

## عنوان مقاله:

بررسی رابطه میان بازاریابی داخلی و کارآفرینی سازمانی مورد مطالعه: منطقه 17 پستی تهران

## محل انتشار:

همایش بین المللی افق های نوین در علوم مدیریت و حسابداری، اقتصاد و کارآفرینی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

## نویسنده:

محمد عباسی ارومیه - کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه

## خلاصه مقاله:

هدف از این تحقیق بررسی رابطه میان بازاریابی داخلی و کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه: منطقه 17 پستی تهران) است. تحقیق پیش رو یک تحقیق کاربردی است زیرا به دنبال اجرای یک متد علمی و کاربرد آن جهت حل مسائل در دنیاواقعی می باشد. از حیث روش نیز می توان آن را یک تحقیق همبستگی- پیمایشی برشمرد. به دلیل این که رابطه بین متغیر مستقل (ابعاد و مؤلفه های کارآفرینی سازمانی) و متغیروابسته (بازاریابی داخلی)، مورد مطالعه قرار خواهد گرفت، لذا تحقیق از لحاظ نوع روش، همبستگی است. در این تحقیق از مطالعات کتابخانه ای و مطالعات پیشین جهت ارائه بیک چارچوب نظری در ارتباط با موضوع مورد بحث استفاده شده است. ابزار گردآوری اطلاعات در این تحقیق پرسشنامه 24 سوالی بازاریابی داخلی و پرسشنامه 30 سوالی کارآفرینی است. در زمینه ی آمار استنباطی نیز از آزمون کولمونگراف اسمیرنف، ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. جهت انجام محاسبات نیز، نرم افزار Spss مورد استفاده قرار گرفت. نتایج نشان داد که میان بازاریابی داخلی و کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه: منطقه 17 پستی تهران) رابطه معناداری وجود دارد.

## کلمات کلیدی:

بازاریابی داخلی، کارآفرینی سازمانی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/567141>

