

## عنوان مقاله:

بررسی رابطه عوامل سازمانی بر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری (مطالعه موردی: بانک های دولتی شهرستان سنندج)

## محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

## نویسندگان:

شهاب احمدی - گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران

هیرش سلطان پناه - استادیار گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج، سنندج، ایران

## خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر به بررسی رابطه عوامل سازمانی بر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری در بین کارکنان بانک های دولتی شهرستان سنندج پرداخته است. جامعه آماری این پژوهش را کارکنان شعب بانک دولتی شهرستان سنندج تشکیل می دهند که در زمان انجام پژوهش تعداد آنان برابر با 659 نفر بوده است و تعداد 243 نفر به عنوان نمونه آماری با استفاده از فرمول کوکران انتخاب گردیدند. از روش پرسشنامه جهت جمع آوری داده ها استفاده گردید، داده ها با برنامه SPSS18 و LISREL8.7 در دو سطح توصیفی و استنباطی با استفاده از آزمون های ضریب همبستگی پیرسون، تحلیل رگرسیون و مدل معادلات ساختاری تجزیه و تحلیل شدند. پایایی پرسشنامه ها با ضریب آلفای کرونباخ محاسبه و برای پرسشنامه های عوامل سازمانی بر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری به ترتیب برابر با 0/872 و 0/862 شد. تمامی فرضیات در سطح 0/05 اطمینان تایید گردید و نتایج نشان داد، به طور کلی نتایج فرضیات پژوهش نشان داد، عوامل سازمانی با ضریب اثر 0/80 بر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری رابطه و تاثیر مثبت و معناداری داشته است. از بین عوامل سازمانی بعد ساختار سازمانی بالاترین میزان اثر را بر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری داشته و در رتبه اول قرار گرفته است؛ بعد رهبری از لحاظ میزان تاثیر بر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری در رتبه دوم و بعد کارکنان در رتبه سوم قرار گرفته است.

## کلمات کلیدی:

عوامل سازمانی، موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری، بانک های دولتی، شهرستان سنندج

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1019850>

