

گردنش صحیح پرسنل در مشاغل مختلف باعث می شود که تناسب مشاغل با شاغلین آنها بطور مستمر حفظ شود. با توجه به اینکه انسان در جهت تعالی و تکامل حرکت می کند، ثابت نگهداشت مداوم پرسنل در پستها و مشاغل سازمانی نه به نفع سازمان و نه به نفع کارکنان آن می باشد. این پژوهش نیز با هدف بررسی تأثیر ابعاد مسئولیت اجتماعی و بازاریابی داخلی بر گردنش شغلی با نقش میانجی گری تعهد سازمانی نمایندگان فروش شرکتهای بیمه استان گیلان انجام گرفت. برای جمع آوری اطلاعات در خصوص متغیرهای تحقیق، از روش‌های میدانی بهره برداری گردید. جامعه آماری مورد پژوهش شامل تمامی نمایندگان فروش شرکتهای بیمه استان گیلان می باشد. با استفاده از فرمول حجم محدود کوکران ۲۶۸ نفر بعنوان نمونه تحقیق محاسبه شده است. پرسشنامه نیز شامل ۳۹ سوال بود که از مقاله کیم و همکاران (۲۰۱۶) استخراج شده است. پس از تایید روایی و پایایی پرسشنامه، داده های آماری تحقیق با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج حاصله حاکی از آن است که ابعاد مسئولیت پذیری بجز (مسائل اخلاقی) و ابعاد بازاریابی داخلی تاثیر مثبت و معناداری بر تعهد سازمانی و در نهایت بر گردنش شغلی نیز تاثیری مثبت و معنادار دارد.