

عنوان مقاله:

بررسی تأثیر بازاریابی درونی بر کیفیت خدمات سازمان تأمین اجتماعی استان زنجان

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی و دومین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

فیروزه حاجی علی اکبری - دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان

نرگس باش افشار - دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان

خلاصه مقاله:

با توجه به تغییرات روز افزون انتظارات مشتریان از خدمات سازمانها و از سوی دیگر با توجه به اینکه خدمات هر سازمانی توسط کارکنان آن صورت میپذیرد توجه هر چه بیشتر به بازاریابی خدمات و بازاریابی درونی که خود میتواند عاملی موثر بر کیفیت خدمات باشد، حائز اهمیت است. هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر بازاریابی درونی بر کیفیت خدمات سازمان تأمین اجتماعی بر اساس مدل فورمن و مونی میباشد. پژوهش از نظر هدف در حیطه پژوهشهای کاربردی و بر اساس ماهیت و روش، یک پژوهش توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش شامل مدیران و کارکنان سازمان تأمین اجتماعی استان زنجان بوده که بالغ بر 201 نفر میباشد و 132 نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار جمع آوری استفاده شده است. پایایی پرسش نامه از طریق ضریب آلفای SPSS دادهها پرسش نامه میباشد. به منظور تجزیه و تحلیل دادهها از نرم افزار کرونباخ و روایی آن نیز مورد تایید استاد محترم راهنما و صاحب نظران قرار گرفته است. نتایج نشان داد به ترتیب اولویت عواملی چون سیستم پاداش، بهبود و توسعه کارکنان، سیستم پاداش، کیفیت خدمات، چشم انداز

کلمات کلیدی:

بازاریابی درونی، بهبود و توسعه کارکنان، سیستم پاداش، کیفیت خدمات، چشم انداز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/428219>

