



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
الجامعة المستنصرية
كلية الإدارة والاقتصاد
قسم إدارة الأعمال

التسويق الداخلي وأثره في سلوك المواطنة التنظيمية

رسالة مقدمة الى
مجلس كلية الإدارة والاقتصاد - الجامعة المستنصرية
وهي جزء من متطلبات نيل درجة الماجستير في علوم إدارة الأعمال

من قبل

إسراء شنان ثابت

بإشراف

الأستاذ الدكتورة رفاء فرج سموعي

المستخلص

تناول هذا البحث موضوع التسويق الداخلي متمثلاً بأبعاده (نشر المعلومات التسويقية ، و التدريب للتسويق الداخلي ، و الحوافز، و ثقافة الخدمة، و الدعم الإداري) وأثره في سلوك المواطنة التنظيمية متمثلة بأبعادها (الايثار، و روح التسامح ، و الضمير الحي ، و طوعية المشاركة، و الكياسة) ، ولقد تبنت الباحثة اختبار ودراسة مستوى المتغيرين في موقع أكاديمي مهم خاصة في مجال التكنولوجيا الا وهي الجامعة التكنولوجية التي تعد من اقدم الجامعات التخصصية في قطاع الخدمات التعليمية ، وطبق البحث على عينة مكونة من (١٤٠) تدريسياً وتدرسية في أربعة عشر قسماً علمياً في الجامعة التكنولوجية من اصل المجتمع البالغ (١٣٦٣) تدريسياً وتدرسية . واعتمد البحث الحالي المنهج الوصفي التحليلي ، واستخدم الاستبانة أداة رئيسة لجمع البيانات والمعلومات فضلاً عن المقابلات والملاحظة الشخصية وبعض التقارير السنوية الخاصة بالجامعة . وقد سعى البحث لاختبار عدد من الفرضيات الرئيسة والفرعية المتعلقة بعلاقات الارتباط وعلاقات التأثير بين متغيري البحث، وكذلك الفروق المعنوية بين استجابات عينة البحث للأقسام العلمية إزاء متغيري البحث الرئيسة وذلك للإجابة عن التساؤلات المتعلقة بمشكلة البحث والوصول إلى الأهداف الموضوعية. ولأجل معالجة البيانات والمعلومات استعان الباحث بالعديد من الأساليب الإحصائية وهي: (الوسط الحسابي، و الانحراف المعياري، و النسب المئوية، و معامل ارتباط الرتب (Spearman)، و معامل الانحدار البسيط (Simple Regression)، و معامل التحديد (R2)، و اختبار (f) . ولقد توصل البحث إلى مجموعة من النتائج من بينها ارتفاع مستوى المتغيرين الرئيسين (التسويق الداخلي ، و سلوك المواطنة التنظيمية) في الأقسام العلمية المبحوثة، ووجود علاقات ارتباط معنوية فيما بينهما، ووجود أثر معنوي للتسويق الداخلي في سلوك المواطنة التنظيمية ، و هذه النتائج جاءت متطابقة مع فرضيات البحث .