



Investigating the Effect of Employees' Political Skills on Deviation From Customer-Oriented Behaviors, Intelligent Marketing Activities and Sales Performance of the Company with the Mediation Role of Customers Trust (A Case Study: Bazar Gostar Pegah)

Seyed Milad Razavi ^{*1}, Hamed Nazarpour Kashani ²

1*- Master of Business Administration, Marketing Major, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

2- Assistant Professor, Department of Business Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Abstract

The main purpose of this research is to determine the effect of employees' political skills on the deviation from customer-oriented behaviors and the Intelligent marketing activities and the sales performance of the company with the mediating role of customer trust of Bazar Gostar Pegah Nationwide Broadcast Company. From the point of view of the purpose of this research, it is an applied research, based on the nature of data collection, it is a field research, and in terms of type, it is a descriptive-survey research. In terms of time, this research was conducted in the form of cross-sectional research in 1401 and the level of analysis in this research is individual. The statistical population of the research is all the managers, employees and experts of the sales and marketing department of Bazar Gostar Pegah Nationwide Broadcast Company Pegah Bazaar, West Tehran and East Tehran, in the number of 180 people, and a sample of 123 people was selected and studied according to Cochran's formula using non-probability sampling method. they got. The data collection tool is a questionnaire whose validity and reliability have been confirmed using statistical tests. The results of the analysis of research hypotheses using the structural equation model with the help of Lisrel software showed that the political skills of employees have a positive effect on sales performance and a negative and significant effect on deviation from customer-oriented behaviors. Also, deviation from customer-oriented behaviors has a negative and significant effect on Intelligent marketing activities and sales performance. Finally, the results showed that the political skills of employees have a negative effect on the deviation from customer-oriented behaviors with the mediating role of customer trust, and a positive and significant effect on the Intelligent marketing activities and the sales performance of the company with the mediating role of customer trust of Bazar Gostar Pegah Nationwide Broadcast Company.

Keywords: Employees Political Skills, Deviation From Customer-Oriented Behaviors, Intelligent Marketing Activities, Sales Performance, Customer Trust

Citation:

Razavi, S. M., & Nazarpour Kashani, H. (2023). Investigating the Effect of Employees' Political Skills on Deviation From Customer-Oriented Behaviors, Intelligent Marketing Activities and Sales Performance of the Company with the Mediation Role of Customers Trust (A Case Study: Bazar Gostar Pegah). *Journal of Intelligent Marketing Management*, 4(1), 96-112.



بررسی تأثیر مهارت های سیاسی کارکنان بر انحراف از رفتارهای مشتری مدارانه، فعالیت های بازاریابی هوشمند و عملکرد فروش شرکت با نقش

میانجی اعتماد مشتریان

(مورد مطالعه: شرکت پخش سراسری بازار گستر پگاه)

سید میلاد رضوی^{۱*}، حامد نظرپور کاشانی^۲

*- کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی تهران، ایران.

۲- استادیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

چکیده

هدف اصلی این پژوهش تعیین تأثیر مهارت های سیاسی کارکنان بر انحراف از رفتارهای مشتری مدارانه و فعالیت های بازاریابی هوشمند و عملکرد فروش شرکت با نقش میانجی اعتماد مشتریان شرکت پخش سراسری بازار گستر پگاه است. این پژوهش از منظر هدف از نوع تحقیقات کاربردی، بر اساس ماهیت گردآوری داده ها، از نوع تحقیقات میدانی و از نظر نوع، در زمره تحقیقات توصیفی - پیمایشی می باشد. به لحاظ زمانی این تحقیق در قالب تحقیق مقطعی در سال ۱۴۰۲ انجام پذیرفته و سطح تحلیل در این تحقیق فرد می باشد. جامعه آماری تحقیق، کلیه مدیران، کارکنان و کارشناسان بخش فروش و بازاریابی شرکت پخش سراسری بازار گستر پگاه تهران غرب و تهران شرق به تعداد ۱۸۰ نفر می باشد که نمونه ای به حجم ۱۲۳ نفر مطابق فرمول کوکران به شیوه نمونه گیری غیراحتمالی در دسترس انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه می باشد که روایی و پایایی آن با استفاده از آزمونهای آماری به تأیید رسیده است. نتایج تحلیل فرضیه های تحقیق با استفاده از مدل معادلات ساختاری به کمک نرم افزار لیزرل نشان داد مهارت های سیاسی کارکنان بر عملکرد فروش تأثیر مثبت و بر انحراف از رفتارهای مشتری مدارانه تأثیر منفی و معناداری دارد. همچنین انحراف از رفتارهای مشتری مدارانه بر فعالیت های بازاریابی هوشمند و عملکرد فروش تأثیر منفی و معناداری دارد. در نهایت نتایج نشان داد مهارت های سیاسی کارکنان بر انحراف از رفتارهای مشتری مدارانه با نقش میانجی اعتماد مشتریان تأثیر منفی و بر فعالیت های بازاریابی هوشمند و عملکرد فروش شرکت با نقش میانجی اعتماد مشتریان شرکت پخش سراسری بازار گستر پگاه تأثیر مثبت و معناداری دارد.

کلیدواژه ها: مهارت های سیاسی کارکنان، انحراف از رفتارهای مشتری مدارانه، فعالیت های بازاریابی هوشمند، عملکرد فروش، اعتماد مشتریان.

استناد:

رضوی، سیدمیلاد و نظرپور کاشانی، حامد. (۱۴۰۲). بررسی تأثیر مهارت های سیاسی کارکنان بر انحراف از رفتارهای مشتری مدارانه، فعالیت های بازاریابی هوشمند و عملکرد فروش شرکت با نقش میانجی اعتماد مشتریان (مورد مطالعه: شرکت پخش سراسری بازار گستر پگاه). مدیریت بازاریابی هوشمند، ۴(۱)، ۹۶-۱۱۲.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۳۰

