

عنوان مقاله:

بررسی و توصیف اثربخشی مدیریت ارتباط با مشتری در تعاونی اعتبار ثامن الائمه (ع)

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، نوآوری و تولید ملی (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

سنجر سلاجقه - کارشناسی ارشد و دکتری

مأده حمزوی - دانشجوی کارشناسی ارشد

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر به منظور بررسی و توصیف اثربخشی مدیریت ارتباط با مشتری در تعاون اعتبار ثامن الائمه ع استان کرمان انجام گرفته است. تحقیق حاضر توصیفی از نوع همبستگی می باشد و از نظر هدف جز تحقیقات کاربردی است که با استفاده از روش تحقیقات میدانی به جمع آوری داده ها پرداخته است. جامعه آماری در این تحقیق شامل کلیه کارکنان تعاونی اعتبار ثامن الائمه ع در 13 شعبه در استان کرمان می باشد که تعداد کل کارکنان 87 نفر است و کل افراد به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند برای توصیف اثربخشی مدیریت ارتباط با مشتری از پرسشنامه حاوی 29 سوال در مقیاس 5-گزینه ای لیکرت استفاده شده است. یافته های حاصل از این تحقیق نشان داد که اثربخشی مدیریت ارتباط با مشتری در تعاونی اعتبار ثامن الائمه ع در سطح بالایی قرار دارد.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، اثربخشی مدیریت ارتباط با مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/189593>

