

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین بازاریابی رابطه ای درونی و رضایت شغلی کارکنان شرکت پالایش نفت آبادان

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی علوم انسانی با رویکرد بومی - اسلامی و با تاکید بر پژوهش های نوین (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

سحر زوره - کارشناس ارشد رشته پژوهش علوم اجتماعی

سارا زوره - کارشناس مددکاری و کارشناس ارشد رشته پژوهش علوم اجتماعی

احمد محمودی - کارشناس ارشد رشته مهندسی شیمی-گرایش پالایش

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش که بررسی رابطه بازاریابی رابطه ای درونی و رضایت شغلی کارکنان شرکت پالایش نفت آبادان می باشد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و بر اساس ماهیت و روش پژوهش توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری کلیه کارکنان شاغل در شرکت پالایش نفت آبادان می باشند. تعداد نمونه 180 نفر از کارکنان بخش های مختلف شرکت پالایش نفت آبادان انتخاب شده اند. تعداد نمونه در این تحقیق با استفاده از فرمول کوکران محاسبه شده است. روش نمونه گیری بر اساس نمونه گیری خوشه ای می باشد. ابزار گرد آوری اطلاعات شامل پرسشنامه شغلی JDI اسمیت، کندال وهایلین (1969) و پرسشنامه شالوده بازاریابی رابطه مند دوبیسی و واه (2005) تصحیح شده توسط عباسی (1382) بوده است. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون و برنامه آماری spss انجام شده است. نتایج بدست آمده در این تحقیق نشان داد که بین بازاریابی رابطه ای درونی و مولفه های رضایت شغلی که شامل ماهیت کار، سرپرستی، همکاران، حقوق، ارتقاء (پیشرفت) و محیط کار می باشند، رابطه معناداری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی، بازاریابی رابطه ای درونی، رضایت شغلی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/486664>

