

دانشگاه پیام نور

دانشکده مدیریت ، اقتصاد و حسابداری

عنوان پایان نامه:

**تبیین ارتباط بین استراتژی خرید، مدیریت زنجیره تامین و عملکرد مالی شرکت
(مطالعه موردی شرکت گلدیران)**

استاد راهنما:

جناب آقای دکتر محمد تقی امینی

استاد مشاور:

جناب آقای دکتر علی ربیعی

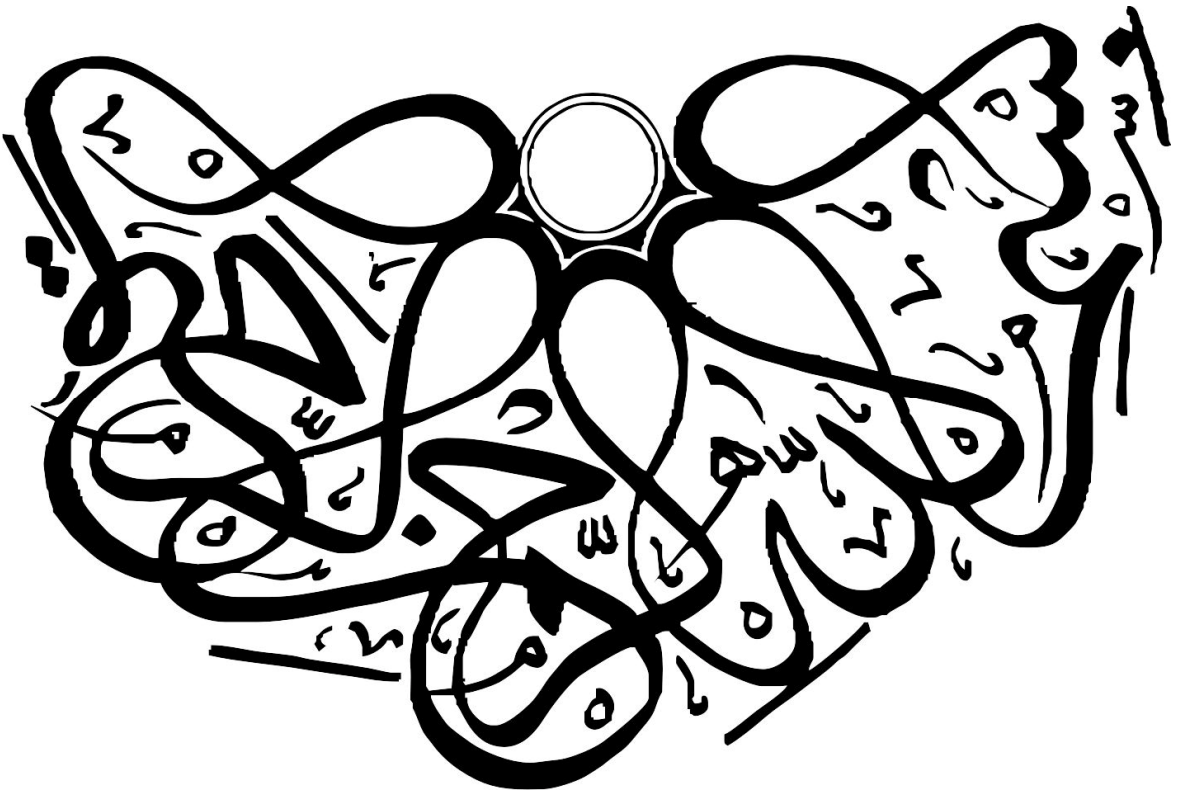
نگارش :

مینا باغبانی

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد

در رشته MBA

شهریور ۱۳۹۰



تقدیم ہے

پیر و مادر م و تمام آموزگارانی کہ در زندگی روشنائی بخش راہیم

روندہ

قدردانی و ریاس

«مَنْ لَمْ يَشْكُرِ الْمَخْلُوقَ لَمْ يَشْكُرِ الْخَالِقَ»

که نون که به لطف و یاری خداوند متعال کاتدوین این میان نامه با تمام رسیده است بر خود لازم من و از کم تا از کلیه بزرگان و سرورانی که در این علم مرصه مانده تلاش کوششند و ده اندک شکر قدردانی میارم.

