

عنوان مقاله:

بررسی نقش میانجی وفاداری شخصی در تاثیر صداقت کارکنان و تعهد مشتری بر رفتار شهروندی مشتری

محل انتشار:

نخستین کنفرانس بین المللی پارادیم های نوین مدیریت هوشمندی تجاری و سازمانی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

محسن اکبری - استادیار گروه مدیریت دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه گیلان

محمدحسن قلی زاده - دانشیار گروه مدیریت دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه گیلان

مرجان پورقربانی نژاد - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی موسسه آموزش عالی کوشیار

خلاصه مقاله:

امروزه مشتریان تاثیر انکارناپذیری بر عملکرد سازمان داشته و همانند موتور محرک سازمان اقدام می کنند لذا سازمان ها نیز باید بستر لازم جهت برقراری تعاملات سازنده با مشتریان و بروز رفتارهای داوطلانه از طرف آنها را فراهم نمایند و بدین طریق از مشتریان جهت دستیابی به اهداف سازمان بهره گیرند که به آن رفتار شهروندی مشتری گویند رفتاری که ماهیتا اختیاری بوده و فراتر از نقشهای مورد انتظار مشتریان قرار میگیرد باتوجه به اهمیت موضوع هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر صداقت کارکنان و تعهد مشتری بر رفتار شهروندی مشتری با واسطه وفاداری شخصی در نظر گرفته شد و مدلی مفهومی ارائه گردید تا ادعای فوق در قالب 7 فرضیه مورد بررسی قرار گیرد بنابراین پژوهش حاضر به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ گردآوری اطلاعات توصیفی همبستگی است برای دستیابی به هدف پژوهش علاوه بر مطالعات کتابخانه ای مطالعات میدانی صورت گرفت و برای این منظور جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش کلیه مشتریان شعب فعال بانک ملی شهر رشت در نظر گرفته و پرسشنامه ای حاوی 39 سوال به روش نمونه گیری غیر احتمالی سهمیه ای بین 420 نفر توزیع شد روایی پرسشنامه به روش محتوا و پایایی آن با الفای کرونباخ 93/2 درصد تایید شد

کلمات کلیدی:

رفتار شهروندی مشتری ، وفاداری شخصی ، تعهد مشتری ، صداقت کارکنان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/500522>

