

موضوع: بررسی عوامل اثربخش سیستم مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی از طریق نوآوری فناوری

استاد راهنما: جناب آقای دکتر سبحانی
فرد

مدیر گروه: جناب آقای دکتر دری

استاد داور: جناب آقای دکتر شکوه یار

دانشجو: خانم سمانه سلطانی



مقدمه

مقدمه

بیان مساله

کلیات تحقیق

نتایج و بحث

نتیجه گیری کلی

پیشنهادها

- امروزه، شرکتهایی که در پیاده‌سازی و اجرای برنامه‌ها و سیستم‌های مدیریت ارتباط با مشتریان موفق بوده‌اند، مزایای اقتصادی و غیراقتصادی متعددی را کسب خواهند کرد. در این راستا، مقوله پیاده‌سازی E-CRM مساله‌ای مهم است که برخی از شرکت‌ها از تیم‌های چندکارکردی برای پیاده‌سازی و سرعت‌بخشی به آن استفاده می‌کنند.
- با کنکاش در رمز بقا و موفقیت شرکت‌ها در کلاس جهانی در می‌یابیم که **ارتباط با مشتریان** رمز جهانی شدن و موفقیت آنهاست، که یکی از ارکان مهم این مدیریت، **تکنولوژی اطلاعات** خواهد بود.
- برای موفقیت در این زمینه، استفاده از روش‌های سنتی محکوم به شکست بوده و سازمان‌ها می‌بایست از فناوری‌های جدید به این منظور بهره ببرند.

کلمات کلیدی:

سهولت ادراک شده از فناوری،

سودمندی ادراک شده از

فناوری، نوآوری در فناوری،

نگرش به فناوری، اثربخشی

سیستم‌های E-CRM

ضرورت پژوهش

- استفاده از E-CRM روز به روز با حضور شرکت‌های مختلف ضروری‌تر به نظر می‌رسد تا آنجا که راهبردهای سنتی دیگر نمی‌توانند کارا باشند، زیرا سازمان‌ها به این نتیجه رسیده‌اند که از طریق فناوری اطلاعات می‌توانند ارتباط اختصاصی‌تر با مشتریان بالقوه و بالفعل داشته باشند و هم می‌توانند گوش شنوایی برای شنیدن درخواست‌های مشتری خلق کنند و در کل از ده‌ها فرصت مشابه دیگر بهره‌مند گردند.
- با توجه به این که پذیرش مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیک وابستگی نزدیکی با زمینه‌های محیطی و سازمانی دارد لذا این تحقیق تلاش دارد چهارچوب مناسبی را برای بررسی کاربرد مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیک و عوامل موثر بر بهبود E-CRM را، در سازمان‌ها توسعه دهد. در این راستا، با توجه به این که E-CRM به عنوان یک تکنولوژی جدید برای کسب و کار IT به شمار می‌آید، از این رو می‌توان آن را به عنوان یک نوع نوآوری تکنولوژیکی در سازمان‌ها لحاظ نمود.

مقدمه

بیان مساله

کلیات تحقیق

نتایج و بحث

نتیجه گیری کلی

پیشنهادها

اهداف پژوهش

- سنجش رابطه پذیرش فناوری با اثربخشی سیستم‌های E-CRM
- سنجش رابطه نوآوری در فناوری با اثربخشی سیستم‌های E-CRM

قلمرو موضوعی و زمانی تحقیق

- قلمرو **موضوعی** این تحقیق در حوزه رفتار مصرف کننده قرار دارد.
- از نظر **مکانی**، پژوهش در بانک انجام می شود.

روش گردآوری اطلاعات

- روش گردآوری اطلاعات به صورت **کتابخانه‌ای** و **میدانی** انجام شد. و ابزار جمع آوری اطلاعات **پرسشنامه** بود.

مقدمه

بیان مساله

کلیات تحقیق

نتایج و بحث

نتیجه گیری کلی

پیشنهادها

پیشینه پژوهش های داخلی

نتایج نشان داد که ...	در تحقیقی با عنوان...	محققان و سال
میان اجرای فنی و سازمانی مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتری و جذب مشتری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.	بررسی تاثیر اجرای فنی و سازمانی مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی بر جذب مشتری	حسن زاده و رضوی ۱۳۹۵
نتایج حاصل از این تحقیق برخلاف مطالعات گذشته نشان داد که عامل لذت ادراکی که در کشورهای در حال توسعه مورد مطالعه محققان دیگر، جز عوامل موثر بر پذیرش فناوری نبود، در کشور ایران جز این عوامل شناسایی شد.	ارائه مدل مفهومی پذیرش فناوری اطلاعات برای کارکنان سیستم بانکی کارکنان بانک صادرات در شهر تهران	امیرشاهی و باروتی ۱۳۸۵

