

عنوان مقاله:

بررسی رابطه فرهنگ سازمانی با مشتری مداری در شعب بانک کشاورزی استان گیلان

محل انتشار:

سومین کنفرانس توانمندسازی جامعه در حوزه علوم انسانی و مطالعات مدیریت (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

سیداسماعیل جوادی - کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، گرایش منابع انسانی

بدری عباسی - استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت

خلاصه مقاله:

هدف از پژوهش حاضر بررسی رابطه فرهنگ سازمانی با مشتری مداری در شعب بانک کشاورزی استان گیلان است. روش تحقیق براساس هدف کاربردی، از نظر ماهیت و روش تحقیق، توصیفی از نوع پیمایشی است، از نظر مکانی، دارای خصوصیات کتابخانه ای و میدانی است. جامعه آماری در این پژوهش شامل کارکنان شعب بانک کشاورزی استان گیلان می باشد. سازمان مذکور دارای 486 نفر پرسنل است که از نظر جغرافیایی به سه ناحیه غرب، شرق، جنوب و مرکز طبقه بندی گردیده اند. به دلیل این که تعداد جامعه آماری از سه ناحیه مختلف تشکیل شده است، لذا از روش طبقه ای برای نمونه گیری استفاده شده است و با استفاده از فرمول کوکران تعداد اعضای نمونه 215 نفر بدست آمد به منظور بررسی ادبیات موضوعی و پیشینه تحقیق، مطالعات کتابخانه ای صورت گرفته است. در مرحله میدانی، اجرایی و عملیاتی، به قصد جمعآوری داده های موردنیاز، پرسشنامه محقق ساخته تنظیم و توزیع گردید. از آنجا که این پرسشنامه محقق ساخته است و از روش روایی صوری و محتوایی روایی آن اندازه گیری شد و به منظور تعیین پایایی آزمون از روش آلفای کرونباخ استفاده گردیده است که برای کل سیوالات عدد 91/9 درصد بدست آمد. جهت تحلیل فرضیه های این تحقیق روش آزمون رگرسیون خطی با استفاده از نرم افزار SPSS بکار گرفته شده است. یافته های حاصل از مطالعه نشان می دهد که بین فرهنگ سازمانی و مشتری مداری رابطه معناداری وجود دارد. و از بین فرهنگ سازمانی، دو بعد فاصله قدرت و نگرش بلند مدت بر مشتری مداری تاثیر گذار هستند.

کلمات کلیدی:

مشتری مداری، فرهنگ سازمانی، فردگرایی، فاصله قدرت، نگرش بلند مدت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/751798>

