

عنوان مقاله:

بررسی تأثیرات مشتری مداری و نوآوری بر گرایش به کارآفرینی در صنعت گردشگری (مورد مطالعه: سازمان گردشگری استان ایلام)

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی علوم مدیریت نوین و برنامه ریزی فرهنگی اجتماعی ایران (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

محمد ایدی - عضو هیات علمی، گروه مدیریت، دانشگاه ایلام، ایران

فرحناز محمدیان رحمانی - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، دانشگاه عالی باختر، ایلام، ایران

خلاصه مقاله:

این پژوهش با هدف آزمودن الگویی از تأثیرات مشتری مداری و نوآوری بر کارآفرینی سازمانی در صنعت گردشگری استان ایلام انجام شد. روش پژوهش توصیفی همبستگی- از نوع معادلات ساختاری می باشد. جامعه ای پژوهش کارکنان واقع در سازمان گردشگری استان ایلام بود که با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی 214 نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه بود. برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش های آمار توصیفی و معادلات ساختاری استفاده گردید. یافته های حاصل از برازش الگوی ساختاری، نشان داد میان متغیرهای مشتری مداری، کارآفرینی سازمانی و نوآوری، تأثیر مثبت و معناداری وجود دارد. و همچنین با استفاده از نقش میانجی نوآوری ارتباط بین مشتری مداری و گرایش به کارآفرینی (ارتباط غیر مستقیم) مورد تأیید قرار گرفت.

کلمات کلیدی:

مشتری مداری، نوآوری، کارآفرینی سازمانی، گردشگری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/554505>

