

عنوان مقاله:

تاثیر مشارکت مشتری بر رضایت مشتری با نقش میانجی گری عوامل استرس زا (مورد مطالعه موسسه اعتباری کوثر)

محل انتشار:

فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، دوره 4، شماره 28 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسنده:

محمد مهدی پناهی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد بین الملل تبریز

خلاصه مقاله:

هدف از این مطالعه بررسی تاثیر مشارکت مشتری بر رضایت مشتری با نقش میانجی گری عوامل استرس زا در بانک کوثر زنجانمی باشد. این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از حیث روش، توصیفی - تحلیلی از نوع علی با رویکرد پیمایشی است. جامعه آماری شامل مشتریان بانک کوثر شهر زنجان می باشد. باتوجه به گسترده و وسیع بودن جامعه آماری و در دسترس نبودن فهرست کامل افراد جامعه، به روش نمونه گیری غیراحتمالی و نمونه در دسترس نمونه های نهایی از میان مشتریان بانکبه تعداد ۳۸۴ نفر به دست آمده است. گردآوری داده ها بر اساس پرسشنامه استاندارد و بومی سازی شده می باشد. رواییپرسشنامه با استفاده از روایی محتوا و سازه ($KMO=0.812$) و پایایی آن ها با گزارش ضریب آلفای کرونباخ کل (0.903) مورد تایید قرار گرفت. در تحلیل داده ها از روش های آماری توصیفی و استنباطی استفاده شد که در تحلیل توصیفی واستنباطی از نرم افزار SPSS و لیزرل استفاده شده است. با استفاده از مدل معادلات ساختاری مشخص شد که طبق فرضیه هایپژوهش، عرض مشارکت مشتری بر تضاد نقش تاثیرداشت. عمق مشارکت مشتری بر ابهام نقش تاثیرگذار بود. از سوی دیگر ابهام نقش و تضاد نقش بر خلاقیت مشتری و انطباق مشتری موثر بودند. در نهایت مشخص شد که خلاقیت مشتری و انطباق مشتری بر رضایت مشتری مثر ثمر واقع می گردد.

کلمات کلیدی:

رضایت مشتری، خلاقیت مشتری، انطباق مشتری، مشارکت مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1272708>

