

عنوان مقاله:

نقش شراکت مشتریان بر پویندگی مشتری و مهارت مشتری در شرکت توزیع نیروی برق اهواز

محل انتشار:

نخستین کنفرانس ملی تحول گرایی در مدیریت (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسنده:

حکیم عیبات - مسئول خدمات مشترکین و درآمد امور برق اهواز، خوزستان، ایران

خلاصه مقاله:

هدف: هدف از این پژوهش بررسی تاثیر شراکت مشتریان بر پویندگی مشتری و مهارت مشتری (مورد مطالعه: شرکت برق اهواز) است. روش تحقیق: جامعه آماری این تحقیق استفاده کنندگان و مشترکین شرکت برق اهواز می باشند. تحقیق حاضر بر مبنای هدف، تحقیق از نوع کاربردی می باشد و از سوی دیگر نوع روش تحقیق که برای رسیدن به مقاصد تحقیق حاضر از آن استفاده شده است از نوع توصیفی-علی می باشد. در این راستا ضمن مرور بر ادبیات موضوع و استفاده از منابع کتابخانه ای، محقق از پرسشنامه استاندارد شده برای جمع آوری اطلاعات استفاده کرده است و پس از اطمینان از پایایی پرسشنامه توزیع آن و جمع آوری ۳۸۴ پرسشنامه پرداخته شد. فرضیات این پژوهش با استفاده از روش معادلات ساختاری و با استفاده از نرم افزار اسمارت پی ال اس مورد آزمون قرار گرفتند. یافته های پژوهش: در پایان نتایج بر طبق آماره t که در خارج از بازه -۱/۹۶ تا ۱/۹۶ می باشد، می توان گفت که تعهد مشتریان به یادگیری بر شراکت مشتریان و اهداف رفتاری تاثیر معناداری دارد همچنین اهداف رفتاری بر شراکت و پویندگی مشتریان موثر است. علاوه بر این شراکت مشتریان بر پویندگی مشتریان و در نهایت پویندگی مشتریان بر مهارت مشتریان تاثیر معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

شراکت مشتریان، پویندگی مشتری، مهارت مشتری، شرکت برق اهواز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1525107>

