



سومین همایش ملی و سومین همایش بین‌المللی مدیریت و حسابداری ایران

The third National and International Conference of
Management and Accounting Iran



بررسی ارتباط بین سیستم تحلیلی مدیریت ارتباط با مشتری در خلق دانش مشتری

مطالعه موردی: بانک ملت شعب استان گلستان

دکتر محمود رضا مستقیمی^۱، کامبیز صمیمی^۲

Kambiz ۵۰۲۱@gmail.com

چکیده

هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی تعیین رابطه سیستم‌های مدیریت ارتباط با مشتری با خلق دانش مشتری در بانک ملت شعب استان گلستان بوده است. این تحقیق از نظر هدف جزء تحقیقات کاربری و جزء تحقیقات توصیفی-همبستگی به حساب می‌آید. در این تحقیق سیستم‌های مدیریت ارتباط با مشتری بعنوان متغیر مستقل مورد سنجش قرار گرفته اند و رابطه آن با خلق دانش بر اساس آزمون رگرسیون چند متغیره به روش گام به گام مورد بررسی قرار گرفت. جامعه آماری در این تحقیق شامل کلیه کارکنان بانک ملت شعب استان گلستان می‌باشد که ۲۷۰ نفر را شامل می‌گردد. نمونه آماری در این تحقیق با استفاده از جدول مورگان و کرجسی برابر ۱۵۹ نفر تعیین گردید که به روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب گردیدند. با بررسی فرضیات تحقیق نتیجه به دست آمده نشان می‌دهد که رابطه معناداری بین مدیریت ارتباط با مشتری با خلق دانش مشتری رابطه ی معناداری وجود ندارد.

کلید واژه :

مدیریت ارتباط با مشتری، سیستم تحلیلی، خلق دانش مشتری

^۱ استاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی ، گرایش بازاریابی ، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول