

## عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین مشتری مداری و شاخص های درگیر شدن در کار بین کارکنان واحدهای ستادی بانک صادرات ایران با استفاده از مدل فرهنگ سازمانی دنیسون (مطالعه موردی: شعب بانک صادرات ایران در امارات متحده عربی)

## محل انتشار:

پنجمین کنفرانس ملی علوم مدیریت نوین (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسندگان:

الهام پری پور - دانش آموخته مدیریت اجرایی، دانشگاه پیام نور واحد برون مرزی

علیرضا ازدری - دانش آموخته مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آبادکتول

## خلاصه مقاله:

هدف از انجام این پژوهش تجزیه و تحلیل رابطه بین مشتری مداری و شاخص های درگیر شدن در کار فرهنگ سازمانی در واحدهای ستادی بانک صادرات می باشد، پس از بررسی و مطالعه مدل های مختلف شناخت فرهنگ سازمانی، مدل دنیسون به عنوان مدل نظری پژوهش انتخاب شده است. تحقیق حاضر، به لحاظ روش جزء تحقیقات توصیفی - پیمایشی، و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات جزء تحقیقات همبستگی می باشد. جامعه آماری این تحقیق شامل تمامی کارشناسان و مدیران واحدهای ستادی بانک صادرات است که به روش نمونه گیری غیر احتمالی 90 پرسشنامه توزیع شده است، روش تحقیق پیمایش و داده ها از طریق پرسشنامه جمع آوری شده و به کمک نرم افزار SPSS توصیف و تحلیل شده است. نتایج تحقیق حاکی از آن است که: بین درگیر شدن در کار و مشتری مداری رابطه معنی داری وجود دارد. بین دو شاخص توانمندسازی و تیم گرایی با مشتری مداری رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. ولی بین شاخص توسعه قابلیت ها و مشتری مداری رابطه معنی داری مشاهده نگردید.

## کلمات کلیدی:

فرهنگ سازمانی، درگیر شدن در کار، توانمندسازی، تیم گرایی، توسعه قابلیت ها، مشتری مداری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/561312>