مقدمه

بیان مساله

پیشینه تحقیق

نتایج و بحث

نتیجه گیری کلی

پیشنهادها

نتایج نشان داد که...	در تحقیقی با عنوان...	محققان و سال
بین متغیرهای عوامل اجتماعی، سازمانی و فردی با متغیرهای سودمندی مدیریت ارتباط با مشتری و کاربرد آسان مدیریت ارتباط با مشتری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.	توسعه یک مدل فناوری اطلاعات برای بهبود مدیریت ارتباط با مشتریان	پروسا ۲۰۱۶
انتظار عملکرد کاربران از خدمات نسل سوم ارتباطات سیار، اثر مثبت نسبت به قصد رفتاری و رفتار استفاده دارد. الویتهای مصرف کنندگان نسبت به خدمات نسل سوم نبایستی بر رضایتشان برای خدمات نسل سوم ارتباطات سیار اثر کند.	استفاده از نظریه یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری جهت کنکاش مدل رفتاری کاربران نسل سوم ارتباطات سیار	وو و همکاران ۲۰۰۸

مقدمه

بیان مساله

پیشینه تحقیق

نتایج و بحث

نتیجه گیری کلی

پیشنهادها

مدل تحقیق

این مدل با استفاده از داده های جمع آوری شده در شعب بانک مورد تحلیل قرار خواهد گرفت.

پذیرش فناوری

سهولت ادراک شده
از فناوری

سودمندی ادراک
شده از فناوری

نگرش به فناوری

نوآوری در فناوری

اثر بخشی E-
CRM

مقدمه

بیان مساله

پیشینه تحقیق

مدل تحقیق

نتیجه گیری کلی

پیشنهادها

فرضیه ها



فرضیه اصلی: پذیرش فناوری تاثیر مثبتی بر اثربخشی سیستم‌های E-CRM دارد.



سهولت ادراک شده تاثیر مثبتی بر اثربخشی سیستم‌های E-CRM دارد.



سودمندی ادراک شده از فناوری تاثیر مثبتی بر اثربخشی سیستم‌های E-CRM دارد.



نگرش به فناوری تاثیر مثبتی بر اثربخشی سیستم‌های E-CRM دارد.



نوآوری در فناوری تاثیر مثبتی بر اثربخشی سیستم‌های E-CRM دارد.

مقدمه

بیان مساله

کلیات تحقیق

نتایج و بحث

نتیجه گیری کلی

پیشنهادها

❖ **مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی:** مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی، ارتباط بین شرکت با مشتریانش را بوسیله ایجاد و افزایش ارتباط با مشتری از طریق تکنولوژی جدید، بهبود و افزایش می‌بخشد. مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی، ترکیبی از سخت افزار، نرم افزار، کاربردها و تعهدات مدیریتی می باشد.

❖ **پذیرش فناوری:** پذیرش فناوری از سوی کاربران از مهمترین عوامل موفقیت یک فناوری است. در صورت عدم پذیرش تکنولوژی توسط کاربران یا ضعف در پذیرش آن، قابلیت‌های سیستم بسیار تنزل یافته و سبب هدر رفتن منابع می‌شود.

❖ **سهولت ادراک شده:** میزان انتظار فرد از این که استفاده از آن تکنولوژی، بی زحمت و آسان باشد.

مقدمه

بیان مساله

پیشینه تحقیق

نتایج و بحث

نتیجه گیری کلی

پیشنهادها

❖ **سودمندی ادراک شده:** درک سودمندی عبارت است از انتظار ذهنی استفاده کننده یک تکنولوژی از این که استفاده از آن تکنولوژی خاص، عملکرد وی را بهبود بخشد.

❖ **نگرش به فناوری:** این عامل بر واکنش فرد نسبت به فناوری نگرش پویا برجای می گذارد.

❖ **نوآوری:** نوآوری شامل خلق کالا، خدمت یا فرایندی می باشد که برای سازمان جدید است. لازم نیست برای دنیا تازه و جدید باشد، بلکه نوآوری به اولین بار استفاده کردن از یک ایده به وسیله یک سازمان اطلاق می شود (ایکن و هیگ، ۱۹۸۷)، چه آن ایده پیش از این به وسیله سازمان های دیگر استفاده شده باشد چه نشده باشد (نورد و تاکر، ۱۹۸۷).

مقدمه

بیان مساله

پیشینه تحقیق

نتایج و بحث

نتیجه گیری کلی

پیشنهادها

مقدمه

بیان مساله

کلیات تحقیق

مواد و روش ها

نتیجه گیری کلی

پیشنهادات

روش تحقیق

تحقیق حاضر از لحاظ گردآوری داده ها **توصیفی** - **پیمایشی** می باشد.