تاریخ ویرایش: ۱۴۰۳/۰۳/۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۱/۱۱

تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۱۱/۱۱

<https://doi.org/JABM.3.2.15564.35125656565047>

نشریه مدیریت بازاریابی هوشمند، ۱۴۰۲، دوره ۴، شماره ۱، پیاپی ۱۹

ناشر: نشریه مدیریت بازاریابی هوشمند

نوع مقاله: علمی پژوهشی

© نویسندگان



مقدمه

سیاست‌های سازمانی ثابت نموده است که بخش مهمی از هر سازمان مجموعه رفتارهایی است که در آن شکل می‌گیرد، بنابراین محققان استدلال می‌کنند نیاز بیشتری به بررسی رفتار و ماهیت مهارت‌های ذاتی کارکنان است. رابینز (۱۹۷۷)، در یکی از مقالات پیشگام در زمینه سیاست سازمانی ذکر نموده که رفتار سیاسی توسط کارمندان برای دست یافتن به منافع شخصی خود در فرآیندهای سازمانی مورد استفاده قرار می‌گیرد. رفتار سیاسی کارکنان در یک سازمان مربوط به مبارزه برای کسب قدرت و منافع فردی فراتر از دستور کار سازمانی تعریف می‌گردد. این رفتارهای سیاسی در حوزه مدیریت را به عنوان مهارت‌های سیاسی، استراتژی‌های سیاسی، تاکتیک‌های نفوذ، تاکتیک‌های سیاسی و مانور سیاسی نیز تعریف می‌کنند. به برخی از رفتارهای سیاسی نام خاص داده می‌شود: مدیریت احساس، نوازش، ارجاع و غیره، که با توجه به اصطلاح «سیاست» در مورد مدیریت و فرایند تصمیم‌گیری گروه‌های اجتماعی می‌باشد (دوستار و همکاران، ۱۳۹۶). در این بین در محیط رقابتی امروزی، یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت شرکت‌ها، برقراری ارتباط مؤثر با مشتریان برای بهبود عملکرد فروش است. افزایش رقابت و کاهش تعداد مشتریان وفادار، باعث توجه به مفهوم مشتری‌گرایی و تغییر دیدگاه شرکت‌ها از محصول محوری به مشتری محوری شده است. حفظ مشتریان و ایجاد روالی که بتوانند با سازمان ارتباط برقرار کرده، خدمات مورد نیاز را دریافت نموده و مشکلات مربوطه را به آسانی حل نمایند، امری ضروری می‌نماید. یکی از مشکلاتی که در درک و پاسخگویی به خواسته‌ها و شکایات مشتریان در سازمان‌ها مطرح است، عدم به کارگیری راهکارهای ارتباطی مناسب و مورد توجه مشتریان است. از این رو شناسایی و به کارگیری روش‌های مناسب برای ارتباط با مشتریان مختلف، گامی مؤثر در جهت رفع این نقیصه و ارتقاء سطح عملکرد فروش شرکت است (گوود و شاپوگر، ۲۰۲۲). از سوی دیگر افزایش رقابت در بازار، اکثر مدیران صنایع را به فکر چاره‌اندیشی برای حضور ماندگار در عرصه کسب و کار انداخته است؛ بنابراین به‌طور پیوسته در پی بهبود و اثربخشی بیشتر عملکرد فروش هستند. چرا که ارتقاء سطح عملکرد فروش می‌تواند به جذب و نگهداری و رضایت مشتریان معطوف شود. این امر به گونه‌ای است که سازمان‌های پیشرو سعی می‌کنند با داشتن عملکرد مطلوب نیروهای فروش خود از طریق مهارت‌های سیاسی و به تبع آن کسب رضایت عوامل پراهمیت از دیدگاه مشتریان، عملکرد فروش و سودآوری خود را افزایش دهند (عزیزی و همکاران، ۱۳۹۹). بنابراین در این فصل به بیان مقدمه‌ای در خصوص متغیرهای تحقیق پرداخته شد. در ادامه فصل بیان مسأله و اهمیت و ضرورت انجام تحقیق و اهداف و فرضیه‌های تحقیق بیان شده، سپس قلمرو زمانی، مکانی و موضوعی تحقیق تشریح و در پایان به بیان تعاریف متغیرهای تحقیق پرداخته می‌شود.

پیشینه پژوهش

سلیمانی نیا و محمدیان (۱۴۰۰) تحقیقی با عنوان بررسی نقش مهارت‌های سیاسی در عملکرد سازمانی (مورد مطالعه: شرکت راه‌اندازی و بهره‌برداری صنایع نفت) انجام دادند که چکیده آن به شرح زیر است:

داشتن مهارت‌های سیاسی به عنوان اطلاعات پایه، برای انتخاب سرمایه‌گذاری‌ها از جمله عواملی است که می‌تواند بر تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاری و عملکرد سازمانی مؤثر باشد. پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش مهارت‌های سیاسی در عملکرد سازمانی (مورد مطالعه: شرکت راه‌اندازی و بهره‌برداری صنایع نفت) انجام شد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه جمع‌آوری داده‌ها توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری محدود و شامل ۱۳۰ نفر از کارکنان شرکت راه‌اندازی و بهره‌برداری صنایع نفت OI CO می‌باشد که روش سرشماری یا تمام‌شماری انتخاب شدند. در این پژوهش از یک پرسشنامه استاندارد استفاده شده است و روایی آن به تأیید استاد راهنما و اساتید گروه مدیریت رسیده است و برای پایایی آن از آلفای کرونباخ استفاده شده است که آلفای کرونباخ آن بالای ۷۰ درصد (۰/۸۷)

می باشد. در این پژوهش برای گردآوری اطلاعات پیشینه و مبانی نظری از روش کتابخانه ای و داده ها از روش های میدانی به کار گرفته شده است. تجزیه و تحلیل داده های پرسشنامه از آزمون های کلموگروف-اسمیرنوف و آزمون رگرسیون خطی در بسته های نرم افزاری نسخه ی ۲۲ در بخش آمار استنباطی استفاده شده است. نتایج بدست آمده نشان دهنده آن است که مهارت های سیاسی کارکنان بر عملکرد سازمانی تأثیر بسزایی دارد. همچنین مهارت های سیاسی کارکنان بر ۱. مؤلفه توانایی، ۲. مؤلفه وضوح کارکنان، ۳. مؤلفه کمک کارکنان، ۴. مؤلفه مشوق کارکنان، ۵. مؤلفه ارزیابی کارکنان، ۶. مؤلفه اعتبار کارکنان، ۷. مؤلفه محیط کارکنان تأثیر دارد.

طوطیان اصفهانی و همکاران (۱۴۰۰) تحقیقی با عنوان بررسی رابطه بین راهبردهای خود کنترلی، مهارت های سیاسی مدیران و کیفیت تصمیم گیری در مسائل مالی فرایند زنجیره تأمین (مورد مطالعه: شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران) انجام دادند که چکیده آن به شرح زیر است:

هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی رابطه بین راهبردهای خود کنترلی، مهارت های سیاسی و کیفیت تصمیم گیری در مسائل مالی فرایند زنجیره تأمین شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بوده است. روش پژوهش حاضر بر مبنای هدف کاربردی و بر اساس گردآوری داده ها نیز یک پژوهش از نوع توصیفی-همبستگی است. روش پژوهش حاضر بر مبنای هدف یک پژوهش از نوع توصیفی (پیمایشی)-تحلیلی (همبستگی) است، از نظر فرایند اجرا کمی-کیفی، از نظر نتیجه اجرا نیز کاربردی و از نظر زمانی نیز یک پژوهش مقطعی است. جامعه پژوهش نیز شامل مشارکت کنندگان فعال بورس اوراق بهادار تهران شامل؛ خبرگان دانشگاهی و بازار سرمایه، سرمایه گذاران، معامله گران، کارگزاران رسمی بورس اوراق بهادار ایران می باشد. نمونه آماری به روش نمونه گیری تصادفی ساده و طبق جدول کرجسی و مورگان به تعداد ۳۸۴ نفر انتخاب شدند. جمع آوری داده ها با استفاده از روش کتابخانه ای و اطلاعات میدانی و پرسشنامه نیمه ساختاریافته انجام گردیده است. همچنین، روایی پرسشنامه با استفاده از دیدگاه های استاد راهنما و مشاور و چند نفر از افراد خبره در این زمینه مورد تأیید قرار گرفته و برای تعیین میزان پایایی پرسشنامه نیز از روش آلفای کرونباخ استفاده شده و روایی پرسشنامه نیز برابر ۰/۷۹۲ شده است. به طور کلی، نتایج تحقیق نشان داد که بین راهبردهای خود کنترلی، راهبردهای مهارت های سیاسی مدیران (مدیریت پول و پس انداز، مدیریت تأمین مالی و اعتباری و برنامه ریزی سرمایه گذاری) و کیفیت تصمیم گیری در مسائل مالی فرایند زنجیره تأمین شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران ارتباط آماری معناداری وجود دارد.

