

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین رفتار شهروندی، سرمایه اجتماعی و بازارگرایی شخصی (مطالعه موردی بانک مهر اقتصاد)

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی اقتصاد، مدیریت، حسابداری با رویکرد ارزش آفرینی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

محمد رضا پژوهی - عضو هیات علمی دانشگاه شیراز

یاسر تیموری اصل - عضو هیات علمی، دانشگاه پیام نور تهران

مسعود نوایی - دانشجوی دکتری مدیریت استراتژیک، دانشگاه آزاد قائمشهر

خلاصه مقاله:

امروزه رقابت گسترده سازمان ها باعث گردیده که نیروی انسانی به عنوان یک عامل مهم در رقابت مطرح شود. رفتار نیروی انسانی به خصوص در سازمان های خدماتی مورد توجه مدیران سازمانها به منظور برتری در رقابت اقتصادی است. در این پژوهش بازارگرایی شخصی کارکنان مورد مطالعه قرار گرفت، یکی از ویژگی های مهم نیروی انسانی بازارگرایی است. در این پژوهش تاثیر دو متغیر رفتار شهروندی و سرمایه اجتماعی بر روی بازارگرایی شخصی مورد مطالعه قرار گرفته است. جامعه آماری شامل مدیران صفی و ستادی بانک مهر اقتصاد یکی از بانکهای خصوصی کشور است. تعداد 317 نفر از مدیران انتخاب شدند. فرضیات مطرح شده در مدل با استفاده از نرم افزار smart-PLS آزمون گردید. آزمون فرضیات نشان دهنده رابطه مثبت و معنی داری بین متغیرهای مستقل رفتار شهروندی و سرمایه اجتماعی و متغیر وابسته (بازارگرایی شخصی) مدل وجود دارد.

کلمات کلیدی:

سرمایه اجتماعی، رفتار شهروندی، بازارگرایی شخصی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/582591>