تحقیق حاضر از نظر هدف، یک تحقیق **کاربردی** می باشد

جامعه آماری

کلیه مشتریان که از خدمات شعبات بانک صادرات در شهر تهران استفاده می کنند.

روش نمونه گیری

برای تعیین حجم نمونه از فرمول نمونه گیری جامعه نامحدود استفاده شده است.

روش نمونه گیری **خوشه ای** خواهد بود.

پایایی

به منظور تایید پایایی از روش آلفای کرونباخ استفاده گردید که مقدار آن ۰/۸۶۹ به دست آمد که ضریب قابل قبولی است.

روش ها و فنون آماری

آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار، فراوانی و...)

آمار استنباطی (مدل معادلات ساختاری)

روش اجرایی تحقیق

SPSS.19

LISREL 8.5

مقدمه

بیان مساله

کلیات تحقیق

مواد و روش ها

نتیجه گیری کلی

پیشنهادها

قسمتی از پرسشنامه

ما از پاسخ دهندگان خواستیم که نظرات و ارزیابی هایشان را بر روی یک مقیاس کلاسیک لیکرت ۵ رتبه ای بیان کنند.

کاملاً مخالفم	مخالفم	نظری ندارم	موافقم	کاملاً موافقم	گویه ها
					این فناوری دارای نوآوری منحصر به فردی است.
					روند ارائه و تکمیل خدمات الکترونیکی کوتاه است.
					آگاهی لازم به مشتری در استفاده از خدمات مختلف الکترونیکی سایت در افزایش یافته است.
					تمایل بیشتری به استفاده مجدد خدمات الکترونیکی دارم.
					شکایت مشتریان به سرعت و راحت قابل پذیرش است.



مقدمه

بیان مساله

پیشینه تحقیق

یافته های تحقیق

نتیجه گیری کلی

پیشنهادات

پایایی متغیرهای تحقیق

آلفای کرونباخ	آلفای کرونباخ	متغیرها
۰.۸۶۹	۰.۸۹۹	سهولت درک شده
	۰.۸۵۴	سودمندی درک شده
	۰.۸۲۰	نگرش به استفاده
	۰.۸۷۴	نوآوری در فناوری
	۰.۸۸۰	اثر بخشی E-CRM

مقدمه

بیان مساله

پیشینه تحقیق

یافته های تحقیق

نتیجه گیری کلی

پیشنهادات

یافته ها

مقدمه

بیان مساله

پیشینه تحقیق

یافته های تحقیق

نتیجه گیری کلی

پیشنهادات

وضعیت افراد پاسخ دهنده از نظر سن

سن	فراوانی	درصد فراوانی
کمتر از ۳۰ سال	118	30
۳۱ تا ۴۰ سال	185	48
۴۱ تا ۵۰ سال	65	17
بیشتر از ۵۰ سال	16	5
مجموع	384	100

وضعیت افراد پاسخ دهنده از نظر جنسیت

جنسیت	فراوانی	درصد فراوانی
مرد	260	68
زن	124	32
مجموع	384	100

وضعیت افراد پاسخ دهنده از نظر تحصیلات

تحصیلات	فراوانی	درصد فراوانی
دیپلم و زیردیپلم	19	5
فوق دیپلم	46	12
لیسانس	104	27
فوق لیسانس و بالاتر	215	56
مجموع	384	100

آماره های توصیفی متغیرهای تحقیق

انحراف معیار	میانگین	مولفه
۰.۷۲۹۴۶	۳.۸۶۰۳	سهولت درک شده
۰.۷۲۰۱۲	۳.۷۶۸۱	سودمندی درک شده
۰.۷۳۲۵۲	۳.۷۶۵۶	نگرش به استفاده
۰.۶۹۷۷۷	۳.۵۴۹۹	نوآوری در فناوری
۰.۶۷۷۵۳	۳.۷۷۶۴	اثر بخشی E-CRM

مقدمه

بیان مساله

پیشینه تحقیق

یافته های تحقیق

نتیجه گیری کلی

پیشنهادات

بررسی نرمال بودن توزیع متغیرها

نتیجه	سطح معنی داری (sig)	آماره K.S	متغیر
نرمال است	.094	1.614	سهولت درک شده
نرمال است	.145	1.146	سودمندی درک شده
نرمال است	.149	1.139	نگرش به استفاده
نرمال است	.133	1.164	نوآوری در فناوری
نرمال است	.079	1.880	اثر بخشی E-CRM

