

## عنوان مقاله:

رابطه ی بین کارکنان و کیفیت با جذب والدین دانش آموزان در مدارس غیرانتفاعی ابتدایی (مورد مطالعه: شهرستان ساری)

## محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی کاربرد پژوهش های نوین در علوم انسانی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسندگان:

زین العابدین رحمانی - استادیار مدیریت دانشگاه پیام نور

ژاله تلارمی - مربی رشته مدیریت دانشگاه پیام نور

محمدعلی عالیشاه - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه فروردین و آموزگار ابتدایی

## خلاصه مقاله:

با گسترش شهرها و افزایش جمعیت و منابع محدود و کمبودهای دولت در ارائه خدمات عمومی و نیز سیاست های کوچک سازی دولتها، موجب گسترش سازمان های خدمات غیرانتفاعی، از جمله آموزش و پرورش شده است. افزایش روزافزون موسسات خدمات آموزشی و مدارس غیرانتفاعی موجب رقابت بین آنها شده و استفاده از اصول بازاریابی را در کسب موفقیت و دستیابی به اهداف سازمان، ضروری ساخته است. هدف پژوهش حاضر شناخت عناصر مهم و تاثیرگذار آمیخته بازاریابی در جذب والدین دانش آموز در مدارس غیرانتفاعی درمقطع ابتدایی است. این پژوهش از نظرهدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده ها توصیفی و پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش کلیه والدین دانش آموزان مشغول به تحصیل در مدارس غیرانتفاعی ابتدایی شهرساری درسال تحصیلی 1395-96، و حجم نمونه این پژوهش با استفاده از فرمول کوکران 314 نفر و به روش تصادفی ساده نمونه گیری شد. برای گردآوری داده ها از ابزار پرسشنامه و برای تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS نسخه 24 و از نرم افزار smartPLS و آزمون t جهت تجزیه و تحلیل نتایج استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان داد در بین عناصر آمیخته بازاریابی، کیفیت خدمات و سپس کارکنان، بالاترین رابطه را در جذب والدین دانش آموز در مدارس غیرانتفاعی ابتدایی شهرساری دارند.

## کلمات کلیدی:

کارکنان، کیفیت، آمیخته بازاریابی، مدارس غیرانتفاعی، جذب مشتری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/674775>

