

بررسی تاثیر ابعاد برند کارکنان بر رضایت شغلی مطالعه
موردی (کارکنان بانک توسعه
تعاون استان لرستان)

نگارش:

علی زاهدی فر

چکیده

هدف از این تحقیق بررسی تاثیر ابعاد برند کارکنان بر رضایت شغلی کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان می‌باشد. روش مورد استفاده در این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش، کلیه کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان می‌باشد، که تعداد آنها برابر با $N = 106$ نفر می‌باشد. با توجه به جامعه آماری در این تحقیق با استفاده از جدول مورگان تعداد 84 نفر به عنوان نمونه به روش تصادفی ساده انتخاب گردید. برای جمع‌آوری از دو پرسشنامه استاندارد تانوار و پراسد (2016) حاوی 38 سؤال استفاده شد. برای تعیین پایایی پرسش نامه‌ها ضریب آلفای کرونباخ برابر 0.822 محاسبه گردید که حاکی از پایایی در سطح عالی می‌باشد. جهت تجزیه و تحلیل داده از آزمونهای کلموگروف – اسمیرونوف جهت تایید نرمال بودن توزیع داده‌ها و به دلیل نرمال بودن توزیع داده‌ها از آزمون رگرسیون خطی جهت آزمون فرضیه‌ها استفاده گردید. یافته‌های پژوهش نشان داد که ابعاد برند کارکنان بر رضایت شغلی کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان تاثیر مثبت و مستقیم دارد.

کلمات کلیدی: آموزش و توسعه، تعادل بین کار و زندگی، رعایت اخلاق و مسئولیت اجتماعی و فرهنگ سازمانی، ابعاد برند

کارکنان ، رضایت شغلی

بیان مساله

در نظام بانکی ایران با رویکرد بالا به پایین و تکیه بر دو ابزار اصلی تبلیغات سنگین و آموزش نیروی انسانی در راستای جذب مشتریان ارزشمند و حفظ آنها تلاش می شود. در این بین سایر عوامل کلیدی در حوزه مدیریت برند که با بدنه صفی بانک، یعنی کارکنان فعال در شعب مرتبط است مانند احساس، هویت، برند سازی داخلی، رضایت شغلی، جو رقابتی موجود در سطح شعبه مغفول واقع شده اند (عزیزی و اثنا عشری، ۱۳۹۲). در چند سال اخیر صنعت بانک داری ایران با رقابت فزاینده ای روبرو شده است؛ با توجه به ظهور بانک های خصوصی در کنار بانک های دولتی و افزایش شدت رقابت میان آنها، یافتن راهکارهایی برای خلق رابطه بلندمدت با مشتری و شناسایی و تقویت فعالیت هایی مهم و ارزش زا از نظر مشتری افزایش یافته است (رنجبران و براری، ۱۳۸۸). از این رو امروزه سازمانهای پیشرو سعی می نمایند که از طریق ارضا کردن عوامل با اهمیت برای مشتریان به بهترین نحوه سودآوری خود را افزایش دهند. این نکته، کلیدی ترین پایه موفقیت آنها و بر پایه استراتژی مشتری مداری است. اما بسیاری از این سازمانها در ارضای کارکنان خود به عنوان مشتریان داخلی غافل مانده اند، چرا که امروزه با مطرح شدن ایده و مفهوم بازاریابی داخلی، اهمیت و نقش تعیین کننده مشتریان داخلی سازمانها (کارکنان) در موفقیت برنامه های بازاریابی بیرونی بیش از پیش روشن تر شده است (رستمی و همکاران، ۱۳۹۴).