مقدمه

بیان مساله

پیشینه تحقیق

یافته های تحقیق

نتیجه گیری کلی

پیشنهادات



آزمون کفایت نمونه

مقدار	
۰.۸۶۳	شاخص KMO
۸۹۰۲۰۱	آماره آزمون بارتلت
۲۱۲	درجه آزادی
۰.۰۰۰	سطح معنی داری

مقدمه

بیان مساله

پیشینه تحقیق

یافته های تحقیق

نتیجه گیری کلی

پیشنهادات

ارزیابی مدل اندازه گیری متغیرهای مستقل تحقیق

شاخص های برازش مدل

CFI	NNFI	NFI	AGFI	GFI	RMSEA	χ^2/df	شاخص تناسب
> 0.9	> 0.9	> 0.9	> 0.9	> 0.9	< 0.1	< 3	دامنه مقبول
0.93	1	0.95	0.91	0.94	0.063	1.97	نتیجه

مقدمه

بیان مساله

پیشینه تحقیق

یافته های تحقیق

نتیجه گیری کلی

پیشنهادات

ارزیابی مدل اندازه گیری متغیرهای وابسته تحقیق

شاخص‌های برازش مدل

شاخص تناسب	χ^2/df	RMSEA	GFI	AGFI	NFI	NNFI	CFI
دامنه مقبول	< 3	< 0.1	> 0.9	> 0.9	> 0.9	> 0.9	> 0.9
نتیجه	2.61	0.078	0.98	0.95	0.92	1	0.96

مقدمه

بیان مساله

پیشینه تحقیق

یافته های تحقیق

نتیجه گیری کلی

پیشنهادات

شرایط برقراری پایایی و روایی سازه ای

حد مجاز	شاخص
$CR > 0/7$ •	پایایی
<ul style="list-style-type: none"> ❖ بارهای عاملی باید معنا دار باشند. ❖ بارهای عاملی استاندارد باید بزرگتر از 0/5 و در صورت امکان بزرگتر از 0/7 باشند. ❖ $CR > AVE$ ❖ $AVE > 0/5$ 	روایی همگرا

مقدمه

بیان مساله

پیشینه تحقیق

یافته های تحقیق

نتیجه گیری کلی

پیشنهادات

شاخص‌های روایی، پایایی و برازش مدل

CR	AVE	متغیرهای پنهان
0/920	0/794	سهولت درک شده
0/910	0/782	سودمندی درک شده
0/823	0/774	نگرش به استفاده
0/915	0/539	نوآوری در فناوری
0/902	0/757	E-CRM اثربخشی

