

بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی، استراتژی سازمانی و اثربخشی سازمان

احمد جعفری صمیمی^۱، محمود یحیی زاده فر^۲، سیده مائده موسوی داودی^۳

^۱ استاد دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه مازندران

^۲ استاد دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه مازندران

^۳ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش استراتژیک، موسسه آموزش عالی راه دانش بابل (نویسنده مسئول مکاتبات)

چکیده

هدف از انجام این پژوهش بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی، استراتژی سازمانی و اثربخشی سازمانی بانک ملت استان مازندران می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش را تمامی (۱۱۰۰ نفر) کارکنان شاغل در این بانک تشکیل می‌دهد که بر طبق جدول کرجسی و مورگان (۱۹۷۰)، حداقل حجم نمونه برای انجام این پژوهش ۲۸۵ نفر تعیین شد. با مساعدت مرکز تحقیقات و برنامه ریزی بانک ملت استان تهران، اطلاعات جامع پرسنلی بانک ملت استان مازندران در اختیار ما گذاشته شد؛ و از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده برای نمونه‌گیری استفاده شد. با توجه به این اصل که در انجام هر پژوهشی عده‌ای از کارکنان به دلایلی گوناگون از پاسخ به پرسشنامه سر باز می‌زنند یا آن را به درستی پر نمی‌کنند تعداد ۳۵۰ پرسشنامه بین کارکنان توزیع شد. نهایتاً با کنار گذاشتن تعدادی از پرسشنامه‌های غیر قابل استفاده، تعداد ۳۲۴ پرسشنامه مناسب تشخیص داده شد. جهت جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه‌های استاندارد بهره گرفته شد. شایان ذکر است که روایی و پایایی پرسشنامه‌ها بررسی و تأیید شد. تحلیل داده‌ها با استفاده از آزمون میانگین، تحلیل عاملی تأییدی و مدل معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزارهای SPSS و LISREL صورت گرفته است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد فرهنگ سازمانی رابطه مثبت و معناداری با استراتژی سازمانی و اثربخشی سازمانی دارد؛ علاوه بر این، استراتژی سازمانی رابطه مثبت و معناداری با اثربخشی سازمانی دارد.

واژه‌های کلیدی: فرهنگ سازمانی، استراتژی سازمانی، اثربخشی سازمانی.

مطالعات مدیریت و کارآفرینی

دوره ۴، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۷، صفحات ۱۵۸-۱۴۲