

عنوان مقاله:

تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی مدیریت دانش در شعب بانک سپه استان البرز

محل انتشار:

هشتمین کنفرانس ملی رویکردهای نوین در آموزش و پژوهش (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

فرزانه کریمی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی گرایش توسعه منابع انسانی، موسسه آموزش عالی مارلیک

جعفر کیالاشکی - دکتری مدیریت دولتی گرایش رفتار سازمانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس

خلاصه مقاله:

هدف اصلی تحقیق حاضر تعیین تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی مدیریت دانش در شعب بانک سپه استان البرز می باشد. روش تحقیق در این مطالعه توصیفی از نوع پیمایشی و ازلحاظ هدف کاربردی میباشد. جامعه آماری تحقیق حاضر را کارکنان شعب بانک سپه استان البرز تشکیل داده اند. برای نمونه گیری در این تحقیق از روش نمونه گیری تصادفی با تخصیص متناسب استفاده شده است که به کمک جدول مورگان تعداد ۱۸۱ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند و پرسشنامه بین آنها توزیع شد. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه بوده است. برای سنجش روایی پرسشنامه ها از تحلیل عاملی تاییدی استفاده شده است. پایایی پرسشنامه ها نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ مورد تایید قرار گرفت. روش تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار LISREL انجام شد. یافته های تحقیق حاکی از این است که مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی مدیریت دانش در شعب بانک سپه استان البرز تاثیر مثبت و معناداری دارد. مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی بر عملکرد سازمانی و مدیریت دانش به صورت مستقیم نیز تاثیر مثبت و معناداری دارد. مدیریت دانش نیز بر عملکرد سازمانی تاثیر مثبت و معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی، عملکرد سازمانی، مدیریت دانش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1953546>

