

## عنوان مقاله:

بررسی نقش مدیریت هویت برند بر رفتار و نگرش کارکنان رسمی و قراردادی شرکت نفت و گاز پارس جنوبی

## محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و اقتصاد دانش بنیان با تاکید بر اقتصاد مقاومتی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسندگان:

فریده رادمهر - گروه مدیریت، واحد شاهرود، دانشگاه آزاد اسلامی، شاهرود، ایران

سعید ایبایغی اصفهانی - استادیار گروه مدیریت، واحد شاهرود، دانشگاه صنعتی، دانشکده ی صنایع و مدیریت، شاهرود، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف این تحقیق بررسی نقش مدیریت هویت برند بر رفتار و نگرش کارکنان رسمی و قراردادی شرکت نفت و گاز پارس جنوبی می باشد. جامعه آماری این تحقیق نیروهای شاغل در شرکت ها و بخش های مختلف صنعت نفت در پارس جنوبی هستند. برای انتخاب نمونه آماری با استفاده از نمونه گیری تصادفی ساده و با استفاده از فرمول کوکران تعداد 365 نفر به عنوان نمونه آماری به شرح زیر، انتخاب می شود. به منظور سنجش مدیریت هویت برند از پرسشنامه شماتونی (1999) و تعهد سازمانی از پرسشنامه گاویندی گوبی ورلی (2001) و رضایت شغلی از پرسشنامه سوزان (2003) استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد، مدیریت هویت برند بر تعهد و رضایت شغلی کارکنان تاثیر مثبت و معناداری دارد.

## کلمات کلیدی:

رضایت شغلی، تعهد، هویت کارکنان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/694212>