بیت از ارتداد حضرت ندجناب آقای که تخریق مطلقه یعنی که بله نمانی های نردمندانه خود واره در کلیه حال تحقیق را که شاد بوده اند پس از ارتداد چه ترمم در حضرت ندجناب آقای که ترمعی بیرون که بلد شاوره های پر بار و میند و در دین خود نوشته های اعلام و معرفت بر چیده ام و همه آمده ای دل این موفقیست داشته اند پاکسازای قدردانی موفی م.

ضمناً از کلیه اساتید ترمم که در تمام دوران تحصیل در پژوهش پر مغز و غنای خودشان از وادانش و معرفت آنما بهره مند شده ام کمال ریاس و قدردانی دارم.

چکیده:

در طراحی یک زنجیره تامین معمولاً سه چالش اصلی وجود دارد: هزینه، زمان، و عدم قطعیت. اگر چه طراحی زنجیره با توجه به استراتژی کسب و کار، و چشم انداز رقابتی صنعت انجام می پذیرد، اما مهار عدم قطعیت عمدتاً از مهمترین چالش‌های پیش روی سازمان‌ها است. این تحقیق بدنبال یافتن مدلی جهت تبیین بهترین ارتباطات و سازکارهای بین واحدهای خرید و زنجیره تامین بوده که در نهایت موجب افزایش کارایی مالی سازمان گردد. شش عامل داشتن استراتژی خرید، ارتباطات، تعداد محدود تامین کنندگان، جهت گیری بلند مدت، پاسخگوئی به مشتریان و کارایی مالی عناصر اصلی تشکیل دهنده مدل هستند.

این تحقیق از نوع کاربردی بوده و به روش پیمایشی (جمع آوری پرسشنامه) انجام می پذیرد، مجموعاً ۲۶ سوال بسته برای ارزیابی این متغیرها طراحی شده است. برای اندازه‌گیری سوال‌های پرسشنامه از طیف لیکرت ۷ تایی استفاده شده است که پس از نهائی‌سازی آن، مجموعاً ۷۳ پرسشنامه تکمیل شده و مورد تأیید نهائی قرار گرفته است.

برای انتخاب روش مناسب آماری آزمون فرضیه‌ها ابتدا آزمون نرمالیتی کلوموگروف - اسمیرنوف صورت گرفته و در ادامه با توجه به نتایج این آزمون برای تجزیه و تحلیل اطلاعات در بخش آزمون فرضیه‌ها از روش نا پارامتریک ضریب همبستگی اسپیرمن و همین‌طور برآزش مدل معادلات ساختاری بهره گرفته شده است. نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق نشان دهنده ارتباط معنی دار عوامل با یکدیگر می‌باشد.

کلید واژه ها : استراتژی خرید، مدیریت زنجیره تامین ، عملکرد مالی

مقدمه

زنجیره تامین زنجیره‌ای است که همه فعالیت‌های مرتبط با جریان کالا، اطلاعات و خدمات، از مرحله تهیه ماده اولیه تا مرحله تحویل کالای نهایی به مصرف کننده را شامل می‌شود. داشتن استراتژی در خرید همچنین میتواند بر افزایش قابلیت‌های مدیریت تامین موثر باشد. این قابلیت‌ها شامل توانایی‌های شرکت در: الف) ایجاد ارتباطات نزدیکتر با تعداد محدودی از تامین کنندگان. ب) ارتقای سطح ارتباطات در میان ذینفعان زنجیره تامین. ج) جهت‌گیری استراتژیک و بلندمدت در راستای رسیدن به منافع دوجانبه بین تامین کننده و خریدار است. در مجموع این قابلیت‌ها میتواند منجر به شکل‌دهی و استحکام روابط منفعت‌ساز بین دو سازمان گردد. مدیریت زنجیره تامین بر رویکردی مشتری محور استوار است. لذا ارتباط به موقع و کامل بین همه عناصر زنجیره برای اطلاع از نیازهای مشتری و میزان تامین نیازها از ضروریات زنجیره در ایجاد مزیت رقابتی است. خرید و مدیریت تامین همچنین میتوانند تاثیر آشکاری بر عملکرد مالی سازمان داشته باشند.

