

رابطه مدیریت هویت برند و عملکرد برند با توجه به نقش متغیرهای تعهد سازمانی و رضایت شغلی کارکنان در بانک های استان گیلان

تامارا ظهیری*، 178،

1396-03-31

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 همکاری و همکارانش و مدل چانگ و همکاری 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 355 نفر استفاده شده که روش گردآوری داده ها میدانی، ابزار گردآوری داده ها پرسش نامه بوده است. تجزیه و تحلیل داده های پرسش نامه در بخش آمار استنباطی از روش مدل سازی معادلات ساختاری از استفاده با نامه پرسش روایی است. استفاده Smart PLS2 و SPSS 22 افزار نرم و PLS روایی محتوا مورد سنجش قرار گرفته است و جهت پایایی پرسش نامه نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان داد که مدیریت هویت برند با تعهد سازمانی کارکنان در بانک های استان گیلان رابطه معناداری دارد. تعهد سازمانی با عملکرد برند در بانک های استان گیلان رابطه معناداری ندارد. تعهد سازمانی با 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.

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

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)
[دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)