

بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و مدیریت ارتباط با مشتری با ابعاد ارائه خدمات نوآورانه در شرکت های شهرک های صنعتی استان هرمزگان*

احمد علی اسدپور^۱، فرزاد پوربند^۲

^۱ هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بندرعباس، بندرعباس، ایران

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بندرعباس، بندرعباس، ایران

چکیده

هدف از انجام این تحقیق بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و مدیریت ارتباط با مشتری با ابعاد ارائه خدمات نوآورانه در شرکت های شهرک های صنعتی استان هرمزگان بود. جامعه آماری این تحقیق کارکنان شرکت های شهرک های صنعتی استان هرمزگان به تعداد ۲۴۰۰ تشکیل داد. روش نمونه گیری به شیوه تصادفی ساده و با استفاده از فرمول کوکران ۳۳۱ نفر تعیین گردید. جهت جمع آوری داده ها از سه پرسشنامه استاندارد سرمایه اجتماعی ناپاهایت و گوشال (۱۹۹۸)، پرسشنامه استاندارد وضعیت مدیریت ارتباط با مشتری طاهرپور کلانتری و طیبی (۱۳۸۹) و پرسشنامه خدمات نوآورانه ریحانی (۱۳۹۴) استفاده گردید. تجزیه و تحلیل داده ها با توجه به نرمال بودن داده ها از طریق آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون با استفاده از نرم افزار SPSS23 انجام شد. نتایج نشان داد که بین سرمایه اجتماعی و ارائه خدمات نوآورانه در شرکت های شهرک های صنعتی استان هرمزگان رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. و بین مدیریت ارتباط با مشتری و ارائه خدمات نوآورانه در شرکت های شهرک های صنعتی استان هرمزگان نیز رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. همچنین نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون حاکی از آن بود که متغیر سرمایه اجتماعی حدود ۹۱ درصد از تغییرات ارائه خدمات نوآورانه را پیش بینی می کند. و متغیر مدیریت ارتباط با مشتری حدود ۲۷ درصد از تغییرات ارائه خدمات نوآورانه را پیش بینی می کند.

واژه های کلیدی: سرمایه اجتماعی، مدیریت ارتباط با مشتری، خدمات نوآورانه، شهرک صنعتی، هرمزگان

مطالعات مهندسی صنایع و مدیریت تولید

دوره ۶، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۹، صفحات ۲۸-۱۱