

عنوان مقاله:

طراحی مدل اعتماد آگاهانه ذی نفعان به سازمان (مورد مطالعه: مشتریان شرکت های خودروسازی داخلی)

محل انتشار:

مجله مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره 16، شماره 2 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

حمیدرضا عسگری ده آبادی - دکتری مدیریت دولتی، مرکز تحصیلات تکمیلی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

سید علی اکبر احمدی - استاد، گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

حسن درویش - دانشیار، گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

عدل آذر - استاد، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از تحقیق حاضر طراحی و تبیین مدل اعتماد آگاهانه مشتریان به شرکتهای خودروسازی داخلی است؛ زیرا علمای مدیریت بر آنند که اعتماد آگاهانه سطح پیشرفته و تکامل یافته اعتماد است و برای موفقیت سازمان ضرورت دارد. دادههای مورد نیاز از طریق پرسشنامههایی که محققان طراحی کرده بودند گردآوری شد. این پرسشنامهها در میان مشتریان شرکتهای خودروسازی داخلی در شهر تهران توزیع شد. از تحلیل عامل تاییدی و مدلسازی معادلات ساختاری برای ارزیابی و آزمون فرضیات استفاده شد. در نهایت نیز مدل اصلاح شده اعتماد آگاهانه مشتریان ارائه شد. این تحقیق همچنین کاربردهای عملی مفیدی برای مدیران در بر دارد.

کلمات کلیدی:

اعتماد آگاهانه، تمایل به اعتماد، تجزیه و تحلیل، شرکتهای خودروسازی داخلی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1551154>

