

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر سامانه های مدیریت ارتباط با مشتری بر تولید دانش (مورد نمونه: مشتریان صندوق بازنشستگی کشور)

## محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی توانمند سازی جامعه در حوزه علوم انسانی و مطالعات مدیریت (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

## نویسندگان:

نیکتا عبدی پور - فارغ التحصیل کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی داخلی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

حسین وظیفه دوست - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات، تهران

## خلاصه مقاله:

در سال های اخیر مدیریت دانش به عنوان یکی از عبارت های شایع در سازما های مورد عنایت واقع شده است. این سیستم بر اکتساب دانش از کارکنان درباره مشتری، رقبا و محصولات سازمان تاکید دارد. به عبارت دیگر مدیریت دانش تشویق کارکنان در جهت تسهیم دانش، به اشتراک گذاشتن دانش و ایده ها به منظور افزایش ارزش افزوده محصولات می باشد. بنابراین چشم انداز مدیریت دانش، درون سازمانی است و مزیت آن رضایت مشتری از خدمات و محصولات بهتر است. به هر حال هنگامی که سازمان شروع به توسعه شایستگی های خود در مدیریت دانش درون سازمانی می کند. از آن در جهت دستیابی به اهداف سازمانی کمک می گیرد، بینش خود را کمی وسیع تر ساخته و به منابع جدیدی از دانش که لزوما درون مرزهای سازمانی قرار نگرفته است، چشم می ورزد و با تاکید بردانش به عنوان دانش مشتری منبع کلیدی رقابتی در دنیای امروزی، سازمان ها باید به عنصر کلیدی دیگری یعنی مشتری نیز توجه کنند پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر سامانه های مدیریت ارتباط بامشتری بر تولید دانش در مشتریان صندوق بازنشستگی کشور اجرا شد. به این منظور از پرسشنامه استاندارد حاوی 20 سوال جهت جمع آوری اطلاعات مورد نیاز استفاده گردید و توسط 384 نفر از مشتریان پاسخ داده شد. همچنین برای تحلیل داده ها از مدل معادلات ساختاری استفاده شد. و پایایی پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ 0.88 مورد سنجش قرار گرفت. نتیجه پژوهش این موضوع را تایید کرد که سامانه های مدیریت ارتباط با مشتری بر تولید دانش در مشتریان صندوق بازنشستگی کشور تاثیر دارد. در پایان براساس یافته های تحقیق پیشنهاداتی ارائه گردید.

## کلمات کلیدی:

سامانه های مدیریت ارتباط با مشتری، تولید دانش

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/877653>