امروزه محققین موضوع برندسازی را در دو سطح داخلی و خارجی مطرح نموده اند. برندسازی خارجی مربوط به مشتریان بیرونی است و بیانگر تلاش در جهت ایجاد تصویری ماندگار از کسب و کار در ذهن مخاطبان بیرون از سازمان است. در برندسازی داخلی که با ظهور مفهوم بازاریابی داخلی در دهه های اخیر مورد توجه واقع شده است، تاکید بر بهبود ادراک و رفتار کارکنان به عنوان مشتریان درون سازمان از برند سازمان است. در برندسازی داخلی اعتقاد بر این است که اولین مشتریان یک سازمان، کارکنان آن هستند و تقویت برند از منظر مشتریان بیرونی در ابتدا مستلزم تقویت جایگاه برند در داخل سازمان و در نزد کارکنان می باشد (عزیزی و همکاران، ۱۳۹۱). نتایج بررسی ها بر این نکته تاکید دارد که بازاریابی داخلی باید مقدم بر بازاریابی خارجی انجام پذیرد، زیرا تا زمانی که برند سازمان برای کارکنان که همان مشتریان داخلی هستند، مشخص و تثبیت نشود امکان تقویت برند از منظر مشتریان بیرونی وجود نخواهد داشت (کاتلر، ۲۰۰۳). بنابراین برندسازی داخلی مجموعه ای از فرایندهای استراتژیک به منظور هماهنگ کردن و توانمند سازی کارکنان برای ایجاد یک تجربه مناسب از برند در مشتریان به صورت روشمند است. این فرایند ضمن اینکه شامل عواملی نظیر ارتباطات داخلی، آموزش، رهبری، برنامه های پاداش و جذب نیرو و عوامل حمایتی است، اما تنها به این عوامل نیز محدود نیست. استراتژی های درونی سازی برند که به وسیله سازمان ها انجام می گیرد، فرایندی است که می کوشد راهنمایی برای کارکنان جهت ایفای تعهد برند سازمان ارائه دهد (چونگ، ۲۰۰۷). با توجه به مطالب ذکر شده یکی از عوامل اصلی در انتخاب بانک به وسیله مشتری روابط خوب و برخورد مناسب کارکنان و به طور خاص کارکنان در سطح شعب با مشتریان است. بنابراین تا زمانی که کارکنان بانک به برند بانک و اهمیت آن در موفقیت بانک به عنوان یک کل و خودشان به عنوان بخشی از آن کل باور نداشته باشند، نمی توانند و نمی خواهند به تقویت برند بانک کمک کنند. همچنین به نظر می رسد رضایت شغلی کارکنان متأثر از این موضوع مهم باشد. از این رو در این پژوهش به بررسی این مساله در بین کارکنان شعب بانک توسعه تعاون استان لرستان خواهیم

پرداخت و این پرسش را مطرح خواهیم نمود که ابعاد برند کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان چه تاثیری بر رضایت شغلی آنها دارد؟

– فرضیه های پژوهش

– فرضیه اصلی

ابعاد برند کارکنان بر رضایت شغلی کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان تاثیر معنی داری دارد.

– فرضیه های فرعی

۱. آموزش و توسعه بر رضایت شغلی کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان تاثیر دارد.
۲. شهرت و اعتبار سازمان بر رضایت شغلی کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان تاثیر دارد.
۳. تنوع فرهنگی بر رضایت شغلی کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان تاثیر دارد.
۴. تعادل بین کار و زندگی بر رضایت شغلی کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان تاثیر دارد.
۵. رعایت اخلاق و مسئولیت اجتماعی بر رضایت شغلی کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان تاثیر دارد.
۶. فرهنگ سازمانی بر رضایت شغلی کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان تاثیر دارد.

مبانی نظری عوامل مؤثر بر رضایت شغلی

عوامل سازمانی: حقوق و دستمزد، ترفیعات، خطمشی‌های سازمانی.
عوامل محیطی: سبک سرپرستی، گروه‌های کاری، شرایط کاری.
ماهیت کار: محدوده شغل، میزان مسئولیت، اقدامات کاری و بازخورد.
عوامل فردی: صفات و ویژگی‌های فردی (مقیمی، ۱۳۸۵).

منابع رضایت شغلی

آنچه مسلم است عوامل گوناگونی را می‌توان به عنوان نتایج رضایت‌مندی شغلی ذکر نمود. بی‌شک با توجه به تفاوت‌های فردی و برون فردی رتبه‌بندی این نتایج نزد افراد متفاوت درک خواهد شد.

