

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر شهرت سازمانی ادراک شده، انگیزش شغلی بر تعهد شغلی کارکنان شعب بانک ملت شهرستان رفسنجان

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و علوم اجتماعی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

مهدی اسداللهی
محمد ضیاءالدینی

خلاصه مقاله:

هدف تحقیق حاضر بررسی ارتباط میان شهرت سازمانی و تعهد شغلی و انگیزه شغلی کارکنان می باشد. جامعه آماری تحقیق را کلیه کارکنان شعب بانک ملت شهرستان رفسنجان که تعداد آنها 140 نفر می باشد، تشکیل داده است. به علت محدود بودن جامعه آماری، حجم نمونه برابر حجم جامعه در نظر گرفته شد. جمع آوری اطلاعات از طریق پرسشنامه صورت گرفت که به منظور تعیین روایی پرسشنامهها از روش اعتبار محتوایی استفاده شد و برای تعیین پایایی پرسشنامهها از آلفای کرونباخ تک نمونه ای و از مدل سازی معادلات ساختاری استفاده شده t استفاده شد و نیز جهت بررسی فرضیههای تحقیق از آزمون است. نتایج بررسی نشان داد شهرت سازمانی تاثیر مستقیم بر تعهد شغلی دارد، بررسی فرضیات نشان از معنی دار نبودن تاثیر مستقیم انگیزش شغلی بر تعهد شغلی دارد. شهرت سازمانی بر تعهد شغلی به طور غیر مستقیم از طریق متغیر میانجی انگیزش شغلی تاثیر ندارد؛ یعنی انگیزش شغلی در رابطه بین شهرت سازمانی و تعهد شغلی نقش میانجی ندارد. و با توجه به در جداول ذکر شده نتایج حاکی از آن است که متغیر درون زای انگیزش شغلی قابلیت پیش بینی ضعیف با سازه Q مقادیر 2 مربوط به خودش را دارد و تعهد شغلی قابلیت پیش بینی متوسط با سازه مربوط به خودش را دارند. در بررسی سایر فرضیات تحقیق، مشخص شد که شهرت سازمانی توان پیش بینی تمامی متغیرهای مذکور را دارد.

کلمات کلیدی:

شهرت سازمانی، تعهد شغلی، انگیزه شغلی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/550667>