مقدمه

بیان مساله

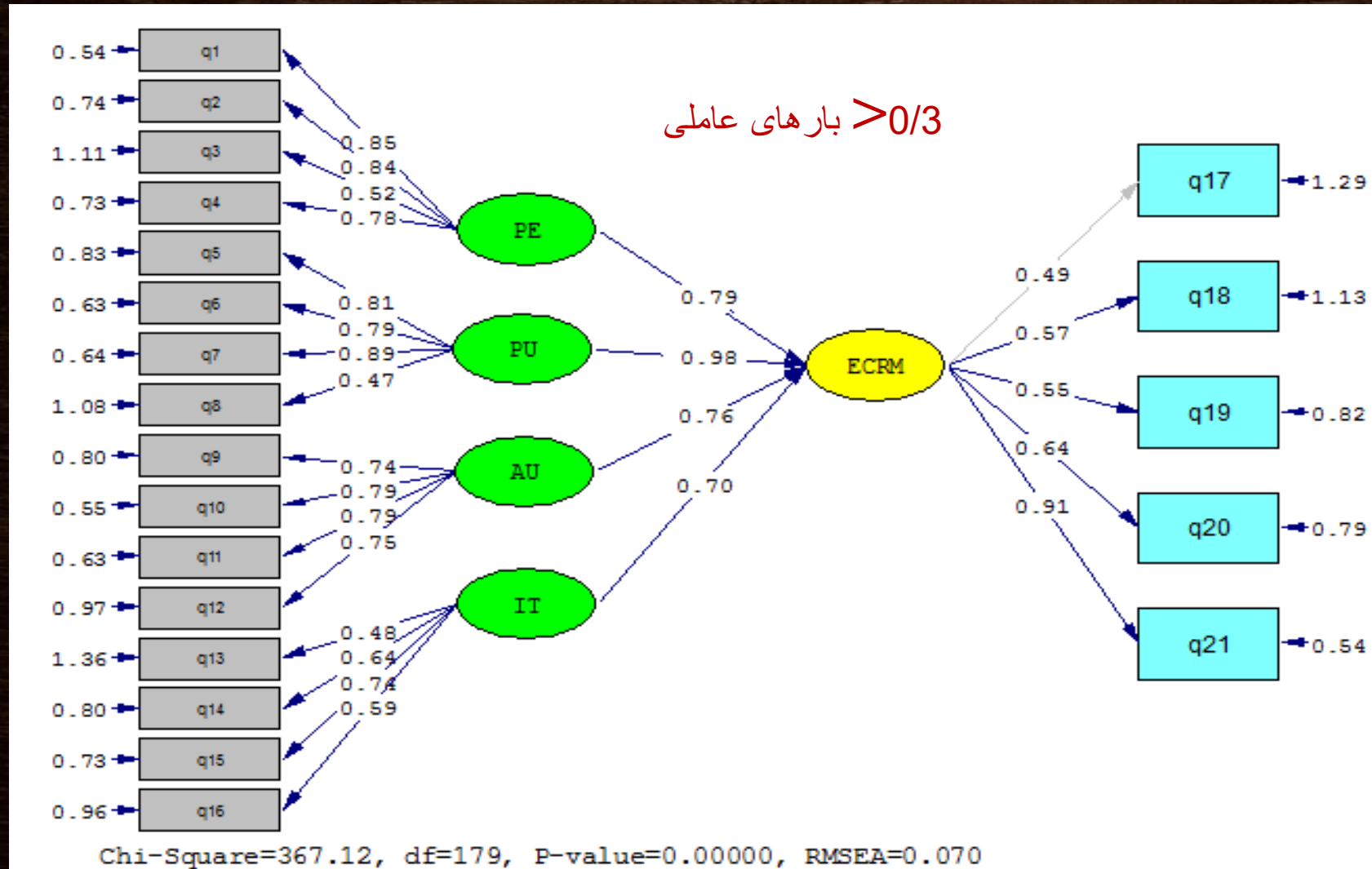
پیشینه تحقیق

یافته های تحقیق

نتیجه گیری کلی

پیشنهادات

مدل ساختاری تحقیق در حالت استاندارد



مقدمه

بیان مساله

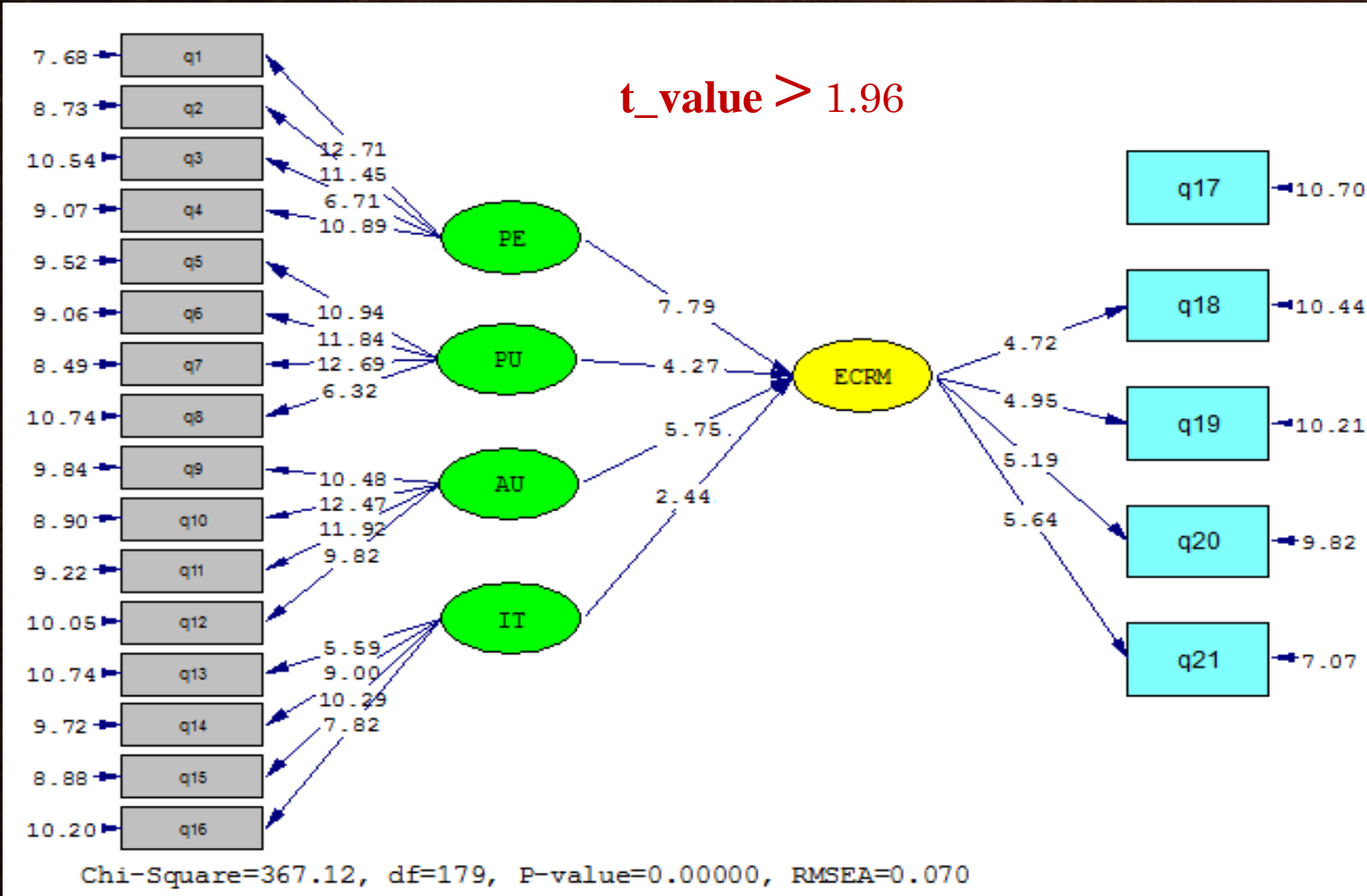
پیشینه تحقیق

یافته های تحقیق

بررسی فرضیه ها

پیشنهادات

مدل ساختاری تحقیق در حالت معناداری



مقدمه

بیان مساله

پیشینه تحقیق

یافته های تحقیق

بررسی فرضیه ها

پیشنهادات

نتایج فرضیه های تحقیق

نتیجه	آماره آزمون	ضریب بتا	فرضیه ها
تایید فرضیه	۵.۵۹	۰.۸۳	تأثیر پذیرش فناوری بر اثربخشی سیستم های E-CRM
تایید فرضیه	۷.۷۹	۰.۷۸	تأثیر سهولت ادراک شده از فناوری بر اثربخشی سیستم های E-CRM.
تایید فرضیه	۴.۲۷	۰.۹۸	تأثیر سودمندی ادراک شده از فناوری بر اثربخشی سیستم های E-CRM
تایید فرضیه	۵.۷۵	۰.۷۶	تأثیر نگرش به فناوری بر اثربخشی سیستم های E-CRM
تایید فرضیه	۲.۴۴	۰.۷۰	تأثیر نوآوری در فناوری بر اثربخشی سیستم های E-CRM

مقدمه

بیان مساله

پیشینه تحقیق

یافته های تحقیق

بررسی فرضیه ها

پیشنهادها

شاخص های برازش مدل ساختاری

نتیجه	حد مجاز	مقدار بدست آمده	نام شاخص
برازش مناسب	کمتر از ۳	2.05	χ^2 / df کای دو بر درجه آزادی
برازش مناسب	کمتر از ۰.۱	0.068	RMSEA (ریشه میانگین مربعات خطای برآورد)
