

چکیده

سازمان‌ها برای بقا و بهبود شرایط خود در شرایط متغیر نیازمند بررسی عملکرد سازمانی هستند بر این مبنا تحقیق حاضر به بررسی ارتباط بین بازاریابی داخلی، رضایت شغلی کارکنان و عملکرد سازمانی در صندوق‌های بازنشستگی، پس‌انداز و رفاه کارکنان صنعت نفت ایران می‌پردازد. این تحقیق براساس نوع هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی-همبستگی بوده است. روش گردآوری داده‌ها میدانی و ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه بوده است. جامعه آماری تحقیق حاضر صندوق‌های بازنشستگی، پس‌انداز و رفاه کارکنان صنعت نفت ایران می‌باشد به علت کوچک بودن جامعه از روش سرشماری ۱۳۶ نفر از معاونین، روسا، کارشناسان و کارشناسان مسئول برای نمونه‌گیری استفاده شد. برای بررسی پایایی پرسشنامه از آلفای کرونباخ بهره‌برداری شد که برای همه‌ی متغیرها بالاتر از ۰/۷ بدست آمد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از معادلات ساختاری از نرم‌افزارهای SPSS و LISREL استفاده شد. نتایج نشان می‌دهند که از سه فرضیه ارائه شده در این تحقیق هر سه فرضیه مورد تأیید قرار گرفتند و به ترتیب بیشترین شدت رابطه مربوط به رابطه اقدامات بازاریابی داخلی بر رضایت شغلی کارکنان در صندوق‌های بازنشستگی، پس‌انداز و رفاه کارکنان صنعت نفت ایران، رضایت شغلی کارکنان بر عملکرد سازمانی در صندوق‌های بازنشستگی، پس‌انداز و رفاه کارکنان صنعت نفت ایران، اقدامات بازاریابی داخلی بر عملکرد سازمانی در صندوق‌های بازنشستگی، پس‌انداز و رفاه کارکنان صنعت نفت ایران می‌باشد.

واژگان کلیدی: بازاریابی داخلی، رضایت شغلی، عملکرد سازمانی