

چکیده

هدف این تحقیق بررسی رابطه مدیریت هویت برند و عملکرد برند با توجه به نقش متغیرهای تعهد سازمانی و رضایت شغلی کارکنان در بانک های استان گیلان با استفاده از مدل بویل و همکارانش و مدل چانگ و همکارانش می باشد. تحقیق حاضر بر اساس هدف از نوع کاربردی و از نظر روش و اجرا، توصیفی، از نوع همبستگی است. جامعه آماری این تحقیق کارکنان بانک های استان گیلان می باشند که با استفاده از فرمول کوکران (جامعه محدود) و روش نمونه گیری در دسترس نمونه ای برابر با ۳۵۵ نفر استفاده شده که روش گردآوری داده ها مکتوبی، ابزار گردآوری داده ها پرسش نامه بوده است. تجزیه و تحلیلی داده های پرسش نامه در بخش آمار استنباطی از روش مدل سازی معادلات ساختاری PLS و نرم افزار SPSS 22 و Smart PLS2 استفاده شده است. روایی پرسش نامه با استفاده از روایی محتوا مورد سنجش قرار گرفت و جهت پایایی پرسش نامه نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان داد که مدیریت هویت برند لب تعهد سازمانی کارکنان در بانک های استان گیلان رابطه معناداری دارد. تعهد سازمانی لب عملکرد برند در بانک های استان گیلان رابطه معناداری ندارد. تعهد سازمانی لب رضایت شغلی کارکنان در بانک های استان گیلان رابطه معناداری دارد. رضایت شغلی کارکنان با عملکرد برند در بانک های استان گیلان رابطه معناداری دارد.

کلید واژه ها: عملکرد برند، رضایت شغلی، تعهد سازمانی، مدیریت هویت برند، بانک های استان گیلان