

عنوان مقاله:

مدلی برای سنجش تاثیر مدیریت دانش مشتری بر کیفیت نرم افزار ارائه شده

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی چالش ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

رضا سمیع زاده - دپارتمان مهندسی صنایع، دانشگاه الزهراء، تهران

النا میردآوودی - کارشناس ارشد رشته مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات، تهران

سحر وطنخواه - دپارتمان مهندسی صنایع، دانشگاه الزهراء، تهران

خلاصه مقاله:

این پژوهش به منظور ارائه مدلی برای سنجش تاثیر مدیریت دانش مشتری بر کیفیت نرم افزار صورت گرفته است. این مسئله به دو دلیل برگزیده شد: نخست این که کیفیت محصول (در اینجا نرم افزار) اصلی ترین عامل برای فروش آن است و دوم این که عوامل موثر بر کیفیت، اغلب هزینه های مادی زیادی را برای شرکت ها به همراه دارند. تحقیقات نشان داده اند که می توان با استفاده از عوامل غیرمادی نظیر مدیریت دانش مشتری، بر کیفیت نرم افزار افزود. برای این منظور دو شرکت شایگان سیستم و راهکار نوین سیاق برگزیده شده اند. مدیریت دانش مشتری از دیدگاه کارکنان این دو شرکت (که شامل ۴۰ کارمند بوده) و کیفیت نرم افزار از طریق مشتریان آنها (شامل ۸۰ مشتری) بررسی شده اند. شیوه گردآوری داده ها شامل پرسشنامه بوده و داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS و نرم افزار Smart PLS تحلیل شده اند. یافته ها در پایان منجر به ارائه مدلی شده اند که نتیجه ها مبنی بر آن بوده اند که عوامل انسانی، سازمانی و تکنولوژیک به واسطه ابعاد سازمانی و مدیریت دانش مشتری بر کیفیت نرم افزار موثر می باشند.

کلمات کلیدی:

مدیریت دانش مشتری، ابعاد سازمانی، کیفیت نرم افزار، عوامل تکنولوژیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1244615>