با توجه به اهمیت یافتن و گسترش مدیریت زنجیره تامین در سازمان‌ها، هدفمند کردن خرید نیز اهمیت دو چندان پیدا کرده است. تاثیر بهبود عملکرد این دو بخش بر کارایی سازمان در جنبه‌های مختلف مانند کاهش کالاهای مانده در انبار، افزایش فروش، کاهش زمان انتظار مشتریان برای دریافت کالا و بسیاری از موارد دیگر که در نهایت همه به بهبود عملکرد شرکت می‌انجامند.

در این تحقیق به تعین ارتباط بین استراتژی خرید، عوامل مدیریت زنجیره تامین و عملکرد سازمان بر اساس یک مدل آماری پرداخته است. بدین منظور جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز از مستندات شرکت گلدیران و همین‌طور بصورت پیمایشی با جمع‌آوری پرسشنامه از جامعه آماری تحقیق بوده و در نهایت تجزیه و تحلیل داده‌های بر اساس مدل آماری به منظور ارزیابی فرضیه‌ها، نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها لازم در

چهارچوب موضوع تحقیق انجام شد. در نهایت بر اساس یافته های این تحقیق عوامل و زیر ساختهای موثر

در مدل پیشنهادی و ارتباطات مستقیم و مثبت بین این عوامل تأیید گردید.

در مجموع این پایان نامه در پنج فصل شامل:

.کلیات تحقیق

.ادبیات تحقیق

.روش شناسی تحقیق

.تجزیه و تحلیل داده ها

.نتیجه گیری و پیشنهادات

.ارائه گردیده است.

به هر حال بهبود این مدل و اضافه کردن سایر عوامل موثر در ارتباط بین خرید و کارائی مالی سازمان

میتواند در تحقیقات آتی مورد توجه قرار گیرد.

فهرست مطالب

۳	۱- کلیات تحقیق.....
۳	۱-۱- بیان مساله.....
۴	۱-۲- تاریخچه تحقیق.....
۴	۱-۳- اهداف تحقیق.....
۴	۱-۴- سوالات پژوهش.....
۵	۱-۵- فرضیه های تحقیق.....
۶	۱-۶- قلمرو تحقیق.....
۶	۱-۷- جامعه و نمونه آماری.....
۶	۱-۸- روش انجام تحقیق.....
۷	۱-۹- روش جمع آوری اطلاعات.....
۷	۱-۱۰- روش تجزیه و تحلیل داده ها.....
۸	۱-۱۱- جنبه نوآوری تحقیق.....
۱۰	۲- مبانی نظری تحقیق.....
۱۰	۲-۱- مقدمه.....
۱۱	۲-۲- مدیریت زنجیره تامین.....
۱۲	۲-۲-۱- پنج بخش اصلی مدیریت زنجیره تامین.....
۱۳	۲-۳- مدیریت استراتژیک تامین کنندگان.....
۱۴	۲-۳-۱- مدل های دوگانه مدیریت تامین کنندگان.....
۱۵	۲-۳-۲- تحلیل برخی پیامدهای دو مدل.....
۱۸	۲-۳-۳- روابط زورمدارانه بادوام.....
۱۹	۲-۳-۴- شراکت های استراتژیک.....
۲۱	۲-۳-۵- رده بندی استراتژیک تامین کنندگان.....
۲۲	۲-۴- ارتباط زنجیره تامین کنندگان و عملکرد.....
۲۳	۲-۴-۱- تصمیمات زنجیره تامین.....
۲۵	۲-۴-۲- الگوی بومی نظام جامع مدیریت زنجیره تامین کنندگان:.....
۲۸	شکل ۱-۰: ساختار اجرایی مدیریت زنجیره تامین.....
۳۱	۲-۵- استرژری خرید و تاثیر آن بر عملکرد سازمان.....

