

عنوان مقاله:

بررسی اثر اعتماد سازمانی بر مدیریت ارتباط با مشتری بانقش میانجی اخلاق حرفه ای کارکنان با استفاده از مدلسازی معادلات ساختاری
(مطالعه موردی: ستاد شرکت بیمه ما)

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی حسابداری-مدیریت و اقتصاد با رویکرد اشتغال پایدار و نقش آن در رشد صنعت (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

الهام فروزش مهر - گروه مدیریت، واحد ملایر، دانشگاه آزاد اسلامی، ملایر، ایران

حمید مهدوی راد - استادیار، گروه مدیریت، واحد ملایر، دانشگاه آزاد اسلامی، ملایر، ایران

حسین سلیمیان - استادیار، گروه مدیریت، واحد ملایر، دانشگاه آزاد اسلامی، ملایر، ایران

خلاصه مقاله:

این تحقیق از نظر هدف، کاربردی از جهت روش گردآوری داده ها، تحقیقی توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق عبارت است از کارکنان ستاد شرکت بیمه ما که تعداد آنها 300 نفر می باشد. حجم نمونه تحقیق با توجه به جدول مورگان تعداد 169 نفر تعیین شد. همچنین روش نمونه گیری در این تحقیق از نوع تصادفی ساده می باشد. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه می باشد. جهت سنجش روایی از روش های روایی محتوایی تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد که نتایج نشان داد تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار مدل عاملی مناسب است. جهت سنجش پایایی از آلفای کرونباخ استفاده شد که نتایج نشان داد هر یک از مولفه های پرسشنامه تحقیق بالاتر از مقدار 0/7 است. جهت تجزیه تحلیل داده ها با استفاده از مدلسازی معادلات ساختاری توسط نرم افزار Smart PLS انجام شد. نتایج نشان داد اعتماد سازمانی بر مدیریت ارتباط با مشتری با نقش میانجی اخلاق حرفه ای کارکنان ستاد شرکت بیمه ما تاثیر مثبت معناداری دارد. اعتماد سازمانی بر مدیریت ارتباط با مشتری کارکنان ستاد شرکت بیمه ما تاثیر مثبت معناداری دارد. کارکنان ستاد شرکت بیمه ما تاثیر مثبت معناداری دارد. اخلاق حرفه ای کارکنان بر مدیریت ارتباط با مشتری کارکنان ستاد شرکت بیمه ما تاثیر مثبت معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

اعتماد سازمانی، مدیریت ارتباط با مشتری، اخلاق حرفه ای کارکنان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/844561>

