

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر رفتار شهروندی سازمانی بر رضایت و وفاداری مشتری با میانجی گری متغیر کیفیت خدمات (مطالعه موردی: بانک ملت سمنان)

محل انتشار:

هشتمین کنفرانس بین المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

ملیحه حمیدی - کارشناسی ارشد فن آوری اطلاعات گرایش شبکه کامپیوتری، دانشگاه آزاد اسلامی، مهدیشهر

سمیه دیانی - کارشناس ارشد مدیریت دولتی مدیریت رفتار سازمانی، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران

خلاصه مقاله:

بررسی نقش کارکنان به عنوان پایه ای از سازمان در دستیابی به اهداف سازمانی در سال های اخیر افزایش یافته است. انتظارات و درک مشتری از خدمات ارائه شده مبنا و اساس رضایت هر مشتری است. سطح رضایت مشتریان به منظور حفظ قابلیت رقابت و دستیابی به اهداف سازمان، همواره باید ارتقا یابد. در سازمانهای خدماتی از مهمترین عوامل در جهت حفظ و کسب مشتریان جدید کیفیت خدمات می باشد، در واقع در سازمان های خدماتی ارائه کیفیت بهتر و مناسب یکی از استراتژی های اساسی برای بقای سازمان می باشد. لذا هدف از این پژوهش بررسی تاثیر رفتار شهروندی سازمانی بر رضایت و وفاداری مشتری با میانجیگری متغیر کیفیت خدمات در بانک ملت سمنان می باشد. جامعه آماری در این پژوهش کارکنان بانک ملت سمنان می باشد. باتوجه به روش مدل یابی معادلات ساختاری؛ حداقل تعداد نمونه ۳۳۰ عدد می باشد. در این تحقیق تعداد ۴۰۰ پرسشنامه در بین پاسخگویان توزیع گردید و ۳۶۵ پرسشنامه بدون نقص جمع آوری و مورد تحلیل قرار گرفت. تحلیل اطلاعات توسط نرم افزار pls صورت گرفت. نتایج نشان داد که رفتار شهروندی سازمانی بر کیفیت خدمات، رضایت مشتری و وفاداری مشتری در بانک ملت سمنان تاثیر مثبت و معنادار دارد. کیفیت خدمات بر وفاداری و رضایت مشتری در بانک ملت سمنان تاثیر مثبت و معنادار دارد. رضایت مشتری بر وفاداری مشتری در بانک ملت سمنان تاثیر مثبت و معنادار دارد.

کلمات کلیدی:

رفتار شهروندی سازمانی، وفاداری مشتری، کیفیت خدمات، نرم افزار پی ال اس

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1261371>

