

## عنوان مقاله:

بررسی پیامدهای شهرت سازمان های بخش عمومی: رفتار شهروندی سازمانی و هویت سازمانی

## محل انتشار:

فصلنامه انجمن علوم مدیریت ایران، دوره 12، شماره 46 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 0

## نویسندگان:

طیبه امیرخانی - عضو هیات علمی دانشگاه شهید بهشتی

مریم عبدالملکی - کارشناس ارشد مدیریت دولتی دانشگاه شهید بهشتی

## خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش، مطالعه پیامدهای شهرت سازمان است. شهرت سازمان، پیش‌تر دغدغه پژوهش‌گران بخش کسب و کار بوده لیکن اخیراً پژوهش‌گران بخش دولتی نیز به آن پرداخته‌اند. در این پژوهش رابطه این متغیر بر رفتارهای شهروندی سازمانی و هویت سازمانی مطالعه شده است. در این مطالعه رابطه هویت سازمانی به مثابه متغیر میانجی در نظر گرفته شده است. شهرت سازمان در بخش عمومی با استفاده از مقیاس طراحی شده توسط لوما - آهو و با پنج بعد اقتدار، احترام، اعتماد، کارایی و خدمات سنجیده شده است. رفتارهای شهروندی سازمانی با مدل ارگان و هویت سازمانی نیز بر اساس مدل چنی و کرینر و اشفرث سنجیده شده است. این پژوهش در ستاد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تهران انجام شده است. داده‌ها با استفاده از پرسشنامه جمع‌آوری شده‌اند. به منظور تحلیل داده‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهند که بهبود شهرت سازمان، می‌تواند منجر به تقویت رفتارهای شهروندی سازمانی و هویت‌یابی کارکنان با سازمان شود لیکن نقش میانجی هویت سازمانی تایید نمی‌شود. یافته دیگر این پژوهش این است که شهرت سازمان منجر به کاهش هویت‌یابی خنثی، دوجنبه‌ای و عدم احراز هویت با سازمان می‌شود.

## کلمات کلیدی:

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1478101>

