

عنوان مقاله:

بررسی رابطه مدیریت دانش بر بازاریابی یادگیری محور و چابکی سازمان ، مطالعه موردی: شرکت های گمرک شمال کشور (گیلان، گلستان و مازندران)

محل انتشار:

هشتمین کنفرانس ملی و دومین کنفرانس بین المللی مدیریت دانش (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

سمانه اخوان فومنی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی ، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت

سمیه ثابت - کارشناس ارشد مدیریت دولتی ، دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه

خلاصه مقاله:

یکی از مهم ترین چالش های مدیران عصر حاضر در سازمان ها، عدم استفاده کافی از منابع فکری، توان ذهنی و ظرفیت های بالقوه منابع انسانی است. هدف اصلی پژوهش حاضر ایجاد الگویی برای تبیین روابط ساختاری بین مفاهیم بازاریابی یادگیری محور و چابکی سازمانی با توجه به نقش واسطه مدیریت دانش است. بر این اساس شرکت های گمرک شمال کشور (گیلان، گلستان و مازندران) به عنوان جامعه آماری لحاظ و مورد مطالعه قرار گرفته است. به لحاظ روش شناسی، پژوهش از دو پیمایشی - کاربردی بود و مبتنی بر روش های کشانید، زمینه یابی است. داده های مورد نیاز از طریق پرسش نامه محقق ساخته مبتنی بر مبانی نظری و تحلیل عاملی اکتشافی، جمع آوری گردید. در توسعه مقیاس، الگوهای متعدد در نظر گرفته شده است، سپس سؤالات و عوامل استخراج، تنظیم، اعتبار یابی، تثبیت و توزیع شد و به اعتبار محتوای عوامل احصاء شده با نظر خبرگان و اعتبار سازه نیز با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی و شاخص KMO تفکیک. پایانی سنج نیز به روش آلفا کرونباخ محاسبه و تعیین شد. یافته های پژوهش و آگه به الگوی پیشنهادی بوده است به این معنی که مقیاس های توسعه یافته، بدترین کننده های مناسبی از متغیرها بوده اند و روابط مفروض در بین این متغیرها به طور معنی داری مورد تأیید واقع شده اند. سایر نتایج حاکی از رتبه ابعاد و شاخص های مطرح شده و نیز برازش و درجه تقریب مناسب مد در جامعه مورد مطالعه است.

کلمات کلیدی:

مدیریت دانش، چابکی سازمان ، بازاریابی یادگیری محور

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/532689>

