

عنوان مقاله:

بررسی تحلیل ایفای نقشهای مدیران و رابطه آن با ارزش مشتری

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، نوآوری و تولید ملی (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

سنجر سلاجقه - دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات کرمان

مجید فضلعلی

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر به منظور بررسی تحلیل ایفای نقشهای مدیران ازدیدگاه پیترسنگه و رابطه آن با ارزش مشتری درگروه صنعتی گلرنگ انجام گرفته است. تحقیق حاضر توصیفی از نوع همبستگی می باشد و از نظر هدف جز تحقیقات کاربردی است که با استفاده از روش تحقیقات میدانی به جمع آوری داده ها پرداخته است. جامعه آماری در این تحقیق شامل کلیه کارکنان گروه صنعتی گلرنگ می باشد که تعداد شرکت های گروه صنعتی گلرنگ براساس اطلاعات س ال 1390 مدیریت گروه صنعتی 8 شرکت مشغول به فعالیت هستند از این تعداد و با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده با استفاده از فرمول کوکران تعداد 354 نفر بعنوان حجم نمونه انتخاب شدند به منظور جمع آوری داده ها از دو پرسشنامه نقشهای مدیران و اثربخشی مدیریت ارتباط با مشتری استفاده شده است. برای بررسی تحلیل ایفای نقش مدیران و رابطه آنها اثربخشی مدیریت ارتباط با مشتری از لگ خطی استفاده شده است. یافته های حاصل از این تحقیق نشان داد که بین ایفای نقشهای مدیران و ارزش مشتری رابطه وجود دارد.

کلمات کلیدی:

نقش های مدیران، پیترسنگه، اثربخشی مدیریت ارتباط با مشتری، ارزش مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/189631>

