد سه گانه پیشایندها، ویژگی‌ها، و پیامدها است. پیشایندهای کارآفرینی همکارانه شامل مولفه های پروژه مشترک، منابع مکمل، وابستگی متقابل، سازگاری، انعطاف پذیری، گرایش کارآفرینی، اعتماد، تعهد و درک است؛ ویژگی‌های کارآفرینی همکارانه نیز شامل مولفه های سرمایه اجتماعی، سرمایه فکری، سرمایه سیاسی، سرمایه ارتباطی، گفت‌وگو، هم‌رایی، هماهنگی، مشارکت و همکاری بوده؛ همچنین پیامدهای کارآفرینی همکارانه شامل مولفه های ارزش اقتصادی، رقابت پذیری، تجربه شراکت، رفاه، اثربخشی، ریسک پذیری، مدیریت دانش، خلاقیت و نوآوری است.

کلمات کلیدی:

کارآفرینی، همکاری، کارآفرینی همکارانه، گردشگری، ذی نفعان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1830818>