برازش مناسب	بالاتر از ۰.۵	0.95	PNFI (شاخص برازش مقتصد هنجار شده)
برازش مناسب	بالاتر از ۰.۸	0.92	GFI (نیکویی برازش)
برازش مناسب	بالاتر از ۰.۸	0.91	AGFI (نیکویی برازش تعدیل شده)
برازش مناسب	بالاتر از ۰.۹	0.91	NFI (برازندگی نرم شده)
برازش مناسب	بالاتر از ۰.۹	0.92	RFI (شاخص برازش نسبی)
برازش مناسب	بالاتر از ۰.۹	0.94	IFI (شاخص افزایشی)
برازش مناسب	بالاتر از ۰.۹	0.93	NNFI (برازندگی نرم شده)
برازش مناسب	بالاتر از ۰.۹	0.94	CFI (شاخص برازش تطبیقی)

مقدمه

بیان مساله

پیشینه تحقیق

یافته های تحقیق

بررسی فرضیه ها

پیشنهادها

مقایسه نتایج آزمون فرضیه ها با پیشینه تحقیق

فرضیه اصلی

پذیرش فناوری تاثیر مثبتی بر اثربخشی سیستم‌های E-CRM دارد.

❖ در تحلیل استنباطی فرضیه اصلی، می توان اذعان داشت تاثیر پذیرش فناوری بر اثربخشی سیستم‌های ECRM با آماره t (۵.۵۹) معنادار بوده است با این حال میزان اثرگذاری پذیرش فناوری تاثیر مثبتی بر اثربخشی سیستم‌های ECRM برابر (۰.۸۳) است، بنابراین این فرضیه تایید می‌شود. در مطالعات حسن‌زاده و رضوی (۱۳۹۵) و قربانی زاده و دلجو (۱۳۹۰) این فرضیه نیز مورد تایید قرار گرفته- شد. نتایج مطالعات نشان می‌دهد که پذیرش فناوری در حفظ روابط و اثربخشی سیستم‌های ECRM عمل می‌کند و این مورد بر عملکرد مالی آنها تاثیرگذار است.

