

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر بازاریابی داخلی بر تعهد سازمانی و عملکرد شغلی کارکنان شعبات بانک صادرات خراسان شمالی

محل انتشار:

دوازدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت، امور مالی، تجارت، بانک، اقتصاد و حسابداری (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

جعفر وفائی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بین الملل، موسسه آموزش عالی حکیمان بجنورد،

حسینعلی بهرامزاده - عضو هیات علمی موسسه آموزش عالی حکیمان بجنورد

زهرا بهرامزاده - کارشناس ارشد روانشناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قوچان

خلاصه مقاله:

هدف از این تحقیق بررسی تاثیر بازاریابی داخلی بر تعهد سازمانی و عملکرد شغلی کارکنان شعبات بانک صادرات خراسان شمالی می باشد. تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش مطالعه توصیفی پیمایشی و از نوع همبستگی می باشد. جامعه آماری پژوهش را کلیه کارکنان و کارشناسان رسمی و پیمانی و قراردادی شعبات بانک صادرات خراسان شمالی به تعداد ۱۷۷ نفر تشکیل می دهند. حجم نمونه مطابق با فرمول کوکران، ۱۲۱ نفر برآورد گردید و به شیوه نمونه گیری تصادفی طبقاتی انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده ها برای متغیر بازاریابی داخلی، پرسشنامه استاندارد (۱۹۹۷) بوده است و برای متغیر تعهد سازمانی نیز از پرسشنامه استاندارد آلن مایر (۱۹۹۲) و برای متغیر عملکرد شغلی نیز از پرسشنامه استاندارد پاترسون (۱۹۹۲) استفاده شد که قبلا روایی آن مورد تایید اساتید و خبرگان قرار گرفته بود و پایایی آن به کمک روش ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه بازاریابی داخلی، تعهد سازمانی و عملکرد شغلی به ترتیب مقادیر ۸۳٪ و ۸۶٪ و ۸۰٪ بدست آمد که نشان دهنده اعتبار و پایایی پرسشنامه های مذکور بود. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی شامل شاخص های آماری (رسم جدول فراوانی، درصد فراوانی، نمودارها) و همچنین از آمار استنباطی (جدول افقی، آزمون همبستگی پیرسون و آزمون رگرسیون) استفاده شده است و نتایج بدست آمده نشان می دهد که با توجه به سطح معنی داری برآورد شده که برابر ۵٪ می باشد در نتیجه بازاریابی داخلی بر تعهد سازمانی و عملکرد شغلی کارکنان شعبات بانک صادرات خراسان شمالی آنها تاثیر معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی داخلی، تعهد سازمانی، عملکرد شغلی، چشم انداز بازاریابی، توسعه بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1483658>

