

عنوان مقاله:

ارزیابی نقش مدیریت دانش مشتری بر مزیت رقابتی پایدار، مطالعه موردی: صنعت کاشی و سرامیک

محل انتشار:

دهمین کنفرانس بین المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

سید آرش روتافی - کارشناس ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی رشت، رشت، ایران

ابوالفضل جوادیان - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی رشت، رشت، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش ارزیابی نقش میانجی مدیریت دانش مشتری بر رابطه مدیریت استعداد بر مزیت رقابتی پایدار میباشد. در این پژوهش به بررسی مفاهیم مدیریت استعداد، مدیریت دانش مشتری و مزیت رقابتی پایداری پژوهش حاضر می باشد. در این پژوهش از پرسشنامه استاندارد مدیریت استعداد و مدیریت دانش مشتری و مزیت رقابتی به صورت بهبود یافته استفاده شده است. برای آزمون فرضیه ها از نرم افزار Smart PLS استفاده شده است. نتیجه این تحقیق معنادار بودن تمامی فرضیه ها می باشد. یعنی تمامی عوامل از جمله مدیریت استعداد، مدیریت دانش مشتری و مزیت رقابتی پایدار با هم رابطه مثبت و معناداری دارند. در فرضیه اول مدیریت استعداد تاثیر مثبت و معنی دار بر مزیت رقابتی پایدار دارد. در فرضیه دوم مدیریت استعداد تاثیر مثبت و معنی دار بر مدیریت دانش مشتری دارد. در فرضیه سوم مدیریت دانش مشتری تاثیر مثبت و معنی دار بر مزیت رقابتی پایدار دارد. و در فرضیه چهارم مدیریت دانش مشتری بین مدیریت استعداد و مزیت رقابتی پایدار نقش میانجی دارد. نتایج این پژوهش نشان دهنده قابل انجام دادن این تحقیق است و ثابت می کند پژوهش انجام شده دارای نتیجه قابل قبول می باشد.

کلمات کلیدی:

مدیریت استعداد، مدیریت دانش، مدیریت دانش مشتری، مزیت رقابتی، مزیت رقابتی پایدار.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1497639>

