

## عنوان مقاله:

بررسی رابطه بازاریگرایی با تعهد سازمانی کارکنان در شرکت پالایش گاز ایلام

## محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی حماسه سیاسی (با رویکردی بر تحولات خاورمیانه) و حماسه اقتصادی (با رویکردی بر مدیریت و حسابداری)  
(سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسنده:

محمد جباری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی - دانشگاه علوم و تحقیقات واحد خوزستان

## خلاصه مقاله:

مقاله حاضر رابطه بازاریگرایی (را با تکیه بر سه مفهوم ایجاد هوشمندی، انتشار هوشمندی و پاسخگویی) و تعهد سازمانی کارکنان در شرکت پالایش گاز ایلام مورد بررسی قرار می دهد. هدف اصلی این پژوهش بررسی رابطه بازاریگرایی با تعهد سازمانی کارکنان در شرکت پالایش گاز ایلام می باشد. بر این اساس این تحقیق از نظر هدف کاربردی است و از نظر ماهیت پژوهش یک تحقیق توصیفی- همبستگی می باشد. قلمرو مکانی این پژوهش شرکت پالایش گاز ایلام بوده و جامعه آماری این پژوهش 246 نفر از کارشناسان این شرکت می باشد. به منظور آزمون فرضیات پژوهش از آمارهای ضریب همبستگی، ضریب تعیین، خطای معیار، آزمون F، جدول سطح معنیداری و آزمون t و برای تحلیل نتایج حاصل از رگرسیون استفاده شده است. نتایج آزمون نشان میدهد که بین بازاریگرایی و تعهد سازمانی ارتباط مستقیم و معنادار وجود دارد و این بیانگر این است که هر چه یک شرکت بازاریگرتر باشد تعهد سازمانی کارکنان آن بیشتر خواهد بود. نتایج این پژوهش می تواند شرکت مذکور را در پیشبرد هرچه بیشتر اهداف فوق الذکر یاری نماید.

## کلمات کلیدی:

بازاریگرایی-انتشار هوشمندی-ایجاد هوشمندی-تعهد سازمانی-تعهد هنجاری-تعهد مستمر

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/494716>

