

عنوان مقاله:

بررسی نقش رفتار شهروندی سازمانی بر وجهه شرکت و وفاداری مشتری مطالعه موردی هتل‌های چهار و پنج ستاره اصفهان

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت بازاریابی (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

بهرام رنجبریان - عضو هیئت علمی گروه مدیریت دانشگاه اصفهان

الهه خواجه - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی - تحول

مهدی صادقیان - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی - بازاریابی

خلاصه مقاله:

امروزه سودآوری شرکت در گروه درک محیط داخلی و خارجی شرکت می باشد تحقیقات اخیر نشان داده است که تنها زمانی نیازهای مشتریان خدمات برآوری می گردد که پرسنل انگیزه کافی برای ارضا نیازهای مشتریان را داشته باشند این مقاله به شناسایی رفتار شهروندی سازمانی OCB می پردازد و تاثیر رفتار کارکنان شرکتهای خدماتی را بر ادراک مشتری از کیفیت خدمات دریافت شده و رضایت مندی آنها و متعاقبا تاثیر این عوامل را بر وجهه شرکت که نهایتا منجر به وفاداری می شود را مورد توجه قرار میدهد این مقاله با توضیح مختصری در خصوص OCB کیفیت خدمات و رضایت مندی مشتری تاثیر این عوامل را بریکدیگر بررسی می نماید دراین رابطه مدلی ارائه و مورد آزمون قرار گرفته است و در پایان توصیه هایی برای مدیران ارائه شده است.

کلمات کلیدی:

رفتار شهروندی سازمانی، وفاداری مشتری، رضایت مشتری، کیفیت درک شده خدمات، وجهه شرکت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/99423>

