

عنوان مقاله:

اولویت بندی عوامل موثر بر مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیک در شرکت گاز گلستان

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت و توسعه پایدار، دوره 3، شماره 1 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

نظاره کرد - گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.

پرویز سعیدی - گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.

روح اله سمیعی - گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.

سامره شجاعی - گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش، اولویت بندی عوامل موثر بر مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیک در شرکت گاز گلستان است. این تحقیق از نظر روش در حوزه تحقیقات کاربردی قرار دارد که تحقیقی توصیفی پیمایشی است. برای تجزیه و تحلیل داده ها از نظرات خبرگان سازمانی و تجربی در حوزه مدیریت بازاریابی استفاده شده است. ابزار جمع آوری داده ها، پرسشنامه محقق ساخته می باشد. پرسشنامه در جامعه آماری کارکنان، کارشناسان و معاونین شرکت گاز استان گلستان توزیع شده است. تجزیه و تحلیل داده ها از روش مدل سازی ساختاری تفسیری (ISM) و روش دلفی فازی با استفاده از ابزار پرسشنامه توسط خبرگان انجام شده است. همچنین، عناصر تشکیل دهنده الگوی مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیک از ادبیات نظری تعیین شده است. خروجی این مرحله با شناسایی ۵۰ مولفه در قالب شش بعد اصلی بود. یافته ها نشان دادند که شش بعد اصلی مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیک شامل عوامل ارتباطی، عوامل الکترونیک، عوامل تکنولوژیکی، عوامل مدیریتی، عوامل اطلاعاتی و عوامل محرک است.

کلمات کلیدی:

ارتباطات سازمانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2057883>