۳۱ ۲-۵-۱-مقدمه
۳۲ ۲-۵-۲-توسعه خرید
۳۳ ۲-۵-۳-مدل‌های توسعه‌ای خرید
۳۸ ۲-۵-۴-مدل توسعه‌ای یکپارچه خرید ون ویل
۴۳ ۲-۵-۵-مدل‌های تحول
۴۴ ۲-۵-۶-مدل تحول بیتیتیسی
۴۶ ۲-۵-۷-مدل ارائه شده تحول سیستم خرید و تامین
۴۸ ۲-۶-تاریخچه تحقیق
۴۹ ۲-۷-آشنایی با شرکت گل‌دیران
۴۹ ۲-۷-۱-تاریخچه سازمان
۵۰ ۲-۷-۲-مأموریت گل‌دیران
۵۰ ۲-۷-۳-معرفی صنعت
۵۱ ۲-۷-۴-منابع شرکت
۵۱ ۲-۸-مدل مفهومی
۵۲ ۲-۹-جمع بندی
۵۴ ۳-روش شناسی تحقیق
۵۴ ۳-۱-مقدمه
۵۴ ۳-۲-روش تحقیق
۵۵ ۳-۳-فرآیند انجام تحقیق
۵۶ ۳-۴-قلمرو تحقیق
۵۷ ۳-۵-جامعه آماری
۵۷ ۳-۶-روش گردآوری اطلاعات
۵۸ ۳-۶-۱-روایی تحقیق
۵۸ ۳-۶-۲-سنجش پایایی تحقیق
۶۰ ۳-۷-جمع آوری نمونه‌ها
۶۱ ۳-۸-آشنائی با روش‌های آماری مورد استفاده
۶۱ ۳-۸-۱-آزمون نرمالیتی کولموگروف-اسمیرنوف
۶۲ ۳-۸-۲-همبستگی ناپارامتریک اسپیرمن
۶۲ ۳-۸-۳-مدل یابی معادلات ساختاری

- ۳-۹-سطح معنی داری آزمون‌ها و خطای نوع اول ۶۴
- ۳-۱۰-نرم افزاهای مورد استفاده ۶۵
- ۳-۱۱-سطح معنی داری آزمون‌های آماری ۶۵
- ۴-تجزیه و تحلیل داده‌ها ۶۷
- ۴-۱-مقدمه ۶۷
- ۴-۲-انجام عملیات میدانی ۶۷
- ۴-۳-آمارهای توصیفی تحقیق ۶۷
- ۴-۳-۱-جنسیت پاسخگو ۶۸
- ۴-۳-۲-وضعیت تاهل پاسخگو ۶۹
- ۴-۳-۳-سن پاسخگو ۷۰
- ۴-۳-۴-سطح تحصیلات پاسخگو ۷۱
- ۴-۳-۵-سمت سازمانی پاسخگو ۷۲
- ۴-۳-۶-درآمد ماهیانه افراد پاسخگو ۷۳
- ۴-۳-۷-سابقه کار افراد پاسخگو ۷۴
- ۴-۴-آمارهای استنباطی تحقیق ۷۵
- ۴-۴-۱-داشتن استراتژی خرید ۷۶
- ۴-۴-۲-ارتباطات ۷۷
- ۴-۴-۳-تعداد محدود تامین کنندگان ۷۸
- ۴-۴-۴-جهت گیری بلند مدت ۷۹
- ۴-۴-۵-پاسخگویی به مشتریان ۸۰
- ۴-۴-۶-کارائی مالی ۸۱
- ۴-۵-بررسی فرضیه‌های تحقیق ۸۲
- ۸۲-بررسی فرضیه اول تحقیق.....
- ۸۴-بررسی فرضیه دوم تحقیق.....
- ۸۴-بررسی فرضیه سوم تحقیق.....
- ۸۵-بررسی فرضیه چهارم تحقیق.....
- ۸۶-بررسی فرضیه پنجم تحقیق.....
- ۸۷-بررسی فرضیه ششم تحقیق.....
- ۸۸-بررسی فرضیه هفتم تحقیق.....

