

## عنوان مقاله:

الگوی ارزیابی سطح مدیریت دانش و رضایت مشتری در سازمانهای صنعتی ایران (پژوهشی در صنعت خودرو)

## محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات (سال: 1387)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

## نویسندگان:

سیدمهدی الوانی - استاد دانشگاه علامه طباطبائی

کیوان شاهقلیان - استادیار دانشگاه آزاد اسلامی

## خلاصه مقاله:

رضایت‌مندی واکنش احساسی مشتری است که از تعامل با سازمان عرضه کننده یا مصرف محصول حاصل می گردد رضایت از درک متفاوت مابین انتظارات مشتری و عملکرد واقعی محصول یا سازمان حاصل می شود تجربیات قبلی مشتری از مصرف محصول و همچنین تجربه او از تعامل با سازمان عرضه کننده در شکل دهی انتظارات وی نقشی اساسی ایفا میکند ارتقای سطح رضایت مندی مشتری باعث ارتقای میزان سودآوری و افزایش سهم ما در بازار رقابت خواهد شد از طرفی در دنیای امروز سرمایه دانش و خردمندی نیز تنها راه ایجاد ثروت در سازمان ها و جوامع است سرمایه های طبیعی و انسانی زمانی به ثروت تبدیل می شوند که با سرمایه دانش آمیخته و عجین شده باشند. دانش اطلاعات دارایی های معنوی، تخصص، صلاحیهای حرفه ای، ابزارهای تولید ثروت اند و جوامعی که فاقد این ابزارها باشند فقیر محسوب می شوند توانمندی امروز و بدست آوردن رضایت مشتری در گروه دارا بودن سرمایه دانش بوده و بکارگیری مجموعه ظرفیتهای ذهنی خلاق است که بطور موثری توسعه و پیشرفت را ممکن می سازد.

## کلمات کلیدی:

دانش، مدیریت دانش، رضایت مشتری، صنعت خودرو

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/86544>

