

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر بازارگرایی داخلی بر رضایت و تعهد شغلی کارکنان در صنعت هتلداری (مطالعه موردی: هتل های استان مازندران)

## محل انتشار:

اولین همایش بین المللی مدیریت، اقتصاد و توسعه (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

## نویسندگان:

نسیبه موید رشتی - گروه مدیریت، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی بابل، ایران

ناصرعلی یداله زاده طبری - گروه اقتصاد، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی بابل، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف از انجام این تحقیق بررسی تاثیر بازارگرایی داخلی بر رضایت و تعهد شغلی کارکنان هتل های استان مازندران بوده است. این تحقیق به شیوه توصیفی و پیمایشی انجام شده و از نوع تحقیقات کاربردی است. جامعه آماری تحقیق را کلیه کارکنان هتل های استان مازندران تشکیل می دهند که تعداد آنها برابر با 349 نفر بوده است. با استناد به رابطه نمونه گیری کوکران تعداد 183 نفر از آنان به شیوه طبقه ای متناسب انتخاب شده و پرسشنامه های تحقیق پس از تایید روایی و پایایی در اختیار ایشان قرار گرفت. داده ها با استفاده از معادلات ساختاری و به روش حداقل مربعات جزئی تجزیه و تحلیل شد. نتایج حاکی از آن بود که بازارگرایی داخلی در هتل ها تاثیر مثبت و معناداری بر روی تعهد و رضایت شغلی کارکنان دارد. همچنین بازارگرایی داخلی به طور معناداری توسط سه عامل هوشمندی بازار، ارتباطات داخلی و پاسخ به هوشمندی بازار توجیه پذیر بوده است

## کلمات کلیدی:

بازارگرایی داخلی، رضایت شغلی، تعهد شغلی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/416182>

