

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین اطلاع رسانی دقیق وبه موقع با رضایت مشتریان از سازمان

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت و مهندسی صنایع (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

مهرداد پریسایی - استاد مدعو، کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور شیراز

مریم قشقایی - مدیریت بازرگانی

خلاصه مقاله:

هدف در این کار پژوهشی آن است که بدانیم مشتریان تاچه اندازه از اطلاع رسانی سازمانهایی که با آنها در ارتباط هستند راضی اند و همچنین سازمانها از چه ابزارهایی برای اطلاع رسانی استفاده می نمایند تا در پی آن به بهره بالایی دست یابند. جامعه آماری در نظر گرفته شده در این پژوهش کلیه سازمانهای فعال در سطح شهر شیراز بوده وبه عنوان نمونه ی آماری اداره ی کل پست شیراز مورد بررسی قرار گرفته است. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه ی بی نام برای 30 آزمودنی استفاده گردیده و جهت تجزیه و تحلیل آماری نرم افزار اس پی اس اس نسخه ی 14 مورد استفاده قرار گرفته است. در این کار تحقیقی متغیر وابسته رضایت مشتری وبهره وری و متغیر مستقل اطلاع رسانی می باشد. فرضیه های به کار گرفته شده عبارت است از: 1- رابطه معناداری بین اطلاع رسانی و رضایت مشتری وجود دارد. 2- رابطه معناداری بین اطلاع رسانی و بهره وری وجود دارد. لازم به ذکر است که پایایی پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ سنجیده شده که مقدار آن 0.847 به دست آمده است که این مقدار نشان دهنده ی پایایی بالای سؤالات می باشد. رابطه ی بین متغیرها با همبستگی پیرسون مشخص گردیده است که با توجه به مقادیر بدست آمده معناداری فرضیه ها پذیرفته شده است (همبستگی اطلاع رسانی و رضایت مشتری: 0.7 و همبستگی اطلاع رسانی و بهره وری: 0.6 می باشد).

کلمات کلیدی:

بهره وری، آگاهی، اطلاع رسانی، روابط عمومی، فرهنگ، رضایت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/415940>

