



کنگره بین المللی علوم و مهندسی

آلمان - هامبورگ

اسفند ماه ۱۳۹۶

تجزیه و تحلیل رابطه هوش سازمانی با مدیریت ارتباط با مشتری از دیدگاه مدیران و کارشناسان

محمد بازاری*^۱

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت، آموزش بهسازی منابع انسانی

Mohammadbazari63@Gmail.com

چکیده:

هدف اصلی این تحقیق تجزیه و تحلیل رابطه هوش سازمانی با مدیریت ارتباط با مشتری از دیدگاه مدیران و کارشناسان می باشد و روش پژوهش توصیفی-تحلیلی و با استفاده مطالعات کتابخانه ای و اسنادی به این امر پرداخته شده است در خلال سالهای اخیر ارزیابی عملکرد به عنوان یکی از مفاهیم مهم مدیریت تبدیل شده و با فرهنگ سازمانهای پیشرو عجین گشته است که ضمن ارتقای پاسخگویی، میزان تحقق اهداف و برنامه های هر سازمان را مشخص می کند. بنابراین در دنیای پیچیده کنونی مدیران یک سازمان به منظور دستیابی به اهداف و برنامه های سازمان خود و همچنین رشد و بقا در محیط متلاطم امروزی نیازمند ویژگیهای خاصی می باشند که هوش سازمانی یکی از مؤلفه هایی است که مدیران عصر حاضر بایستی دارا باشند تا با کسب دانش عمیق نسبت به همه عوامل محیطی باعث هوشمندی سازمان باشند و در نتیجه آن بهتر بتواند سازمان تحت هدایت خود را در دنیای متلاطم و رقابتی مدیریت کنند. هوش سازمانی را میتوان به عنوان یکی از انواع هوش شناختی در نظر گرفت که با هوش هیجانی مرتبط است. از این رو، به لحاظ تئوریک، احتمالاً هوش سازمانی میتواند از طریق هوش سازمانی به دنبال آن است که با سنجش وضعیت هوشمندی سازمان، توانایی ها و ضعف های آنها را شناسایی و بر اساس نتایج بدست آمده، راهکارهای لازم را برای بهبود هوش سازمانی و در نهایت بهبود عملکرد سازمان ارائه نماید. هوش سازمانی با تکیه بر هوش انسانی، منبع نامحدودی از سرمایه های فکری است که اگر به درستی شناسایی و مدیریت شود، توانایی انعطاف پذیری سازمان را در انطباق با نیازهای بومی، ملی و جهانی افزایش می دهد. همچنین با فراهم کردن بستر مناسب، زمینه های لازم جهت خلق مدیریت دانش و یادگیری سازمانی را فراهم نموده و قدرت ایده پردازی، خلاقیت و نوآوری را ارتقاء می بخشد. چندین ساز و کار مکمل به بهبود عملکرد کمک نماید.

واژگان کلیدی: هوش سازمانی، ارتباط با مشتری، مدیریت ارتباط با مشتری، دیدگاه مدیران و کارشناسان