

عنوان مقاله:

تاثیر بازاریابی داخلی بر تعهد سازمانی کارکنان در شرکت های دانش بنیان نوپا با نقش میانجی پاداش سازمانی

محل انتشار:

فصلنامه زیست بوم نوآوری، دوره 3، شماره 3 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

ملیحه شاه بیگی - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، زاهدان، ایران

عالمه کیخا - استادیار گروه کارآفرینی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران.

خلاصه مقاله:

توسعه کسب و کارهای دانش بنیان و فناوری محور یکی از راهبردهای مهم توسعه پایدار محسوب می شود، تحقیق حاضر با هدف بررسی تاثیر بازاریابی داخلی بر تعهد سازمانی کارکنان شرکت های دانش بنیان نوپا با نقش میانجی پاداش سازمانی انجام شد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مدیران و کارکنان شرکت های دانش بنیان نوپا مستقر در پارک علم و فناوری زاهدان بود که بر اساس فرمول کوکران تعداد ۱۶۷ نفر به روش تصادفی ساده به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند، جهت جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه های استاندارد بازاریابی داخلی، تعهد سازمانی و پاداش سازمانی استفاده گردید که روایی صوری و محتوایی با تایید صاحب نظران و پایایی نیز با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی در حد مطلوب و بزرگتر از ۷۰٪ برآورد گردید. جهت تجزیه و تحلیل داده های پژوهش نیز از روش مدل سازی معادلات ساختاری و نرم افزار Lisrel استفاده شد. نتایج پژوهش حاکی از آن بود که بازاریابی داخلی بر تعهدسازمانی کارکنان شرکت های دانش بنیان نوپا تاثیرگذار است و همچنین پاداش سازمانی ادراک شده در رابطه بین بازاریابی داخلی و تعهد سازمانی نقش میانجی گری جزئی دارد. لذا به مدیران شرکت های دانش بنیان نوپا پیشنهاد می شود جهت ایجاد آگاهی در کارکنان نسبت به فرایندهای بازاریابی داخلی؛ شناسایی انتظارات مشتریان داخلی؛ شناسایی مشتریان و عرضه کنندگان داخلی؛ ایجاد ارتباط مناسب بین انتظارات مشتریان و عرضه کنندگان داخلی؛ انعطاف پذیری و در صورت لزوم آمادگی کارکنان برای تغییر به نحوی که پاسخگوی خواسته های مشتریان باشند تلاش کنند با مشارکت دادن کارکنان نسبت به حصول به معیارهای تحویل خدمات به صورتی مستمر و با کیفیت و بر اساس بازخوردهای مکرر، هم در کارکنان و هم سازمان ایجاد تعهد نمایند و کیفیت خدمات سازمان خود که در مرحله شکل گیری است و جهت بقای سازمان امری ضروری می باشد را ارتقا دهند.

کلمات کلیدی:

بازاریابی داخلی، تعهد سازمانی، پاداش سازمانی ادراک شده، شرکت های دانش بنیان نوپا

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1907607>

