

عنوان مقاله:

تاثیر مدیریت برند داخلی بر رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی کیفیت زندگی کاری کارکنان پلیس+۱۰

محل انتشار:

فصلنامه پژوهش های مدیریت انتظامی، دوره 15، شماره 1 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

نویسندگان:

علی پورنگ - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی- استراتژیک. دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع). مشهد، ایران

سید مرتضی غیور باغبانی - استادیار گروه مدیریت. دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع). مشهد، ایران

حبیب اله دعائی - دانشیار گروه مدیریت. دانشکده امور اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد، ایران

عاطفه نادرنژاد - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی- بازاریابی. دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع). مشهد، ایران

خلاصه مقاله:

زمینه و هدف: با توجه به پیچیدگی ماموریت‌های نیروی انتظامی، استفاده از نیروهای واجد رفتارهای شهروندی سازمانی، میتواند در موفقیت این سازمان بسیار مهم باشد. هدف از نگارش پژوهش حاضر بررسی تاثیر مدیریت برند داخلی بر رفتار شهروندی سازمانی از طریق کیفیت زندگی کاری در میان کارکنان پلیس+۱۰ استان خراسان جنوبی است. روش: پژوهش حاضر از جنبه هدف، کاربردی بوده که به شیوه توصیفی پیمایشی داده‌های لازم گردآوری شده است و از نظر نوع به دلیل بررسی تاثیر میان متغیرهای پژوهش، در زمره پژوهش‌های همبستگی قرار میگیرد. جامعه آماری، کارمندان دفاتر پلیس+۱۰ خراسان جنوبی به تعداد ۸۰ نفر است و به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و با استفاده از جدول مورگان تعداد ۶۶ نفر انتخاب شد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه استاندارد بود. تجزیه و تحلیل داده‌ها با روش مدلسازی معادلات ساختاری و به کمک نرم‌افزار Smart PLS در دو بخش مدل اندازه‌گیری و بخش ساختاری انجام پذیرفت. در بخش اول ویژگی‌های فنی پرسشنامه بهوسیله شاخصهای پایایی معرّفها و پایایی مرکب و روایی همگرا و روایی افتراقی بررسی شد. یافته‌ها: نتایج پژوهش تاثیر مدیریت برند داخلی بر کیفیت زندگی کاری و رفتار شهروندی سازمانی و همچنین تاثیر کیفیت زندگی کاری بر رفتار شهروندی سازمانی را تایید کرد و درنهایت تاثیر مدیریت برند داخلی بر رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی کیفیت زندگی کاری تایید شد. نتایج: با توجه به یافته‌های پژوهش، پیشنهاد می شود که مدیران دفاتر پلیس+۱۰ به مدیریت برند داخلی و کیفیت زندگی کاری کارکنان برای ایجاد و تقویت رفتار شهروندی سازمانی و درنهایت بهبود عملکرد سازمان خود توجه ویژه کنند.

کلمات کلیدی:

مدیریت برند داخلی، کیفیت زندگی کاری، رفتار شهروندی سازمانی، پلیس+۱۰، سازمان خدمات محور

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1314671>

