

عنوان مقاله:

بررسی رابطه سرمایه فکری با بازرگاری در صنعت روغن خوراکی (شرکت صنعتی بهشهر)

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی حسابداری، اقتصاد و مدیریت مالی (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

محمد غفاری فرد - استادیار گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی بوئین زهرا

علی اوسط رفیع زاده - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بین المللی دانشگاه آزاد اسلامی بوئین زهرا

خلاصه مقاله:

سرمایه فکری ذخیره ای ازدانش راکه درنقطه ای اززمان دریک سازمان وجوددارد، نشان می دهد. دراین تعریفارتباط بین سرمایه فکری و یادگیری سازمانی موردتوجه قرارگرفته است. هدف اصلی این تحقیق، شناسایی رابطه بین سرمایه فکری و بازرگاری (با تکیه بر سه مفهوم توجه به مشتری، توجه به رقبا و هماهنگی بین بخشی) درصنعت تولید روغن خوراکی بوده است. برایآزمون این موضوع، روش پیمایش، از بین روش های مختلف تحقیق، انتخاب و با 200 نفر از کارکنان شرکت صنعتی روغن خوراکیبهشهر و شعبات فروش و پخش مصاحبه شد. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه بوده است. نتایج به دست آمدهاز آزمون همبستگیپیرسون نشان می دهدبین سرمایه انسانی، سرمایه مشتری، سرمایه ساختاریو سرمایه فکری با بازرگاری رابطه معناداری وجود دارد؛ بدین معنی که با افزایش میزان سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری، سرمایه فکری و سرمایه مشتری بازرگاری افزایش پیدا می کند.

کلمات کلیدی:

سرمایه فکری، بازرگاری، سرمایه انسانی، سرمایه مشتری، سرمایه ساختاری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/325346>