الف- حقوق و دستمزد

ب- امنیت

ج- نقش کار

د- امکان ترقی و پیشرفت

ه- نظارت

ز- رفاه کارگران

د- شرایط کاری مناسب

س- علاقه شغلی

ش- شخصیت

روش پژوهش

روش پژوهش حاضر بر مبنای هدف، روش کاربردی می باشد، پژوهش حاضر نیز از نظر ماهیت و روش توصیفی از نوع پیمایشی می باشد. جامعه آماری این پژوهش، کلیه کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان می باشد، که تعداد آنها برابر با $N = 106$ نفر می باشد که با استفاده از جدول مورگان تعداد $n = 84$ نفر به عنوان نمونه انتخاب گردید.

بحث و نتیجه گیری

نتیجه گیری فرضیه اصلی

ابعاد برند کارکنان بر رضایت شغلی کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان تاثیر معنی داری دارد. باتوجه به اینکه سطح معناداری به دست آمده $(0,001)$ کوچکتر از سطح خطا $(0,05)$ می باشد، لذا فرضیه اصلی پذیرفته می شود. از مقدار به دست آمده ضریب بتا استاندارد $\beta = (0,345)$ می توان استنباط نمود ابعاد برند کارکنان بر رضایت شغلی کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان تاثیر مثبت یا مستقیم دارد. بنابراین به ازای یک واحد افزایش در متغیر مستقل ابعاد برند کارکنان، به میزان $(0,345)$ واحد افزایش در متغیر وابسته رضایت شغلی کارکنان ایجاد می شود. با توجه به مقدار ضریب تعیین به دست آمده $(0,119)$ می توان نتیجه گرفت که در صورت ثابت بودن سایر عوامل $11,9$ درصد از رضایت شغلی کارکنان، تحت تاثیر ابعاد برند کارکنان می باشد. یافته های این تحقیق با یافته های حیدری و عزیزی (1391) ، تورانی، سمانه، اسماعیل پور، حسن (1393) ، تانوار و پراسد (2016) همخوانی دارد.

نتیجه گیری فرضیه های فرعی

نتیجه گیری فرضیه فرعی اول

آموزش و توسعه بر رضایت شغلی کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان تاثیر معنی داری دارد. باتوجه به اینکه سطح معناداری به دست آمده $(0,025)$ کوچکتر از سطح خطا $(0,05)$ می باشد، لذا فرضیه فرعی اول پذیرفته می شود. از مقدار به دست آمده ضریب بتا استاندارد $\beta = (0,244)$ می توان استنباط نمود آموزش و توسعه بر رضایت شغلی کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان تاثیر مثبت یا مستقیم دارد. بنابراین به ازای یک واحد افزایش در متغیر مستقل آموزش و توسعه، به میزان $(0,244)$ واحد افزایش در متغیر وابسته رضایت شغلی کارکنان ایجاد می شود. با توجه به مقدار ضریب تعیین به دست آمده $(0,059)$ می توان نتیجه گرفت که در صورت ثابت بودن سایر عوامل $5,9$ درصد از رضایت شغلی کارکنان، تحت تاثیر آموزش و توسعه می باشد. یافته های این تحقیق با یافته های عزیزی و اثناعشری (1392) ، حیدری و عزیزی (1391) ، تانوار و پراسد (2016) همخوانی دارد.

نتیجه گیری فرضیه فرعی دوم

شهرت و اعتبار سازمان بر رضایت شغلی کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان تاثیر معنی داری دارد. باتوجه به اینکه سطح معناداری به دست آمده (۰,۰۱۲) کوچکتر از سطح خطا (۰,۰۵) می باشد، لذا فرضیه فرعی دوم پذیرفته می شود. از مقدار به دست آمده ضریب بتا استاندارد $\beta = (۰,۲۷۳)$ می توان استنباط نمود شهرت و اعتبار سازمان بر رضایت شغلی کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان تاثیر مثبت یا مستقیم دارد. بنابراین به ازای یک واحد افزایش در متغیر مستقل شهرت و اعتبار سازمان، به میزان (۰,۲۷۳) واحد افزایش در متغیر وابسته رضایت شغلی کارکنان ایجاد می شود. با توجه به مقدار ضریب تعیین به دست آمده (۰,۰۷۵) می توان نتیجه گرفت که در صورت ثابت بودن سایر عوامل ۷,۵ درصد از رضایت شغلی کارکنان، تحت تاثیر شهرت و اعتبار سازمان می باشد. یافته های این تحقیق با یافته های عزیزی و اثناعشری (۱۳۹۲)، حیدری و عزیزی (۱۳۹۱)، تورانی، سمانه، اسماعیل پور، حسن (۱۳۹۳)، تانوار و پراسد (۲۰۱۶) همخوانی دارد.

