

عنوان مقاله:

بررسی نقش میانجی رضایت مشتری در ارتباط بین طرز برخورد کارکنان و درگیری ذهنی مشتریان

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی پژوهشهای نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

زهره کاوسی قافی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی مرکز آموزش های بین المللی خلیج فارس

فرج الله رحیمی - عضو هیئت علمی گروه مدیریت دانشگاه شهید چمران اهواز

خلاصه مقاله:

این تحقیق از لحاظ هدف کاربردی، از نظر روش تحقیق و ماهیت از جمله تحقیقات علی و از شاخه میدانی می باشد. هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی نقش میانجی رضایت مشتری در ارتباط بین طرز برخورد کارکنان و درگیری ذهنی مشتریان در بین مشتریان بانکهای تجارت شهر اهواز است. بدین منظور مدل تحقیق کامبرا فیروآ و همکاران (4102) مورد استفاده قرار گرفته است. داده های مورد نیاز برای تحلیل آماری پژوهش از طریق توزیع حضوری در بین 482 مشتری بانکهای تجارت شهر اهواز بدست آمد. بدین منظور از مدلسازی معادلات ساختاری (SEM) با رویکرد حداقل مربعات جزئی با استفاده از نرم افزار Smart PLS جهت بررسی صحت و سقم فرضیات تحقیق و بررسی روابط میان متغیرها استفاده شد. بر اساس نتایج حاصل از بررسی فرضیه های تحقیق، اثرات مستقیم طرز برخورد کارکنان بر رضایت مشتری و رضایت مشتری بر درگیری ذهنی مشتری مورد تایید قرار گرفت و نشان داده شد که طرز برخورد کارکنان بر درگیری ذهنی مشتری اثر مستقیم قابل توجهی ندارد. در عین حال نتایج آزمون سوبل تأییدکننده اثر میانجی متغیر رضایت مشتری در ارتباط طرز برخورد کارکنان و درگیری ذهنی مشتری است و همچنین اثر غیرمستقیم طرز برخورد کارکنان بر درگیری ذهنی مشتریان از اثر مستقیم آن بیشتر بوده و تأثیر مثبت متغیر میانجی مورد تایید قرار گرفت.

کلمات کلیدی:

رضایت مشتری، طرز برخورد کارکنان، درگیری ذهنی مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/436960>

