

عنوان مقاله:

نقش مدیریت دانش مشتری و بازار محوری بر عملکرد کارکنان بانک مسکن استان سیستان و بلوچستان

محل انتشار:

ششمین کنگره بین المللی توسعه و ترویج علوم و فنون بنیادین در جامعه (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

ام البنین کیخا - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد زاهدان، زاهدان، ایران

عالمه کیخا - عضو هیات علمی دانشگاه زابل، زابل، ایران

ابراهیم حدادی - عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد زاهدان، زاهدان، ایران

خلاصه مقاله:

در عصر حاضر نیروی انسانی نقش مهمی در مسیر رقابتی برای بانک ها ایفا می کند و بی شک سازمانی موفق است که به کسب دانش مشتری و بازار محوری توجه نماید زیرا که این امر نقش بارزی در موفقیت بانک در عرصه رقابتی خواهد داشت. هدف پژوهش حاضر نقش مدیریت دانش مشتری و بازار محوری بر عملکرد کارکنان بانک مسکن استان سیستان و بلوچستان است. روش پژوهش از نوع توصیفی پیمایشی، مبتنی بر معادلات ساختاری است و جامعه آماری شامل کلیه کارکنان بانک مسکن سیستان و بلوچستان میباشد. حجم نمونه از بین 365 نفر طبق جدول مورگان برابر با 183 نفر به روش نمونه گیری تصادفی ساده برآورد شده است. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه های استاندارد مدیریت دانش مشتری سوفیانتی و همکاران (2010)، بازار محوری ازر و همکاران (2006)، و عملکرد کارکنان هرسی و گلداسمیت (1981) استفاده شده که روایی محتوایی به تایید استاد راهنما و روایی سازه از طریق تحلیل عاملی تایید گردید و پایایی نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ترکیبی برابر با 0/741، 0/855 و 0/896 محاسبه شده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزارهای آماری spss23 و PLS3 استفاده شده است. یافته های پژوهش نشان می دهد که، مدیریت دانش مشتری و بازار محوری بر عملکرد کارکنان بانک مسکن استان سیستان و بلوچستان تاثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین مدیریت دانش مشتری بر بازار محوری کارکنان بانک مسکن استان سیستان و بلوچستان تاثیر مثبت و معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

مدیریت دانش مشتری، بازار محوری، عملکرد کارکنان، بانک مسکن، سیستان و بلوچستان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/917057>