نتیجه گیری فرضیه فرعی سوم

تنوع فرهنگی بر رضایت شغلی کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان تاثیر معنی داری دارد. باتوجه به اینکه سطح معناداری به دست آمده (۰,۰۰۱) کوچکتر از سطح خطا (۰,۰۵) می باشد، لذا فرضیه فرعی سوم پذیرفته می شود. از مقدار به دست آمده ضریب بتا استاندارد $\beta = (۰,۳۱۱)$ می توان استنباط نمود تنوع فرهنگی بر رضایت شغلی کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان تاثیر مثبت یا مستقیم دارد. بنابراین به ازای یک واحد افزایش در متغیر مستقل تنوع فرهنگی، به میزان (۰,۳۱۱) واحد افزایش در متغیر وابسته رضایت شغلی کارکنان ایجاد می شود. با توجه به مقدار ضریب تعیین به دست آمده (۰,۰۹۷) می توان نتیجه گرفت که در صورت ثابت بودن سایر عوامل ۹,۷ درصد از رضایت شغلی کارکنان، تحت تاثیر تنوع فرهنگی می باشد. یافته های این تحقیق با یافته های عزیزی و اثناعشری (۱۳۹۲)، حیدری و عزیزی (۱۳۹۱)، تورانی، سمانه، اسماعیل پور، حسن (۱۳۹۳) همخوانی دارد.

نتیجه گیری فرضیه فرعی چهارم

تعادل بین کار و زندگی بر رضایت شغلی کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان تاثیر معنی داری دارد. باتوجه به اینکه سطح معناداری به دست آمده (۰,۰۰۲) کوچکتر از سطح خطا (۰,۰۵) می باشد، لذا فرضیه فرعی چهارم پذیرفته می شود. از مقدار به دست آمده ضریب بتا استاندارد $\beta = (۰,۳۱۹)$ می توان استنباط نمود تعادل بین کار و زندگی بر رضایت شغلی کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان تاثیر مثبت یا مستقیم دارد. بنابراین به ازای یک واحد افزایش در متغیر مستقل تعادل بین کار و زندگی، به میزان (۰,۳۱۹) واحد افزایش در متغیر وابسته رضایت شغلی کارکنان ایجاد می شود. با توجه به مقدار ضریب تعیین به دست آمده (۰,۱۰۲) می توان نتیجه گرفت که در صورت ثابت بودن سایر عوامل ۱۰,۲ درصد از رضایت شغلی کارکنان، تحت تاثیر تعادل بین کار و زندگی می باشد. یافته های این تحقیق با یافته های عزیزی و اثناعشری (۱۳۹۲)، تورانی، سمانه، اسماعیل پور، حسن (۱۳۹۳)، تانوار و پراسد (۲۰۱۶) همخوانی دارد.

نتیجه گیری فرضیه فرعی پنجم

رعایت اخلاق و مسئولیت اجتماعی بر رضایت شغلی کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان تاثیر معنی داری دارد.

