ارزیابی اثر ابعاد مدیریت ارتباط با مشتری(CRM) بر عملکرد سازمانی (مورد مطالعه : کارکنان شرکت سبحان دارو رشت)

مرسده پورتوکلی *,

1395-6-20

چکیده مدیریت ارتباط با مشتری بعنوان بهترین استراتژی و تمرین برای بهبود عملکرد و تضمین بقای بلند مدت سازمان میباشد. تاثیر اجرای مدیریت ارتباط با مشتری بر عملکرد سازمانی به اندازه کافی درک نشده و هنوز فقدان مطالعات تجربی در این زمینه احساس میشود. هدف از پژوهش حاضر سنجش رابطه بین ابعاد CRM و عملکرد سازمان در شرکت سبحان دارو رشت می باشد. این پژوهش از نظر هدف، از نوع کاربردي است. همچنین پژوهش حاضر از نظر نحوه جمع آوری داده‌ها یک تحقیق توصیفی از نوع همبستگی محسوب مي-شود. ابزار جمع آوری داده ها پرسشنامه استاندارد می باشد. جامعه آماري این تحقیق از کارکنان شرکت سبحان دارو رشت تشکیل شده که با استفاده از فرمول کوکران برای جامعه محدود حجم نمونه 204 تخمین زده شده است که برای اطمینان بیشتر تعداد 250 پرسشنامه توزیع گردید که 211 پرسشنامه برگشت داده شده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده ها در بخش آمار توصیفی از نرم افزار Spss در بخش آمار استنباطی جهت آزمون فرضیات از مدل سازی معادلات ساختاری و نرم افزار Graphic Amos استفاده گردیده است. نتایج نشان داد ابعاد CRM بر عملکرد سازمان تاثیر دارد.

کلمات کلیدی : واژگان کلیدی : عملکرد سازمانی، CRM ، عملکرد مالی، مشتری محوری

Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database
دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها