

تأثیر مؤلفه های فرهنگی بر برند شخصی مبتنی بر شایستگی های فردی با توجه به سطح تحصیلات و جنسیت کارکنان اداره کل مخابرات استان گیلان

صدیقه نیک پی قاضیانی*, 166,

1397-6-21

هدف اصلی تحقیق حاضر بررسی تأثیر مؤلفه های فرهنگی بر برند شخصی مبتنی بر شایستگی های فردی با توجه به سطح تحصیلات و جنسیت کارکنان اداره کل مخابرات استان گیلان می باشد. سوال اصلی این تحقیق عبارت است از اینکه آیا مؤلفه های فرهنگی بر برند شخصی مبتنی بر شایستگی های فردی با توجه به سطح تحصیلات و جنسیت کارکنان شرکت مخابرات استان گیلان تأثیر دارد؟ تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی از نوع توصیفی بوده است. به لحاظ جمع آوری داده ها میدانی است و ابزار جمع آوری داده ها، پرسشنامه می باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر کارکنان اداره کل مخابرات استان گیلان (N=210) می باشد. روش نمونه گیری، روش تصادفی ساده بوده است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران جامعه محدود 149 نفر تعیین شد. داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS22 و pls2 smart مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. چهار فرضیه در این تحقیق مطرح گردید. نتایج تحقیق نشان داد که ابعاد مؤلفه های فرهنگی (ارزش ها و باورها، الگوهای انگیزشی، سبک زندگی و تحمل ابهام) بر توسعه شایستگی های برند شخصی با توجه به سطح تحصیلات و جنسیت کارکنان شرکت مخابرات استان گیلان تأثیر دارد.

کلمات کلیدی : مؤلفه های فرهنگی، شایستگی فردی مبتنی بر برند شخصی

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)