

عنوان مقاله:

بررسی رابطه تحلیل رفتگی شغلی کارکنان با بازاریابی داخلی (مطالعه موردی، کارکنان پالایشگاه اصفهان)

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت، فرهنگ و توسعه اقتصادی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

محمد ایدی - استادیار دانشگاه آزاد اسلامی ایلام واحد علوم و تحقیقات، گروه مدیریت

محسن پیرزادیان - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی ایلام واحد علوم و تحقیقات، رشته مدیریت بازرگانی

احسان نامدار جویمی - کارشناس ارشد دانشگاه ایلام، رشته مدیریت بازاریابی

خلاصه مقاله:

هدف این تحقیق بررسی رابطه بازاریابی داخلی با تحلیل رفتگی شغلی است، از این رو بر اساس ابعاد سه گانه تحلیل رفتگی (فرسودگی عاطفی- تهی شدن از ویژگی های شخصیتی - کاهش بازده عملکرد فردی) با بازاریابی داخلی یک فرضیه کلی و یک فرضیه جزئی شکل گرفت، از این رو تمامی فرضیات مورد تایید قرار گرفتند و رابطه کلی و اصلی با میزان 0.75 مورد تایید قرار گرفت که حاکی از آن است که بازاریابی داخلی با تحلیل رفتگی شغلی رابطه معنادار دارد جهت ان به صورت خطی و غیر مستقیم (معکوس) می باشد. یعنی با افزایش یک واحدی در بازاریابی داخلی فرسودگی شغلی به میزان 0.75 کاهش می یابد. تحقیق از جهت هدف کاربردی و از نظر روش و شیوه جمع آوری داده ها توصیفی و پیمایشی به شمار می آید.

کلمات کلیدی:

تحلیل رفتگی شغلی، بازاریابی داخلی، فرسودگی عاطفی، ویژگی های شخصیتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/427515>

