

عنوان مقاله:

بررسی عوامل سازمانی و روانشناختی موثر بر مدیریت ارتباط با مشتری

محل انتشار:

همایش بین المللی مدیریت (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

احسان رکنی - کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور شیراز، ایران

مهرداد احمدی - استادیار، مدیریت، گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور شیراز، ایران

علیرضا موغلی - استادیار، مدیریت، گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور شیراز، ایران

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل سازمانی و روانشناختی موثر بر مدیریت ارتباط با مشتری صورت پذیرفت. روش تحقیق پژوهش حاضر توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش را 481 نفر از پرسنل بانک رفاه شهرستان شیراز تشکیل می دهند که از این میان 214 نفر از طریق روش نمونه گیری طبقه بندی تصادفی ساده انتخاب شده و ابزار گردآوری اطلاعات، تلفیقی از پنج پرسشنامه استاندارد می باشد امتیازدهی پرسشنامه به صورت لیکرت 5 گزینه ای بود. برای بررسی تحلیل از آمارهای توصیفی، تحلیل مسیر و شاخص های نکوی برازش با استفاده از نرم افزارهای lisrel8.5 استفاده گردید. نتایج پژوهش به طور کلی نشان داد که تعهد سازمانی به صورت مستقیم بر مدیریت ارتباط با مشتری اثر معنادار ندارد

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، تعهد سازمانی، مدیریت دانش، رضایت مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/344301>

