

چکیده

در دنیای رقابتی امروز، توسعه گردشگری در تمامی عرصه ها، چه در سطح ملی و منطقه ای و چه در سطح بین المللی مورد توجه برنامه ریزان دولتی و شرکت های خصوصی قرار گرفته است. افراد نیز مهم ترین سرمایه هر سازمان به شمار می روند و عملکرد خدمت کارکنان اهمیت ویژه ای در تحقق اهداف سازمان دارند. هدف از این پژوهش تبیین تاثیر ارتباط توریسم بر عملکرد خدمت کارکنان با در نظر گرفتن نقش میانجی مشارکت و رضایت شغلی در فروشگاه های فروش انواع برندها در لاهیجان می باشد. جامعه آماری این تحقیق از کارکنان فروش در فروشگاه های فروش برندهای کلوچه (نادی، نادری، نوشین و پیمان) در لاهیجان تشکیل شده است که با استعلام از دفاتر مرکزی این برندها در شهر لاهیجان بیش از ۲۰۰۰ نفر در زمینه فروش محصولات فعالیت دارند. با تعیین حجم نمونه از طریق جدول مورگان تعداد ۳۵۰ پرسشنامه توزیع و مورد تحلیل قرار گرفت. با توجه به حجم محدود جامعه از روش سرشماری استفاده شد. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی، به لحاظ شیوه گردآوری اطلاعات، توصیفی و از نوع همبستگی می باشد. بعد از بررسی های انجام شده، روایی و پایایی پرسشنامه مورد تایید قرار گرفت. داده های لازم با استفاده از پرسشنامه و دارای طیف ۵ گزینه ای جمع آوری گردید و با استفاده از نرم افزار SPSS و Smart PLS3 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج تجزیه و تحلیل داده ها فرضیات تحقیق را تایید کرد؛ یعنی آزمون فرضیه ها نشان داد که ارتباط توریسم بر عملکرد خدمت تاثیر مثبتی دارد. همچنین تاثیر میانجی گری مشارکت شغلی و رضایت شغلی در ارتباط توریسم بر عملکرد خدمت کارکنان نیز تایید شد.

واژه های کلیدی: توریسم، عملکرد خدمت، مشارکت شغلی، رضایت شغلی