

## عنوان مقاله:

تاثیر رهبری تحول گرا بر برند کارفرما با نقش میانجی پذیرندگی کاری کارکنان (مورد مطالعه: هتل های غرب استان مازندران)

## محل انتشار:

هشتمین کنفرانس بین المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

## نویسندگان:

بهشته اسحق نیموری - کارشناسی ارشد مدیریت تحول، دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس

محمدجواد تقی پوریان - استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس

## خلاصه مقاله:

هدف اصلی تحقیق حاضر تعیین تاثیر رهبری تحول گرا بر برند کارفرما با نقش میانجی پذیرندگی کاری کارکنان در هتل های غرب استان مازندران می باشد. متغیر رهبری تحول گرا ارتباط زیادی با برندسازی کارفرما دارد. رهبری تحو گرا از طریق نفوذ کاریزماتیک، برقراری تعامل و ارزش های مشترک به عنوان یک استراتژی، برند کارفرما را تقویت و موجب پذیرندگی شغلی کارکنان نیز خواهد شد. روش تحقیق در این مطالعه توصیفی از نوع پیمایشی و از لحاظ هدف کاربردی می باشد. جامعه آماری تحقیق کارکنان هتل های غرب استان مازندران می باشند که به کمک فرمول کوکران و از روش نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای ۳۴۱ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده ها، شامل پرسشنامه رهبری تحول گرا باس و اولیو (۲۰۰۰) با پایایی ۰/۹۴۲، پرسشنامه پذیرندگی کاری شافلی و باکر (۲۰۰۳) با پایایی ۰/۸۷۸ و همچنین پرسشنامه برند کارفرما کارنیکا (۲۰۱۶) با پایایی ۰/۹۱۵ می باشد. برای سنجش روایی پرسشنامه از تحلیل عاملی تاییدی استفاده شده است و پایایی پرسشنامه های نیز با استفاده از آزمون ضریب آلفای کرونباخ مورد تایید قرار گرفت. روش تجزیه و تحلیل داده ها، با نرم افزار LISREL انجام شد. یافته های تحقیق حاکی از این است که رهبری تحول گرا بر برند کارفرما با نقش میانجی پذیرندگی کاری کارکنان در هتل های غرب استان مازندران تاثیر مثبت و معناداری داشته است. همچنین رهبری تحول گرا به صورت مستقیم نیز بر برند کارفرما اثر مثبت و معناداری دارد.

## کلمات کلیدی:

رهبری تحول گرا، برند کارفرما، پذیرندگی کاری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1261326>

