

عنوان مقاله:

شناسایی ارتباط ابعاد تعهد سازمانی و کیفیت خدمات ارائه شده به مشتریان (همبستگی کانونی)

محل انتشار:

پژوهش های مدیریت منابع سازمانی، دوره 5، شماره 3 (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 28

نویسندگان:

سیدرضا سید جوادین - استاد، گروه بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

مرجان فیاضی - استادیار، گروه منابع انسانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

حسین بلوچی - دانشجوی دکتری، مدیریت بازاریابی بین الملل، دانشکده مدیریت، دانشگاه سمنان، ایران.

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر به بررسی همبستگی کانونی بین مولفه های تعهد سازمانی، یعنی متغیرهای X شامل تعهد عاطفی، هنجاری و مستمر و مولفه های کیفیت خدمات ارائه شده به کارکنان، یعنی متغیر Y شامل پاسخگویی، اعتماد، اطمینان، همدلی و حفظ ظاهر جهت تعیین هم تغییری بین دو مجموعه متغیر انجام شده است تا بتوان الگوی مناسب روابط بین مجموعه متغیرهای کانونی کیفیت خدمات را تعیین و امکان استفاده از ضریب هم بستگی کانونی برای ارائه روش پیش بینی وضعیت کیفیت خدمات را فراهم کرد. به این منظور با استفاده از روش پیمایشی و ابزار پرسشنامه در بین کارکنان باجه شعب بانک انصار شهر تهران با استفاده از نمونه گیری تصادفی ۳۲۰ نفر انتخاب شدند. اطلاعات با استفاده از نرم افزار لیزرل و SPSS تجزیه و تحلیل شد. نتایج حاصل از همبستگی کانونی نشان داد که ترکیب خطی مناسبی بین تعهد سازمانی کارکنان و کیفیت خدمات ارائه شده توسط آنان وجود دارد. تعهد عاطفی و هنجاری رابطه مستقیم و تعهد مستمر رابطه عکس با مولفه های کیفیت خدمات را دارا می باشند. همچنین تعهد هنجاری و همدلی داشتن در مقایسه با سایر متغیرهای کانونی بیشترین نقش را در ایجاد اولین ضریب همبستگی کانونی داشته اند.

کلمات کلیدی:

Organizational Commitment, quality of service to customers, canonical correlation coefficient Industry

تعهد سازمانی، کیفیت خدمات ارائه شده به مشتریان، ضریب همبستگی کانونی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1835803>

