

عنوان مقاله:

تاثیر مدیریت کاریزماتیک بر موفقیت مدیر و شهرت برند(مورد مطالعه: فروشگاه های زنجیره ای شهروند استان تهران)

محل انتشار:

همایش ملی بهبود و بازسازی سازمان و کسب و کار (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسنده:

سجاد محمدی

خلاصه مقاله:

در تحقیق حاضر به تاثیر مدیریت کاریزماتیک بر موفقیت مدیر و شهرت برند (مورد مطالعه : فروشگاه های شهروند) پرداخته شده است. روش تحقیق از نظر هدف کاربردی بوده و از نظر نوع توصیفی است که بصورت پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری تحقیق را مدیران و کارمندان فروشگاه های شهروند تشکیل دادند. برای نمونه گیری از روش تصادفی ساده استفاده گردید. حجم نمونه نیز با توجه به قاعده موجود در تکنیک معادلات ساختاری بین 5 تا 15 برابر تعداد گویه های پرسشنامه (10 برابر تعداد گویه ها 33) گویه و 330 نفر در نظر گرفته شد. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه استاندارد بوده و روایی آن با استفاده روش صوری و سازه و پایایی نیز با استفاده از محاسبه آلفای کرونباخ به تصدیق رسید. برای تجزیه و تحلیل داده ها نیز از تکنیک معادلات ساختاری استفاده شده است. لازم به ذکر است که جهت سنجش آمار توصیفی نرم افزار SPSS و به منظور بررسی آمار استنباطی نیز نرم افزار PLS بکارگرفته شد . نتایج تحقیق نیز نشان دادکه مقدار آماره آزمون برابر 3/416 و از 1/96 بالاتر است و لذا فرض صفر آزمون مبنی بر عدم وجود رابطه بین متغیرها رد میشود و با اطمینان 95% میتوان بیان نمود بین متغیرها رابطه معنادار وجود دارد. با توجه به مثبت بودن ضریب (0/370) میتوان گفت داشتن ویژگی های کاریزماتیک بر موفقیت مدیر و شهرت برند در فروشگاه شهروند تاثیر دارد.

کلمات کلیدی:

مدیریت کاریزماتیک - موفقیت مدیر - شهرت برند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1120865>

