

عنوان مقاله:

بررسی وضعیت چارچوب استقرار مدیریت دانش مشتری در موسسه مالی و اعتباری آرمان استانمازندان

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی جهت گیری های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

عادل زارع دینکی - دانشجوی ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قائمشهر

رضا شاهرودی - استادیار گروه ریاضی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قائمشهر

خلاصه مقاله:

امروزه دانش در اقتصاد جهانی، عامل رقابتی کلیدی است. اما برای حضور موفق در بازار پویا و متغیر امروزی باید جزء مهم دیگر یعنی مشتری را مد نظر قرار داد. سازمان ها و شرکت ها به خوبی آگاه اند که برای بقای خود در عرصه رقابت باید بتوانند درست و به موقع از محیط پیرامون خود به ویژه مشتریان که عامل اصلی حیات سازمان ها هستند شناخت حاصل کنند تا بادرک بهنگام، تغییرات و خواسته ها و نیاز های مشتریان در جهت تعامل مؤثر با محیط پیش روند. هدف این پژوهش بررسی وضعیت چارچوب استقرار مدیریت دانش مشتری در مؤسسه مالی و اعتباری آرمان است. جامعه آماری پژوهش شامل 110 نفر از مدیران و کارکنان مؤسسه مالی و اعتباری آرمان استان مازندران می باشد. که بین این تعداد با استفاده از جدول کرجسی مورگان و روش نمونه گیری تصادفی ساده تعداد 86 نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. برای جمع آوری داده ها از روش میدانی و کتابخانه ای استفاده گردیده است. این تحقیق از حیث هدف کاربردی و از لحاظ گردآوری اطلاعات از نوع تحقیقات توصیفی واز نوع همبستگی می باشد

کلمات کلیدی:

مدیریت، دانش، مشتری، خلق ارزش، شرایط زمینه ای، شرایط مداخله گر

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/454501>

