

## عنوان مقاله:

بررسی و تحلیل میزان اثر گذاری فرایندهای سیستم مدیریت منابع انسانی بر برند سازمان با میانجی گری شایستگی، تعهد و رضایتمندی کارکنان در صنعت بیمه (مطالعه موردی بیمه تامین اجتماعی استان البرز)

## محل انتشار:

دوماهنامه نگرش های نوین مدیریت بازرگانی، دوره 1، شماره 5 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

## نویسندگان:

محمد گودرزی - رئیس دانشگاه علمی کاربردی آذین خودرو

اسماعیل رشیدی - مدیر پژوهش و فناوری دانشگاه علمی کاربردی آذین خودرو

## خلاصه مقاله:

امروزه توجه به کارکنان و همتراز نمودن ویژگی ها و قابلیت های آنان با برند برای سازمان هایی که در محیط های رقابتی فعالیت می کنند از اهمیت فوق العاده ای برخوردار است. جامعه آماری پژوهش شامل ۲۷۰ نفر از کارمندان شعب مختلف بیمه ی تامین اجتماعی استان البرز بوده و روایی پرسشنامه با مصاحبه با خبرگان صنعت و پایایی آن با ضریب آلفای کرونباخ در سطح ۰.۸۵۴ مورد تایید قرار گرفت. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش تحلیل عاملی تاییدی، مدل یابی معادلات ساختاری (SEM) و نرم افزارهای AMOS و SPSS استفاده شده است. پس از بررسی ۹ فرضیه ی مستقیم پژوهش و ۳ فرضیه با متغیر میانجی این نتیجه حاصل شد که فرضیه اصلی پژوهش مبنی بر رابطه ی بین مدیریت منابع انسانی با برند سازمان و نیز فرضیه دیگر مثبت و معنا دار بوده است. رابطه ی بین مدیریت منابع انسانی با شایستگی و نیز شایستگی با برند معنا دار نبوده و نیز نقش میانجی متغیر شایستگی بین مدیریت منابع انسانی و برند تایید نمی گردد ولی دو متغیر تعهد و رضایتمندی میتوانند نقش میانجی در رابطه ی بین مدیریت منابع انسانی با برند را ایفا نمایند. بنابراین سازمان ها میتوانند با سنجش، برنامه ریزی و ارتقای مداوم شاخصهای مدیریت منابع انسانی و اتخاذ راهکارهای افزایش تعهد و رضایتمندی کارکنان، برند سازمان را تقویت نموده و با افزایش فروش و سود، رضایت متوازن ذینفعان را جلب نمایند.

## کلمات کلیدی:

مدیریت منابع انسانی، شایستگی، تعهد، رضایتمندی، برند سازمان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1420132>

