

عنوان مقاله:

بررسی رابطه ی بین وفاداری مشتری و اثر بخشی سازمانی مطالعه موردی کارخانه روغن نباتی کرمان

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی پژوهشهای نوین در مدیریت و مهندسی صنایع (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

علی سلطانی نژاد - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد رفسنجان

امین محمدی نژادخانمانی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه رفسنجان

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه ی وفاداری مشتری و اثر بخشی سازمانی (مطالعه موردی کارخانه روغن نباتی) انجام شد. جامعه آماری این پژوهش مردم شهر کرمان بودند . از این جامعه 673 نفر با استفاده از فرمول کوکران انتخاب شدند و بهپرسش های پرسشنامه ی پارسونز و پرسشنامه ی وفاداری مشتری پاسخ دادند . داده ها با استفاده از روش های آمار توصیفی و استنباطی تجزیه و تحلیل شدند . نتایج نشان داد که با افزایش وفاداری مشتری اثر بخشی سازمانی افزایش پیدا می کند

کلمات کلیدی:

وفاداری مشتری ، اثر بخشی سازمانی ، پارسونز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/435342>

