

عنوان مقاله:

تاثیر مشارکت مشتری در طراحی محصول بر عملکرد کسب و کار (مطالعه موردی: شرکت های تولیدی استان خوزستان)

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی مدیریت، روان شناسی و علوم رفتاری (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسنده:

میلاذ مطراوی - کارشناسی ارشد گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز، اهواز، ایران

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش بررسی تاثیر مشارکت مشتری در طراحی محصول بر عملکرد کسب و کار در شرکت های تولیدی استان خوزستان می باشد. روش پژوهش حاضر ترکیبی از روش کتابخانه ای و پیمایشی است. از نظر هدف کاربردی، از نظر زمانی مقطعی، از نظر ماهیت و استراتژی کمی و از نظر فرآیند اجرا پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش شامل مشتریان شرکت های تولیدی استان خوزستان است که تعداد آنها نامحدود است و برای رعایت مساوات برای اعضا جامعه جهت انتخاب در نمونه پژوهش از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده و به کمک فرمول نمونه گیری جامعه محدود کوکران نمونه ۳۸۴ نفر انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه استاندارد ۲۵ سئوالی می باشد. روایی پرسشنامه پژوهش با دریافت نظرات تنی چند از اساتید گروه مدیریت و پایایی آن با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ تک تک متغیرها و قرار گرفتن تمامی مقادیر در بازه بیش از ۰.۷ مورد تایید قرار گرفت. سپس نرمال بودن متغیرهای پژوهش با آزمون کولموگروف اسمیرنوف بررسی شد و همچنین تحلیلی عاملی تائیدی تک تک مولفه های پژوهش، مدل ساختاری جهت بررسی برازش مدل پیشنهادی، پژوهش و همچنین آزمون فرضیه های پیشنهاد شده بکارگرفته شده و شواهدی بر رد فرضیه های اصلی و فرعی وجود نداشت. با توجه به نتایج پژوهش می توان تاثیر مشارکت مشتری در طراحی محصول بر عملکرد کسب و کار در شرکت های تولیدی استان خوزستان را پذیرفت. این رویکرد می تواند تاثیر شگرفی در تصمیم گیری های بازاریابی سازمان داشته و تغییرات عمده ای را در برنامه ریزی های سازمان ایجاد نماید.

کلمات کلیدی:

مشارکت مشتری در طراحی محصول ، عملکرد کسب و کار ، شرکت های تولیدی استان خوزستان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1701298>

