

عنوان مقاله:

نقش مدیریت دانش در خلق ارزش خدماتی برای مشتریان (مطالعه موردی: بانک صادرات)

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد و توسعه (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

الهام شاهمندی - استادیار گروه مدیریت ، واحد دولت آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران

علی رضا پورعجم - گروه مدیریت ، واحد دولت آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش مدیریت دانش در خلق ارزش خدماتی برای مشتریان در بانک صادرات انجام شد. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی، از لحاظ رویکرد توصیفی-پیمایشی میباشد. جامعه آماری این تحقیق همه مدیران و کاکنان شعب بانک صادرات ایران در شهر اصفهان بودند (460 نفر) که از میان آنها 210 نفر (بر اساس جدول کرجسی و مورگان) از روش نمونه برداری تصادفی ساده به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ابزار اصلی جمع آوری داده ها در این تحقیق، پرسشنامه های محقق ساز مشتمل بر 55 گویه بود که در آن پاسخ ها بر اساس طیف پنج گزینه ای لیکرت تنظیم شدند. روایی این پرسشنامه به روش روایی صوری و تحلیل عاملی تاییدی، و پایایی آن نیز از طریق محاسبه ضریب آلفای کرونباخ مورد بررسی و تایید قرار گرفت. بعد از توزیع و جمع آوری داده ها، انجام تجزیه و تحلیل های لازم از طریق نرم افزار های SPSS و LISREL در دستور کار قرار گرفت. در این فرایند، آنالیزهایی همچون محاسبه ضریب آلفای کرونباخ، آمار توصیفی در خصوص متغیرهای تحقیق، آزمون کولموگراف-اسمیرنوف، تحلیل عاملی تاییدی، و تحلیل مسیر به انجام رسید. سرانجام، نتایج تحقیق نشان داد که در بانک صادرات استان اصفهان، مدیریت دانش بر خلق ارزش خدماتی تاثیرگذار بوده و در این میان، مدیریت ارتباط با مشتری نقش میانجی را ایفا میکند.

کلمات کلیدی:

مدیریت دانش، مدیریت ارتباط با مشتری، ارزش خدماتی، بانک صادرات، استان اصفهان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/914996>

