

بررسی ارتباط بین مدیریت دانش و ارتباط با مشتری در نمایندگی های بیمه استان خراسان رضوی

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۴/۲۵

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۵/۳۱

کد مقاله: ۶۵۷۰۸

کیوان زارعی^۱، عبدالرضا اسعدی^۲

چکیده

مدیریت دانش چارچوبی برای اعمال ساختارها و فرآیندهایی در سطوح فردی، گروهی، سازمانی در جهت اینکه سازمان بتواند از آنچه می‌داند یاد بگیرد و در صورت نیاز دانش جدید را کسب کند تا برای مشتریان و ذی‌نفعانش ارزش خلق کند. بنابراین هدف از این پژوهش بررسی ارتباط بین مدیریت دانش و ارتباط با مشتری می‌باشد. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات یک تحقیق توصیفی است. جامعه آماری این پژوهش عبارت از کلیه مشتریان شعبه های بیمه ای در نمایندگی های بیمه در استان خراسان رضوی می‌باشد. حجم نمونه کل، ۱۹۸ مورد می‌باشد که پس از حذف مقادیر گمشده و موارد پرت در نهایت ۱۹۵ مشاهده مورد بررسی نهایی قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده ها در این قسمت از نرم افزار آماری spss از نسخه ۱۸ استفاده شده است. سپس برای تجزیه و تحلیل داده ها در سطح استنباطی داده ها، از نرم افزار لیزرل استفاده شد. نتایج نشان داد که بین مدیریت دانش با مدیریت ارتباط با مشتری رابطه معناداری وجود دارد.

واژگان کلیدی: مدیریت دانش، مدیریت ارتباط با مشتری، شرکت های بیمه

۱- کارشناس ارشد مدیریت بیمه، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد نیشابور؛ Z915513@yahoo.com

۲- استادیار مدیریت مالی، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد نیشابور؛ Abdorrezasadi@yahoo.com