

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ابعاد فرهنگ سازمانی بر میزان محبوبیت سازمان با استفاده از مدل دنیسون (مطالعه موردی: اداره کل امور مالیاتی استان اصفهان)

محل انتشار:

دوازدهمین همایش سیاست های مالی و مالیاتی ایران (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

مرجان محمدی - دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشکده اقتصاد دانشگاه اصفهان، حسابرس مالیاتی اداره کل امور مالیاتی استان اصفهان

محمد کریمی - دانش آموخته کارشناسی ارشد برنامه ریزی سیستم های اقتصادی دانشکده مهندسی صنایع دانشگاه صنعتی اصفهان، حسابرس ارشد مالیاتی اداره کل امور مالیاتی استان اصفهان

خلاصه مقاله:

فرهنگ سازمانی بر شکل دهی رفتار کارکنان و مدیران در همه سطوح سازمانی و توانایی سازمان در تغییر جهت گیری راهبردی آن در فضای کسب و کار، تاثیر می گذارد. محبوبیت سازمان به عنوان یک فرایند برنامه ریزی شده، با دگرگونی فرهنگ سازمانی برابر بوده و هرگونه تغییرات و دگرگونی در سازمان بدون توجه به فرهنگ سازمانی، موثر واقع نمی شود. در این پژوهش سعی شده تا تاثیر فرهنگ سازمانی و ابعاد آن (درگیر شدن کارکنان در کارها، سازگاری کارکنان، انطباق پذیری کارکنان و رسالت سازمان) بر میزان محبوبیت سازمان با استفاده از مدل دنیسون بررسی شود. با توجه به ادبیات و پیشینه پژوهش یک فرضیه اصلی و چهار فرضیه فرعی طرح و مورد آزمون قرار گرفت. جامعه آماری شامل کارکنان اداره کل امور مالیاتی استان اصفهان بوده و نمونه گیری نیز به روش تصادفی ساده صورت گرفته است. ابزار جمع آوری داده در این پژوهش پرسشنامه بوده و حداقل اندازه نمونه آماری براساس فرمول کوکران حدود 160 نفر برآورد گردیده که برای اطمینان بیشتر 180 پرسشنامه توزیع و 161 پرسشنامه تکمیل و جمع آوری شده است. داده ها توسط نرم افزار SPSS و LISREL تجزیه و تحلیل شدند. نتایج پژوهش حاکی از آن است که فرهنگ سازمانی و ابعاد آن بر محبوبیت سازمان در اداره کل امور مالیاتی استان اصفهان تاثیر معنی داری دارد.

کلمات کلیدی:

فرهنگ، فرهنگ سازمانی، محبوبیت سازمانی و اداره کل امور مالیاتی استان اصفهان.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/876227>

