

عنوان مقاله:

مطالعه عوامل موثر بر پیامدهای رابطه در کسب و کار بین شرکتها (B to B)

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و حسابرسی پویا (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

مهدی حبیب پور - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بابل

مهدی روح الامینی - استادیار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بابل

خلاصه مقاله:

هدف از این تحقیق مطالعه عوامل موثر بر پیامدهای رابطه در کسب و کار بین شرکتها (B to B) می باشد. روش این تحقیق توصیفی - پیمایشی و از نوع تحقیقات کاربردی قرار دارد. جامعه آماری تحقیق حاضر کلیه مدیران و معاونانشرکتهای شهرک صنعتی شماره 1 و 2 شهرستان ساری می باشند. روش نمونه گیری در این تحقیق به صورت غیراحتمالی در دسترس می باشد و حجم نمونه از فرمول کوکران و برابر با 197 نفر شد. داده های تحقیق از طریق روشمیدانی و پرسش نامه محقق ساخته ای که از روایی و پایایی مطلوبی برخوردار بوده، می باشد. بعد از جمع آوری داده ها، بهمنظور تحلیل داده ها و اجرای مدل معادلات ساختاری، از نرم افزار اسمارت پی ال اس استفاده شد. مشتری گرایی، مدتزمان ارتباط و همکاری فروشنده بر همکاری درک شده بین فروشنده و مشتری تاثیر معناداری دارد. همچنین خود کارآییبر همکاری درک شده بین فروشنده و مشتری تاثیر معناداری دارد. همکاری درک شده و درک تخصص فروشندگان برنتایج رابطه بین فروشنده و مشتری تاثیر معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

مشتری گرایی، همکاری فروشنده، همکاری درک شده، خود کارآیی، تخصص فروشندگان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/826377>

