

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مشتری مداری بر عملکرد صادرات با در نظر گرفتن متغیرهای میانجی تعهد رفتاری و ارتباطات در شرکت های صادرکننده مواد غذایی استان تهران

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت و مهندسی صنایع (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

ملیحه شیرزادی - دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت اجرایی، واحد تهران غرب، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

حبیب الله دانایی - استادارهنما، استادیار گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از این تحقیق بررسی تاثیر مشتری مداری بر عملکرد صادرات با در نظر گرفتن متغیرهای میانجی تعهد رفتاری و ارتباطات در شرکت های صادر کننده مواد غذایی استان تهران است. این تحقیق از نوع هدف کاربردی است و براساس روش گردآوری داده ها توصیفی از نوع پیمایشی است. برای پاسخ به سوالات پژوهش از روش مطالعات میدانی و از پرسشنامه محقق ساخته در حوزه مورد مطالعه استفاده شده است. به منظور تعیین پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده گردید. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات حاصل از تحقیق، روش آماری توصیفی و استنباطی بکار برده شد. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل مدیران بازرگانی و یا مدیران فروش 97 شرکت صادر کننده مواد غذایی استان تهران می باشد. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده که شامل 78 شرکت می باشد و به هر شرکتی یک پرسشنامه تعلق گرفت و پرسشنامه به صورت تصادفی بین اعضا نمونه توزیع گردید. در ضمن برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار اس پی اس و برای تاثیر متغیرها بر هم از نرم افزاری ال اس استفاده گردید. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که مشتری مداری بر عملکرد صادرات با در نظر گرفتن متغیرهای میانجی تعهد رفتاری و ارتباطات تاثیر مثبتی دارد. در پایان پیشنهاداتی ارائه شده است.

کلمات کلیدی:

مشتری مداری، عملکرد صادرات، تعهد رفتاری، ارتباطات، شرکت های صادر کننده مواد غذایی، استان تهران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/756928>

