

## عنوان مقاله:

توانمندسازی و رفتار مشتری مدارانه کارکنان

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی حسابداری، اقتصاد و مدیریت مالی (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

## نویسندگان:

بهروز رضایی منش - عضو هیات علمی دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی

رضا واعظی - عضو هیات علمی دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی

سیدامیررضا علوی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی دانشگاه علامه طباطبائی

## خلاصه مقاله:

با اولویت دادن به علائق و خواسته های مشتری به علائق و اهداف سازمان نیز توجه کافی می شود ، چرا که با توجه به مشتریان منافع بلندمدت سازمان تامین خواهد شد . در این راستا با عنایت به اهمیت نقش نیروی انسانی ، افزایش توانمندسازی کارکنان در سازمان ها مورد توجه ویژه قرار گرفته است . این تحقیق در نظر دارد با در نظر گرفتن هر دو رویکرد مکانیکی و ارگانیکی توانمندسازی ، تاثیر آن بر رفتار مشتری مدارانه کارکنان که برای سازمان های امروزی به خصوص سازمان های خدماتی اهمیت به سزایی دارد را بررسی نماید . تحقیق حاضر از منظر هدف ، کاربردی و از نظر روش از نوع توصیفی و همبستگی است . جامعه آماری شامل 124 نفر کارکنان واحدهای خدمات آموزشی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان است که سه پرسشنامه استفاده شده در تحقیقات معتبر قبلی بین نمونه 80 نفری از آنان توزیع گردید . در این تحقیق پایایی و روایی با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ و تحلیل عاملی تاییدی آزموده شد و در تحلیل عاملی مرتبه دوم برازش الگو تایید گردید . سپس با استفاده از تکنیک های آمار توصیفی و استنباطی داده ها تحلیل گردید ، که در بخش دوم با استفاده از رگرسیون فرضیه های پژوهش مورد بررسی قرار گرفتو پس از آن با استفاده از آزمون تحلیل واریانس تاثیر متغیرهای جمعیت شناختی بر متغیرهای پژوهش بررسی شد . نتایج حاکی از تاثیرگذاریتوانمندسازی سازمانی بر رفتار مشتری مدارانه کارکنان و عدم تاثیر توانمندسازی روانشناختی بر رفتار مشتری مدارانه کارکنان است . ضمن این که مشخص شد عوامل جمعیت شناختی تاثیر معناداری روی نظر پاسخ دهندگان نداشته اند.

## کلمات کلیدی:

توانمندسازی سازمانی ، توانمندسازی روانشناختی ، رفتار مشتری مدارانه کارکنان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/325556>

