

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مسیولیت اجتماعی بر اعتماد سازمانی، رضایت شغلی و مشتری گرایی در بانک ملی استان مازندران

## محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی اقتصاد، مدیریت، حسابداری با رویکرد ارزش آفرینی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسندگان:

زهرا کیایی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی- تحول، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بابل

ناصر یداله زاده طبری - استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بابل

## خلاصه مقاله:

هدف از پژوهش حاضر بررسی تاثیر مسیولیت اجتماعی بر اعتماد سازمانی، رضایت شغلی و مشتری گرایی است. روش تحقیق، توصیفی-پیمایشی و جامعه آماری آن، کلیه کارکنان بانک ملی استان مازندران هستند؛ نمونه آماری با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونه برداری خوشه ای در دسترس 305 نفر تخمین زده شد. در پژوهش حاضر، برای گردآوری داده ها از روش کتابخانه ای و میدانی استفاده شده است. در روش کتابخانه ای (شامل حضوری و دیجیتالی) با استفاده از ابزار فیش برداری و در روش میدانی با استفاده از ابزار پرسشنامه نسبت به گردآوری داده ها اقدام شده است. در طراحی پرسشنامه از مقیاس لی و همکاران استفاده گردید. اعتبار پرسشنامه با اعتبار محتوا و اعتبار صوری حاصل شده است و پایایی آن با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ محاسبه گردید. آزمون فرضیه های تحقیق با استفاده از تحلیل رگرسیون و ضریب همبستگی پیرسون و با به کارگیری نرم افزار SPSS انجام شد. در نهایت، هر شش فرضیه مورد بررسی، تایید شد. یافته های پژوهش نشان می دهد مسیولیت اجتماعی بر اعتماد سازمانی تاثیر مثبت و معناداری دارد. اعتماد سازمانی نیز بر رضایت شغلی در بانک ملی استان مازندران تاثیر دارد. در نهایت نیز تاثیر مثبت و معنادار رضایت شغلی بر مشتری گرایی تایید شد

## کلمات کلیدی:

مسیولیت اجتماعی، اعتماد سازمانی، رضایت شغلی، مشتری گرایی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/622240>

