

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه تهران

دانشکده مدیریت

بررسی تاثیر رعایت اصول اخلاق و رفتار حرفه ای کارکنان

بر وفاداری مشتریان بانکها

(یک بانک دولتی منتخب در شهر تهران)

استاد راهنما

جناب آقای دکتر منوچهر انصاری

نگارش

سارا سیفی

پایان نامه به منظور دریافت درجه کارشناسی ارشد در رشته مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی

سال 1389



بسم خدا
دانشگاه تهران

دانشکده مدیریت

گروه آموزشی مدیریت بازرگانی

گواهی دفاع از پایان نامه کارشناسی ارشد

هیأت داوران پایان نامه کارشناسی ارشد خانم سارا سیفی ساربانقلی رشته مدیریت بازرگانی دوره مجازی با عنوان " بررسی

تاثیر رعایت اصول اخلاق و رفتار حرفه ای کارکنان بر وفاداری مشتریان بانکها (یک

بانک دولتی منتخب در شهر تهران) "

به عدد به حروف

با شماره نهایی: ۱۸۷۵۵ هجری دوم، مشهد، مهر

و درجه: عالی ارزیابی نموده

ردیف	مشخصات هیأت داوران	نام و نام خانوادگی	مرتبه دانشگاهی	دانشگاه یا موسسه	امضاء
۱	استاد راهنما	دکتر منوچهر انصاری			
۲	استاد مشاور				
۳	استاد داور	دکتر محمد حقیقی			
۴	استاد داور دوم	دکتر مسعود کیماسی			
۵	نماینده کمیته تحصیلات تکمیلی گروه آموزشی:	خانم نجفی			

جمهوری اسلامی ایران
دانشگاه تهران



شماره:

تاریخ:


پیوست:

اداره کل تحصیلات تکمیلی

باسمه تعالی

تعهدنامه اصالت اثر

اینجانب سید علی حسینی متعهد می شوم که مطالب مندرج در این پایان نامه / رساله حاصل کار پژوهشی اینجانب است و به دستاوردهای پژوهشی دیگران که در این پژوهش از آنها استفاده شده است، مطابق مقررات ارجاع و در فهرست منابع و مآخذ ذکر گردیده است. این پایان نامه / رساله قبلاً برای احراز هیچ مدرک هم سطح یا بالاتر ارائه نشده است. در صورت اثبات تخلف (در هر زمان) مدرک تحصیلی صادر شده توسط دانشگاه از اعتبار ساقط خواهد شد. کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به پردیس / دانشکده / مرکز دانشگاه تهران می باشد.

نام و نام خانوادگی دانشجو
امضاء


آدرس: خیابان انقلاب اول خیابان فخر رازی - پلاک ۵ کد پستی: ۱۳۰۴۵/۵۶۵

فاکس: ۶۴۹۷۳۱۴

چکیده

زمینه: پیش‌تر و شاید، حتی تا اواخر قرن بیستم میلادی، تأمین رضایت مشتری و وفاداری آنها بیشتر شعارگونه بود. امروزه، تلاش فراوانی جهت ارتقای ابزارهای مدیریت کیفیت و گسترش فرهنگ مشتری‌گرایی توسط محققان، کارشناسان و مدیران سازمان‌ها صورت می‌گیرد. این امر نشان‌دهنده آنست که وفاداری به باور همگان مهم‌ترین شاخص تعیین موفقیت سازمان‌ها و بهبود سودآوری به شمار می‌آید که از طریق اخلاق و رفتار حرفه‌ای کارکنان بدست می‌آید.

روش: این تحقیق بر اساس هدف، کاربردی است و از نظر روش جمع‌آوری داده‌ها برای آزمون (فرضیه‌ها یا سؤالات)، از نوع توصیفی-تحلیلی و از شاخه همبستگی می‌باشد. داده‌های مورد استفاده از 150 نفر از مشتریان شعب بانک ملت واقع در شهر تهران جمع‌آوری شده و مدل ارائه‌شده با استفاده از آزمون t استیودنت مورد آزمون قرار گرفته است.

