



الجمهورية اليمنية

جامعة صنعاء
كلية التجارة والاقتصاد
قسم إدارة الأعمال
وحدة الدراسات العليا

أثر التسويق الداخلي على الرضا الوظيفي

(دراسة تطبيقية على شركة يمن موبايل للهاتف)

رسالة مقدمة إلى قسم إدارة الأعمال للحصول على درجة
الماجستير في تخصص إدارة الأعمال

إعداد:

إكرام عبدالله محمد الراعي

إشراف:

د. عبدالكريم محمد عبدالله الدعيس
أستاذ إدارة الأعمال المساعد

ملخص الدراسة

العنوان: أثر التسويق الداخلي على الرضا الوظيفي دراسة تطبيقية على شركة يمن موبايل للهاتف النقال.

إعداد الطالبة: إكرام عبدالله محمد الراعي.

إشراف: د. عبدالكريم محمد عبدالله الدعيس.

هدفت الدراسة إلى التعرف على اثر التسويق الداخلي بإبعاده (التدريب والتطوير، الحوافز والمكافآت، التمكين ، ثقافة الخدمة ، نظام الاتصالات الداخلية) على الرضا الوظيفي(الرضا عن الوظيفة، الرضا عن الأجر والحوافز، الرضا عن بيئة العمل، الرضا عن النمو والترقيات ، الرضا عن الاتصالات الداخلية) بشركة يمن موبايل للهاتف النقال .

وقد أعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من أجل تحقيق أهداف الدراسة وأختبار فرضياتها وتم تصميم الإستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات، حيث تمثل مجتمع الدراسة من جميع الموظفين البالغ عددهم (٥٢٨) موظفاً وتم أختيار عينة عشوائية طبقية من مجتمع الدراسة حيث بلغ قوامها (٢١٦) مفردة.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- ١- يوجد اثر ايجابي للتسويق الداخلي على الرضا الوظيفي في شركة يمن موبايل بحسب اجابات عينة الدراسة.
- ٢- يوجد أثر موجب لأبعاد التسويق الداخلي على الرضا الوظيفي.

وأوصت الدراسة بتوصيات عديدة، أهمها:

- ١- إعادة النظر في نظام الأجر المرتبات والحوافز، بحيث تكون ملائمة مع متطلبات الحياة المعيشية، ولما من شأنه توفير درجة عالية من الرضا الوظيفي.
- ٢- تطوير أنظمة التسويق الداخلي، وتحديد الاختصاصات بما يتناسب مع القدرات الذاتية للموظفين ويمنحهم فرص لممارسة التسويق الداخلي والاحساس بالولاء والرضا الوظيفي.
- ٣- تعزيز الرضا الوظيفي عند الموظفين بكل انواع الاساليب المادية والمعنوية.

Abstract

The Impact of Internal Marketing on Job Satisfaction - An Empirical Study - Yemen Mobile Company

Prepared by / Ekram Abdullah Muhammad Al-Raee

Supervision of Prof. Abdul Karim Muhammad Abdullah Al-Dais.

This study aimed at identifying the impact of internal marketing (training and development, incentives and rewards, service culture, internal communication system) on job satisfaction (job satisfaction, satisfaction with wages and incentives, satisfaction with the work environment, satisfaction with growth and promotions, satisfaction with internal communications) in Yemen Mobile Company.

This study relied on the analytical descriptive approach in order to achieve the objectives of the study and test its hypotheses. The questionnaire was designed as a basic tool for data collection, as the study population consisted of all (528) employees. A stratified random sample was selected from the study population, with a strength of (216) individuals.

This study found the most important findings which are :-

1- There is a positive effect of internal marketing on job satisfaction in Yemen Mobile Company, according to the answers of the study sample.

2- There is a positive effect of internal marketing dimensions on job satisfaction.

The study recommended several recommendations, the most important of them are :-

1- Reconsidering the system of wages, salaries and incentives, so that they are appropriate with the requirements of living life, and what would provide a high degree of job satisfaction.

2 Developing internal marketing systems, defining terms of reference commensurate with the employees' self-abilities and giving them opportunities to practice internal marketing and a sense of job satisfaction.

3- Enhancing job satisfaction among employees by all kinds of material and moral methods