

عنوان مقاله:

تبیین عوامل تاثیرگذار بر تصویر بانک‌های شهر تهران

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت بازرگانی، دوره 5، شماره 2 (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

غلامرضا عسگری - استادیار دانشگاه صنعتی مالک اشتر، ایران

داریوش محمدی زنجیرانی - استادیار دانشکده علوم اداری و اقتصاد دانشگاه اصفهان، ایران

خلاصه مقاله:

پژوهش پیش رو با معرفی رویکردهای موجود در زمینه تعریف و مطالعه تصویر شرکت، با استفاده از داده‌های گردآوری شده هفت بانک مستقر در شهر تهران، رابطه میان تصویر شرکت با متغیرهای مسئولیت اجتماعی، واکنش به بحران‌ها، کنش ذی‌نفعان و عوامل محیطی را بررسی می‌کند. براساس تعریف، تصویر شرکت همان چیزی است که مایلیم ذی‌نفعان از سازمان ادراک کنند. در این راستا و به‌منظور بررسی این رابطه، از یک پرسش‌نامه محقق ساخته، شامل بیست‌وهفت سوال استفاده شده است. روایی پرسش‌نامه با استفاده از روایی معیار محاسبه شد و پایایی آن با آزمون آلفای کربناخ (۰/۹۳۲) بود. داده‌های جمع‌آوری شده از ۱۰۴۴ پرسش‌نامه بازگشتی که از ۸۵ شعبه گردآوری شده بود با استفاده از بسته نرم‌افزاری اس.پی.اس.اس. (۱۶) تحلیل شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که تصویر بانک‌ها تحت تاثیر متغیرهای عوامل محیطی و ایفای مسئولیت اجتماعی قرار دارد. ادراک ذی‌نفعان و مدیریت بحران‌ها تاثیر بر تصویر بانک‌ها ندارند. در پایان پیشنهادهایی برای بهبود تصویر بانک‌ها به مدیران آنها ارائه شده است.

کلمات کلیدی:

تصویر شرکت، ایفای مسئولیت اجتماعی، مدیریت بحران‌ها، ذی‌نفعان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1398479>

