

عنوان مقاله:

عوامل موثر بر پذیرش تکنولوژی CRM توسط کارکنان (مطالعه موردی بانک پارسیان شهر قم)

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت چالشها و راهکارها (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

علی رضاوندی - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت اجرایی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات کرمانشاه

کیومرث سهیلی - دانشیار، اقتصاد پولی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه رازی کرمانشاه

مجتبی الماسی - دانشیار، اقتصاد محض، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه رازی کرمانشاه

خلاصه مقاله:

فاصله زیاد کشور ایران با کشورهای پیشرفته در زمینه تولید فناوری باعث شده تا ایران به عنوان واردکننده فناوری، عمل کرده اما با اینوجود، در بسیاری از موارد شاهد هستیم که این فناوریها به طور مناسب مورد استفاده قرار نمیگیرند و یا پس از مدتی به علت عدم بهره گیری مناسب، به طور کلی کنار نهاده میشوند. ولی موضوع مهمی که کمتر مورد توجه قرار میگیرد، نحوه پذیرش فناوری و عواملی که بر این پذیرش اثر میگذارند، میباشد. فناوری CRM یا همان سیستم مدیریت ارتباط با مشتری نیز از جمله این فناوریها میباشد که امروزه سازمانها و شرکتهای بزرگ دنیا اعم از خدماتی و یا تولیدی از آن به صورت کامل جهت دستیابی به اهداف خود استفاده میکنند. با توجه به موارد فوق این پژوهش در صدد بررسی عوامل موثر بر پذیرش فناوری (CRM) در کارکنان بانک پارسیان شهر قم بوده است. روش جمع آوری دادهها در این پژوهش میدانی و ابزار جمع آوری دادهها، پرسشنامههای بسته با طیف لیکرت 03 سوال طراحی و در مقیاس طیف پنج گزینه لیکرت طراحی شده است. و در بین جامعه آماری (بانک پارسیان) به تعداد 03 نفر از کارکنان که تجربه استفاده از CRM را داشته اند توزیع گردید. و به منظور بررسی تجزیه و تحلیل دادهها و رابطه بین متغیرها از آزمون پیرسون و رگرسیون استفاده شده است و همچنین یافته های پژوهش نشان داد که در نهایت سه فرضیه اول پژوهش رد و فرضیه های 4 تا 8 پژوهش در سطح اطمینان 59 درصد تأیید شدند.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)، نیت رفتاری، تکنولوژی مناسب کار (TTR)، تئوری واحد پذیرش و کاربرد تکنولوژی (UTAUT)

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/260449>

