

عنوان مقاله:

تاثیر مدیریت دانش مشتری و نوآوری بر عملکرد مالی سازمان

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت نوآفرینی، دوره 2، شماره 1 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

کبری کلاه کج - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، گرایش مدیریت بازاریابی، خوزستان، ایران

فاضل پوریان فر - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش بازرگانی بین المللی، خوزستان، ایران

خلاصه مقاله:

این پژوهش به دنبال اندازه گیری اثر مدیریت دانش مشتری و نوآوری بر عملکرد مالی سازمان با نقش میانجی متغیرهای سازمانی است. جامعه آماری پژوهش کلیه شعب بانک های دولتی شهرستان اهواز است که در سال ۱۴۰۰ تعداد کل آن ها ۱۴۵ شعبه میباشد، روش نمونه گیری مورد استفاده در این تحقیق، نمونه گیری تصادفی ساده بوده و حجم نمونه مناسب تحقیق بر اساس فرمول کوکران ۱۰۵ شعبه بدست آمده است. روش تحقیق به لحاظ جمع آوری داده ها توصیفی از نوع پیمایشی است و با استفاده از ابزار پرسشنامه مورد آزمون قرار گرفته است. مفاهیم اصلی مورد استفاده در مدل مدیریت دانش مشتری، نوآوری، متغیرهای سازمانی و عملکرد مالی سازمان می باشند. در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل اطلاعات، از آزمون های مدل سازی مسیری PLS با کمک نرم افزار SmartPLS-۳/۳ و Spss-۲۴ به منظور بررسی ارتباط بین متغیرهای تحقیق استفاده شده است. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها نشان داد که مدیریت دانش مشتری بر متغیرهای سازمانی اثر مثبت دارد و همچنین نوآوری بر متغیرهای سازمانی اثر مثبت دارد، از سوی دیگر مدیریت دانش مشتری بر عملکرد مالی سازمان اثر مثبت دارد، همچنین نوآوری بر عملکرد مالی سازمان اثر مثبت دارد و در نهایت متغیرهای سازمانی بر عملکرد مالی سازمان اثر مثبت دارد.

کلمات کلیدی:

مدیریت دانش مشتری، نوآوری، متغیرهای سازمانی، عملکرد مالی سازمان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1639806>