کاکائی و همکاران (۱۴۰۰) تحقیقی با عنوان بررسی تأثیر مهارت های سیاسی بر عملکرد تجاری شرکت های تولیدی صادراتی کشور انجام دادند که چکیده آن به شرح زیر است:

تحقیق حاضر با هدف بررسی تأثیر مهارت های سیاسی بر عملکرد تجاری شرکت های تولیدی صادراتی کشور انجام گرفته است. جامعه آماری تحقیق شامل مدیران شرکت های تولیدی صادراتی مستقر در شهرک صنعتی کاوه می باشد که تعداد آنها در حدود ۱۱۰ نفر است و بر اساس روش نمونه گیری تصادفی ساده و فرمول کوکران تعداد ۸۵ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده ها در تحقیق حاضر پرسشنامه است. تجزیه و تحلیل اطلاعات با استفاده از نرم افزار PLS انجام پذیرفته است. روایی و پایایی تحقیق موید این است که ابزار تحقیق حاضر از اعتبار بالایی برخوردار هستند. نتایج پژوهش حاکی از نقش تأثیر مثبت و معنادار مهارت های سیاسی بر عملکرد تجاری شرکت های تولیدی صادراتی کشور است. همچنین این نتیجه حاصل شد که درآمدها و حرفه ها، مدیریت پول، مدیریت اعتبار و بدهی و مدیریت ریسک بر عملکرد تجاری تأثیر مثبت و معناداری دارند.

شکری زاده و مظاهری (۱۴۰۰) تحقیقی با عنوان بررسی تأثیر مهارت های سیاسی و دانش مالی بر تصمیم گیری سرمایه گذاران بورس اوراق بهادار انجام دادند که چکیده آن به شرح زیر است:

امروزه بسیاری از نهادها به منظور افزایش سطح سرمایه خود، اقدام به فروش سهام در بورس اوراق بهادار در سطح کشور نموده اند. این بازار با وجود سود بالا و جذابیت‌های خود، به واسطه نوسانات قیمت سهام می‌تواند ضررهای زیادی را متوجه افراد سرمایه گذار نماید. بنابراین نیاز است تا افراد پیش از ورود به این نوع بازار، پیش زمینه‌هایی چون سواد و دانش مالی مرتبط را در خود ارتقا دهند. هدف از پژوهش پیش رو بررسی تأثیر مهارت‌های سیاسی و دانش مالی بر تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران بورس اوراق بهادار می‌باشد. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد مهارت‌های سیاسی و دانش مالی بر تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران در شرکت‌های بورس اوراق بهادار تأثیر معنادار داشته است.

گوود و شاپوگر (۲۰۲۲) طی تحقیقی با عنوان تأثیر مهارت‌های سیاسی کارکنان بر عملکرد تجاری با نقش میانجی شایستگی ایجاد ارتباط با مشتریان، مشتری‌مداری و انحراف از رفتارهای مشتری‌مدارانه به این نتیجه رسیدند که مهارت‌های سیاسی کارکنان بر عملکرد تجاری تأثیر معناداری دارد. همچنین نتایج نشان داد مهارت‌های سیاسی کارکنان بر عملکرد تجاری با نقش میانجی شایستگی ایجاد ارتباط با مشتریان، مشتری‌مداری و انحراف از رفتارهای مشتری‌مدارانه تأثیر معناداری دارد.

انداگو و همکاران (۲۰۲۲) تحقیقی با عنوان مهارت‌های سیاسی عملکرد تجاری شرکت‌های کارآفرین زن انجام دادند که چکیده آن به شرح زیر است: عملکرد ضعیف کارآفرینان زن، که نمونه آن ناتوانی آنها در به کار بردن پتانسیل کامل خود و رقابت عادلانه با هم‌متایان مرد خود به دلیل بی‌سوادی مالی است، انگیزه این مطالعه بود. بنابراین، این پژوهش به بررسی تأثیر مهارت‌های سیاسی بر عملکرد کسب و کار در بین زنان کارآفرین خرد پرداخته است. با استفاده از طرح تحقیق پیمایشی، داده‌ها از ۲۴۷ زن کارآفرین از شش ایالت در منطقه شمال شرقی نیجریه جمع‌آوری شد. فرضیه‌های توسعه یافته برای مطالعه با استفاده از مدل‌سازی مسیر-مدل‌سازی معادلات ساختاری با کمک نرم‌افزار Smart PLS نسخه ۳٫۲٫۷ مورد آزمون قرار گرفتند. نتایج نشان داد که تمامی شاخص‌های مهارت‌های سیاسی (آموزش مالی، پیش‌بینی وجه نقد، و حسابداری تأثیر قابل توجهی بر عملکرد تجاری کارآفرینان زن دارند. علاوه بر این، این مقاله نشان داد که آموزش مالی بیشتر به واریانس عملکرد تجاری زنان کارآفرین خرد کمک می‌کند. این امر با شیوه‌های حسابداری دنبال شد، در حالی که پیش‌بینی وجه نقد کمترین تأثیر را بر واریانس عملکرد کسب و کار دارد، این نشان می‌دهد که آموزش مالی برای موفقیت زنان کارآفرین خرد ضروری است. کارگاه‌های آموزشی برای کارآفرینان خرد زن در مورد مفاهیم مالی مانند حسابداری، پیش‌بینی پول نقد و نوسانات بازار ضروری است.

اوولایی و همکاران (۲۰۲۱) تحقیقی با عنوان تأثیر مهارت‌های سیاسی بر سرمایه‌گذاری انجام دادند که چکیده آن به شرح زیر است: هدف از این پژوهش، شناسایی اختلاف سطح مهارت‌های سیاسی سرمایه‌گذاران با توجه به ویژگی‌های جمعیت شناختی، فاکتورهای موثر بر تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاری و رابطه بین سطح مهارت‌های سیاسی و تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاری در هنگ‌کنگ و پیشنهاد راه کار مناسب جهت برنامه‌ریزی توسط مسوولان بورس اوراق بهادار، در جهت ارتقاء سطح مهارت‌های سیاسی گروه‌های مختلف سرمایه‌گذار، پیش از سرمایه‌گذاری، می‌باشد. نتایج نشان داد مهارت‌های سیاسی بر سرمایه‌گذاری تأثیر معناداری دارد.

۳- روش پژوهش

این پژوهش از منظر هدف از نوع تحقیقات کاربردی، بر اساس ماهیت گردآوری داده‌ها، از نوع تحقیقات میدانی و از نظر نوع، در زمره تحقیقات توصیفی-پیمایشی می‌باشد. به لحاظ زمانی این تحقیق در قالب تحقیق مقطعی در سال ۱۴۰۱ انجام پذیرفته و سطح تحلیل در این تحقیق فرد می‌باشد. جامعه آماری تحقیق، کلیه مدیران، کارکنان و کارشناسان بخش فروش و بازاریابی شرکت پخش سراسری بازار گستر پگاه تهران غرب و تهران شرق به تعداد ۱۸۰ نفر می‌باشد.

