



سومین همایش ملی و سومین همایش بین‌المللی مدیریت و حسابداری ایران

The third National and International Conference of Management and Accounting Iran



شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر وفاداری سازمانی

حسینعلی بهرام زاده^۱، سمیه سیرغانی^{۲*}، مهشاد عرفانی خانقاهی^۳، محسن سیرغانی^۴

^۱استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه آزاد بنجورد BahramZadeh_hosein@yahoo.com

^۲دانشجوی دکتری مدیریت دولتی دانشگاه آزاد بنجورد Somayeh.sirghani@yahoo.com

^۳دانشجوی دکتری مدیریت دولتی دانشگاه آزاد بنجورد mekh509@yahoo.com

^۴استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه پیام نور ایران- تهران Sirghani_law@yahoo.com

چکیده

پژوهش حاضر با هدف شناسایی و اولویت‌بندی عوامل موثر بر وفاداری سازمانی در بین کارکنان و اعضای هیات علمی دانشگاه پیام نور فریمان انجام شده است. تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی، از نظر روش گردآوری داده‌ها توصیفی-پیمایشی، ابزار آن پرسشنامه و جامعه آماری آن کارکنان و اعضای هیات علمی دانشگاه پیام نور فریمان می‌باشد. در این پژوهش ابتدا با بررسی متون و تحقیقات مختلف و همچنین مصاحبه با خبرگان دانشگاه عوامل موثر بر وفاداری سازمانی شناسایی شدند. سپس نظر کارکنان و اعضای هیات علمی دانشگاه پیام نور فریمان از طریق یک پرسشنامه محقق ساخته مبتنی بر طیف ۵ ارزشی لیکرت اخذ گردید تا میزان اهمیت هریک از عوامل موثر بر وفاداری سازمانی مشخص شود و همچنین اولویتهای آنان به ترتیب اهمیت دسته‌بندی شود.

واژه‌های کلیدی: وفاداری سازمانی، عدالت سازمانی، رضایت شغلی، امنیت شغلی، اعتماد