

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مشتری مداری بر سودآوری شرکتهای تولیدی

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و حسابداری (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

عباس احمدی - عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور

پروین سلیمی کاکاوندی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی پیام نور تهران غرب

خلاصه مقاله:

این پژوهش به بررسی تاثیر مشتری مداری بر سودآوری شرکتهای تولیدی می پردازد. با توجه به مطالعات انجام شده این تحقیق بر اساس هدف از نوع کاربردی و براساس روش جمع آوری اطلاعات توصیفی از نوع میدانی است. جامعه پژوهش، کلیه مصرف کنندگان خدمات و محصولات یکی از نمایندگیهای ایران خودرواست. اثربخشی این سازمان در دامنه ی زمانیسال 1396 مدنظر قرار گرفته است. جامعه ی آماری تعدادی بالغ بر 400 نفر است و با استفاده از جدول مورگان تعداد نمونه از طریق نمونه گیری تصادفی ساده 37 نفر از مشتریان نمایندگی انتخاب شده است. در بین ابزارهای خودارزیابی موجود پرسشنامه ی تاثیر مشتری مداری بر سودآوری شرکت های تولیدی بعنوان ابزار تحقیق انتخاب گردید. هریک از سوالات پرسشنامه ی فوق پنج گزینه ای و براساس مقیاس لیکرت بصورت جدول 1 تقسیم بندی شده اند. برای سنجش روایی پرسشنامه از روایی محتوا و برای سنجش پایایی از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است که در جدول شماره ی 2 نمایش داده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها نیز از نرم افزارهای matlab و spss استفاده شده است.

کلمات کلیدی:

مشتری مداری، سودآوری، شرکتهای تولیدی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/643178>

