

تأثیر مسئولیت پذیری پذیر اجتماعی و بازاریابی داخلی سازمان بر تعهد سازمانی و میل به ترک شغل کارکنان شرکت پخش البرز

سعید اره‌چی *، دکتر محمدرضا آزاده‌دل،

1396-6-20

چکیده هدف اصلی این پژوهش سنجش میزان تأثیر مسئولیت پذیری پذیر اجتماعی و بازاریابی داخلی بر تعهد سازمانی و میل به ترک شغل کارکنان شرکت پخش البرز بوده است. روش پژوهش توصیفی کاربردی بوده است. جامعه آماری، کلیه کارکنان شرکت پخش البرز کل کشور بودند. با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده تعداد 297 کارکنان شرکت پخش البرز انتخاب گردیدند. ابزار پژوهش عبارت بودند از مقیاس مسئولیت پذیری اجتماعی، بازاریابی داخلی، تعهد سازمانی و تمایل به ترک شغل کارکنان که با مدل سازی معادلات ساختاری در نرم افزار AMOS نسخه 24 فرضیات و مدل پژوهش مورد آزمون قرار گرفتند. نتایج این تحقیق نشان داد که تعهد سازمانی (ضریب بتا: $-551/0$) تأثیر مستقیم و معکوسی بر تمایل به ترک شغل کارکنان دارد. در بعدی دیگر مسئولیت پذیری اجتماعی (ضریب بتا: $526/0$) و بازاریابی داخلی (ضریب بتا: $370/0$) تأثیر مستقیم و مثبتی بر تعهد سازمانی دارد. در بعدی دیگر، مسئولیت پذیری اجتماعی (ضریب بتا: $-295/0$) و بازاریابی داخلی (ضریب بتا: $-204/0$) با تأثیر گذاری مستقیم بر تعهد سازمانی بصورت غیرمستقیم و معکوس بر تمایل به ترک شغل کارکنان تأثیر گذار است. در ادامه ضرایب تعیین متغیرهای وابسته پژوهش نشان می‌دهد که مسئولیت پذیری اجتماعی، بازاریابی داخلی و تعهد سازمانی توانسته‌اند 30 درصد از واریانس تمایل به ترک شغل کارکنان را تبیین کنند. در بعدی دیگر مسئولیت پذیری اجتماعی و بازاریابی داخلی توانسته‌اند 42 درصد از واریانس تعهد سازمانی را تبیین کنند. همچنین سابقه شغلی اثر تعدیلگری بر رابطه تعهد سازمانی و میل به ترک شغل گذارده است (تغییر ضریب تعیین: 0.010 ؛ تغییر ضریب $f: 5.876$ ؛ سطح معناداری: 0.016) و با افزایش سابقه شغلی از شدت رابطه بین تعهد ورزشی و میل به ترک شغل کاسته می‌شود و بالعکس با کاهش سابقه شغلی بر شدت رابطه بین تعهد سازمانی و ترک شغل افزوده می‌شود. کاربرد نتایج برای کاهش تمایل و قصد رفتاری کارکنان برای ترک شغل می‌تواند درسی مؤثر به مدیران پیام‌آموزد، تا با ارتقای میزان تعهد سازمانی، بهبود مسئولیت پذیری اجتماعی خود و کارکنان و همچنین برنامه ریزی مؤثر مدیریت منابع انسانی، اثرات منفی بر عملکرد را در بلند مدت کاهش دهند و مهمتر از آن، از کناره گیری روانی و رفتاری کارکنان جلوگیری نمایند.

کلمات کلیدی : کلمات کلیدی: مسئولیت پذیری اجتماعی، بازاریابی داخلی، میل به ترک شغل کارکنان، سابقه شغلی، کارکنان شرکت پخش البرز

