

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین مدیریت دانش و مشتری با نوآوری سازمانی در شرکتهای تولیدی کوچک و متوسط شهرستان سنندج

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و اقتصاد (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

هدیه بهادری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج

پرویز کفچه - دکترای مدیریت بازرگانی عضو هیئت علمی دانشگاه کردستان -

خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش بررسی رابطه بین مدیریت دانش مشتری و نوآوری سازمانی در بین شرکتهای تولیدی شهر سنندج است مدل مفهومی پژوهش برای مولفه های مدیریت دانش مشتری شامل اکتساب دانش مشتری، به اشتراک گذاری دانش مشتری و بکارگیری دانش مشتری با نوآوری سازمانی است فرضیه اصلی پژوهش بررسی رابطه بین مدیریت دانش مشتری و نوآوری سازمانی است و فرضیه های فرعی پژوهش به بررسی رابطه بین مولفه های مدیریت دانش مشتری و نوآوری سازمانی می پردازد. یافته های پژوهش نشان می دهد که از بین این عوامل، اکتساب دانش مشتریان بیشترین تاثیر را بر نوآوری سازمانی داشته است

کلمات کلیدی:

دانش مشتری، مدیریت دانش، مدیریت دانش مشتری، نوآوری سازمانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/421580>

