



پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد: هادی فیض‌آبادی، ۱۳۹۶

بررسی تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری و سیستم هوش تجاری بر عملکرد بانک‌های خصوصی شهرستان سبزوار

پژوهش حاضر، با هدف بررسی تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری و هوش تجاری بر عملکرد شعب بانک‌های خصوصی شهرستان سبزوار صورت گرفته است. روش پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری شامل کلیه مدیران و کارکنان بانک‌های خصوصی شهرستان سبزوار به تعداد 35 نفر می‌باشند که بصورت کل شماری مورد بررسی قرار گرفتند. جهت گردآوری داده‌ها از پرسشنامه مدیریت ارتباط با مشتری چانگ (2014)، هوش تجاری پوپویچ (2012) و عملکرد اسمیرنوا (2011) استفاده شده است. جهت تعیین روایی پرسشنامه، از روایی محتوا استفاده شد. همچنین پایایی پرسشنامه‌ها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ (مدیریت ارتباط با مشتری «0/87»، هوش تجاری «0/88» و عملکرد «0/91») ارزیابی شد. یافته‌ها نشان می‌دهد که: 1) مدیریت ارتباط با مشتری و هوش تجاری بر عملکرد بانک تاثیر دارند ($r^2 = 0/32$). 2) بین مدیریت ارتباط با مشتری و عملکرد رابطه معناداری وجود دارد ($r = 0/53$). 3) بین هوش تجاری و عملکرد رابطه معناداری وجود دارد ($r = 0/52$).

کلیدواژه‌ها: کلید واژگان: مدیریت ارتباط با مشتری، هوش تجاری، عملکرد. بانک‌ها

شماره‌ی پایان‌نامه: ۱۲۷۲۱۲۱۵۹۵۲۰۲۱

تاریخ دفاع: ۱۳۹۶/۰۶/۳۰

رشته‌ی تحصیلی: مدیریت اجرایی

دانشکده: علوم انسانی

استادان راهنما: حمید قارزی و دکتر حسینعلی بهرام زاده

M.A. Thesis:

Effect of customer relationship management and business intelligence systems on the performance of private banks city of Sabzevar

The present study investigating the impact of customer relationship management and business intelligence system on the performance of private banks in Sabzevar city. The method of the research is descriptive and the type is correlation. The population consisted of all managers and employees of private banks in Sabzevar city. There are 35 people who were surveyed in total. The data was collected through Chang (2014) Customer Relationship Management questionnaire, Popovic (2012) Business Intelligence System



questionnaire and Smirnovaa (2011) Performance questionnaire. To evaluate validity and reliability of the questionnaires we used Cronbach Alpha coefficient (customer relationship management "0/87", business intelligence system "0/88" and performance "0/91"). The results showed that: 1) customer relationship management and business intelligence system impacts on performance ($r^2=0/32$). 2) There is a significant and positive relationship ($r=0/53$) between the customer relationship management and performance. 3) There is a significant and positive relationship ($r=0/52$) between the business Intelligence system and performance.