

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر تصویر سازمانی بر وفاداری سازمانی با نقش میانجی جاذبه سازمانی آموزش و پرورش شهر شیراز

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت، علوم انسانی و رفتاری در ایران و جهان اسلام (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

علیرضا موغلی - استاد تمام گروه مدیریت دولتی دانشگاه پیام نور تهران، ایران

مهدی مینایی - کارشناس ارشد رشته مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور شیراز، ایران

خلاصه مقاله:

معلمان و نیروی انسانی اصلی ترین عامل در پیشرفت سازمان ها به شمار می رود، لازم است مسئولان در جذب نیروی انسانی کارآمد و متناسب با نیازهای سازمانی تصمیم گیری کنند. هدف از تحقیق حاضر بررسی تاثیر تصویر سازمانی بر وفاداری سازمانی با نقش میانجی جاذبه سازمانی می باشد. این پژوهش کاربردی و توصیفی- پیمایشی می باشد. ابزار گردآوری داده های این تحقیق پرسشنامه استاندارد که بصورت تصادفی سادهدر بین 300 نفر بر اساس فرمول کوکران توزیع گردیده است. در تحقیق حاضر، با رجوع به نظر متخصصان و اساتید از روایی ابزار اندازه گیری، درسنجش متغیرهای تحقیق اطمینان حاصل شده است و با توجه به پایایی پرسشنامه، 0/981 از پایایی برخوردار می باشد. در این پژوهش جهت تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزارهای Smart PLS استفاده شده است. نتایج نشان داد جاذبه سازمانی بر وفاداری تاثیر مثبت و معناداری دارد، تصویر سازمانی بر جاذبه سازمانی تاثیر مثبت و معناداری دارد و تصویر سازمانی بر وفاداری سازمانی تاثیر مثبت و معناداری دارد و همچنین جاذبه سازمانی بر تاثیر تصویر سازمانی بر وفاداری نقش میانجی دارد.

کلمات کلیدی:

سازمان، جاذبه سازمانی، تصویر سازمانی، وفاداری سازمانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1118744>