برای تعیین حجم نمونه در این پژوهش از فرمول کوکران مربوط به جامعه محدود مطابق فرمول زیر استفاده می‌شود که تعداد نمونه ۱۲۳ نفر تعیین می‌شود.

$$n = \frac{\frac{z^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{z^2 pq}{d^2} - 1 \right)}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5 * 0.5)}{(0.05)^2} = 123$$

$$1 + \frac{1}{180} \left[\frac{(1.96)^2 (0.5 * 0.5)}{(0.05)^2} - 1 \right]$$

روشهای گردآوری اطلاعات در تحقیق حاضر عبارت است از؛

۱. جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز تحقیق، به صورت میدانی و با مراجعه به محل شرکت انجام می‌شود.
۲. مطالعات کتابخانه‌ای از جمله مطالعه کتب و نشریات داخلی و خارجی و جستجو در پایگاههای اطلاعاتی (اینترنت) به منظور دستیابی به مبانی نظری و استفاده از تجارب محققین دیگر.
۳. استفاده از ابزار پرسشنامه به عنوان ابزار اصلی جمع‌آوری داده‌ها برای دستیابی به داده‌های مورد نظر برای آزمون فرضیه‌های تحقیق.

ابزار گردآوری داده‌ها

ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه استاندارد گوود و شاپوکر و همکاران (۲۰۲۲) می‌باشد که مشتمل بر ۲۱ سؤال بوده که روایی و پایایی آن در تحقیق گوود و شاپوکر و همکاران (۲۰۲۲) به تأیید رسیده است به طوری که شاخص Ave برای پرسشنامه ۰.۸۵۵ و ضریب آلفای کرونباخ ۰.۸۲۰ بدست آمده است. جزییات سوالات مربوط به متغیرهای پژوهش، به تفکیک در جدول (۳-۱) آورده شده است.

جدول ۱: سؤالات مربوط به متغیرهای پژوهش

ردیف	نام متغیر	نوع متغیر	نقش متغیر	ابزار سنجش	فرمت سؤالات	منبع	نحوه امتیازدهی
۱	مهارت‌های سیاسی	کیفی رتبه‌ای	مستقل	پرسشنامه	پاسخ بسته	پرسشنامه	کاملاً مخالفم = ۱
۲	اعتماد مشتریان	کیفی رتبه‌ای	میانجی		(بر اساس طیف ۵	استاندارد و انداگو و	مخالفم = ۲
۳	انحراف از رفتارهای مشتری مدارانه	کیفی رتبه‌ای	مستقل		گزینه‌ای	همکاران	نظری ندارم = ۳
۴	فعالیت‌های بازاریابی هوشمند و عملکرد فروش	کیفی رتبه‌ای	وابسته		لیکرت)	(۲۰۲۲)	موافقم = ۴
							کاملاً موافقم = ۵

به منظور تحلیل روایی پرسشنامه تحقیق از دو شاخص AVE و CR و آزمون فورنل لارکر استفاده گردید. خروجی این آزمون‌ها در جدول (۲-۳) ارائه گردیده است.

جدول ۲: آزمون روایی برای پرسشنامه‌های پژوهش

متغیرها	AVE	CR	سطح متقاطع فورنل لارکر
مهارت‌های سیاسی	۰,۸۶۹	۰,۸۷۵	۰,۹۰۱
اعتماد مشتریان	۰,۸۸۸	۰,۸۹۰	۰,۹۲۳
انحراف از رفتارهای مشتری مدارانه	۰,۷۹۶	۰,۸۰۸	۰,۸۹۹
فعالیت‌های بازاریابی هوشمند و عملکرد فروش	۰,۸۱۳	۰,۸۵۲	۰,۹۰۹

با توجه به جدول فوق مقدار شاخص AVE برای متغیرهای تحقیق که بالاتر از ۰/۵ و $CR > AVE$ ، همچنین مقدار سطح متقاطع آزمون فورنل لارکر برگرتر از شاخص AVE و همبستگی با سایر متغیرهای دیگر می‌باشد لذا داده‌های به دست آمده از پرسشنامه‌ها را برای تحلیل، کافی و مناسب تشخیص می‌دهند؛ پس می‌توان تحلیل را بر روی سؤالات پرسشنامه‌ها پیاده نمود و روایی مورد تأیید است. برای برآورد پایایی متغیرها از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. بر این اساس مقدار آلفا با لحاظ کردن تعداد ۳۰ پرسشنامه و با استفاده از نرم افزار SPSS، برای هر یک از متغیرهای پژوهش در جدول (۳-۳) آورده شده است. با توجه به مقادیر بالای ۰,۷ مقدار ضرایب آلفای کرونباخ برای هر یک از متغیرهای تحقیق بنابراین می‌توان گفت اولاً سؤالات پرسشنامه همبستگی با یکدیگر دارند و دوماً پرسشنامه از پایایی بالایی (قابلیت اعتماد لازم برای ابزار اندازه‌گیری) برخوردار می‌باشد.

جدول ۳: پایایی متغیرهای پژوهش

مقدار آلفای کرونباخ	متغیرهای پژوهش
۰,۸۵۸	مهارت‌های سیاسی
۰,۹۰۸	اعتماد مشتریان
۰,۸۳۲	انحراف از رفتارهای مشتری مدارانه
۰,۸۴۷	فعالیت های بازاریابی و عملکرد فروش
۰,۸۶۱	پایایی کل پرسشنامه

در بخش آمار توصیفی: برای توصیف شاخصهای جمعیت شناختی تحقیق از آماره های توصیفی میانگین، فراوانی و درصد فراوانی استفاده خواهد شد.

در بخش آمار استنباطی: در سطح استنباطی برای آزمون فرضیه‌ها از یکی از نرم افزارهای مدل‌یابی معادلات ساختاری به کمک نرم‌افزار لیزرل شامل آزمونهای اشاره شده در جدول (۳-۴) استفاده می‌شود.

جدول ۴: خلاصه آزمون های آماری

نام آزمون	هدف انجام آزمون	شیوه تصمیم‌گیری	نرم‌افزار مورد استفاده
KMO آزمون	تعیین روایی و کفایت نمونه	اگر مقدار بدست آمده بزرگتر از ۰,۷۰ باشد روایی و تعداد نمونه مورد تأیید است.	Li srel V۸.۸
آزمون بار تلت	تعیین روایی و کفایت نمونه	اگر مقدار سطح معناداری بدست آمده کمتر از ۰,۰۵ باشد روایی و تعداد نمونه مورد تأیید است.	Li srel V۸.۸
TK-S آزمون	بررسی نرمال بودن توزیع متغیرهای تحقیق	اگر مقدار سطح معناداری بدست آمده بزرگتر از ۰/۰۵ باشد داده‌ها نرمال است.	Li srel V۸.۸
ضریب مسیر	بررسی رابطه و میزان اثر گذاری بین متغیرهای تحقیق	اگر مقدار بدست آمده بین ۰ و ۱+ باشد رابطه بین متغیرها مثبت و مستقیم و در غیر این صورت منفی و معکوس	Li srel V۸.۸
استیودنت t آزمون معنی دار متغیرها در مدل	آزمون معنی دار متغیرها در مدل	در بین بازه ۱/۹۶ به معنای تأیید نگرفتن آماره معناداری متغیرهاست.	Li srel V۸.۸
χ^2/df	سطح تحت پوشش کای دو	$< 3/00$ برازش مطلوب و مناسب	Li srel V۸.۸
GFI	شاخص نیکویی برازش	$> 0/90$ برازش مطلوب و مناسب	Li srel V۸.۸
RMSEA	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	$< 0/08$ برازش مطلوب و مناسب	Li srel V۸.۸
NFI	شاخص برازش تطبیقی	$> 0/90$ برازش مطلوب و مناسب	Li srel V۸.۸
I FI	شاخص برازش هنجار شده	$> 0/90$ برازش مطلوب و مناسب	Li srel V۸.۸
CFI	شاخص برازش فزاینده	$> 0/90$ برازش مطلوب و مناسب	Li srel V۸.۸

