

تأثیر اثربخشی خرید سازمانی بر سودآوری شرکت های تولید مواد غذایی در استان گیلان

الهام محمدی ماجیانی *، 175،

1395-11-13

افزایش رقابت در بین صنایع خدماتی به دلایلی همچون افزایش روزافزون تعداد سازمان های خدماتی ، استفاده از تکنولوژی جدید در ارائه خدمات ، خصوصی سازی سازمان ها و محدودیت در منابع موجود ، حفظ مشتریان و کسب جایگاه رقابتی مناسب در سود آوری بقای سازمان های خدماتی ، ضرورت مطالعه تغییر رفتار مشتریان را در عرصه صنایع الکترونیکی کشور ، بیش از پیش آشکار می سازد. در این تحقیق همبستگی متغیر های مستقل خرید مبتنی بر ارزش ، مشارکت جانبی و به اشتراک گذاشتن اطلاعات خرید بر متغیر وابسته اثربخشی سازمان مورد بررسی قرار می گیرد. لذا با توجه به اهمیت خرید سازمانی و سود آوری محقق را بر آن داشت تا به بررسی میزان تأثیر گذاری اثربخشی خرید سازمانی بر سود آوردی سازمان ارائه شده در شرکت های پخش مواد غذایی استان گیلان بپردازد. از این رو هدف اصلی این تحقیق تأثیر اثربخشی خرید سازمانی بر سود آوری شرکت های تولید مواد غذایی در استان گیلان است. لذا پژوهش جاری از نوع پژوهش های کاربردی و از نظر دسته بندی پژوهش بر حسب نحوه گرد آوردی داده ها از نوع تحقیقات توصیفی است. جامعه آماری در این تحقیق شرکت های پخش مواد غذایی استان گیلان است که تعداد آن ها ۱۹۷ شرکت است. روش نمونه گیری در این تحقیق از نوع نمونه گیری خوشه ای و غیر احتمالی در دسترس است. بازار جمع آوری اطلاعات در این تحقیق پرسشنامه است. برای بررسی فرضیه های پژوهش از تحلیل رگرسیون خطی استفاده شده است. نتیجه آزمون فرضیه های تحقیق حاکی از تأثیر ارزش گرایی در خرید بر سود آوری سازمان بود. تأثیر مشارکت و درگیری جانبی بر سود آوری سازمان به تأیید رسید. همچنین تأثیر به اشتراک گذاری اطلاعات بر سود آوری سازمان هم مورد تأیید قرار گرفت. سه فرضیه دیگر تحقیق که نقش تعدیل کنندگی اندازه شرکت در رابطه بین ارزش گرایی در خرید و سود آوری سازمان ، مشارکت و درگیری جانبی و سود آوری ، و به اشتراک گذاری اطلاعات و سود آوری نیز به تأیید رسید.

کلمات کلیدی : اثربخشی خرید سازمانی ، اندازه شرکت ، سود آوری ، شرکت های تولید ، استان گیلان

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)