

عنوان مقاله:

ارائه مدل کمی مدیریت شایعه در بستر شبکه های اجتماعی در سازمان های گردشگری

محل انتشار:

هشتمین کنفرانس ملی رویکردهای نوین در آموزش و پژوهش (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

میثم قمی اوپل - دانشجوی دکتری مدیریت دولتی گرایش رفتار سازمانی، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران

محمدجواد تقی پوریان - استادیار گروه مدیریت، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران

بهزاد فرخ سرشت - استادیار گروه مدیریت، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران

حسنعلی آقاجانی - استاد تمام گروه مدیریت صنعتی، دانشگاه مازندران، مازندران، ایران

خلاصه مقاله:

هدف اصلی پژوهش حاضر ارائه مدل کمی مدیریت شایعه در بستر شبکه های اجتماعی در حوزه گردشگری دولتی است. روش تحقیق توصیفی-پیمایشی میباشد. جامعه آماری کارکنان سازمانها و مراکز تفریحی و گردشگری در بخش دولتی بودند. روش نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای میباشد و پرسشنامه ها در هر مرحله به صورت تصادفی توزیع شدند. برای بررسی سوالات پژوهش با استفاده از آزمون های آماری مرتبط شامل آزمون تحلیل مسیر و برای تعیین روابطی همگرا و واگرایی سازه پرسشنامه پژوهش از تحلیل عاملی استفاده شد. نرم افزار آماریمورد استفاده SPSS و PLS بوده است. یافته ها نشان داد عوامل موثر بر مدیریت شایعه در بستر شبکه های اجتماعی در حوزه گردشگری دولتی ایران شامل شایعات مخرب و شایعات بیگانه بودند که شایعات مخرب در این تحقیق شامل قدرت تفکر، احساسات بد و انتقال شایعه و شایعات بیگانه شامل پشتوانه مرجع و ایجاد اعتماد میباشد. با توجه به نتایج تحقیق پیشنهاد شد مدیران حوزه گردشگری دولتی با مدیریت شایعات بیگانه در شبکه های اجتماعی میتوانند از آنها در جهت سود رساندن به سازمانهای گردشگری دولتی استفاده نمایند و همچنین بامدیریت کردن شایعات مخربی که در بستر شبکه های اجتماع در حوزه گردشگری هستند میتوانند تاثیر منفی آنها بر پشبرد اهداف سازمان را کنترل نمایند.

کلمات کلیدی:

شایعه، مدیریت شایعه، شبکه های اجتماعی، گردشگری دولتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1953339>