یافته‌ها: نتایج تحلیل آماری نشان می‌دهد اخلاق و رفتار حرفه‌ای کارکنان بر وفاداری مشتریان تأثیرگذار است و بین عوامل اخلاق و رفتار حرفه‌ای و وفاداری رابطه‌ای معنی‌دار وجود دارد.

نتیجه‌گیری: نتایج تحقیق نشان می‌دهد وفاداری می‌تواند از اخلاق و رفتار حرفه‌ای تأثیرپذیر باشد. در بین عوامل شناسایی‌شده امانت‌داری بیشترین همبستگی را با وفاداری دارد.

کلید واژه‌ها: وفاداری، اخلاق، رفتار حرفه‌ای، مشتری.

فهرست مطالب

فصل اول: مقدمه و کلیات تحقیق

1-1) مقدمه 2

2-1) بیان مساله 3

3

3-1) سوالات تحقیق 5

4-1) فرضیه ها 5

5-1) اهداف تحقیق 5

6-1	ضرورت انجام تحقیق	6
7-1	روش تحقیق	8
8-1	تعریف متغیرها و واژه های تحقیق	9
1-8-1	وفاداری مشتریان	9
2-8-1	اخلاق	9
3-8-1	اخلاق و رفتار حرفه ای کارکنان	10

فصل دوم: مروری بر ادبیات موضوع تحقیق

1-2	مقدمه	12
-----	-------------	----

گفتار اول: اخلاق و رفتار حرفه‌ای

2-2	اخلاق	13
3-2	کدهای ارزشی و اخلاقی و ویژگی‌های آنها	13
4-2	نکات مورد توجه در ایجاد اصول اخلاقی	17
5-2	اخلاق حرفه ای	17
6-2	اهمیت اخلاق حرفه ای در سازمان	
		18
7-2	ارزشهای اصول اخلاق حرفه ای	19
8-2	منشور اخلاقی و مسئولیت اجتماعی سازمانها	21

21.....(9-2) منشور اخلاقی؛ جایگاه و ضرورت آن در سازمان

گفتار دوم: وفاداری مشتریان

23 (10-2) مشتریان وفادار

24 (11-2) انواع وفاداری

24 (1-11-2) بدون وفاداری

25 (2-11-2) وفاداری اجباری

25 (3-11-2) وفاداری پنهان

26 (4-11-2) وفاداری برتر

26 (12-2) راه‌های جلب رضایت مشتریان وفادار

32 (13-2) مراحل تکامل وفاداری مشتری

34 (14-2) تلاش برای تداوم وفاداری مشتری

گفتار سوم: تحقیقات پیشین

(15-2) تحقیقات صورت گرفته در زمینه تاثیر رعایت اصول اخلاق و رفتار

34 حرفه ای کارکنان (مدیران) بانک در وفاداری مشتریان

38 (16-2) اصول رفتار حرفه ای کارکنان بانکها

39 (1-16-2) مسئولیت پذیری

39	2-16-2) رفتار مورد انتظار از مدیران
39	2-16-3) محیط کار
	2-16-4) شایسته سالاری
41
41	2-16-5) ضوابط ارتقای مراتب شغلی
41	2-16-6) رعایت سلسله مراتب سازمانی
42	2-16-7) برخورد با رفتارهای نادرست
42	2-16-8) ممنوعیت استفاده از مواد مخدر
42	2-16-9) رعایت موازین اسلامی و شئون اداری
42	2-16-10) خودداری از قبول هدایا، پیشنهاد نفریح و سایر موارد (انتفاع شخصی)
44	2-17) اصول رفتار حرفه ای کارکنان بانک ملت
	فصل سوم: روش شناسی تحقیق
51	3-1) مقدمه
52	3-2) فرآیند تحقیق
54	3-3) روش تحقیق
56	3-4) متغیرهای تحقیق

