

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مسیولیت اجتماعی شرکت و بازاریابی درونی بر قصد تغییر شغل کارکنان با توجه به نقش تعهد سازمانی و نگرش کار کارمند (مطالعه موردی)

محل انتشار:

دهمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت و هفتمین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری های باز (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

مجید فتوحی - عضو هیات علمی آموزشکده فنی و حرفه ای سما واحد یزد

احسان اسدی - دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی (بازاریابی) دانشگاه آزاد اسلامی، یزد

فهیمة قانع عزآبادی - دانش آموخته کارشناسی ارشد مشاوره دانشگاه آزاد اسلامی، یزد

خلاصه مقاله:

هدف از پژوهش حاضر بررسی تاثیر مسیولیت اجتماعی شرکت و بازاریابی درونی بر قصد تغییر شغل کارکنان با توجه به نقش تعهد سازمانی و نگرش کار کارمندان می باشد. نمونه آماری متشکل از 70 نفر از کارکنان شرکت تولیدی و صنعتی فولاد یزد تعیین شده است. برای بررسی متغیرها با توجه به حد وسط مقیاس اندازه گیری از آزمون t یک نمونه استفاده شده و داده ها با استفاده از نرم افزار spss18 تجزیه و تحلیل گردید. تایید روابط بین متغیرها و عوامل از طریق تحلیل عاملی تاییدی و تکنیک مدل سازی PLS با استفاده از نرم افزار PLS2 Smart صورت پذیرفته است. همچنین با استفاده از آزمون سبل فرض نقش میانجی متغیرها مورد بررسی قرار گرفته است. یافته ها نقش مهم تعهد سازمانی و نگرش کار کارمند را بر قصد تغییر شغل کارکنان تایید می کند، تمام مولفه های یاد شده موجب شکل گیری نگرش مثبت در کارکنان شرکت فولاد یزد و تاثیر مثبت و معنادار بر قصد تغییر شغل دارد. به عبارت دیگر مسیولیت اجتماعی شرکت و بازاریابی درونی در اذهان پرسنل شرکت تولیدی و صنعتی فولاد یزد موجب رضایت و ترغیب آنان به ادامه کار و رضایت شغلی بالاتر می شود.

کلمات کلیدی:

بازاریابی درونی، تعهد سازمانی، نگرش کار کارمند، قصد تغییر شغل

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/737748>