توصیه به بانک: بر این اساس به بانک صادرات توصیه می‌شود که مردم را با فواید پذیرش تکنولوژی، آموزش و آسان‌سازی نحوه استفاده از ابزارهای مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی آشنا سازد.

همچنین از اجرای برنامه‌های آموزشی و تبلیغاتی جهت آگاهی دادن مردم از پذیرش فناوری بهره بگیرد.

توصیه می‌شود با بهبود ساختار سیستم مدیریت ارتباط با مشتری و ایجاد ارتباط مناسب بین واحدها، جهت گردش اطلاعات مشتریان بر پایه تکنولوژی های نوین، تغییرات بازار و اطلاع از بهترین شیوه‌های خدمات‌دهی، بانک را در جهت استفاده بهتر از اطلاعات یاری نماید.

مقدمه

بیان مساله

پیشینه تحقیق

یافته های تحقیق

بررسی فرضیه ها

پیشنهادات

مقایسه نتایج آزمون فرضیه ها با پیشینه تحقیق

فرضیه های فرعی

سهولت ادراک شده از فناوری تاثیر مثبتی بر اثربخشی سیستم های E-CRM دارد.

❖ در تحلیل استنباطی فرضیه بعدی، می توان اذعان داشت تاثیر **سهولت ادراک شده از فناوری** بر اثربخشی سیستم های ECRM با آماره t (۷.۷۹) معنادار بوده است با این حال میزان اثرگذاری سهولت ادراک شده از فناوری بر اثربخشی سیستم های ECRM برابر (۰.۷۸) است. بنابراین این فرضیه تایید می شود.

توصیه به بانک: سیستم هایی به گونه ای طراحی شود که به کارگیری آن برای عموم مشتریان آسان باشد.

مقدمه

بیان مساله

پیشینه تحقیق

یافته های تحقیق

بررسی فرضیه ها

پیشنهادات

مقایسه نتایج آزمون فرضیه ها با پیشینه تحقیق

سودمندی ادراک شده از فناوری تاثیر مثبتی بر اثربخشی سیستم های E-CRM دارد.

❖ در تحلیل استنباطی فرضیه ۲، می توان ادعان داشت تاثیر سودمندی ادراک شده از فناوری بر اثربخشی سیستم های ECRM با آماره t (۴.۲۷) معنادار بوده است با این حال میزان اثرگذاری سودمندی ادراک شده از فناوری بر اثربخشی سیستم های ECRM (۰.۹۸) است. بنابراین این فرضیه تایید می شود. البته نتایج این فرضیه با یافته های وو و همکاران (۲۰۰۸)، وینسنت چو و آیریس چیونگ (۲۰۰۴) هم خوانی دارد. به طوری که این پژوهشگران نشان دادند سودمندی ادراک شده یکی از مهمترین عوامل تاثیر گذار در جهت توسعه اثربخشی سیستم های ECRM بوده است که بعنوان یک ابزار قوی، موثر و کارآمد در تمام جنبه های عملکرد بکار می رود.

توصیه به بانک: با توجه به آنکه کاربران نسبت به افشای اطلاعات شخصی و نا امن بودن سیستم های الکترونیکی دغدغه خاصی داشته که این امر ریسک کاربران برای پذیرش خدمات را بالا می برد لذا جهت بالا بردن اطمینان و اعتماد کاربر به سیستم الکترونیکی، نسبت به برگزاری کلاس های آموزشی توجیهی و راهنمایی برای آنان اقدام شود، تا شفاف سازی گردد.

مقدمه

بیان مساله

پیشینه تحقیق

یافته های تحقیق

بررسی فرضیه ها

پیشنهادها

مقایسه نتایج آزمون فرضیه ها با پیشینه تحقیق

نگرش به فناوری تاثیر مثبتی بر اثربخشی سیستم های E-CRM دارد.

❖ در تحلیل استنباطی فرضیه ۳، می توان اذعان داشت تاثیر **نگرش به فناوری** بر اثربخشی سیستم های ECRM با آماره $t (۵.۷۵)$ معنادار بوده است با این حال میزان اثرگذاری نگرش به فناوری از فناوری بر اثربخشی سیستم های ECRM (۰.۷۶) است. بنابراین این فرضیه تایید می شود. نتایج این فرضیه با یافته های بوی (۱۳۹۵)، هاشمیان و همکاران (۱۳۹۱) وو و همکاران (۲۰۰۸) هم خوانی دارد.

