

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین سرمایه فکری و مدیریت ارتباط با مشتری CRM (مطالعه موردی: شرکت فولاد مبارکه اصفهان)

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی اقتصاد مدیریت و علوم اجتماعی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

صدف ترابیان - دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج، گروه مدیریت، کرج، ایران

مصطفی مبلغی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج، گروه مدیریت، کرج، ایران

خلاصه مقاله:

سرمایه فکری، موضوع جدیدی است که به لحاظ نظری در چند ساله اخیر در سطح جهانی مطرح شده است اما از آن جایی که منبعی پر ارزش برای کشورها و سازمان ها به حساب می آید، میزان رشد و توسعه آن به سرعت در حال تبدیل شدن به شاخصی در توسعه یافتگی کشورهاست. مدیریت ارتباط با مشتری که رویکردی عملیاتی به دیدگاه بازاریابی در عملیات و فعالیت های شرکت است، در دو دهه گذشته از استقبال بسیاری در بین پژوهشگران و اندیشمندان و مدیران شرکتها برخوردار شده و در پژوهشهای متفاوتی رابطه آن با سرمایه فکری و انسانی بررسی شده است. هدف این مطالعه، بررسی رابطه بین سرمایه فکری با مدیریت ارتباط با مشتری در شرکت فولاد مبارکه اصفهان میباشد. روش تحقیق توصیفی- پیمایشی از نوع همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارکنان شرکت فولاد مبارکه اصفهان به تعداد 20000 نفر و تعداد نمونه با استفاده از جدول مورگان 377 نفر تعیین که به روش تصادفی ساده انتخاب شدند. در این پژوهش از دو پرسشنامه سرمایه فکری و مدیریت ارتباط با مشتری استفاده شد، که روایی آنها با استفاده از نظرات خبرگان و کارشناسان تایید و پایایی آنها با استفاده از آلفای کرونباخ به ترتیب 91 % و 88 % به دست آمد. برای آزمون فرضیه ها از آزمون کمولموگروف- اسمیرنوف، همبستگی پیرسون و رگرسیون گام به گام استفاده شد. نتایج نشان داد که بین سرمایه فکری و مدیریت ارتباط با مشتری رابطه معنی داری وجود دارد و مولفه های سرمایه انسانی و سرمایه مشتری، متغیر مدیریت ارتباط با مشتری را بهتر پیشبینی می کنند.

کلمات کلیدی:

سرمایه فکری، مدیریت ارتباط با مشتری، فولاد مبارکه اصفهان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/388377>