یافته ها

جدول ۵: توزیع فراوانی و درصد پاسخهای نمونه آماری به سؤال جنسیت

جمع	زن	مرد	
۱۲۳	۹	۱۱۴	فراوانی
۱۰۰	۷,۳۲	۹۲,۶۸	درصد

جدول ۶: توزیع فراوانی و درصد پاسخهای نمونه آماری به سؤال میزان تحصیلات

جمع	فوق لیسانس و بالاتر	لیسانس	فوق دیپلم	دیپلم	
۱۲۳	۲۴	۶۴	۳۵	۰	فراوانی
۱۰۰	۱۹,۵۱	۵۲,۰۳	۲۸,۴۶	۰	درصد

بر اساس جدول و نمودار (۲-۴)، ۲۸/۶۴ درصد از نمونه آماری را دارندگان مدرک تحصیلی فوق دیپلم، ۵۲/۰۳ درصد از نمونه آماری را دارندگان مدرک تحصیلی لیسانس و ۱۹/۵۱ درصد از نمونه آماری را دارندگان مدرک تحصیلی فوق لیسانس و بالاتر تشکیل داده است.

جدول ۷: توزیع فراوانی و درصد پاسخهای نمونه آماری به سؤال سابقه خدمت

جمع	کمتر از ۵ سال	۶-۱۰ سال	۱۱-۱۵ سال	بیش از ۱۶ سال	
۱۲۳	۱۶	۵۵	۲۵	۲۷	فراوانی
۱۰۰	۱۳,۰۱	۴۴,۷۲	۲۰,۳۳	۲۱,۹۴	درصد

جدول ۸: توزیع فراوانی و درصد پاسخهای نمونه آماری به سؤال پست سازمانی

جمع	اجرایی و کارشناسی	سرپرستی و مدیریتی	
۱۲۳	۸۵	۳۸	فراوانی
۱۰۰	۶۹,۱۰	۳۰,۸۹	درصد

جدول ۹: توزیع فراوانی و درصد پاسخ های نمونه آماری به متغیرهای پژوهش

متغیرهای پژوهش	حدأقل	حداکثر	میانگین	انحراف معیار
مهارتهای سیاسی	۱	۵	۳,۲۱۸	۰,۵۲۴
اعتماد مشتریان	۱	۵	۳,۲۳۹	۰,۵۲۲
انحراف از رفتارهای مشتری مدارانه	۱	۵	۲,۲۴۵	۰,۳۵۶
فعالیت های بازاریابی هوشمند و عملکرد فروش	۱	۵	۳,۱۸۸	۰,۳۵۲

بر اساس اطلاعات مندرج در جدول که توزیع پاسخ های داده شده به سؤالات مربوط به هر متغیر را نشان می دهد، میانگین متغیرهای مهارتهای سیاسی، اعتماد مشتریان، انحراف از رفتارهای مشتری مدارانه و عملکرد فروش از نظر پاسخگویان به ترتیب ۳,۲۳۹، ۳,۲۱۸، ۲,۲۴۵ و ۳,۱۸۸ می باشد. بعبارتی مطابق اطلاعات مندرج در بالا حدأقل پاسخ امتیاز داده شده به هر متغیر ۱ (کاملاً مخالف) و حداکثر امتیاز داده شده ۵ (کاملاً موافق) و میانگین امتیاز داده شده به این متغیرها در بازه (نه موافق و نه مخالف و متوسط) می باشد که نشان می دهد میانگین متغیرهای مهارتهای سیاسی، اعتماد مشتریان و فعالیت های بازاریابی هوشمند و عملکرد فروش از نظر پاسخگویان در شرکت پخش سراسری بازار گستر پگاه بالای حد متوسط (۳) و میانگین متغیر انحراف از رفتارهای مشتری مدارانه پایین حد متوسط می باشد. جهت قضاوت در مورد مطلوبیت مؤلفه ها، با توجه به اینکه میانگین ها بر اساس طیف لیکرت از ۱ تا ۵ گزارش شده است، بنابراین میانگین هایی که بین ۱ تا ۲,۳۴ قرار دارند نامطلوب، ۲,۳۴ تا ۳,۶۶ نسبتاً مطلوب و ۳,۶۷ تا ۵ مطلوب ارزیابی می شود. این استاندارد توسط بازرگان و همکاران (۱۳۸۶) ارائه شده است.

جدول ۱۰: طیف ارزیابی نمرات سؤالات طیف لیکرت

استاندارد	سطح مطلوبیت	مطلوب	نسبتاً مطلوب	نامطلوب
	میانگین / نمره	۵ - ۳,۶۷	۳,۶۶ - ۲,۳۴	۲,۳۳ - ۱

همانطور که پیشتر اشاره شد میانگین متغیرهای تحقیق از نظر پاسخگویان به ترتیب ۳,۲۱۸، ۳,۲۳۹، ۲,۲۴۵ و ۱,۸۸۳ می باشد.

جدول ۱۱: طیف ارزیابی نمرات سؤالات طیف لیکرت

طیف ارزیابی			میانگین متغیر	
نامطلوب	نسبتاً مطلوب	مطلوب		
	*		۳,۲۱۸	مهارت‌های سیاسی
	*		۳,۲۳۹	اعتماد مشتریان
*			۲,۲۴۵	انحراف از رفتارهای مشتری‌مدارانه
	*		۳,۱۸۸	فعالیت‌های بازاریابی هوشمند و عملکرد فروش

نتایج به‌دست آمده از جدول (۴-۵) نشان می‌دهد که میانگین متغیرهای مهارت‌های سیاسی، اعتماد مشتریان و فعالیت‌های بازاریابی هوشمند و عملکرد فروش در پیوستار ارزیابی (نامطلوب، نسبتاً مطلوب و مطلوب)، در سطح نسبتاً مطلوب قرار گرفته است و مشخص می‌کند که میزان این متغیرها در شرکت پخش سراسری بازار گستر پگاه در حد نسبتاً مطلوب می‌باشد. همچنین میانگین متغیر انحراف از رفتارهای مشتری‌مدارانه در پیوستار ارزیابی (نامطلوب، نسبتاً مطلوب و مطلوب)، در سطح نامطلوب قرار گرفته است و مشخص می‌کند که میزان این متغیر در شرکت پخش سراسری بازار گستر پگاه در حد نامطلوب می‌باشد.