از آنجا که نگرش مشتریان در خصوص هر چیز، ارزیابی مثبت و منفی آنها از آن بوده و تغییر آن دشوار است، درک نگرش مشتریان در خصوص فناوری های جدید می تواند در پیش بینی نرخ استفاده از خدمات اینترنتی بانک ها و ارزیابی رشد آتی این خدمات به مدیران بازاریابی بانک ها کمک نماید.

توصیه به بانک: بر این اساس به بانک توصیه می شود که عواملی را که موجب گرایش و نگرش مثبت افراد نسبت به فناوری های جدید می شود بیش از پیش مورد توجه قرار داده تا بر میزان نگرش افراد نسبت به این فناوری ها و خدمات اضافه شود. بانک باید بر روی اطلاع رسانی و آموزش و تاکید بر مزایای این شیوه برنامه ریزی های دقیق انجام دهد.

مقدمه

بیان مساله

پیشینه تحقیق

یافته های تحقیق

بررسی فرضیه ها

پیشنهادها

مقایسه نتایج آزمون فرضیه ها با پیشینه تحقیق

نوآوری در فناوری تاثیر مثبتی بر اثربخشی سیستم های E-CRM دارد.

❖ در تحلیل استنباطی این فرضیه فرعی ، می توان اذعان داشت تاثیر **نوآوری در فناوری** بر اثربخشی سیستم های ECRM با آماره $t (2.44)$ معنادار بوده است با این حال میزان اثرگذاری نوآوری در فناوری بر اثربخشی سیستم های ECRM (0.70) می باشد بنابراین این فرضیه تایید می شود.

نتایج با مطالعات هاشمیان وهمکاران (۱۳۹۱) وو و همکاران (۲۰۰۸) ، وینسنت چو و آیریس چیونگ (۲۰۰۴) همخوانی دارد و نتایج حاکی از معنی داری تاثیر نوآوری در فناوری بر مزیت رقابتی دارد.

توصیه به بانک : بررسی و مقایسه سرویس دهی با دیگر بانکها و بهینه سازی و افزایش سرعت و کیفیت توصیه به محققین: به محققین محترم توصیه می شود که تاثیر نوآوری های جدید بر پذیرش تکنولوژی را مورد سنجش قرار دهند. همچنین عوامل دیگری که به طور مستقیم بر روی پذیرش فناوری اثر می گذارند را بررسی کنند تا بتوان به طور کامل به چرایی اینکه چرا با وجود در دسترس بودن خدمات و سهولت استفاده از آنها برخی از مشتریان از این خدمات استفاده نمی کنند، پاسخ دهیم.

مقدمه

بیان مساله

پیشینه تحقیق

یافته های تحقیق

بررسی فرضیه ها

پیشنهادها



بستر سازی فرهنگی



افزایش امنیت سیستم ها



ارتقاء کیفیت ارتباط اینترنتی



توسعه و بهبود تجهیزات سخت افزاری، نرم افزاری



تشکیل تیم هایی از خبرگان در بانک با رویکرد فناوری محور



افزایش قابلیت ها و تنوع خدمات بانکداری الکترونیکی



تهیه و توزیع بسته های آموزشی مناسب در سطح شعب

مقدمه

بیان مساله

پیشینه تحقیق

یافته های تحقیق

بررسی فرضیه ها

پیشنهاد ها

منابع

- صرافی زده ، اصغر " فناوری اطلاعات در سازمان ، IT مفاهیم و کاربرد ها " (تهران ، انتشارات امیر ، ۱۳۸۳)
- کیاسی، حمیرا.(۱۳۸۶). راهکارهای توسعه فناوری اطلاعات در آموزش و پرورش، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، پژوهشنامه شماره: ۱۵
- مجیدی سرهندی ، آزاد ، (۱۳۸۲) «شاخص های پذیرش فناوری» ، دوره ۲ شماره ۵.
- www.sid.ir

مقدمه

بیان مساله

پیشینه تحقیق

یافته های تحقیق

بررسی فرضیه ها

منابع

سیاس خدا را...
 که هر چه طلب کردم از خدا بر منت های همت خود کامران شدم...

با تقدیر و تشکر شایسته از استاد فرهیخته و فرزانه جناب آقای دکتر سجانی فرد که با نکته های دلاویز و گفته های بلند،
 ضحیفه های سخن را علم پرور نمودند و همواره راهنما و راه گشایم بوده اند.

همچنین از اساتید ارزشمند جناب آقای دکتر دردی و دکتر شکوه یار که زحمات داورى پایان نامه را بر عهده گرفتند کمال
 تشکر را دارم.

😊... ممنون از توجه و همراهی شما...😊