

نعیما جعفری<sup>1</sup>، حسین نقیب<sup>2</sup>

1 کارشناس ارشد، دانشکده مدیریت بازرگانی، دانشگاه علوم و تحقیقات تهران واحد کرمان، ایران

2 دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان، ایران

### چکیده

پژوهش حاضر با استفاده از روش همبستگی در جامعه آماری کارکنان و مشتریان تعاونی دندانپزشکان شهر کرمان با حجم 221 نفر انجام پذیرفت. جمع آوری اطلاعات با استفاده از دو پرسشنامه بسته شامل پرسشنامه هوش رقابتی، پرسشنامه رضایتمندی مشتریان صورت گرفت. کلیه تحلیل های آماری این پژوهش با استفاده از روش های آماری توصیفی و استنباطی بوسیله نرم افزار کامپیوتری SPSS انجام شده است. نتایج حاصل از تحلیل داده ها نشان داد بین هوش رقابتی با رضایت مشتریان در شرکت تعاونی دندانپزشکان شهر کرمان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین میان آگاهی از وضعیت بازار، آگاهی از وضعیت رقبا، آگاهی فناوری و تکنیکی و آگاهی راهبردی و اجتماعی با رضایت مشتریان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

واژه های کلیدی: هوش رقابتی، رضایت مشتریان، رضایتمندی .

## The Relationship between competitive intelligence and customer satisfaction Drtavny Dentists

naeima jafari<sup>1</sup>; Hossein naghieb<sup>2</sup>

<sup>1</sup> MA, School of Business Administration, University and Research Branch of Tehran, Kerman, Iran

<sup>2</sup> Graduate Student, School of Business Administration, University of Kerman, Iran

### Abstract

*This study used statistical correlations in the population of dentists in Kerman Co-op staff and customers took place with a volume of 221. Collect information using the questionnaire were included competitive intelligence, customer satisfaction questionnaire was conducted. All statistical analysis using descriptive and inferential statistical procedures were performed with SPSS software. The results of the analysis showed between competitive intelligence and customer satisfaction in cooperative dentists in Kerman and there is a significant positive relationship. As well as the knowledge of the market, knowledge of the competition, technology and technical knowledge and social awareness strategy and there is a significant positive correlation with customer satisfaction.*