

## عنوان مقاله:

بررسی رابطه بازاریابی داخلی، رضایت شغلی، بازاریابی رابطه ای، مشتری گرائی و عملکرد سازمانی تاریخ دریافت مقاله

## محل انتشار:

فصلنامه مطالعات میان رشته ای مدیریت بازاریابی، دوره 1، شماره 1 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 30

## نویسندگان:

بزرگمهر خاندوزی - استادیار گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی حکیم جرجانی گرگان

علی عرب - کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول

## خلاصه مقاله:

چکیده‌های پژوهش با هدف بررسی رابطه بین بازاریابی داخلی، رضایت شغلی، مشتری گرائی، بازاریابی رابطه ای با عملکرد سازمانی در شرکت مخابرات استان گلستان انجام شده است. پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی است و از نظر روش توصیفی پیمایشی و همبستگی می باشد. جامعه آماری تحقیق شامل تعداد ۳۰۰ نفر از کارکنان تماس با مشتری و مدیران و کارشناسان حوزه بازاریابی شرکت مخابرات استان گلستان است و با توجه به جدول گرجسی و مورگان تعداد ۱۷۰ نفر با روش نمونه گیری تصادفی ساده بعنوان نمونه آماری انتخاب شدند و برای جمع آوری داده های اولیه از ابزار پرسشنامه استفاده شد. روایی پرسشنامه به کمک خبرگان و پایایی آن نیز با آلفای کرونباخ تایید شده است. نتایج حاصل از انجام این پژوهش نشان می دهد بازاریابی داخلی بر رضایت شغلی، مشتری گرائی و بازاریابی رابطه ای تاثیر مثبت دارد. همچنین تاثیر مثبت رضایت شغلی بر عملکرد سازمانی و بازاریابی رابطه ای تایید گردید. علاوه بر این نتایج پژوهش نشان می دهد که مشتری گرائی بر بازاریابی رابطه ای تاثیر مثبت دارد و در نهایت تاثیر مثبت بازاریابی رابطه ای بر عملکرد سازمانی نیز مورد تایید واقع شد. کلمات کلیدی: بازاریابی داخلی، رضایت شغلی، بازاریابی رابطه ای، مشتری گرائی و عملکرد سازمانی

## کلمات کلیدی:

بازاریابی داخلی، رضایت شغلی، بازاریابی رابطه ای، مشتری گرائی، عملکرد سازمانی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1733911>

