

مطالعه ی نقش میانجی تعهد سازمانی و مدیریت دانش در تأثیر زیرساخت های تکنولوژی مدیریت ارتباط با مشتری بر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری

فاطمه عفت پناه*، دکتر مهدی فدایی،

1394-11-28

مدیریت ارتباط با مشتری یکی از مباحثی است که در چند سال اخیر توجه بسیاری از سازمان ها را به خود جلب کرده است و هر سازمان در تلاش است با رعایت این اصول خود را زمینه را برای عملکرد بهتر نسبت به رقبا فراهم کند. سازمان های خدماتی درمانی نیز در این میان از این قاعده مستثنی نبوده اند. لذا هدف اصلی این پژوهش مطالعه ی نقش میانجی تعهد سازمانی و مدیریت دانش در رابطه ی زیرساخت های تکنولوژی مدیریت ارتباط با مشتری و موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری است. در این راستا محقق سوال اصلی خود را نیز به اینصورت مطرح کرده که آیا زیرساخت های تکنولوژی مدیریت ارتباط با مشتری با نقش میانجی تعهد سازمانی و مدیریت دانش بر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری تاثیر دارد؟ لذا پژوهش جاری از نوع پژوهش های کاربردی و از نظر دسته بندی پژوهش بر حسب نحوه ی گردآوری داده ها از نوع تحقیقات توصیفی است. جامعه ی آماری تحقیق کلیه ی مراکز بهداشتی درمانی در استان گیلان می باشد. لازم به توزیع است که در هر مرکز بهداشتی درمانی، مدیر مرکز به سوالات پرسشنامه پاسخ داده است. تعداد کلیه ی مراکز بهداشتی درمانی در کل استان گیلان برابر با 98 واحد می باشد. در این پژوهش از روش سرشماری استفاده شده است. ابزار جمع آوری اطلاعات پرسشنامه ی استاندارد است. کلیه ی تجزیه و تحلیل داده ها از طریق نرم افزارهای اس پی اس و پی ال اس انجام شده است. برای بررسی فرضیه های پژوهش از تحلیل عاملی تاییدی و حداقل مربعات جزئی استفاده شده است. نتیجه ی پژوهش حاکی از تاثیر مثبت و معنی دار زیرساخت های تکنولوژی مدیریت ارتباط با مشتری بر تعهد سازمانی و مدیریت دانش بود. تاثیر مثبت و معنی دار تعهد سازمانی بر مدیریت دانش و موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری به تایید رسیده است. در نهایت در فرضیه ی انتهایی تحقیق نیز تاثیر مثبت و معنی دار مدیریت دانش بر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری نیز به تایید رسیده است.

کلمات کلیدی : واژگان کلیدی: مدیریت ارتباط با مشتری، تعهد سازمانی، مدیریت دانش، مراکز بهداشتی درمانی، حداقل مربعات جزئی.