

## عنوان مقاله:

بررسی ارتباط متقابل ابعاد مختلف مدیریت زنجیره تامین و مدیریت ارتباط با مشتری با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری (مطالعه موردی: شرکت تولیدی و صنعتی محورسازان چی چست)

## محل انتشار:

پنجمین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 31

## نویسندگان:

وحید آقازاده - دانشجوی دکتری مدیریت دولتی - منابع انسانی - دانشگاه تهران

شیمایا ترکاون نژاد - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی - مالی - دانشگاه بین المللی آزاد جلفا

## خلاصه مقاله:

تحقیق حاضر در پی یافتن تاثیر متقابل مدیریت زنجیره تامین و مدیریت ارتباط با مشتری در شرکت تولیدی و صنعتی محورسازان چی چست 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 تامین 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 ۲۶۰ نفر از کارکنان بخش های مختلف شرکت تولیدی و صنعتی محورسازان چی چست انتخاب شده و به آنها پرسشنامه ارائه شد. با استفاده از مدل سازی 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 میدهد همه متغیرهای تشریح شده و ارتباطات مابین آنها بصورت مستقیم است که با تقویت و بهینه شدن هر یک از آنها به صورت متقابل متغیر دیگر بهبود می یابد. بطور مثال با افزایش میزان اعتماد در مدیریت زنجیره تامین، 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 تامین خواهد شد. بنابراین ابعاد مختلف مدیریت ارتباط با مشتری و مدیریت زنجیره تامین بصورت هم نیروزایی بر یکدیگر تاثیر گذاشته و یکدیگر را تقویت می کنند.

## کلمات کلیدی:

مدیریت زنجیره تامین، مدیریت ارتباط با مشتری، شرکت محورسازان چی چست، مدل سازی معادلات ساختاری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1234650>