۸۹	۴-۶-برآزش مدل معادلات ساختاری
۹۳	۵-نتیجه گیری و پیشنهادات
۹۳	۵-۱-مقدمه
۹۴	۵-۲-نتیجه گیری
۹۵	۵-۲-۱-نتایج آماری
۹۵	۵-۲-۲-نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق
۹۸	۵-۲-۳-بحث در مبانی نظری
۱۰۱	۵-۳-محدودیت‌های تحقیق
۱۰۱	۵-۴-پیشنهادات
۱۰۱	۵-۴-۱-پیشنهادات مدیریتی با توجه به نتایج تحقیق
۱۰۳	۵-۴-۲-پیشنهادات جهت انجام تحقیقات آتی
۱۰۴	فهرست منابع و مواخذ
۱۰۴	منابع فارسی
۱۰۵	منابع لاتین
۱۰۷	پیوست
۱۰۷	خروجی نرم افزار
۱۱۲	نمونه پرسشنامه

فهرست جداول

۳۴	مدل‌های توسعه‌ای خرید
۴۷	مدل تحول سیستم خرید و تامین
۵۷	سوالات مربوط به هر عامل در پرسشنامه
۶۰	بررسی آلفای کرونباخ پرسشنامه
۶۸	فراوانی پاسخگویان با توجه به متغیر جنسیت
۶۹	فراوانی پاسخگویان با توجه به متغیر وضعیت تاهل
۷۰	فراوانی پاسخگویان با توجه به متغیر سن

۷۱ فراوانی پاسخگویان با توجه به متغیر سطح تحصیلات
۷۲ فراوانی پاسخگویان با توجه به متغیر سمت سازمانی
۷۳ فراوانی پاسخگویان با توجه به متغیر درآمد ماهیانه افراد
۷۴ فراوانی پاسخگویان با توجه به متغیر سابقه کار افراد پاسخگو
۷۶ شاخص های توصیفی عامل ((داشتن استراتژی خرید))
۷۶ آزمون نرمالیتی عامل ((داشتن استراتژی خرید))
۷۷ شاخص های توصیفی عامل ((ارتباطات))
۷۷ آزمون نرمالیتی عامل ((ارتباطات))
۷۸ شاخص های توصیفی عامل ((تعداد محدود تامین کنندگان))
۷۸ آزمون نرمالیتی عامل ((تعداد محدود تامین کنندگان))
۷۹ شاخص های توصیفی عامل ((جهت گیری بلند مدت))
۷۹ آزمون نرمالیتی عامل ((جهت گیری بلند مدت))
۸۰ شاخص های توصیفی عامل ((پاسخگوئی به مشتریان))
۸۰ آزمون نرمالیتی عامل ((پاسخگوئی به مشتریان))
۸۱ شاخص های توصیفی عامل ((کارائی مالی))
۸۱ آزمون نرمالیتی عامل ((کارائی مالی))
۸۲ آزمون فرضیه اول تحقیق
۸۳ آزمون فرضیه دوم تحقیق
۸۴ آزمون فرضیه سوم تحقیق
۸۵ آزمون فرضیه چهارم تحقیق
۸۶ آزمون فرضیه چهارم تحقیق
۸۷ آزمون فرضیه ششم تحقیق
۸۸ آزمون فرضیه هفتم تحقیق
۸۹ مشخصات کلی مدل برازش شده
۹۰ برآورد و آزمون ضرائب مدل ساختاری
۹۵ خلاصه مشخصات توصیفی عوامل اصلی مدل

فهرست نمودارها

۶۸ فراوانی پاسخگویان با توجه به متغیر جنسیت
۶۹ فراوانی پاسخگویان با توجه به متغیر وضعیت تاهل
۷۰ فراوانی پاسخگویان با توجه به متغیر سن
۷۱ فراوانی پاسخگویان با توجه به متغیر سطح تحصیلات
۷۲ فراوانی پاسخگویان با توجه به متغیر سمت سازمانی
۷۳ فراوانی پاسخگویان با توجه به متغیر درآمد ماهیانه افراد
۷۴ فراوانی پاسخگویان با توجه به متغیر سابقه کار افراد پاسخگو

