

## بررسی تأثیر مدیریت استعداد بر بازاریابی داخلی (مطالعه موردی: بانک ملت شعبه های شهر شیراز)

سحر شبانی<sup>۱</sup>

علیرضا انوری<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۷/۱۴ تاریخ چاپ: ۱۳۹۹/۰۷/۲۴

### چکیده

امروزه در اقتصاد جهانی، دانش به عنوان مهمترین سرمایه جایگزین سرمایه های مالی و فیزیکی شده است و فضای کسب و کار مبتنی بر دانش، نیازمند رویکردی است که دارای نامشهود جدید سازمانی مانند نوآوری های نیروی انسانی، روابط با مشتریان، ساختار سازمانی و... را در بر می گیرد. هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر مدیریت استعداد بر بازاریابی داخلی است. روش پژوهش توصیفی و همبستگی بوده و جامعه آماری این پژوهش شامل ۹۵۰ نفر از کارکنان بانک ملت شعب شهر شیراز می باشد، نمونه آماری این پژوهش بر اساس جدول مورگان تعداد ۲۷۴ نفر پیشنهاد می گردد که از طریق روش نمونه گیری غیر تصادفی در دسترس مورد پرسش قرار می گیرند. ابزار اندازه گیری در این پژوهش پرسشنامه های استاندارد سنجش مدیریت استعداد و بازاریابی داخلی بوده است. روایی پرسشنامه ها از طریق محتوایی و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ مورد تایید قرار گرفته است. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از طیف لیکرت (پنج بخشی) و نرم افزار لیزرل و اس. پی. اس. می باشد و همچنین با استفاده از آمار استنباطی ضریب همبستگی پیرسون و آزمون تحلیل واریانس و همچنین با استفاده از رگرسیون به آزمون فرضیه های تحقیق پرداخته شده است. تحلیل داده ها حاکی از تأثیر مثبت و معنادار تأثیر مدیریت استعداد بر بازاریابی داخلی می باشد.

### واژه های کلیدی

مدیریت استعداد، بازاریابی داخلی، بانک ملت.

۱- کارشناسی ارشد، گروه مدیریت اجرایی، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران.

([sahar.shabani139@gmail.com](mailto:sahar.shabani139@gmail.com))

۲- استادیار، گروه مدیریت، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران. (\*نویسنده مسئول مکاتبات:

([Anvar.ali67@gmail.com](mailto:Anvar.ali67@gmail.com))