

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ابعاد بازاریابی داخلی، بر روی مشتری مداری (مورد مطالعه: اداره کل بندر و دریانوردی خرمشهر)

محل انتشار:

کنفرانس جهانی مدیریت، اقتصاد حسابداری و علوم انسانی در آغاز هزاره سوم (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسنده:

مسلم مرادی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازرگانی بین المللی، مرکز آموزش های بین المللی خلیج فارس، خرمشهر

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش بررسی تاثیر ابعاد بازاریابی داخلی بر مشتری مداری کارکنان اداره کل بندر و دریانوردی خرمشهر بود. ابزار مورد استفاده جهت جمع آوری داده ها، برای آزمون 6 فرضیه این پژوهش، پرسشنامه می باشد که در بین کارمندان اداره کل بندر و دریانوردی خرمشهر توزیع شده است، همچنین حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران 226 نفر محاسبه شده است برای تجزیه و تحلیل اطلاعات، از آزمون های تحلیل مسیر و تحلیل مدل معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار AMOS به منظور بررسی تاثیر بین متغیرهای تحقیق استفاده شده است. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها نشان داد که ابعاد بازاریابی درونی تاثیر معنادار و مثبتی بر روی رفتار مشتری مداری دارد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی داخلی، مشتری مداری و اداره کل بندر و دریانوردی خرمشهر

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/524905>

