

عنوان مقاله:

تبیین نقش توانمندسازهای فرهنگ کارآفرینی و مشتری مداری در کلاس جهانی

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی توسعه و تعالی کسب و کار (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

مجتبی فخاری - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

علیرضا ناصرالاسلامی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

میثم شیدا - کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی

خلاصه مقاله:

بازارها و پراکندگی آنها در سطح جهان موجب افزایش بخشهای بازار و تفاوت بیشتر آنها شده است و این عامل به همراه افزایش رقبا و تنوع محصولات و خواسته های مشتریان، نیاز به شناخت بیشتر بازار و ارتباط نزدیکتر به مشتری را روشن می کند. در این میان توجه به مدیریت ارتباط با مشتری و بازاریابی فرد به فرد راهگشای بسیاری از سازمانهای جهانی بوده و آنان را از خطر سقوط نجات داده است. هدف از این مطالعه، تبیین توانمندسازهای نهادینه سازی فرهنگ کارآفرینی و مشتری مداری در کلاس جهانی است. برای رسیدن به این هدف از جامعه آماری کارکنان و مدیران شرکتهای بیمه در شهر تهران، نمونه ای به حجم 281 نفر به روش تصادفی خوشه ای انتخاب شدند. جمع آوری اطلاعات به وسیله ابزار پرسشنامه که روایی آن با توجه به نظر صاحب نظران و پایایی آن توسط آلفای کرونباخ مورد تصدیق قرار گرفت، صورت گرفته است و برای تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیه ها از نرم افزارهای آماری SPSS، لیزرل استفاده گردید. این پژوهش توصیفی-پیمایشی و به لحاظ بررسی روابط بین متغیرها از نوع همبستگی است. یافته های این مطالعه نشان می دهد که توانمندسازهای نهادینه سازی فرهنگ کارآفرینی و مشتری مداری در نهادینه سازی فرهنگ کارآفرینی و مشتری مداری تاثیر گذار است

کلمات کلیدی:

توانمندسازهای نهادینه سازی، کارآفرینی، مشتری مداری، کلاس جهانی، صنعت بیمه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/330940>

