

## عنوان مقاله:

رابطه مدیریت ارتباط با مشتری با جنبه های عملکرد سازمانی باشگاه های ورزشی شهر شیراز

## محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی پژوهش های کاربردی در تربیت بدنی، علوم ورزشی و قهرمانی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسندگان:

علی رحیمی جابری - دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی، واحد قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران

مهدی سوادی - استادیار گروه مدیریت ورزشی، واحد قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف از پژوهش حاضر، بررسی رابطه مدیریت ارتباط با مشتری با جنبه های عملکرد سازمانی باشگاه های ورزشی شهر شیراز بود. این تحقیق از نوع کاربردی و بر اساس داده ها از نوع توصیفی- پیلایشی بود. جامعه آماری مدیران باشگاه های بدنسازی شهر شیراز تشکیل دادند که نمونه آماری با توجه به جدول مورگان 103 نفر بصورت تصادفی ساده انتخاب شدند. برای جمع آوری داده ها از دو پرسشنامه استاندارد مدیریت ارتباط با مشتری کلانتری (1389) و عملکرد سازمانی هرسی و گلد اسمیت (2003) استفاده شد. که روایی توسط متخصصان و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ (0/93) به تایید رسید. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از میانگین و انحراف معیار، فراوانی و درصدها، و همچنین از آزمون کلموگروف اسمیرنوف و ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج یافته ها نشان داد که میانگین بدست آمده برای مدیریت ارتباط با مشتری و میانگین عملکرد سازمانی نسبت به میانگین استاندارد بیشتر می باشد. همچنین بین تمامی مولفه های عملکرد سازمانی با مدیریت ارتباط با مشتری ارتباط معنی داری وجود دارد. که از بین آن مولفه اعتبار بیشترین ( $r=0/82$ ) و مولفه کمک کمترین ارتباط ( $r=0/28$ ) را با مدیریت ارتباط با مشتری دارد. همچنین مدیریت ارتباط با مشتری ارتباط مثبت معناداری با عملکرد سازمانی دارد ( $r=0/68$  و  $p<0/01$ ). بنابراین با توجه به بدست آمده پیشنهاد می شود باشگاه ها با باکارگیری تدابیری توانایی های خود را که در واقع همان قدرت پاسخگویی و توجه به نیازهای مشتری است افزایش دهند تا نتایج قابل توجهی را در عملکرد باشگاه به دست آورند.

## کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، عملکرد سازمانی، باشگاه های ورزشی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/880749>