۴ - ۱) آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف برای تعیین نرمال بودن توزیع متغیرهای پژوهش

برای اجرای روش‌های آماری و محاسبه آماره آزمون مناسب و استنتاج منطقی درباره فرضیه‌های پژوهش مهم‌ترین عمل قبل از هر اقدامی، انتخاب روش آماری مناسب برای پژوهش است برای این منظور آگاهی از توزیع داده‌ها از اولویت اساسی بر خوددار است. برای همین منظور در این پژوهش از آزمون معتبر کولموگوروف - اسمیرنوف برای بررسی فرض نرمال بودن داده‌های پژوهش استفاده شده است. در این آزمون با توجه به فرضیات زیر گام به بررسی نرمال بودن داده‌ها نهاده شده است:

داده‌ها دارای توزیع نرمال هستند: H_0

داده‌ها دارای توزیع نرمال نیستند: H_1

با توجه به جدول آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف اگر سطح معنی داری برای کلیه متغیرهای مستقل و وابسته بزرگتر از سطح آزمون (۰/۰۵) باشد توزیع داده‌ها نرمال می‌باشد.

جدول ۱۲: نتایج آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف

نتیجه آزمون	سطح معناداری آزمون K-S	انحراف معیار	میانگین	نمونه	متغیرهای پژوهش
نرمال است	۰,۶۳۸	۰,۵۲۴	۳,۲۱۸	۱۲۳	مهارت‌های سیاسی
نرمال است	۰,۱۴۱	۰,۵۲۲	۳,۲۳۹	۱۲۳	اعتماد مشتریان
نرمال است	۰,۱۸۴	۰,۳۵۶	۲,۲۴۵	۱۲۳	انحراف از رفتارهای مشتری‌مدارانه
نرمال است	۰,۳۵۲	۰,۳۵۲	۳,۱۸۸	۱۲۳	فعالیت‌های بازاریابی و عملکرد فروش

مطابق اطلاعات مندرج در جدول (۷-۴) و با توجه به اینکه سطح معناداری برای متغیرهای پژوهش بیشتر از ۰/۰۵ می‌باشد، لذا می‌توان چنین اذعان نمود که متغیرهای پژوهش دارای توزیع نرمال می‌باشد. لذا برای آزمون فرضیه‌های تحقیق از آزمونها و نرم‌افزارهای پارامتریک همانند لیزرل بهره گرفته می‌شود.

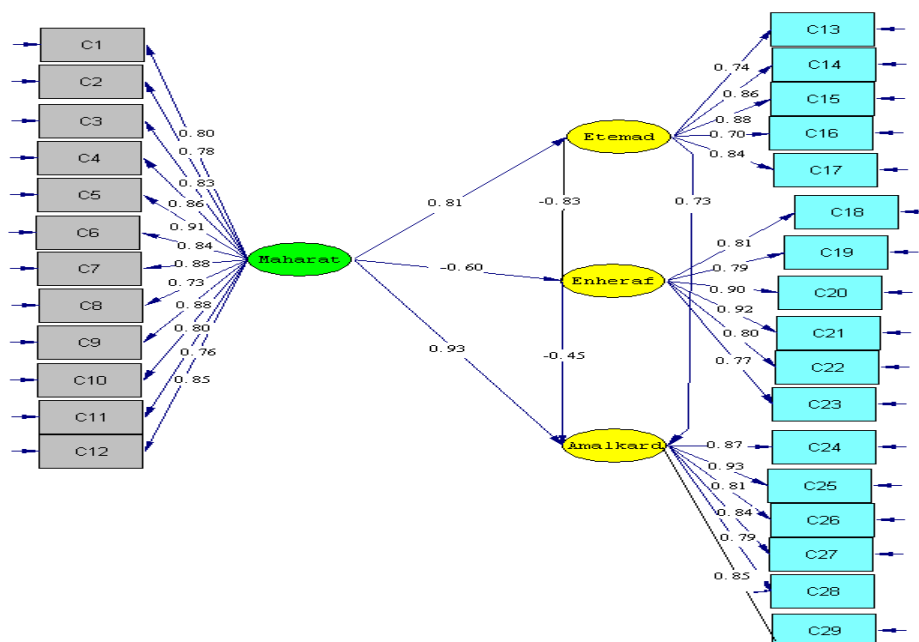
۲-۴) بررسی بایاس پرسشنامه

برای بررسی پرسشنامه از لحاظ جهت دار بودن یا نبودن پاسخ افراد به سؤالات تحقیق از آزمون تحلیل عاملی استفاده می‌شود که نتایج تحلیل عاملی (پود ساکوف و همکاران، ۲۰۰۳) برای پرسشنامه این تحقیق به شرح جدول (۴-۱۷) می‌باشد. جدول (۴-۱۱) نشان می‌دهد که میزان واریانس بدست آمده برای متغیر اول کمتر از ۵۰ درصد حدود ۴۵,۶۰۶ درصد می‌باشد، لذا پرسشنامه فاقد جهت گیری پاسخ‌گویان می‌باشد و بایاس ندارد.

جدول ۱۳: تحلیل عاملی برای تشخیص بایاس پرسشنامه

ترکیبها	Initial Eigenvalues			چرخش مجموع مربعات		
	مجموع	درصد واریانس	درصد تجمعی	مجموع	درصد واریانس	درصد تجمعی
۱	۲,۲۸۰	۴۵,۶۰۶	۴۵,۶۰۶	۲,۲۸۰	۴۵,۶۰۶	۴۵,۶۰۶
۲	۱,۳۹۹	۲۷,۹۸۶	۷۳,۵۹۲	۱,۳۹۹	۲۷,۹۸۶	۷۳,۵۹۲
۳	۰,۶۵۶	۱۳,۱۱۷	۸۶,۷۰۹			
۴	۰,۴۴۷	۸,۹۳۶	۹۵,۶۴۵			
۵	۰,۲۱۸	۴,۳۵۵	۱۰۰			

تجزیه و تحلیل استنباطی (آزمون فرضیه پژوهش)
ضرایب مسیر مدل ساختاری تحقیق



شکل شماره ۱: ضرایب مسیر مدل ساختاری پژوهش

Chi-Square= 55.102, df=25, RMSEA=0.024, Goodnes of Fit Index (GFI)=0.968 , Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)=0.965, CFI=0.977, NFI=0.970,IFI=0.970, RMR=0.011

مطابق شکل ۴-۱ ضرایب بار عاملی سوالات برای هر یک از متغیرها بالای ۰,۳ است که نشان از تایید بار عاملی سوالات است. بطور نمونه بار عاملی سؤال ۱ مهارت‌های سیاسی کارکنان ۸۰ درصد از ویژگی متغیر متناظر خود را تبیین می‌کند. همچنین ضرایب بار عاملی بین متغیرها نشان از تأثیر ۹۳ درصدی مهارت‌های سیاسی کارکنان بر عملکرد فروش است. همچنین مهارت‌های سیاسی کارکنان بر اعتماد و انحراف از رفتارهای مشتری‌مدارانه به ترتیب ۸۱ و ۶۰ درصدی در جهت مثبت و منفی تأثیر دارد.

نیکویی برازش مدل

جدول مهمترین شاخص‌های برازش مدل معادلات ساختاری را نشان می‌دهد.