58 (5-3) روشهای جمع آوری اطلاعات
60 (6-3) متغیر های تحقیق و ترکیب سوالات پرسشنامه
61 (7-3) روایی و پایایی پرسشنامه
61 (1-7-3) تعیین پایایی (قابلیت اعتماد) پرسشنامه
63 (2-7-3) تعیین اعتبار (روایی) ابزار اندازه گیری
64 (8-3) جامعه آماری، تعیین حجم نمونه
64 (1-8-3) نمونه آماری و روش محاسبه حجم نمونه
65 (2-8-3) روشهای نمونه گیری
66 (9-3) قلمرو تحقیق
66 (1-9-3) قلمرو مکانی تحقیق
66 (2-9-3) قلمرو زمانی تحقیق
66 (10-3) فرضیه تحقیق
67 (11-3) روشهای موردنظر برای تجزیه و تحلیل اطلاعات و آزمون فرضیه ها
67 (12-3) طبقه بندی انواع آزمون های آماری
67 (1-12-3) آزمون t استیودنت
70 (2-12-3) ضریب همبستگی اسپرمن

71..... 3-12-3) آزمون کلموگروف-اسمیرنوف

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده‌ها

..... 1-4) مقدمه

73

73..... 2-4) آمار توصیفی

79..... 3-4) روایی ابزار سنجش

80..... 4-4) پایایی ابزار سنجش

80..... 5-4) آزمون فرضیات تحقیق

82..... 1-5-4) آزمون فرضیه اول

84..... 2-5-4) آزمون فرضیه دوم

87..... 3-5-4) آزمون فرضیه سوم

90..... 4-5-4) آزمون فرضیه چهارم

94..... 5-5-4) آزمون فرضیه پنجم

97..... 6-5-4) آزمون فرضیه ششم

فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات

101..... 1-5) مقدمه

103..... 2-5) بررسی نتایج فرضیات و آزمونهای آماری

3-5 (بررسی یافته‌های پژوهش با توجه به آزمون همبستگی (همبستگی میان متغیرها) 103

4-5 (پیشنهادات استخراج شده در رابطه با نتایج تحقیق 105

5-5 (محدودیت های تحقیق 108

5-6 (پیشنهادات برای تحقیقات آتی 109

منابع و مآخذ تحقیق 111

پیوست 114

فهرست اشکال و جداول

شکل (2-1): نردبان وفاداری مشتریان	27
شکل (2-2): وفاداری مشتری، جذابیت نسبی و رضایت از سازمان	28
شکل (2-3): رویکردهای سه‌گانه به وفاداری	30
جدول (2-1): ابعاد وفاداری خدمات	
	31
جدول (2-2): مراحل تکامل وفاداری مشتری	33
شکل (3-1): نقشه عملی تحقیق	53
شکل (2-3): مدل مفهومی تحقیق	58
جدول (3-1): شکل کلی و امتیاز بندی پرسشنامه	60
جدول (2-3): متغیرهای مستقل تحقیق و منابع مورد استفاده در تعیین آنها	61
شکل (3-3): فرآیند نمونه‌گیری	65
جدول (4-1): توزیع فراوانی مربوط به سطح تحصیلات	74
نمودار (4-1): فراوانی نسبی مربوط به سطح تحصیلات	74
جدول (4-2): سن پاسخگویان	75
نمودار (4-2): فراوانی نسبی سن پاسخ‌دهندگان	76
جدول (4-3): سابقه کار	76

77	نمودار (3-4): فراوانی نسبی سابقه کار پاسخ دهندگان
78	جدول (4-4): جنسیت
78	نمودار (4-4): فراوانی نسبی جنسیت پاسخ دهندگان
81	جدول (5-4): آزمون نرمال بودن متغیر وابسته
83	جدول (6-4): خروجی SPSS فرضیه اول
84	جدول (7-4): برآورد اسپرمن فرضیه اول
86	جدول (8-4): خروجی SPSS فرضیه دوم
87	جدول (9-4): برآورد اسپرمن فرضیه دوم
	جدول (10-4): خروجی SPSS فرضیه سوم
89	
	جدول (11-4): برآورد اسپرمن فرضیه سوم
90	
92	جدول (12-4): خروجی SPSS فرضیه چهارم
93	جدول (13-4): برآورد اسپرمن فرضیه چهارم
95	جدول (14-4): خروجی SPSS فرضیه پنجم
96	جدول (15-4): برآورد اسپرمن فرضیه پنجم
98	جدول (16-4): خروجی SPSS فرضیه ششم

فصل اول :

مقدمه و کلیات تحقیق