

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ارزش‌های اخلاقی کارکنان بر رضایت و وفاداری مشتریان (مطالعه موردی: شعب بانک انصار شهرستان همدان)

محل انتشار:

اولین همایش ملی مدیریت با تاکید بر حمایت از کالا و خدمات ایرانی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

امیر یعقوبی -

سید جمال الدین وفا -

احمد شانیان -

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر بررسی تاثیر ارزش‌های اخلاقی کارکنان بر رضایت و وفاداری مشتریان شعب بانک انصار شهرستان همدان آنها انجام شده است. روش پژوهش توصیفی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مشتریان بانک انصار شهرستان همدان مشتمل بر 35460 نفر بوده است. با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و فرمول حجم نمونه کوکران حجم نمونه 380 نفر انتخاب گردید. برای گردآوری اطلاعات از تلفیق پرسشنامه‌های استاندارد لین و وانگ (2006)، ژانگ و فنگ (2007)، چینگ و لی (2006)، کروینت و همکاران (2000)، محمد (2010) و همچنین با بین (2005) استفاده شد. روایی پرسشنامه نهایی بر اساس روایی محتوایی و پایایی آنها نیز بر اساس روش آلفای کرونباخ با مقدار 0/86 محاسبه گردیده است. تحلیل داده‌ها با استفاده از آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن صورت گرفته است. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که بین ارزش‌های اخلاقی کارکنان بانک انصار و رضایتمندی مشتریان ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد. همچنین بین صراحت در برخورد با مشتری، احترام به مشتری، خوش‌رویی و خوش‌اخلاقی، رفق و مدارا، صداقت با مشتری و رضایتمندی مشتریان ارتباط معناداری وجود دارد. و نیز بین ارزش‌های اخلاقی کارکنان بانک انصار و وفاداری مشتریان، رضایتمندی مشتریان بانک انصار و وفاداری مشتریان (وفاداری نگرشی و رفتاری) ارتباط معناداری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

ارزش‌های اخلاقی کارکنان، رضایت مشتری، وفاداری مشتری، بانک انصار.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/906150>

