

عنوان مقاله:

تاثیر دانش مشتری و نگرش به خود بر جستجوی اطلاعات در بین مشتریان لوازم خانگی استان ایلام

محل انتشار:

کنفرانس علمی مدیریت، اقتصاد کاربردی و تجارت (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 4

نویسندگان:

ایمان ملکی - دانشگاه ملی ایلام، دانشگاه ایلام

قاسمعلی شیری - دانشگاه ملی ایلام، دانشگاه ایلام

محمد ایدی - دانشگاه ملی ایلام، دانشگاه ایلام

خلاصه مقاله:

هدف اصلی این پژوهش تعیین تاثیر دانش مشتری و نگرش به خود بر جستجوی اطلاعات در بین مشتریان لوازم خانگی استان ایلام می باشد. پژوهش حاضر از لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی است و به لحاظ نحوه گردآوری داده ها، توصیفی از نوع پیمایشی می باشد. جامعه آماری تحقیق شامل مشتریان لوازم خانگی استان ایلام می باشد. ما در تحقیق حاضر برای تعیین حجم نمونه از جدول مورگان استفاده کرده ایم. روش نمونه گیری پژوهش حاضر، نمونه گیری تصادفی است. در این تحقیق از پرسشنامه برای جمع آوری اطلاعات استفاده می شود که تلفیقی از پرسشنامه استاندارد و محقق ساخته خواهد بود. پایایی و روایی تحقیق مورد تایید قرار گرفته است. بین دانش مشتری با جستجوی اطلاعات رابطه مثبت و معنا داری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

دانش مشتری، نگرش به خود، جستجوی اطلاعات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/680297>

