

عنوان مقاله:

بررسی و توصیف بازارگرایی (مطالعه موردی: تعاونی اعتبار ثامن)

محل انتشار:

ششمین همایش فرمانطقه ای پیشرفتهای نوین در علوم مهندسی (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

رستم پوررشیدی - استادیار، عضو هیئت علمی، مدیر گروه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلام

مجتبی قربانی نژاد - دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات کرمان

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر به منظور بررسی و توصیف وضعیت بازارگرایی در تعاونی اعتبار ثامن انجام گرفته است. تحقیق حاضر توصیفی و از نظر هدف جزء تحقیقات کاربردی است، که با استفاده از روش تحقیقات میدانی به جمع آوری داده ها پرداخته است. جامعه آماری این تحقیق را کلیه پرسنل تعاونی ثامن استان کرمان تشکیل می دهند، در پایان سال 1391، کل شعب تعاونی اعتبار ثامن در استان کرمان 14 عدد و همچنین تعداد کل پرسنل 94 نفر می باشد. از این تعداد و با استفاده از روش سرشماری، همه کارکنان به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. به منظور جمع آوری داده ها از پرسشنامه ای که شامل 26 سوال با مقیاس پنج گزینه ای لیکرت است، استفاده شده است. یافته های تحقیق نشان داد نمره متغیر بازارگرایی 25 درصد از آزمودنی ها در سطوح بالای میانه مورد سنجش قرار گرفته است.

کلمات کلیدی:

«بازارگرایی»، «مشتری گرایی»، «رقیب گرایی»، «هماهنگی بین وظیفه ای»

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/206144>

