

## عنوان مقاله:

بررسی نقش استقرار مدیریت دانش با موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری در سازمان مطالعه موردی: شرکت محصولات غذایی تبرک

## محل انتشار:

اولین همایش بین المللی و سومین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

## نویسندگان:

مریم تقی زاده - کارشناسی ارشد کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

لیلا قدرت آبادی - کارشناس ارشد مدیریت شهری، دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی

## خلاصه مقاله:

هدف اصلی این مقاله بررسی تاثیر استقرار مدیریت دانش در سازمان بر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری میباشد. در واقع این تحقیق به دنبال این موضوع بوده است که اساسا متغیرهای اکتساب دانش، انتقال دانش، فناوری و سیستمهای اطلاعات، مشتری مداری، تجارب مدیریت و متغیرهای سازمانی چه نقشی در موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری در صنایع غذایی تبرک دارد. این تحقیق از لحاظ هدف تحقیق از نوع کاربردی و از لحاظ نحوه گردآوری دادهها و روش تحقیق توصیفی-پیمایشی میباشد. جامعه آماری پژوهش، کارکنان شرکت غذایی تبرک به تعداد 846 نفر بوده است که تعداد 243 نفر به طور تصادفی ساده انتخاب شدهاند. ابزار پژوهش شامل پرسشنامه ی استاندارد مدیریت دانش بر اساس مدل (جوزف حداد) و پرسشنامه استاندارد مدیریت ارتباط با مشتری است که ضریب پایایی پرسشنامه ها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ مورد ارزیابی قرار گرفت که به ترتیب 0 / 71 و 0 / 76 میباشد. بررسی نتایج نشان داد که بین مولفه های مدیریت دانش و موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری همبستگی مثبت و معنیداری وجود دارد.

## کلمات کلیدی:

استقرار مدیریت دانش، مدیریت ارتباط با مشتری، تجارب مدیریتی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/681184>

