

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مدیریت دانش بر مدیریت سرمایه مشتری در شرکتهای مهندسی مشاور

محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

محمد ذاکری - استادیار دکتری مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رودهن

برزو عبداللهیان طهران - استادیار گروه مدیریت تکنولوژی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر، بررسی نحوه اثرگذاری مدیریت دانش بر مدیریت سرمایه مشتری شرکت های مهندسی مشاور است به مدیریت دانش از طریق خرده مقیاس های (تشخیص دانش، کسب و توسعه دانش، ذخیره دانست، اشتراک دانش و کاربرد دانش) و مدیریت سرمایه مشتری با هشت شاخص عملیاتی گردیدند تا به جامعه آماری این تحقیق شرکت های مهندسی مشاور تهران و نمونه آماری آن که به لطف شرکت می باشد که از طریق نمونه گیری تصادفی انتخاب شدند. ابزار جمع آوری اطلاعات، پرسش نامه می باشد که پرسش نامه اول برای جمع آوری اطلاعات میزان آمادگی مدیریت دانست و پرسش نامه ای دوم برای سنجش سطح مدیریت سرمایه مشتری شرکت ها طراحی شده است. محاسبه ضریب هم بستگی نشاندن بین دو متغیر مدیریت دانش و متغیر وابسته (مدیریت سرمایه مشتری) هم بستگی مثبت وجود دارد. نتایج این پژوهش می تواند در راستای توسعه سیستم های بازاریابی رابطه مند و مشتری محوری در سازمان های مهندسی مشاور و سایر سازمان های دانش محور (با در نظر گرفتن ملاحظات مربوط به) به کار روند. ضمن آنکه این پژوهش ابزار مناسب و جامعی برای ارزیابی سطح فرایند مدیریت دانش در مهندسی مشاور ارائه داده است.

کلمات کلیدی:

مدیریت دانش، سرمایه مشتری، شرکتهای مهندسی مشاور

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/532970>

