

عنوان مقاله:

بررسی تأثیر متقابل عوامل مدیریت زنجیره تأمین و مدیریت ارتباط با مشتری

محل انتشار:

سومین کنفرانس ملی حقوق، علوم اجتماعی و انسانی، روانشناسی و مشاوره (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسنده:

میثم حمیدپور - کارشناسی ارشد رشته مدیریت صنعتی

خلاصه مقاله:

تحقیق حاضر در پی یافتن تأثیر متقابل مدیریت زنجیره تأمین و مدیریت ارتباط با مشتری در شرکت فولاد اسفراین چگونه است. به منظور پاسخگویی به سوال های پژوهش و نیز تحقق اهداف پژوهشی، پس از بررسی ادبیات پژوهش و یافتن ابعاد مختلف متغیرهای مدیریت زنجیره تأمین و نیز مدیریت ارتباط با مشتری، طرح تحقیق و روش پژوهش مشخص گردید و پس از تعاریف عملیاتی و ساختن پرسشنامه سنجش ابعاد متغیرهای مذکور 260 نفر از کارکنان بخش های مختلف شرکت فولاد اسفراین انتخاب شده و به آنها پرسشنامه ارائه شد. با استفاده از مدلسازی معادلات ساختاری (لیزرل) مدل های ساختاری مختلفی اجرا گردید تا اینکه بهترین مدل ساختاری از بین مدل های اجرا شده انتخاب گردید. پس از اجرای مدل، مدل نهایی تحقیق که شاخص های برازش بهتری نسبت به دیگر مدل ها داشت انتخاب شد. نتایج بدست آمده نشان می دهد همه متغیرهای تشریح شده و ارتباطات مابین آنها بصورت مستقیم است که با تقویت و بهینه شدن هریک از آنها متقابلاً متغیر دیگر بهبود می یابد. بطور مثال با افزایش میزان اعتماد در مدیریت زنجیره تأمین، حفظ و مراقبت از مشتری بهبود پیدا می کند و همچنین بطور متقابل بهبود در مراقبت از مشتری منجر به افزایش اعتماد در مدیریت زنجیره تأمین خواهد شد. بنابراین ابعاد مختلف مدیریت ارتباط با مشتری و مدیریت زنجیره تأمین بصورت هم نیروزایی بر یکدیگر تأثیر گذاشته و یکدیگر را تقویت می کنند.

کلمات کلیدی:

مدیریت زنجیره تأمین، مدیریت ارتباط با مشتری، فولاد اسفراین، مدل سازی معادلات ساختاری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1113444>

