

ارائه الگوی آموزش مدیریت دانش در شرکت -های خدمات پس از فروش خودرویی بر اساس روش آمیخته (مطالعه موردی شرکت ایساکو)

فرشته کردستانی

fe.kordestani92@gmail.com

سعیده سلطانی (مسئول مکاتبات)

sa.soltani91@yahoo.com

عباس خورشیدی

a_khorshidi40@yahoo.com

چکیده فارسی

پژوهش حاضر با هدف ارائه الگوی آموزش مدیریت دانش در شرکت‌های خدمات پس از فروش خودرویی ایساکو انجام شده است. روش پژوهش از لحاظ اهداف کاربردی و از نظر نظر داده‌ها، آمیخته اکتشافی (کیفی-کمی) و از نظر ماهیت در بعد کیفی، داده بنیاد از نوع خود ظهور و در بعد کمی، پیمایشی مقطعی است. میدان تحقیق این پژوهش را تعدادی از خبرگان (افراد معرفی شده توسط اساتید و دارای دکترای تخصصی و پژوهش در زمینه مدیریت دانش) این حوزه و در بخش کمی کلیه کارکنان شرکت (مدرک لیسانس به بالا و آشنا با مدیریت دانش) به تعداد ۱۴۰ نفر تشکیل می‌دهد. روش نمونه‌گیری در بخش کیفی آگاهانه هدفمند از نوع گلوله برفی بوده و تعداد ۱۸ نفر خبره انتخاب شدند که در خبره شماره ۱۵ به اشباع نظری رسیدیم. در بخش کمی بر اساس فرمول تعیین حجم مورگان ۱۰۶ نفر بعنوان تعداد نمونه انتخاب شدند. در پژوهش حاضر پس از کدگذاری باز و محوری ابزار سنجش حاصل شده، در قالب یک فرم تنظیم و برای خبرگان جهت کدگذاری انتخابی ارسال و مورد اعتبارسنجی قرار گرفت و بر این اساس پرسشنامه محقق ساخته طراحی و میان نمونه آماری بصورت تصادفی طبقه‌ای انتخاب شده توزیع گردید. سپس داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از آمار توصیفی و استنباطی تجزیه و تحلیل شد و در پایان الگویی با ۷ بعد، ۲۶ مؤلفه و ۱۳۸ شاخص احصا شد. ابعاد شناسایی شده در یک ساختار متجانس، سازه‌های الگوی یک مفهوم تحت عنوان الگوی آموزش مدیریت دانش در شرکت‌های خدمات پس از فروش خودرویی را حمایت می‌کنند و بر اساس این الگو شرکت‌های این صنعت می‌توانند در مسیر تعالی آموزش مدیریت دانش حرکت نمایند. الگوی ارائه شده می‌تواند بعنوان بنایی برای سازمانها جهت تعریف اقدامهای بهبود و توسعه‌ای مورد استفاده قرار گیرد.