

عنوان مقاله:

مدل سازی معادلات ساختاری رابطه بین ادراک از ابعاد عدالت و عواطف مثبت و منفی مشتری با رفتار های شهروندی و بدکارکرد مشتری

محل انتشار:

مجله تحقیقات بازاریابی نوین، دوره 7، شماره 3 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

محمد علی نادى - دانشیار و عضو هیئت علمی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران

معصومه انصاری - کارشناس ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران

خلاصه مقاله:

این پژوهش با هدف بررسی مدل‌سازی معادلات ساختاری رابطه بین ادراک از ابعاد عدالت و عواطف مثبت و منفی مشتری با رفتار شهروندی و بدکارکرد مشتری در بین دانش‌آموزان دوره متوسطه و پیش‌دانشگاهی شهر گلپایگان اجرا شده است. برای دستیابی به اهداف پژوهش، ۳۰۶ دانش‌آموز به شیوه تصادفی متناسب با حجم برای پاسخگویی به مقیاس‌ها انتخاب شدند. ابزارهای پژوهش شامل مقیاس‌های عدالت توزیعی با سه گویه از بلاجیت، هیل، تکس (۱۹۹۷)، عدالت رویه‌ای با سه گویه از ماکسام و نت میر (۲۰۰۲) و ورهیس و برادی (۲۰۰۵)، عدالت تعاملی با سه گویه از کوری-اسد و پالسل (۲۰۰۴)، عواطف مثبت و منفی با شش گویه از ایزارد (۱۹۹۱) و واتسون و کلارک و تلگن (۱۹۸۸)، رفتار شهروندی با هفت گویه از بتنکورت (۱۹۹۷)، رفتار بدکارکرد با هشت گویه از لی و آلن (۲۰۰۲) است. داده‌های حاصل از مقیاس‌ها با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون و مدل‌یابی معادلات ساختاری تحلیل شده است. یافته‌های حاصل از تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که ضریب همبستگی بین عدالت توزیعی، رویه‌ای، تعاملی با عواطف مثبت و منفی ($\geq 0.1/p$)، عدالت کل و عواطف مثبت و منفی مشتری با رفتار شهروندی و رفتار بدکارکرد مشتری ($\geq 0.5/p$) معنی‌دار بوده است. مدل معادلات ساختاری نقش میانجی عواطف مثبت و منفی مشتری را در رابطه بین عدالت توزیعی، رویه‌ای و تعاملی با رفتار شهروندی و رفتار بدکارکرد مشتری تایید می‌کند. نتایج نشان می‌دهد که ادراک از عدالت باعث بروز عواطف و به تبع آن رفتار شهروندی مشتری و رفتار بدکارکرد دانش‌آموزان (مشتریان) می‌شود.

کلمات کلیدی:

دانش آموزان، رفتار بدکارکرد مشتری، رفتار شهروندی، عدالت مشتری، عواطف مثبت و منفی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1207015>