جدول ۱۴: شاخص‌های برازش مدل ساختاری

نتیجه برازش	مقدار مشاهده شده در مدل نهایی	مقدار مطلوب	شاخص برازش
برازش مدل مناسب است	۲,۲۰۴	<۳/۰۰	Chi-Square /df
برازش مدل مناسب است	۰,۹۶۸	>۰/۹۰	GFI
برازش مدل مناسب است	۰,۰۲۴	<۰/۰۸	RMSEA
برازش مدل مناسب است	۰,۰۱۱	<۰/۰۵	RMR
برازش مدل مناسب است	۰,۹۷۰	>۰/۹۰	NFI
برازش مدل مناسب است	۰,۹۷۰	>۰/۹۰	IFI
برازش مدل مناسب است	۰,۹۷۷	>۰/۹۰	CFI

با توجه به تفاسیر بالا می‌توان گفت برازش مدل مناسب و مطلوب است که نیاز به تعدیل ندارد. در ادامه به بیان و بررسی فرضیه پژوهش پرداخته خواهد شد.

جدول ۱۵: ضرایب مسیر و اعداد معناداری بین متغیرهای تحقیق

نتیجه آزمون	Z سوبل	عدد معنی‌داری (t-value)	ضریب مسیر (β)	مسیر	
				به متغیر	از متغیر
H _۱ قبول	-	۹,۱۱	۰,۹۳	عملکرد فروش	مهارت‌های سیاسی کارکنان
H _۱ قبول	-	-۶,۱۷	-۰,۶۰	انحراف از رفتارهای مشتری‌مدارانه	مهارت‌های سیاسی کارکنان
H _۱ قبول	-	-۸,۱۴	-۰,۴۵	فعالیت‌های بازاریابی هوشمند و عملکرد فروش	انحراف از رفتارهای مشتری‌مدارانه
H _۱ قبول	-۶,۸۴	-۷,۳۶	-۰,۶۷	انحراف از رفتارهای مشتری‌مدارانه	مهارت‌های سیاسی کارکنان-اعتماد مشتریان-انحراف از رفتارهای مشتری‌مدارانه
H _۱ قبول	۵,۳۰	۶,۰۹	۰,۵۹	فعالیت‌های بازاریابی هوشمند و عملکرد فروش	مهارت‌های سیاسی کارکنان-اعتماد مشتریان-فعالیت‌های بازاریابی هوشمند و عملکرد فروش

با توجه به مقدار t محاسبه شده برای تمام فرضیه‌های تحقیق که بین مقادیر بحرانی در سطح اطمینان ۹۵٪ (۱/۹۶+ و ۱/۹۶-) قرار گرفته و ضرایب مسیر برای متغیرها که بین بازه ۰ و ۱+ قرار گرفته پس فرضیه H_۱ رد و فرضیه H_۰ تأیید می‌شود. لذا می‌توان چنین استنباط نمود که:

- مهارت‌های سیاسی کارکنان بر عملکرد فروش تأثیر معناداری دارد که با توجه به ضریب مسیر برآوردی این اثرگذاری به اندازه ۹۳٪ در جهت مثبت و مستقیم می‌باشد.
- مهارت‌های سیاسی کارکنان بر انحراف از رفتارهای مشتری‌مدارانه تأثیر معناداری دارد که با توجه به ضریب مسیر برآوردی این اثرگذاری به اندازه ۶۰٪ در جهت منفی و معکوس می‌باشد.
- انحراف از رفتارهای مشتری‌مدارانه بر عملکرد فروش تأثیر معناداری دارد که با توجه به ضریب مسیر برآوردی این اثرگذاری به اندازه ۴۵٪ در جهت منفی و معکوس می‌باشد.
- مهارت‌های سیاسی کارکنان بر انحراف از رفتارهای مشتری‌مدارانه با نقش میانجی اعتماد مشتریان شرکت پخش سراسری بازارگستر پگاه تأثیر معناداری دارد که با توجه به ضریب مسیر برآوردی این اثرگذاری به اندازه ۶۷٪ در جهت منفی و معکوس می‌باشد.
- مهارت‌های سیاسی کارکنان بر فعالیت‌های بازاریابی هوشمند و عملکرد فروش شرکت با نقش میانجی اعتماد مشتریان شرکت پخش سراسری بازارگستر پگاه تأثیر معناداری دارد که با توجه به ضریب مسیر برآوردی این اثرگذاری به اندازه ۵۹٪ در جهت مثبت و مستقیم می‌باشد.

نتیجه‌گیری

در خصوص فرضیه اول پژوهش: نتایج آزمون این فرضیه نشان از تأیید این فرضیه بود و نشان داد مهارت‌های سیاسی کارکنان بر انحراف از رفتارهای مشتری‌مدارانه تأثیر معناداری دارد، لذا در این خصوص پیشنهاد می‌شود مدیران شرکت پخش سراسری بازارگستر پگاه می‌توانند با گردش شغلی، مهارت‌های کارکنان را در انجام مشاغل مختلف افزایش دهند. چنین محیطی آگاهی کارمند از رویدادها را افزایش و عدم اطمینان سازمانی را کاهش می‌دهد - همه این عوامل منجر به ادراک کمتر سیاست می‌شود. همچنین، مدیران می‌توانند با فراهم نمودن توسعه شغلی و غنی‌سازی شغلی سطوح بیشتر استقلال، بازخورد و تنوع مهارت را در مشاغل جدید یا باز طراحی شده برای شاغلان فراهم کنند. لازم است که مدیران در بازخورد دادن به کارکنان رویه‌ها و انتظارات صریح و ثابتی ایجاد کنند و مسئولیت‌های شغلی را روشن و شفاف نمایند. همچنین، مدیران باید اطلاعات کافی در مورد اهداف شغلی، مسئولیت‌های شغلی و نقش‌ها و پیامدهای عملکرد شغلی برای افراد فراهم کنند و کارکنان را در تصمیمات سازمانی مشارکت دهند و از تجارب و دانش سازمانی آن‌ها برخوردار شوند.

در خصوص فرضیه اول پژوهش: نتایج آزمون این فرضیه نشان از تأیید این فرضیه بود و نشان داد انحراف از رفتارهای مشتری‌مدارانه بر فعالیت‌های بازاریابی هوشمند و عملکرد فروش تأثیر معناداری دارد، لذا به مدیران شرکت پخش سراسری بازارگستر پگاه در این خصوص پیشنهاد می‌شود تطبیق دادن فعالیت‌های مدیریتی دانش مشتریان با فرآیندهای مدیریت ارتباط با مشتریان، یکپارچه‌سازی فرایندهای حمایتی مدیریت دانش مشتریان با عملکرد حقیقی مدیران، موجب قدرتمند شدن فرایندهای مدیریت ارتباط با مشتریان توسط دانش مشتری می‌شود. همچنین ایجاد یک مخزن دانش یکپارچه در محدوده سازمان، دیدگاهی یکپارچه از داده‌های مرتبط با مشتری، به علاوه مجموعه‌ای از سیستم‌های مرتبط، یک فاکتور حیاتی موفقیت است. یک مخزن مرکزی دانش می‌تواند به ما در فائق آمدن بر مرزهای منطقه‌ای و تفکیک بین واحدهای کاری کمک کند. انبار دانش همچنین یک پیش‌نیاز حتمی برای برقراری ضوابط و معیارها برای ارزیابی ارزش مشتری و رقابت بازاریابی در گروه‌های مختلف محصولات است. تشویق مدیران برای تسخیر و انتشار دانش مشتری،

علاوه بر درک مشتری به عنوان یک منبع ارزشمند دانش تلقی می‌شود. مدیریت ارشد برای تشویق یک فرهنگ سازمانی که کارکنان در آن برای تسهیم دانش «برای، از و درباره» مشتریان با یکدیگر و استفاده از دانش فراهم آورده شده توسط دیگران برانگیخته شوند، تلاش می‌کند.