باتوجه به اینکه سطح معناداری به دست آمده (۰,۰۰۰) کوچکتر از سطح خطا (۰,۰۵) می باشد، لذا فرضیه فرعی پنجم پذیرفته می شود. از مقدار به دست آمده ضریب بتا استاندارد $\beta=(۰,۵۵۷)$ می توان استنباط نمود رعایت اخلاق و مسئولیت اجتماعی بر رضایت شغلی کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان تاثیر مثبت یا مستقیم دارد. بنابراین به ازای یک واحد افزایش در متغیر مستقل رعایت اخلاق و مسئولیت اجتماعی، به میزان (۰,۵۵۷) واحد افزایش در متغیر وابسته رضایت شغلی کارکنان ایجاد می شود. با توجه به مقدار ضریب تعیین به دست آمده (۰,۳۳۳) می توان نتیجه گرفت که در صورت ثابت بودن سایر عوامل ۳۳,۳ درصد از رضایت شغلی کارکنان، تحت تاثیر رعایت اخلاق و مسئولیت اجتماعی می باشد. یافته های این تحقیق با یافته های عزیزی و اثنا عشری (۱۳۹۲)، حیدری و عزیزی (۱۳۹۱)، تورانی، سمانه، اسماعیل پور، حسن (۱۳۹۳)، تانوار و پراسد (۲۰۱۶) همخوانی دارد.

نتیجه گیری فرضیه فرعی ششم

فرهنگ سازمانی بر رضایت شغلی کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان تاثیر معنی داری دارد. باتوجه به اینکه سطح معناداری به دست آمده (۰,۰۰۰) کوچکتر از سطح خطا (۰,۰۵) می باشد، لذا فرضیه فرعی ششم پذیرفته می شود. از مقدار به دست آمده ضریب بتا استاندارد $\beta=(۰,۳۵۳)$ می توان استنباط نمود فرهنگ سازمانی بر رضایت شغلی کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان تاثیر مثبت یا مستقیم دارد. بنابراین به ازای یک واحد افزایش در متغیر مستقل فرهنگ سازمانی، به میزان (۰,۳۵۳) واحد افزایش در متغیر وابسته رضایت شغلی کارکنان ایجاد می شود. با توجه به مقدار ضریب تعیین به دست آمده (۰,۱۲۴) می توان نتیجه گرفت که در صورت ثابت بودن سایر عوامل ۱۲,۴ درصد از رضایت شغلی کارکنان، تحت تاثیر فرهنگ سازمانی می باشد. یافته های این تحقیق با یافته های عزیزی و اثنا عشری (۱۳۹۲)، تورانی، سمانه، اسماعیل پور، حسن (۱۳۹۳)، تانوار و پراسد (۲۰۱۶) همخوانی دارد.

پیشنهادات

پیشنهادهای مبتنی بر فرضیه اصلی تحقیق

نتایج تحقیق نشان می دهد که، ابعاد برند کارکنان بر رضایت شغلی کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان تاثیر مثبت و معنی داری دارد، بر این اساس پیشنهاد می گردد:

۱- توجه ویژه به برند کارکنان به عنوان یک اصل رقابتی و ایجاد کمیته ای برای بررسی موانع و مشکلات برند سازی داخلی در راستای تقویت رضایت شغلی کارکنان بانک.

۲- توجه ویژه به ابعاد برند سازمان شامل آموزش و توسعه، شهرت و اعتبار سازمان، تنوع فرهنگی، تعادل بین کار و زندگی، رعایت اخلاق و مسئولیت اجتماعی و فرهنگ سازمانی در راستای تقویت رضایت شغلی کارکنان.

پیشنهادهای مبتنی بر فرضیه فرعی اول

نتایج تحقیق نشان می دهد که، آموزش و توسعه بر رضایت شغلی کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان تاثیر مثبت و معنی داری دارد، بر این اساس پیشنهاد می گردد:

۱- برگزاری دوره های آموزشی ضمن خدمت به طور منظم نظیر آموزش آنلاین، کارگاههای تخصصی برای وادار نمودن کارکنان به یادگیری در راستای افزایش یادگیری و مهارت های کارکنان و آماده نمودن آنها برای پذیرش موقعیت های شغلی آینده.

۲- سازماندهی و اجرای منظم کنفرانس ها و کارگاه ها به منظور آموزش و توسعه کارکنان .

پیشنهادهای مبتنی بر فرضیه فرعی دوم

نتایج تحقیق نشان می دهد، که شهرت و اعتبار سازمان بر رضایت شغلی کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان تاثیر مثبت و معنی داری دارد، بر این اساس پیشنهاد می گردد:

۱- افزایش شهرت و اعتبار برند بانک در بین بانک های داخلی و خارجی به منظور ایجاد غرور و تعهد سازمانی و در نهایت رضایت شغلی کارکنان.

