

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر وابستگی های شرکتی بر وفاداری مشتری (مطالعه موردی: بانک ملی شهرستان آبادان)

## محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد، حسابداری و علوم تربیتی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

## نویسندگان:

احسان سلطانی - گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور ابدان ایلام

اکبر قاسمی - گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی ساوه

جواد جابری - گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور ابدان

محمد حسین قدمی - گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی ایلام

## خلاصه مقاله:

هدف محقق در این تحقیق بررسی رابطه بین وابستگی های شرکتی و وفاداری مشتری می باشد. این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و براساس روش، توصیفی-پیمایشی و از نوع میدانی به حساب می آید. جامعه آماری در این تحقیق شامل تمامی مشتریان بانک ملی شهرستان آبادان می باشد که با استفاده از فرمول نمونه گیری نامحدود تعداد 385 نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. همچنین برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از نرم افزار Spss استفاده شده است. این تحقیق دارای 3 فرضیه می باشد که پس از تجزیه و تحلیل مشخص شد که تمامی فرضیه ها تایید شدند. در این تحقیق مشخص شد که وابستگی های تخصص تجاری و وابستگی مسئولیت اجتماعی با رضایت مشتریان رابطه معناداری دارند، همچنین مشخص شد که بین رضایت مشتریان و وفاداری مشتریان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و همبستگی آنها در حد متوسط می باشد.

## کلمات کلیدی:

وابستگی های شرکتی، وابستگی تخصص تجاری، وابستگی مسئولیت اجتماعی، رضایت، وفا داری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/444514>

