

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین مدیریت دانشمشتري و روابط تجاری تولیدکنندگان شرکت های مواد غذایی (مطالعه موردی: شهرستان بهبهان)

محل انتشار:

کنفرانس نوین پژوهش های نوین کاربردی در مدیریت (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

غلامعلی مسرور - گروه مدیریت، واحد امیدیه، دانشگاه آزاد اسلامی، امیدیه، ایران

سیما بهمنیان - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، امیدیه، ایران

محمود نعمتیان - گروه مدیریت، واحد امیدیه، دانشگاه آزاد اسلامی، امیدیه، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از انجام این پژوهش بررسی رابطه بین مدیریت دانش مشتری و روابط تجاری تولیدکنندگان شرکت های مواد غذایی (مطالعه موردی: شهرستان بهبهان) می باشد. ابزار گردآوری داده ها با استفاده از پرسشنامه استاندارد صورت پذیرفت. روش تحقیق به صورت کمی و میدانی و توزیع پرسشنامه به صورت تصادفی صورت گرفت. روایی و پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برای متغیر دانش درباره مشتری 0/817 و از مشتری 0/828 دانش برای مشتری 0/768 محاسبه گردید. جامعه آماری شامل 135 نفر در نظر گرفته شد که با استفاده از فرمول کوکران 100 نفر محاسبه گردید. روش تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از آمار توصیفی (جدول و نمودارهای فراوانی) و آمار استنباطی (آزمون همبستگی پیرسون، رگرسیون چند متغیره (ضریب تبیین، آزمون دوربین واتسون) می باشد به منظور ارزیابی متغیرهای مورد بررسی یک فرضیه اصلی و 3 فرضیه فرعی در نظر گرفته شد. نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که بین مدیریت دانش مشتری و روابط تجاری تولیدکنندگان شرکت های مواد غذایی شهرستان بهبهان رابطه معنادار وجود دارد. بین دانش درباره مشتری و روابط تجاری تولیدکنندگان شرکت های مواد غذایی شهرستان بهبهان رابطه معنادار وجود دارد. بین دانش از مشتری و روابط تجاری تولیدکنندگان شرکت های مواد غذایی شهرستان بهبهان رابطه معنادار وجود دارد.

کلمات کلیدی:

مدیریت دانش مشتری، دانش از مشتری، دانش درباره مشتری، میزان دانش مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/969821>

