

Крістіна Арфара, Ірен Саманта

Вплив філософії внутрішнього маркетингу на стратегічну орієнтацію фірми

У цьому дослідженні аналізується вплив філософії внутрішнього маркетингу на реалізацію стратегічних цілей із метою використання концепції інноваційного внутрішнього маркетингу для зростання бізнесу. У контексті стратегічної орієнтації фірм розглянуті розвиток організації, положення на ринку й методи, що використовуються для просування бажаної організаційної поведінки. У статті основна увага приділяється великим компаніям у Греції, які належать до секторів роздрібної торгівлі, виробництва та охорони здоров'я. До того ж ці компанії здобули нагороду «Відмінне місце роботи». Застосований якісний метод дослідження за допомогою програмного забезпечення Nvivo. Дані були зібрані через 10 напівструктурованих інтерв'ю. Учасники – керівники зі значним досвідом роботи на різних управлінських посадах. Отримані результати підтверджують вплив концепції внутрішнього маркетингу на розвиток компанії за допомогою політики, що стосується посилення присутності організації та найму кваліфікованих співробітників. Крім того, підкреслюється вплив концепції внутрішнього маркетингу на ринкову позицію організації через позитивне робоче середовище та стиль управління. Зрештою, командне середовище стає панівною рисою в організаційному контексті; водночас такі цінності, як чесність, непідкупність і надійність, є найважливішими характеристиками бажаної поведінки. Дослідження пропонує оновлену управлінську перспективу, встановлюючи зв'язок між теорією внутрішнього маркетингу та відбиттям бізнес-процесів. Результати надають можливість керівникам зосередитися на елементах, які краще служать реалізації стратегічних цілей.

Ключові слова: внутрішній маркетинг, стратегічна орієнтація, розвиток, нематеріальні активи, ринкова позиція, організаційна поведінка, підприємництво

Класифікація JEL: M10, M14, M16, M31



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.