

## عنوان مقاله:

تأثیر مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیک (E\_CRM) بر اعتماد و وفاداری مشتریان اماکن ورزشی شیراز

## محل انتشار:

ششمین کنفرانس ملی پژوهش های کاربردی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد سالم در بانک، بورس و بیمه (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

## نویسندگان:

مهلا شریفی بحرینی - دانشجو کارشناسی ارشد مدیریت راهبردی تاسیسات ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شیراز

احمد ترک فر - دانشیار گروه تربیت بدنی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شیراز (رئیس کمیته)

## خلاصه مقاله:

بخش خدمات از نظر اندازه و استفاده از فناوری پیشرفته در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه شاهد گسترش قابل توجهی در بازار امروز است. توسعه سریع در فناوری اطلاعات اجازه می دهد تا مشاغل خدماتی به طور قابل توجهی در فرآیند ها و عملیات خدمات توسعه و بهبود یابند. از اینرو، این تحقیق با هدف بررسی تأثیر مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیک (E\_CRM) بر اعتماد و وفاداری مشتریان اماکن ورزشی در شهر شیراز انجام شد. جامعه آماری این تحقیق را تمامی مشتریان سالن های ورزشی شهر شیراز تشکیل میدهند که نمونه پژوهش با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده 384 نفر در نظر گرفته شد که با توجه به احتمال ناقص پیر شدن پرسشنامه ها، 400 پرسشنامه توزیع شد که از این تعداد 388 پرسشنامه کامل و قابل تحلیل برگشت داده شد. پرسشنامه این پژوهش شامل پرسشنامه 22 سوال می باشد که شامل پرسشنامه مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیک لی کلی و همکاران (2003)، وفاداری مشتری هسیه و لی (2008) و پرسشنامه اعتماد مشتری نگوین و همکاران (2013) می باشد. پایایی و روایی این پرسشنامه نیز مورد تایید قرار گرفت. پژوهش حاضر شامل 4 فرضیه می باشد که با توجه به ماهیت تحقیق و بررسی علی فرضیه با کمک معادلات ساختاری از نرم افزار SPSS و smart pls استفاده گردید. بعد از بررسی داده ها و تجزیه و تحلیل آنها، نتایج بدین صورت حاصل شد. که مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیک بر اعتماد مشتری و وفاداری مشتری تأثیر معناداری دارد، اعتماد مشتری بر وفاداری مشتری تأثیر معناداری دارد و همچنین، مدل اثر مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیک بر اعتماد و وفاداری مشتری از برازش مناسبی برخوردار است.

## کلمات کلیدی:

وفاداری مشتری، مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیک، اعتماد مشتری، اماکن ورزشی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1122185>

