

## عنوان مقاله:

بررسی موانع پیاده سازی مدیریت ارتباط الکترونیکی با مشتری E-crm در شعب بانک تجارت کرمانشاه

## محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی حماسه سیاسی (با رویکردی بر تحولات خاورمیانه) و حماسه اقتصادی (با رویکردی بر مدیریت و حسابداری)  
(سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

## نویسندگان:

محمد رضا ابراهیمی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی (گرایش بازاریابی) دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرمانشاه، گروه مدیریت، کرمانشاه، ایران

یونس شهبازی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی (گرایش بازاریابی) دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرمانشاه، گروه مدیریت، کرمانشاه، ایران .

سعید جوربنیان - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی (گرایش مالی) دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرمانشاه، گروه مدیریت، کرمانشاه، ایران

بهروز شهبازی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی (گرایش تحول) دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرمانشاه، گروه مدیریت، کرمانشاه، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف از انجام این پژوهش بررسی موانع پیاده سازی مدیریت ارتباط با مشتری در شعب بانک تجارت شهر کرمانشاه می باشد. این پژوهش از نوع توصیفی- پیمایشی و از نظر هدف از روش کاربردی استفاده نمودیم. ابزار بکار گرفته به منظور جمع آوری داده ها پرسشنامه محقق ساخته بود. از میان جامعه آماری که شامل کلیه کارکنان موجود در شعب بانک می باشد که تعداد 96 نفر به عنوان نمونه آماری با استفاده از فرمول کوکران انتخاب گردیدند. روش نمونه گیری در این پژوهش به صورت تصادفی طبقه ای ساده می باشد و روایی پرسشنامه با استفاده از نظر اساتید و همچنین کارشناسان خبره تأیید شده است. همچنین پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه مقدار مناسب و قابل قبولی می باشد که با استفاده از نرم افزار SPSS محاسبه گردیده است. در مجموع از 96 نمونه آماری که در پرسشنامه شرکت نمودند و تجزیه و تحلیل به بدست آمده از فرضیات پژوهش که شامل هفت فرضیه می باشد، تمامی فرضیات با سطح معناداری بالای پذیرفته شدند یعنی قابلیت های مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی (eCRM) بر روی متغیرهای وابسته خودکاملاً تأثیر معناداری داشتند.

## کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی- مشتری- بانک- عملکرد

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/494588>