۱- نوآوری در خدمات بانکی و استفاده از تجهیزات مدرن و جدید در راستای افزایش اعتبار و شهرت بانک و تبع آن تقویت برند داخلی و رضایت شغلی کارکنان.

پیشنهادهای مبتنی بر فرضیه فرعی سوم

نتایج تحقیق نشان می دهد که، تنوع فرهنگی بر رضایت شغلی کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان تاثیر مثبت و معنی داری دارد، بر این اساس پیشنهاد می گردد:

۱- در نظر گرفتن ملاکهای شایستگی، مهارت و توانایی در زمان استخدام افراد جدید بدون در نظر گرفتن فاکتورهایی نظیر جنسیت، قومیت یا فرهنگ خاص به منظور تقویت تنوع فرهنگی و به تبع آن رضایت شغلی در سازمان.

۲- ایجاد تنوع در فعالیتهای کاری کارکنان از طریق چرخش شغلی و غنی سازی شغل در بانک.

۳- رعایت برابری کامل و ارتقاء بر مبنای شایستگی بدون در نظر گرفتن فاکتورهایی نظیر جنسیت، قومیت، فرهنگ و یا مذهب در راستای تقویت و ایجاد تنوع فرهنگی.

پیشنهادهای مبتنی بر فرضیه فرعی چهارم

نتایج تحقیق نشان می دهد که، تعادل بین کار و زندگی بر رضایت شغلی کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان تاثیر مثبت و معنی داری دارد، بر این اساس پیشنهاد می گردد:

۱- برنامه ریزی و مطالعه در زمینه ایجاد ساعات کار انعطاف پذیر برای کارکنان و انتقال برخی از وظایف غیر ضروری در ساعات خارج کار و یا خانه در راستای ایجاد تعادل بین کار و زندگی کارکنان.

۲- افزایش مرخصی کارکنان برای مسایل شخصی و همکاری بدون بانک در موارد اضطراری و خانوادگی با کارکنان در راستای ایجاد تعادل بین کار و زندگی و به تبع آن رضایت شغلی آنها.

پیشنهادهای مبتنی بر فرضیه فرعی پنجم

نتایج تحقیق نشان می دهد که، رعایت اخلاق و مسئولیت اجتماعی بر رضایت شغلی کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان تاثیر مثبت و معنی داری دارد، بر این اساس پیشنهاد می گردد:

۱- ایجاد منشور اخلاقی در سازمان و الزام کلیه پرسنل اعم از مدیران و کارکنان به پایبندی بر رعایت اخلاق و مسئولیت اجتماعی بانک در راستای ارتقاء فرهنگ اخلاق و مسئولیت اجتماعی.

۲- کمک به نهادهای عمومی و سازمانهای خیریه و مشارکت در مسایل اجتماعی نظیر تهیه جهیزیه برای زوج های جوان، حمایت از زنان سرپرست خانوار، کمک به ارتقاء کیفیت محیط زیست و ... در راستای افزایش حس مسئولیت اجتماعی در بانک.

۳- ایجاد واحدهای برای بررسی شکایات احتمالی مشتریان و بررسی دقیق و سریع شکایات مشتریان با حضور مشتری و در نهایت گزارش نتیجه نهایی به مشتری .

پیشنهادهای مبتنی بر فرضیه فرعی ششم

نتایج تحقیق نشان می دهد که، فرهنگ سازمانی بر رضایت شغلی کارکنان بانک توسعه تعاون استان لرستان تاثیر مثبت و معنی داری دارد، بر این اساس پیشنهاد می گردد:

۱- افزایش استقلال شغلی کارکنان و واگذاری اختیار بیشتر به کارکنان در راستای ایجاد اعتماد و ارتقاء فرهنگ سازمانی.
۲- توجه و تقویت کار گروهی و تقویت رفتارهای فرانش در سازمان از طریق اعطای پادش به کارکنانی که رفتارهای فرانش نظیر کمک به همکاران و مشتریان را در سازمان بدون چشم داشت و خارج از وظیفه شغلی انجام می دهند