

## "دور ابعاد التسويق الداخلي في تحقيق الالتزام التنظيمي للموظفين"

(دراسة استطلاعية لآراء عينة من موظفي شركة زين العراق للاتصالات)

مدرس مساعد

عقيل محمد عبد العزيز المطيري

كلية المستقبل الجامعة / قسم ادارة الاعمال

### المستخلص:

تفاعلت متغيرات البحث الحالية لتمثل اطار فكري يسلط الضوء على احد اهم الانشطة الرئيسية لإدارة التسويق المعاصر المتمثل بالتسويق الداخلي وما يتضمنه من ابعاد مختلفة تمثلت ب(الاختيار والتعيين ، التدريب والتطوير ، الحوافز والمكافأة و نشر المعلومات التسويقية بين العاملين) . وللتسويق الداخلي دور بارز في تحقيق الالتزام التنظيمي للموظفين ، اذ تزايد الاهتمام بالتسويق الداخلي في المنظمات بشكل عام والخدمية منها بشكل خاص بعد بروز اهميته في الحصول على موظفين يتمتعون بقدر عال من الالتزام التنظيمي ، قادرين على تقديم خدمات ذات مستوى متفوق من الجودة للزبائن .

ولقد قدمت الدراسة احاطة نظرية عن متغيرات البحث ، اما في الاطار العملي فقد تم اختيار قطاع الاتصالات (شركة زين العراق للاتصالات) كمجتمع للبحث لأجراء الجانب التطبيقي ، وقد تم استخدام حزمة من الادوات الاحصائية لتحليل بيانات استمارة الاستبيان ، سعياً للحصول على اجابات وافية تتناسب مع طبيعة البحث بهدف تقديم توصيات ممكن ان تسهم في تعزيز الالتزام التنظيمي بين الموظفين . ولقد تم التوصل الى عدة استنتاجات اهمها " يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لأبعاد التسويق الداخلي في تحقيق الالتزام التنظيمي " كما قدمت الدراسة عدة توصيات منها " تعزيز جوانب القوة عند تطبيق ابعاد التسويق الداخلي و مواجهة نقاط الضعف من خلال ايجاد طرق واساليب جديدة لكسب ولاء العميل الداخلي بما يضمن تحقيق الالتزام التنظيمي.