

عنوان مقاله:

تاثیر بازاریابی داخلی بر سلامت سازمانی با بررسی متغیرهای رضایت شغلی، کیفیت زندگی کاری و رفتار شهروندی به عنوان متغیرهای میانجی (مورد مطالعاتی: کارکنان مراکز اداره کل آموزش فنی و حرفه ای شهر تهران، ایران)

محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

میثم صبحی - گروه مهندسی صنایع، واحد پرند، دانشگاه آزاد اسلامی، پرند، ایران

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

علی تقی زاده هرات - گروه مهندسی صنایع، واحد پرند، دانشگاه آزاد اسلامی، پرند، ایران

خلاصه مقاله:

هدف اصلی این تحقیق بررسی تاثیر بازاریابی داخلی بر سلامت سازمانی با لحاظ کردن متغیرهای رضایت شغلی، رفتار شهروندی و کیفیت زندگی کاری به عنوان متغیرهای میانجی در میان کارکنان مراکز اداره کل آموزش فنی و حرفه ای شهر تهران می باشد. در راستای تحقق هدف های پژوهش 5 فرضیه تدوین شده است. جامعه آماری تحقیق مشتمل بر 171 نفر از کارکنان مراکز اداره کل آموزش فنی و حرفه ای شهر تهران 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 و خبرگان 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 0/793 استفاده شده است. داده ها با نرم افزار SPSS و Smart PLS تحلیل شده اند. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می دهد که در این مجموعه رضایت شغلی بر رفتار شهروندی سازمانی و کیفیت زندگی کاری و همچنین کیفیت زندگی کاری بر سلامت سازمانی تاثیرگذار بوده ولی بازاریابی داخلی بر رضایت شغلی تاثیرگذار نمی باشد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی داخلی، سلامت سازمانی، رضایت شغلی، رفتار شهروندی، کیفیت زندگی کاری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/757015>

