

عنوان مقاله:

بررسی نقش شاخصهای موثر بر روابط تجاری با تاکید بر نقش شبکه های سازمانی

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی پژوهشهای کاربردی در مدیریت و حسابداری (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

شادان وهاب زاده - استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی

کیوان مهبد - گروه مدیریت بازرگانی دانشکده علوم انسانی واحد تهران شمال دانشگاه آزاد اسلامی تهران ایران

خلاصه مقاله:

این مطالعه با هدف بررسی نقش شاخصهای موثر بر روابط تجاری با تاکید بر نقش شبکه های سازمانی صورت گرفت روش تحقیق این پژوهش توصیفی - پیمایشی و ابزار اصلی گردآوری اطلاعات پرسشنامه می باشد که روایی و پایایی آن مورد آزمون و تایید قرار گرفته است جامعه آماری این تحقیق ارائه کنندگان خدمات تجاری آنلاین هستند و حجم نمونه براساس فرمول کوکران 300 مورد برآورد گردید. نرم افزار آماری spss, lisrel ابزار تجزیه و تحلیل داده ها بوده است براساس نتایج به دست آمده از پژوهش مشخص گردید که روابط بین متغیرها مثبت و مستقیم بوده و وضعیت مولفه ها در جامعه مورد مطالعه به نسبت میانگین مناسب می باشد.

کلمات کلیدی:

شبکه سازمانی، روابط تجاری، رفتار سازمانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/465992>