فهرست شکل‌ها

۵۱ مدل مفهومی تحقیق
۲۸ ساختار اجرایی مدیریت زنجیره تامین
۳۹ مدل توسعه‌ای یکپارچه خرید ون ویل
۴۵ فرمول تحول بیتیتیسی
۵۶ مراحل انجام تحقیق
۹۱ طرح شماتیک مدل ساختاری برآزش شده توسط نرم افزار لیزرل

فصل اول

کلیات تحقیق

۱- کلیات تحقیق

عنوان

تبیین ارتباط بین استراتژی خرید ، مدیریت زنجیره تامین و عملکرد مالی شرکت.(مطالعه موردی شرکت گلدیران)

۱-۱- بیان مساله

زنجیره تامین زنجیره‌ای است که همه فعالیت‌های مرتبط با جریان کالا، اطلاعات و خدمات ، از مرحله تهیه ماده اولیه تا مرحله تحویل کالای نهایی به مصرف کننده را شامل می شود(غضنفری و همکاران، ۱۳۸۱؛ ۴-۶).

با رشد اهمیت مدیریت زنجیره تامین ،نحوه خرید دارای نقشی محوری است که میتواند شرکت را از یک خریدار موقت با عملکرد مبهم در خرید به یک شریک کاری استراتژیک ارتقا دهد(الرام و کار، ۱۹۹۴).

داشتن استراتژی در خرید همچنین میتواند بر افزایش قابلیت های مدیریت تامین موثر باشد. این قابلیت ها شامل توانایی های شرکت در: الف) ایجاد ارتباطات نزدیکتر با تعداد محدودی از تامین کنندگان. ب) ارتقای سطح ارتباطات در میان ذینفعان زنجیره تامین. ج) جهت گیری استراتژیک و بلند مدت در راستای رسیدن به منافع دوجانبه بین تامین کننده و خریدار است. در مجموع این قابلیت ها میتواند منجر به شکل دهی و استحکام روابط منفعت ساز بین دو سازمان گردد(تقی زاده و دیگران، ۱۳۸۱؛ ۲۶-۲۸).

مدیریت زنجیره تامین بر رویکردی مشتری محور استوار است. لذا ارتباط به موقع و کامل بین همه عناصر زنجیره برای اطلاع از نیازهای مشتری و میزان تامین نیازها از ضروریات زنجیره در ایجاد مزیت رقابتی است (فیض آبادی، ۱۳۸۲).

خرید و مدیریت تامین همچنین میتواند تاثیر آشکاری بر عملکرد مالی سازمان داشته باشند. امروزه شرکت ها دریافته اند که بخش خرید آن ها می تواند به طور فزاینده ای در افزایش کارایی و اثر بخشی آن ها موثر باشد و به همین دلیل شیوه های خریدشان را تغییر داده و سعی کرده اند تا برای کالاهای خود شیوه خرید مناسب را بیابند، به طوری که بخش خرید بتواند به عنوان جزیی از

شرکت، اهداف استراتژیک خرید شرکت را برآورده سازد. برای تحقق این امر هر خریدنیازمند یک برنامه ریزی استراتژیک خرید برای کالای مورد نظر است که معنای این سخن برقراری یک رابطه استراتژیک با تامین کنندگان است. آشکار است که برای تحقق این امر باید با تامین کنندگان شایسته و منتخب روابط استراتژیک برقرار کرد تا در جوار همکاری بلندمدت با آنها بتوان به مزایای رقابتی مورد نظر دست یافت.

با توجه به اهمیت یافتن و گسترش مدیریت زنجیره تامین در سازمانها، هدفمند کردن خرید نیز اهمیت دو چندان پیدا کرده است. تاثیر بهبود عملکرد این دو بخش بر کارایی سازمان در جنبه‌های مختلف مانند کاهش کالاهای مانده در انبار، افزایش فروش، کاهش زمان انتظار مشتریان برای دریافت کالا و بسیاری از موارد دیگر که در نهایت همه به بهبود عملکرد شرکت می‌انجامند(نصرآزادانی و دیگران، ۱۳۸۲؛ ۴۱).

