

## عنوان مقاله:

بررسی نقش مدیریت دانش در استقرار مدیریت ارتباط با مشتری در بانک ها

## محل انتشار:

اولین همایش ملی حسابداری و مدیریت (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسندگان:

زینب شیخی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنج، مدرس دا

نسترن حیدری - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنج

علیرضا پوررضا - رئیس شعبه بانک کشاورزی شعبه میدان طیب آبادان

## خلاصه مقاله:

سازمانهای کنونی برای باقی ماندن در بازاری رقابتی امروزی نیازمند توجه جدی به مشتریان خود به عنوان یک دارایی هستند. سازمانهای پیشرو و دانش محور از طریق کسب رضایت مشتریان خود هزینه های بازاریابی و به تبع آن هزینه های تولید خود را کاهش و بر درآمد خود می افزایند. مدیریت دانش به عنوان یک دارایی نامشهود در سالهای اخیر موضوعی حیاتی و برای موفقیت و پیاده سازی موفقیت آمیز برنامه ها و سیستمهای مدیریتی تبدیل شده است. به نوعی که اثر بخشی سازمانها در گرو ایجاد، ذخیره سازی، انتقال و بکارگیری به هنگام دانش است. م دیریت ارتباط با مشتری به مدیران سازمانها کمک می کند که مشتریان خود را حفظ کرده و با آنها ارتباطی سازنده برقرار می کند. مدیریت دانش به عنوان یکی از عوامل پنهان و زیرساختی برای استقرار سیستم های مدیریت و تکنولوژی شناخته شده است. مقاله حاحر با هدف بررسی نقش مدیریت دانش و ابعاد آن (در اختیار دانش، ذخیره سازی، پردازش و انتقال دانش) در سطح بانک های استان خوزستان در سال 1390 نگاشته شده است. جامعه و نمونه آماری این تحقیق شامل کارکنان و سرپرستان دایره تجهیز منابع و کارشناسان فنی آنها بوده اند که پسانامه بر اساس فرمول کوکران جامعه محدود بین 294 نفر از این افراد قرار داده شد؛ پژوهش به روش توصیفی از نوع همبستگی انجام شده است. ابزار گردآوری اطلاعات دو پرسشنامه محقق ساخته بوده که بعد از برآورد اعتبار و پایایی در بین پاسخگویان توزیع گردید. بعد از تکمیل پرسشنامه ها با استفاده از نرم افزار spss18 و نرم افزار لیزرل محاسبه و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتیج آزمون فرضیات بیانگر این است که بین سه بعد از ابعاد متغیر مدیریت دانش (در اختیار گرفتن دانش، پردازش، ذخیره سازی) و مدیریت ارتباط با مشتری در سطح بانک های مورد مطالعه رابطه معنادار و مستقیمی وجود دارد. نتیجه تحلیل رگرسیونی بیانگر این است که سه بعد از ابعاد چهارگانه مدیریت دانش به طور خالص 0.542 درصد از واریانس مدیریت ارتباط با مشتری د معادله را تبیین می کنند، و متغیر در اختیار گرفتن دانش تعیین کننده ترین عامل تأثیر گذار بر بهره وری نیروی انسانی در جامعه مورد مطالعه است. این عامل به میزان 0.47 درصد از تغییرات متغیر وابسته را مورد تبیین قرار می دهد. در اجرای مدل معادله های ساختاری برای آزمون فرضیه اصلی، در مدل لیزرل، تحلیل عاملی تأییدی مربوط به متغیرهای مشاهده شده هر یک از متغیرهای نهفته کاملاً! نمایش داده شده است که تناسب مدل مزبو با توجه به سطح کای اسکوتر و P-value به دست آمده برازش مدل ا به نحو مناسبی نشان می دهد.

## کلمات کلیدی:

مدیریت دانش، مدیریت ارتباط با مشتری، در اختیار گرفتن دانش، پردازش، ذخیره سازی و انتقال دانش

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/191642>