در خصوص فرضیه اول پژوهش: نتایج آزمون این فرضیه نشان از تأیید این فرضیه بود و نشان داد مهارت‌های سیاسی کارکنان بر انحراف از رفتارهای مشتری مدارانه با نقش میانجی اعتماد مشتریان شرکت پخش سراسری بازار گستر پگاه تأثیر معناداری دارد، لذا در این خصوص پیشنهاد می‌شود برای افزایش هدفمند مهارت سیاسی، جلسه‌های کارورزی، مربی‌گری اجرایی و کتاب‌های رهبری برای افرادی که درصدد کسب مهارت‌های سیاسی هستند، برگزار گردد. علاوه بر این، با توجه به این که مهارت‌های سیاسی با توجه به نوع سازمان متفاوت است، لازم است اطلاعات لازم به مدیران در این زمینه داده شود تا درک مفهومی کافی از مهارت سیاسی کسب گردد. در زمینه اراده سیاسی نیز از آنجا که نیاز به قدرت (از ابعاد اراده سیاسی) یکی از نیازهایی است که نقش چشم‌گیری در بروز رفتار سیاسی کارکنان دارد، مدیران باید نیازها و تمایلات کارکنان را تشخیص دهند و در مورد این نیازها و راه‌های برطرف کردن آن‌ها با کارمندان گفت و گو کنند.

در خصوص فرضیه اول پژوهش: نتایج آزمون این فرضیه نشان از تأیید این فرضیه بود و نشان داد مهارت‌های سیاسی کارکنان بر فعالیت‌های بازاریابی هوشمند و عملکرد فروش شرکت با نقش میانجی اعتماد مشتریان شرکت پخش سراسری بازار گستر پگاه تأثیر معناداری دارد، لذا در این خصوص پیشنهاد می‌شود در شرکت پخش سراسری بازار گستر پگاه کارراهه شغلی افراد به طور واضح و روشن تعریف شود و معیارهای ارتقای افراد و شرایط احراز آن در حوزه‌های مختلف تعریف گردد. از آنجا که این قبیل افراد به دنبال کارهای چالشی هستند، در هنگام انتخاب افراد باید به این خصیصه توجه داشت و تناسب لازم بین شغل و شاغل را مورد توجه قرار داد.

مراجع

- رحمانی نوروزآباد سامان، محمدی اسفندیار. (۱۳۹۸). پیامدهای مهارت‌های سیاسی بر تصمیمات سرمایه‌گذاران و عملکرد سرمایه‌گذاری. دانش مالی تحلیل اوراق بهادار (مطالعات مالی). ۱۲(۴۱)، ۱۲۳-۱۱۳.
- رفیعی، علی. (۱۳۹۹). شیوع ویروس کرونا در آیین اقتصاد و تجارت جهانی. انتشارات وزارت صمت، چاپ اول، تهران.
- سلیمانی نیا، سجاده و محمدیان مسلم. (۱۴۰۰). بررسی نقش مهارت‌های سیاسی در عملکرد سازمانی (مورد مطالعه: شرکت راه‌اندازی و بهره‌برداری صنایع نفت). فصلنامه علمی تخصصی رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری. ۵(۷۹)، ۲۸-۱۷.
- شکری زاده، حمیدرضا و مظاهری، مهدی. (۱۴۰۰). بررسی تأثیر مهارت‌های سیاسی و دانش مالی بر تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران بورس اوراق بهادار، دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و صنعت. تهران.
- طوطیان اصفهانی، صدیقه، اسلامی مفیدآبادی، حسین، برخوردار، الهه. (۱۴۰۰). بررسی رابطه بین راهبردهای خودکنترلی، مهارت‌های سیاسی مدیران و کیفیت تصمیم‌گیری در مسائل مالی فرایند زنجیره تأمین (مورد مطالعه: شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران). فصلنامه مدیریت عملیات. ۱(۱)، ۱۳۱-۹۱.
- کاکائی، حمید و محمدیان، آزاده و سارانی، علی و حسینی، سیده مهسا و کاکائی، اکرم. (۱۴۰۰). بررسی تأثیر مهارت‌های سیاسی بر عملکرد تجاری شرکت‌های تولیدی صادراتی کشور، چهارمین کنفرانس بین‌المللی سالانه تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، تهران.

گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی درباره مقابله با شیوع ویروس کرونا (۸) بررسی آثار اقتصادی و پیشنهادهایی برای مدیریت تبعات آن، اردیبهشت ماه سال ۱۳۹۹.

گزارش معاونت سیاست‌گذاری و اعتباربخشی فناوری اطلاعات وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات ایران درباره تاثیر شیوع ویروس کرونا بر کسب و کارهای فناوری اطلاعات در کشور، خرداد ماه سال ۱۳۹۹.

Anderson, R. M., Heesterbeek, H., Klinkenberg, D., & Hollingsworth, T. D. (۲۰۲۰). How will country-based mitigation measures influence the course of the COVID-۱۹ epidemic? *The Lancet*, ۳۹۵(۱۰۲۲۸), ۹۳۱-۹۳۴
Argus Media (Apr ۱, ۲۰۲۰); Argus White Paper: The Coronavirus Impact; <https://www.argusmedia.com/-/media/Files/white-papers/argus-whitepaper-coronavirus.ashx>.

Bovino, B. (۲۰۲۰). Economic Research: A U.S. Recession Takes Hold as Fallout from the Coronavirus Spreads; <https://www.spglobal.com>.

Carlsson-Szlezak, Philipp, Martin Reeves and Paul Swartz. (۲۰۲۰): Harvard Business Review: What Coronavirus Could Mean for the Global Economy; <https://hbr.org/۰۳/۲۰۲۰/what-coronavirus-could-mean-for-the-global-economy>.

Fu, M. , and H.Shen . ۲۰۲۰. COVID-۱۹ and corporate performance in the energy industry - Moderating effect of goodwill impairment. *Energy Research Letters* ۱(۱):۱۲۹۶۷. doi:۰۰۱/۱۰,۴۶۵۵۷c.۱۲۹۶۷

International Monetary Fund; economic impact of covid-۱۹; Retrieved ۳۱ March ۲۰۲۰, from <https://www.imf.org/en/Search#q=economic/۲۰impact/۲۰of/۲۰covid-۱۹&sort=relevancy>.

Islam, M. Z., Khalid, N., Rayeva, E., and Umair Ahmed. (۲۰۲۰). COVID-۱۹ and Financial Performance of SMEs: Examining the Nexus of Entrepreneurial Self-Efficacy, Entrepreneurial Resilience and Innovative Work Behavior. *Revista Argentina de Clínica Psicológica*, ۱(۳): ۵۸۷-۵۹۳

Ndaghu, Julius Tumba, Vincent A. Onodugo, EkomEtimAkpan and Gbenga Festus Babarinde (۲۰۲۲). Financial literacy and business performance among female micro-entrepreneurs. *Investment Management and Financial Innovations*, ۱۹(۱), ۱۵۶-۱۶۷