

عنوان مقاله:

نقش میانجی معنویت سازمانی در رابطه ی بین رهبری معنوی و رفتار شهروندی سازمانی در بین کارکنان رسانه های ورزشی در شهرستان زاهدان

محل انتشار:

مدیریت ارتباطات در رسانه های ورزشی، دوره 8، شماره 2 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

عبدالباسط مرادزاده - استادیار گروه مدیریت دانشگاه ولایت ایرانشهر، ایران

محب الدین ریگی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران

عبدالعلی کشته گر - دانشیار گروه مدیریت دولتی دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران

عبدالله سپاهی - استادیار گروه مهندسی صنایع دانشگاه ولایت ایرانشهر، ایران

خلاصه مقاله:

خلق محیطی که از شاخصه های معنوی برخوردار بوده و منجر به رفتارهایی فراتر از وظیفه کارکنان شود، یکی از این الزاماتی است که می تواند ضریب موفقیت سازمان ها را ارتقاء دهد. پژوهش حاضر با هدف تبیین الگوی روابط ساختاری بین رهبری معنوی و رفتار شهروندی سازمانی با در نظر گرفتن نقش میانجی معنویت سازمانی انجام شد. روش تحقیق از حیث هدف، توسعه ای-کاربردی و از حیث شیوه ی جمع آوری دادهها، توصیفی - همبستگی می باشد. جامعه ی آماری شامل کارکنان رسانه های ورزشی در شهر زاهدان سال ۱۳۹۷ بود که تعدادشان ۲۷۳ نفر بود. داده های پژوهش از طریق ۳ پرسشنامه ی استاندارد رهبری معنوی، معنویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی جمع آوری شدند و پایایی پرسشنامه ها با استفاده از آزمون آلفای کرانباخ به ترتیب ۰.۸۷، ۰.۸۹ و ۰.۸۳ به دست آمد. داده های جمع آوری شده از طریق آزمون تحلیل مسیر در نرم افزار LISREL تجزیه و تحلیل شد. نتایج تحقیق بیانگر این بود که: (۱) رهبری معنوی اثر معنی داری روی معنویت سازمانی دارد. (۲) معنویت سازمانی اثر معنی داری روی رفتار شهروندی سازمانی دارد. (۳) رهبری معنوی بر رفتار شهروندی سازمانی از طریق معنویت سازمانی اثر معنی داری دارد.

کلمات کلیدی:

رفتار شهروندی سازمانی، معنویت سازمانی، رهبری معنوی، الگوی روابط ساختاری، رسانه های ورزشی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1419734>

