

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر بازاریابی داخلی بر قصد جابجایی با میانجی گری تعهد سازمانی در شرکت بین-المللی مهندسی ایران (ایریتک)

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت و مهندسی صنایع (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

اصغر نجف نژاد - گروه مهندسی صنایع، واحد پرند، دانشگاه آزاد اسلامی، پرند، ایران

مسعود سیم خواه - گروه مهندسی صنایع، واحد پرند، دانشگاه آزاد اسلامی، پرند، ایران

قاسم فرج پورخاناپشتانی - گروه مهندسی صنایع، واحد پرند، دانشگاه آزاد اسلامی، پرند، ایران

خلاصه مقاله:

هدف اصلی این تحقیق بررسی تاثیر بازاریابی داخلی بر قصد جابجایی با میانجی گری تعهد سازمانی در شرکت بین المللی مهندسی ایران (ایریتک) می باشد. در راستای تحقق هدف های پژوهش 1 فرضیه اصلی و 8 فرضیه فرعی تدوین شده است. جامعه آماری تحقیق مشتمل بر 175 نفر از کارکنان شرکت بین المللی مهندسی ایران می باشد. به جای اینکه اطلاعات از جامعه جمع آوری شود، از نمونه جمع آوری شده است. این تحقیق از حیث ماهیت و روش توصیفی - پیمایشی می باشد. همچنین این تحقیق، یک تحقیق پیمایشی است و جمع آوری داده ها به کمک پرسشنامه و با مقیاس طیف لیکرت استفاده شد. برای اعتبار(روایی) سنجی و مشخص شدن سوالات و عوامل هر یک از متغیرهای اصلی تحقیق که بتوان در پرسشنامه تحقیق از آنها بهره برد، پرسشنامه مذکور در اختیار استاد راهنما قرار گرفت و پس از دخالت دادن نظرات ایشان، پرسشنامه نهایی تدوین گردید و در اختیار کارکنان قرار گرفت. همچنین در این پژوهش برای اندازه گیری پایایی یا قابلیت اعتماد پرسشنامه، از آلفای کرونباخ 0.951 استفاده شده است. داده ها با نرم افزار SPSS و Smart PLS تحلیل شده اند. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می دهد که بازاریابی داخلی بر قصد جابجایی و تعهد سازمانی کاملاً بی تاثیر می باشد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی داخلی، قصد جابجایی، تعهد سازمانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/756270>

