

عنوان مقاله:

اثر ابعاد مدیریت دانش بر جذب مشتری: مطالعه ای در بیمه آسیا

محل انتشار:

دهمین کنفرانس بین المللی مطالعات نوین مدیریت و حسابداری در ایران (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

عاطفه میرزاییور - دانش آموخته کارشناسی ارشد رشته مدیریت مالی - گرایش بیمه، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی غیردولتی علم و فناوری شمس، تبریز، ایران

علی شاهین پور - استادیار گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی غیردولتی علم و فناوری شمس، تبریز، ایران، گروه اقتصاد و مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد عجب شیر، عجب شیر، ایران

خلاصه مقاله:

هدف اصلی پژوهش مطالعه اثر ابعاد مدیریت دانش بر جذب مشتری در بیمه آسیا منطقه شمال غرب کشور می باشد. برای این منظور اطلاعات مربوط به متغیرهای پژوهش بوسیله پرسشنامه استاندارد از ۱۳۷ نفر کارکنان شرکت بیمه آسیا در منطقه شمال غرب، استان های آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی و اردبیل جمع آوری گردیده است. داده های جمع آوری شده به روش رگرسیون خطی ساده مورد تجزیه و تحلیل واقع شده اند. براساس یافت های پژوهش، به استثنای اثر بعد خلق دانش از ابعاد مدیریت دانش بر جذب مشتری از نظر آماری تایید نگردیده است، اثر بعدهای دیگر مدیریت دانش یعنی اثر حفظ دانش، اثر تسهیم یا اشتراک دانش و اثر کاربرد دانش بر جذب مشتری در بیمه آسیا شمال غرب کشور مثبت برآورد گردیده است.

کلمات کلیدی:

مدیریت دانش، حفظ دانش، اشتراک دانش، کاربرد دانش، جذب مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1966545>

