

International Conference on Management

بررسی تاثیر قدرت رابطه بر پیامدهای ناشی از ان در بانک های شهر ایلام

فاطمه فروزش¹، یاسان الله پور اشرف²، زینب طولابی³

1 دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه ایلام، ایران
(fateme.forozech@yahoo.com)

2 دانشیار، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه ایلام، ایران
(vasan_ashraf@yahoo.com)

3- استادیار، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه ایلام، ایران
(tolabi70@yahoo.com)

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر قدرت رابطه بر پیامدهای ناشی از ان در بانک های شهر ایلام انجام گرفت. در این تحقیق عوامل خودافشایی، تبلیغات دهان به دهان مثبت، وفاداری رفتاری و مصونیت در برابر رقبا به عنوان پیاندهای قدرت رابطه شناسایی شدند. روش تحقیق در این پژوهش پیمایشی- توصیفی می باشد و برای گردآوری اطلاعات از روش کتابخانه ای و میدانی بهره گرفته شده است. حجم نمونه در این پژوهش با استفاده از فرمول کوکران برای جامعه ی نامحدود 384 نفر از مشتریان بانک های شهر ایلام می باشد. نتایج تحقیق نشان می دهد که قدرت رابطه بر همه ی عوامل فوق تاثیر مثبت و معنادار دارد. از میان عوامل ذکر شده قدرت رابطه بیشترین تاثیر را بر خودافشایی دارد.

واژه های کلیدی: قدرت رابطه، خودافشایی، تبلیغات دهان به دهان، وفاداری رفتاری.