

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان بر میزان وفاداری مشتریان

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مدیریت بازاریابی (سال: 1385)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

سیدرضا سیدجوادین - عضو هیات علمی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

هومن جاویدان نژاد - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی - دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

نتایج بررسی ها نشان می دهد که به طور معمول بانک ها هر ساله نزدیک به 20 تا 40 درصد از مشتریان خود را از دست می دهند . این آمار با کمی تغییر به سایر سازمان های خدماتی نیز قابل تعمیم است . واقعیت آن است که در دنیای پر رقابت امروز حفظ و نگهداری مشتریان کنونی به مراتب کم هزینه تر و ساده تر از جذب مشتریان جدید است اما چگونه می توان با ایجاد وفاداری در بین مشتریان ، بقای بلند مدت سازمان را تضمین کرد؟ این پژوهش به به رابطه بین وفاداری مشتریان و یکی از متغیرهای کلیدی آن یکی یعنی رفتار شهروندی سازمانی کارکنان می پردازد . با توجه به حاصل پژوهش های محققین دیگر ، مدلی ارائه شده که در آن روابط بین 5 متغیر به صورت فرضیه در نظر گرفته شده است . با استفاده از تکنیک مدلسازی معادله ساختاری (SEM)، صحت روابط مدل مورد بررسی قرار گرفت و تاثیر مثبت رفتار شهروندی سازمانی کارکنان بر میزان وفاداری مشتریان به لحاظ آماری تایید شد .

کلمات کلیدی:

رفتار شهروندی سازمانی کارکنان ، وفاداری مشتری ، رضایت مشتری ، کیفیت درک شده خدمت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/20250>