۱-۲- تاریخچه تحقیق

تحقیقات زیادی در این زمینه پیش از این صورت گرفته است که بطور مفصل در فصل بعدی به آنها اشاره می‌شود.

۱-۳- اهداف تحقیق

هدف اصلی تحقیق، تبیین عوامل ارتباط بین داشتن استراتژی خرید، مدیریت زنجیره تامین و کارایی مالی سازمان است که بر اساس آن اهداف فرعی زیر برای تحقیق مطرح می‌گردد:

۱. تبیین میزان تاثیر خرید استراتژیک بر عوامل مرتبط با زنجیره تامین در شرکت گلدیران
۲. تبیین میزان تاثیر عوامل مرتبط به زنجیره تامین بر پاسخگویی به مشتریان در شرکت گلدیران
۳. تبیین میزان تاثیر پاسخگویی به مشتریان بر کارایی مالی در شرکت گلدیران
۴. اولویت بندی عوامل از نظر میزان تاثیرگذاری بر کارایی مالی سازمان در شرکت گلدیران

۱-۴- سوالات پژوهش

با توجه به موارد بیان شده در این تحقیق سعی در شناخت ارتباط بین داشتن استراتژی در خرید ،

مدیریت زنجیره تامین و عملکرد مالی سازمان در شرکت گلدیران بعنوان مطالعه موردی بوده و سوالات تحقیق بر این اساس در شرکت گلدیران به شرح زیر مطرح می‌شود:

۱. آیا داشتن استراتژی خرید دارای تاثیر مثبت و معنی‌دار بر نحوه ارتباطات بین خریدار و تامین کننده در شرکت گلدیران است؟
۲. آیا داشتن استراتژی خرید دارای تاثیر مثبت و معنی‌دار بر برقراری روابط نزدیک با تعداد محدودی از تامین کنندگان در شرکت گلدیران است؟
۳. آیا داشتن استراتژی خرید دارای تاثیر مثبت و معنی‌دار بر جهت گیری بلند مدت در روابط بین خریدار و تامین کننده در شرکت گلدیران است؟
۴. آیا ارتباط تنگاتنگ با تعداد محدودی از تامین کنندگان دارای تاثیر مثبت و معنی‌دار بر پاسخگوئی به مشتریان در شرکت گلدیران است؟
۵. آیا ارتباطات بین خریدار و تامین کننده دارای تاثیر مثبت و معنی‌دار بر پاسخگوئی به مشتریان در شرکت گلدیران است؟
۶. آیا جهت گیری بلندمدت در روابط دارای تاثیر مثبت و معنی‌دار بر پاسخگوئی به مشتریان در شرکت گلدیران است؟
۷. آیا پاسخگوئی به مشتریان دارای تاثیر مثبت و معنی‌دار بر عملکرد مالی در شرکت گلدیران است؟

۱-۵-۵- فرضیه‌های تحقیق

فرضیه های تحقیقی بصورت زیر مطرح می‌شوند:

۱. داشتن استراتژی خرید دارای تاثیر مثبت و معنی‌دار بر نحوه ارتباطات بین خریدار و تامین کننده در شرکت گلدیران است.
۲. داشتن استراتژی خرید دارای تاثیر مثبت و معنی‌دار برداشتن روابط نزدیک با تعداد محدودی از تامین کنندگان در شرکت گلدیران است.
۳. داشتن استراتژی خرید دارای تاثیر مثبت و معنی‌دار بر جهت گیری بلند مدت روابط بین خریدار و تامین کننده در شرکت گلدیران است.

۴. ارتباط تنگاتنگ با تعداد محدودی از تامین کنندگان دارای تاثیر مثبت و معنی دار بر پاسخگوئی به مشتریان در شرکت گلدیران است.
۵. ارتباط بین خریدار و تامین کننده دارای تاثیر مثبت و معنی دار بر پاسخگوئی به مشتریان در شرکت گلدیران است.
۶. جهت گیری بلند مدت دارای تاثیر مثبت و معنی دار بر پاسخگوئی به مشتریان در شرکت گلدیران است.
۷. پاسخگوئی به مشتریان دارای تاثیر مثبت و معنی دار بر عملکرد مالی در شرکت گلدیران است.

