

نقش بازار محوری در برقراری مهارت‌های ارتباطاتی سازمان بر تعهد و عملکرد شغلی کارکنان

کمال امیری

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، تهران، ایران

چکیده

سازمان‌ها با برقراری مهارت‌های ارتباطاتی مؤثر به پیشنهادات، انتقادات و تعاریف کارکنان و مشتریان می‌توانند مزیت رقابتی بدست آورند. برقراری مهارت‌های ارتباطاتی به کارکنان و همکاران دارای مزایای فراتر از دادن سهمی از اطلاعات است، از طریق برقراری مهارت‌های ارتباطاتی به افراد به آنها نشان می‌دهیم که عقایدشان مهم و تأثیرگذار است. در مطالعه‌ی حاضر اثر برقراری مهارت‌های ارتباطاتی با کارکنان بر تعهد سازمانی کارکنان و عملکرد آنها با توجه به متغیر تعدیلگر بازار محوری مورد بررسی قرار داده شد. این تحقیق از نظر هدف از نوع کاربردی است و از نظر روش تحقیق در دسته‌ی تحقیقات توصیفی-پیمایشی است. در این مطالعه، پرسش‌نامه به عنوان ابزار اصلی جمع‌آوری اطلاعات مورد استفاده قرار گرفت. جدول مورگان برای تعیین حجم نمونه مورد استفاده قرار گرفت، به این ترتیب داده‌ها با استفاده از توزیع پرسش‌نامه در میان ۱۴۴ نفر از کارکنان جمع‌آوری شد. روایی پرسش‌نامه از طریق نظرات خبرگان بررسی شد، پایایی این پرسش‌نامه نیز از طریق آلفای کرونباخ تأیید شده است. برای تبیین توزیع جامعه‌ی نمونه از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شد. به دلیل اینکه توزیع داده‌ها در این پژوهش نرمال نبود از آزمون‌های ناپارامتریک استفاده شد. به همین دلیل، برای بررسی فرضیه‌ها از آزمون رگرسیون استفاده شد. داده‌های کمی با استفاده از نرم افزار اس.پی.اس.اس مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. سرانجام این مطالعه نشان داد که، برقراری مهارت‌های ارتباطاتی با کارکنان و مشتریان دارای اثر مثبت و معناداری بر تعهد سازمانی کارکنان، عملکرد کارکنان و بازار گرایی دارد.

واژه‌های کلیدی: برقراری مهارت‌های ارتباطاتی با کارکنان، تعهد سازمانی کارکنان، بازارگرایی داخلی، بازارمحوری