

عنوان مقاله:

بررسی ابعاد مدیریت ارتباط با مشتری بر عملکرد سازمانی در دانشگاه علم و فناوری مازندران

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

عادل طیبی

رضا آفاجان نشتانی

خلاصه مقاله:

در عصر شفافیت اینترنتی و انتخاب جهانی، سازمان ها دیگر نمی توانند پشت سیاست ها و عملکردستی خود پنهان شوند. در واقعا هر م های قدرت از سازمان به مشتریان منتقل گردیده است. گسترش انواع خدمات و افزایش تنوع در نیازهای مشتریان، از دیگر عوامل مهم تغییر صحنه رقابت میان شرکت ها هستند. از جمله این مراکز و نهادها دانشگاه ها هستند که با توجه به در ارتباط بودن مسئولین آن با قشر تحصیل کرده و بروز جامعه، پاسخگویی به این قشر را بسیار حساس و تا حدودی دشوار میسازد تحقیق حاضر نیز با همین رویکرد و با هدف بررسی نقش مولفه های مدیریت ارتباط با مشتری (دانشجویان) بر عملکرد سازمانی (دانشگاه) طرحریزی گردیده و در خلال آن تعداد 340 نفر از دانشجویان دانشگاه علم و فناوری واحد بحث بوسیله پرسشنامه ساخت محقق مورد نظر سنجی قرار گرفته و نتایج حاصل از نظر سنجی به کمک نرم افزار spss و با بکار گیری آزمون های k-s و رگرسیون خطی مورد تحلیل قرار گرفته اند یافته پژوهش حاکی از آنست که کلیه فرضیات تحقیق تایید گردیده و هر یک از متغیرها وابسته در سطح: سازماندهی (0/453)، تکنولوژی (0/439)، مدیریت دانش (0/396)، مشتری گرایی (0/346)، متغیر مستقل پژوهش را تبیین می سازند.

کلمات کلیدی:

تکنولوژی اطلاعات، مدیریت دانش، مشتری گرایی، سازماندهی، عملکرد سازمانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/397012>

