

عنوان مقاله:

شرایط پاداش و تأثیر آن بر گرایش کیفیت خدمات و نگرش کارکنان

محل انتشار:

دومین همایش ملی علوم مدیریت نوین (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

سعید صحت - استادیار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه علامه طباطبائی

مریم فرج نژاد - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش بازرگانی بین الملل دانشگاه علامه طباطبائی

خلاصه مقاله:

شدت رقابت در بازارهای و درک اهمیت حفظ مشتریان برای سازمانها موجب شده انخا به تدریج به سمت ایجاد و حفظ روابط بلند مدت با مشتریان و ارتقای خدمات گام بر دارند. خدمات بر خلاف محصولات به طور همزمان تولید و مصرف می شوند. همین عامل سبب شده است تا کارکنان سازمانهای خدماتی نقش حیاتی در ارائه خدمات با کیفیت بالا داشته باشند و باید به مسئله ارتقا کیفی نیروی انسانی توجه کرد. این مقاله نقش میانجی جهت گیری کیفیت خدمات بر شرایط پاداش و نگرش کارکنان را بررسی می کند. با استفاده از نمونه گرفته شده از صنعت بیمه و با استفاده از روش تحلیل عاملی، رابطه معنی داری بین شرایط پاداش با رضایت شغلی و تعهد سازمانی مشاهده شد. کارکنانی که با شرایط پاداش قوی در سازمانشان روبرو هستند، جهت گیری کیفیت خدمات با معنی را نشان می دهند و تمایل دارند تا سطوح بالاتری از رضایت شغلی و تعهد سازمانی را نشان دهند. تحقیقات بر اهمیت تغییرات پاداش در روند ارائه خدمات تاکید می کنند

کلمات کلیدی:

شرایط پاداش، جهت گیری کیفیت خدمات، رضایت شغلی، تعهد سازمانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/231385>