۱-۶-۶- قلمرو تحقیق

قلمرو مکانی تحقیق شرکت گلدیران می باشد که با توجه به موضوع مورد بررسی و جامعه آماری تحقیق منظور اصلی کارکنان، کارشناسان و مدیران بخش های بازاریابی، فروش، زنجیره تامین، هیئت مدیره و مدیرعامل این شرکت خواهد بود.

قلمرو زمانی تحقیق سال ۱۳۹۰ هجری شمسی می باشد. البته جمع آوری داده ها در مدت دو هفته در شرکت گلدیران صورت می گیرد.

۱-۷-۷- جامعه و نمونه آماری

با توجه به ماهیت جامعه آماری و محدود بودن تعداد افراد آن، از روش سرشماری یعنی مراجعه به تمام افراد جامعه برای گردآوری اطلاعات استفاده می شود که در مجموع شامل ۷۳ نفر هستند. در این روش در مدت زمان مورد نظر و از پیش مشخص شده به تمام افراد جامعه جهت تکمیل پرسشنامه مراجعه می شود.

۱-۸-۱- روش انجام تحقیق

با توجه به تقسیم بندی تحقیقات از نظر هدف، این پژوهش از نوع تحقیقات کاربردی است. یافته های تحقیقات کاربردی به میزان بسیار زیادی قائم به مکان و زمان هستند.

از نظر ماهیت و روش تحقیق، این پژوهش، از این نظر که محقق به منظور شناخت شرایط موجود با

استفاده از مطالعه و پرسشنامه به جامعه مورد نظر مراجعه کرده و اطلاعات جمع آوری می‌کند وضعیت جامعه را بدون دخل و تصرف مورد بررسی قرار دهد، از نوع تحقیق پیمایشی است.

مراحل انجام این تحقیق عبارتند از:

۱- جمع آوری ادبیات موضوعی تحقیق با بهره گیری از کتابها، مقالات ، پایان نامه ها ، مجلات ، پژوهش های مختلف

۲- تدوین ادبیات موضوعی تحقیق و بهره گیری از نتایج تحقیقات مرتبط با موضوع

۳- جمع آوری داده های مورد نیاز از مستندات شرکت گلدیران و همین طور بصورت پیمایشی با جمع آوری پرسشنامه از جامعه آماری تحقیق انجام می شود.

۴- تجزیه و تحلیل داده های بر اساس مدل آماری به منظور ارزیابی فرضیه ها، نتیجه گیری و ارائه پیشنهاد های لازم در چهارچوب موضوع تحقیق

۱-۹- روش جمع آوری اطلاعات

قسمتی از اطلاعات این پایان نامه از طریق روش میدانی با مراجعه به منابع کتابخانه ای تهیه می گردد و قسمتی دیگر (به ویژه ادبیات تحقیق و مباحث تئوریک) از طریق روش کتابخانه ای و با استفاده از نشریات فارسی و لاتین و سایتهای اینترنتی معتبر علمی تهیه گردیده است. اطلاعات لازم برای انجام پژوهش با استفاده از مستندات شرکت گلدیران و جمع آوری پرسشنامه یعنی بصورت پیمایشی و تکمیل آن توسط کارکنان این شرکت تامین می شود.

۱-۱۰- روش تجزیه و تحلیل داده ها

اندازه گیری شاخص برای هر کدام از عوامل مدل از طریق محاسبه میانگین متغیرهای زیر مجموعه آنها صورت می گیرد. آزمون فرضیه های تحقیق با استفاده از آزمون همبستگی انجام می شود. مدل سازی و برازش مدل با استفاده از روش مدلیابی معادلات ساختاری^۱ SEM بوسیله برنامه نویسی در نرم افزارهای آماری و بطور خاص نرم افزار لیزرل^۲ انجام می پذیرد.

^۱Structural Equation Models

^۲Lisrel