

عنوان مقاله:

رابطه مدیریت ارتباط با مشتری CRM با رقابت پذیری و بهره وری در باشگاه های ورزشی شهر زابل

محل انتشار:

دومین کنفرانس علمی پژوهشی رهیافت های نوین در علوم انسانی ایران (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسنده:

ماشالله خلیلی - کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور قشم

خلاصه مقاله:

تحقیق حاضر در پی یافتن رابطه مدیریت ارتباط با مشتری CRM با رقابت پذیری و بهره وری در باشگاه های ورزشی شهر زابل می باشد. این تحقیق در زمره ی تحقیقات توصیفی- همبستگی قرار می گیرد و جامعه ی آماری آن شامل کلیه باشگاه های ورزشی شهر زابل اعم از خصوصی و دولتی می باشد، که شامل 110 باشگاه می باشد که به دلیل محدود بودن افراد جامعه و نظر اساتید راهنما کل افراد جامعه به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. در این پژوهش برای گردآوری اطلاعات مورد نیاز از سه پرسشنامه ی مدیریت ارتباط با مشتری، بهره وری و رقابت پذیری استفاده شده است الف پرسشنامه مدیریت ارتباط با مشتری: به منظور اندازه گیری CRM از پرسشنامه محقق ساخته علوی شاد 1387 با ضریب پایایی 78.0 استفاده شد. ب پرسشنامه رقابت پذیری: رقابت پذیری باشگاه های ورزشی با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته کریمی علاقه بند، اندازه گیری شده است. کریمی علاقه بند برای سنجش روایی این ابزار از تحلیل عاملی و برای سنجش پایایی این ابزار از آلفای کرونباخ استفاده کرده است. پایایی کلی این مقیاس 82.0 می باشد. ج پرسشنامه بهره وری: به منظور اندازه گیری بهره وری از پرسشنامه 22 سوالی اسدی استفاده شد. طراحی، به کارگیری و اجرای مدیریت ارتباط با مشتری نیازمند سرمایه گذاری قابل توجه در وقت و منابع مختلف است. این امر مستلزم تعهد بلندمدت مدیریت اجرایی سازمان، درک تاثیر آن بر روی کسب و کار از طریق تغییر فرایندها و تمایل به بهره برداری از فناوری جدید برای بهبود کسب و کار است تا جایی که فرایندهای جدید مدیریت کسب و کار به کار گرفته شود. یک عامل مهم موفقیت برای مدیریت اجرایی سازمان، توجه به نیازهای گزارش گیری آنها برای انعکاس نتایج فرایندهای جدید مدیریت کسب و کار است. پیوند مدیریت دانش و مدیریت ارتباط با مشتری به وجود آورنده یک مفهوم منطقی است. برخی از مدیران ارشد معتقدند که دانش قدرت است ولی برای حرکت به سوی اجرای استراتژی های تقویت کننده و توسعه دانش آنه بی میل و علاقه هستند. با این حال هنگامی که افراد در سازمان از موفقیت دیگران منتفع میگردند، فراتر از طرزفکر و احساس درونی خود عمل کرده و شروع به تسهیم دانسته های خود با دیگران می کنند. سازمان هایی که به گونه ای اثربخش به خلق و ارایه دانش و بکارگیری آن می پردازند، سازمان هایی پیشتاز هستند

کلمات کلیدی:

مدیریت، ارتباط، رقابت پذیری، بهره وری، زابل

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/797527>

