

عنوان مقاله:

تاثیر رهبری برندگرا بر رفتار شهروندی برند در صنعت هتل داری

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، دوره 8، شماره 16 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

نویسندگان:

محمد باقر فلاحی

سید محمد طباطبایی نسب

مهدی سبک رو

خلاصه مقاله:

صنعت هتلداری از زیربنای اساسی توسعه گردشگری است، که یکی از نیازهای مهم مدیران هتلها شناسایی راههایی برای توسعه رفتارهای منطبق با برند در کارکنان است. این پژوهش با هدف تعیین تاثیر رهبری برندگرا بر رفتار شهروندی برند، با نقش میانجی تناسب فرد-برند و تعهد به برند انجام شد، که از نظر روش توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری را ۱۰۰۵ نفر از کارکنان هتل‌های پنج ستاره شیراز تشکیل دادند، که ۲۷۸ نفر از طریق روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. به منظور جمع‌آوری داده‌ها، از پرسش‌نامه استاندارد رهبری برندگرا، تناسب فرد-برند، تعهد به برند و رفتار شهروندی برند استفاده شد، که روایی آن‌ها از طریق روایی محتوایی و روایی سازه، و پایایی آن‌ها از طریق آلفای کرونباخ و پایایی مرکب تایید شد. تحلیل داده‌ها از طریق مدل‌یابی معادلات ساختاری به کمک نرم‌افزارهای SPSS و Amos انجام شد. نتایج آزمون فرضیه‌ها نشان‌دهنده تاثیر مستقیم رهبری برندگرا بر رفتار شهروندی برند، تاثیر مستقیم رهبری برندگرا بر تناسب فرد-برند، و تاثیر مستقیم رهبری برندگرا بر تعهد به برند بود. همچنین نتایج پژوهش نشان داد که تناسب فرد-برند و تعهد به برند در تاثیر رهبری برندگرا بر رفتار شهروندی برند، نقش میانجی ایفا می‌کنند.

کلمات کلیدی:

رهبری برندگرا#تناسب فرد-برند#تعهد به برند#رفتار شهروندی برند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1882899>

