

## عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین مسئولیت مدیریت زنجیره تامین و شهرت سازمان مطالعه موردی: بانک صادرات شهر ایلام

## محل انتشار:

همایش سراسری مباحث کلیدی در علوم مدیریت و حسابداری (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسندگان:

سمیه رستمی - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی دانشگاه علوم و تحقیقات ایلام

محمد ایدی - عضو هیات علمی دانشگاه ملی ایلام

اسفندیار محمدی - استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه ملی ایلام

صدید مهدی ویسه - استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه ملی ایلام

## خلاصه مقاله:

در دهه اخیر مدیریت زنجیره تامین از حالت نامحسوس و فرعی خارج شده و به یک عنصر استراتژیک تبدیل گشته است که می تواند تأثیر مثبت و محسوس روی فعالیت های سازمان ها بگذارد. یک زنجیره تامین مسئول است اجتماع را در جهت معکوس تولیدات خود رهبری کند. به این ترتیب که، هر سازمانی با توجه به نقشی که در بحث مسئولیت اجتماعی برای خود تعیین می کند، آنرا در هماهنگی با سایر اجزاء زنجیره تامین، و با رهبری سازمان مادر در زنجیره تامین هدفمند سازد. هدف از انجام این تحقیق بررسی رابطه بین مسئولیت مدیریت زنجیره تامین و شهرت سازمانی می باشد که بدین منظور شعب بانک صادرات شهرستان ایلام به عنوان جامعه آماری انتخاب شدند و مدیران ارشد و مشتریان این شعب هم به روش نمونه گیری انتخابی به عنوان نمونه مورد بررسی انتخاب و برای استخراج داده های مورد نیاز در رابطه با هر یک از متغیرها از پرسشنامه مسئولیت مدیریت زنجیره تامین و نیز پرسشنامه شهرت سازمانی استفاده شد. فرضیه های تحقیق با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج بیانگر وجود رابطه معنادار بین مسئولیت زنجیره تامین و کیفیت عرضه خدمات با شهرت سازمانی می باشد

## کلمات کلیدی:

مدیریت زنجیره تامین، شهرت سازمانی، کیفیت عرضه خدمات، مسئولیت زنجیره تامین

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/374488>

