

باسمه تعالی



موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی
پیام گلپایگان

جلسه دفاع از پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی
تأثیر ابعاد رفتار های شهروندی سازمانی بر تصویر ذهنی کارکنان از سازمان
(مورد مطالعه: کارکنان بانک سپه استان اصفهان)

ارایه کننده: سید حسن میرشفیعی

استاد راهنما: دکتر غفاری

استاد مشاور:

استاد داور: دکتر امیدی

چکیده:

هدف این پژوهش بررسی تأثیر ابعاد رفتار های شهروندی سازمانی بر تصویر ذهنی کارکنان از سازمان است. پژوهش حاضر از لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی است. جامعه آماری شامل تمامی کارکنان بانک سپه استان اصفهان در تابستان سال ۱۳۹۸ که تعداد آن ها ۲۹۰ نفر بوده است. نمونه آماری با استفاده از جدول کرجسی و مورگان ۳۰۰ نفر بر اساس نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. به منظور جمع آوری داده های پژوهش از دو پرسشنامه استاندارد رفتار شهروندی سازمانی ارگان و کانوسکی ۲۰۰۸ و پرسشنامه تصویر ذهنی سازمان بیونگ ۲۰۱۱ استفاده شده است. در این پژوهش برای تعیین روایی پژوهش از دو روش روایی محتوا و صوری استفاده شد. پایایی آن توسط ضریب الفای کرونباخ محاسبه شد که مورد تایید قرار گرفت. در بخش تجزیه و تحلیل داده ها از روش های موجود در امار توصیفی نظیر میانگین انحراف معیار جهت بررسی و مقایسه اطلاعات جمع آوری شده توسط پرسشنامه استفاده گردید و در بخش امار استنباطی از روش معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار smart pls برای تحلیل فرضیه ها استفاده شده است. نتایج حاصل از آزمون فرضیه ها نشان داد که از بین مولفه های رفتار های شهروندی سازمانی تنها مولفه نوع دوستی جوانمردی و ادب و ملاحظه بر تصویر ذهنی کارکنان بانک سپه استان اصفهان تأثیر مثبت داشته است.