

## عنوان مقاله:

طراحی مدل ایجاد آوای سازمانی در شرکت فولاد یزد

## محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی چالش ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسندگان:

مهران ضیائی‌ان - کارشناس ارشد رشته مدیریت صنعتی، گرایش تولید، دانشکده مدیریت، دانشگاه شهید اشرفی اصفهانی،

امیرعباس امینی - کارشناس ارشد رشته مدیریت صنعتی، گرایش تولید، دانشکده مدیریت، دانشگاه شهید اشرفی اصفهانی،

امیر سالک - کارشناس ارشد رشته مدیریت صنعتی، گرایش تولید، دانشکده مدیریت، دانشگاه شهید اشرفی اصفهانی،

## خلاصه مقاله:

امروزه بسیاری از سازمان ها بیش از پیش از کارکنان خود می خواهند در دنیای مدام در حال تغییر، که رقابت در آن شدید است، برای پیشبرد و دستیابی به اهداف سازمانی به ابراز ایده ها و نظرات خود بپردازند. از این رو این پژوهش با هدف ارائه مدلی برای آوای سازمانی در شرکت فولاد یزد انجام گرفت. هدف از این پژوهش بررسی عوامل اثر گذار بر ایجاد آوای سازمانی و سپس بررسی نقش علت و معلولی این عوامل در ایجاد آوای سازمانی است. تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر جمع آوری داده ها توصیفی- پیمایشی بوده است. با استفاده از مطالعه پیشینه پژوهش در ابتدا 8 مولفه به عنوان مولفه های اصلی آوای سازمانی در شرکت فولاد یزد شناسایی گردید. در ادامه و با استفاده از تکنیک مدل سازی ساختاری تفسیری و با نظرخواهی از 13 خبره صنعتی اقدام به طراحی مدل ارتباطی میان مولفه های آوای سازمانی گردید. نتایج پژوهش نشان دهنده 3 سطح کلی در ارتباط میان مولفه های پژوهش دارد. همچنین مولفه های جمع گرایی درون گروهی و تشویق به عنوان مولفه های آغازگر مدل شناسایی گردیدند .

## کلمات کلیدی:

آوای سازمانی، مدل سازی ساختاری تفسیری، شرکت فولاد یزد

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1045708>

