

چکیده

رضایت مشتری شرط دوام و بقای سازمان‌های امروزی می‌باشد و قطعاً نارضایتی مشتری منجر به بروز رفتارهای غیرکارکردی می‌گردد. رفتار شاکیانه مشتری تحت تأثیر متغیرهای روان‌شناختی و فرهنگی مختلف قرار دارد. هدف از انجام پژوهش حاضر بررسی رابطه بین شاخص‌های فرهنگی ادراک شده و رفتار شاکیانه مشتریان شعب بانک رفاه استان گیلان است. پژوهش از حیث هدف کاربردی و از نوع توصیفی - پیمایشی محسوب می‌گردد. جامعه آماری پژوهش مشتریان شعب بانک رفاه استان گیلان هستند که به روش نمونه‌گیری در دسترس و براساس فرمول کوکران، ۴۱۷ نفر از مشتریان به عنوان نمونه مورد مطالعه قرار گرفتند. به منظور گردآوری داده‌ها از پرسشنامه هنجاریابی شده توسط پژوهشگران پیشین استفاده شده است که پایایی پرسشنامه به روش آلفای کرونباخ و پایایی مرکب و روایی پرسشنامه به روش روایی محتوا، همگرا و واگرا مورد تایید قرار گرفت. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار آماری Smart PLS3 و با استفاده از روش مدلسازی معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی اقدام شده است. یافته‌های تحقیق نشان داد که شاخص‌های فرهنگی ادراک شده بر رفتار شاکیانه مشتریان شعب بانک رفاه کارگران استان گیلان تأثیر معناداری دارد. نمونه مورد مطالعه در این تحقیق دارای میانگین بالایی از منظر اجتناب از عدم اطمینان، جمع‌گرایی، عدم اعتقاد به فاصله قدرت، نگرش کوتاه مدت / بلند مدت و مردسالاری بودند. نتایج این بررسی نشان داد که ارتباط معناداری بین شاخص‌های فرهنگی ادراک شده و فعالیت عمومی و خصوصی مشتریان شعب بانک رفاه کارگران استان گیلان وجود دارد. همچنین ارتباط معنادار بین فاصله قدرت و نگرش کوتاه مدت / بلند مدت و عدم واکنش مشتریان و نگرش کوتاه مدت / بلند مدت و فعالیت عمومی وجود نداشت.

کلمات کلیدی: شاخص‌های فرهنگی، رفتار شکایت آمیز مشتری، بانک رفاه کارگران