

Абдельрехім Авад, Муханад Махмуд

Вплив електронного управління взаємовідносинами з клієнтами на конкурентні переваги: Посередницька роль задоволення клієнтів EgyptAir

У сучасному висококонкурентному бізнес-середовищі організації, особливо в авіаційній галузі, усе частіше впроваджують електронне управління взаємовідносинами з клієнтами (E-CRM) для підвищення залучення клієнтів та досягнення конкурентних переваг. Мета дослідження – аналіз впливу електронного управління взаємовідносинами з клієнтами на конкурентні переваги EgyptAir з акцентом на задоволення клієнтів як опосередковуючий чинник. Застосовуючи описову та аналітичну методологію, опитано 355 клієнтів EgyptAir, використовуючи структуровану анкету для збору даних про практику використання електронного управління взаємовідносинами з клієнтами, задоволення клієнтів та конкурентні переваги. Отримані дані свідчать про значну позитивну кореляцію між електронним управлінням взаємовідносинами з клієнтами та конкурентними перевагами з коефіцієнтом кореляції (R) рівним 0,56 і коефіцієнтом детермінації (R^2) рівним 0,315, що вказує на те, що на електронне управління взаємовідносинами з клієнтами припадає 31,5 % відмінностей у конкурентних перевагах. Крім того, результати показують, що задоволення клієнтів значно опосередковує цей взаємозв'язок: електронне управління взаємовідносинами з клієнтами пояснює 43,9 % відмінностей у задоволенні клієнтів ($R^2 = 0,439$) та існує прямий позитивний вплив задоволення клієнтів на конкурентні переваги ($R = 0,38$, $R^2 = 0,247$). Аналіз шлях із використанням AMOS v. 24 підтвердив ці висновки, показавши як прямий, так і непрямий вплив електронного управління взаємовідносинами з клієнтами на конкурентні переваги за допомогою задоволення клієнтів. Індeksi відповідності моделі ($CFI = 0,894$, $RMSEA = 0,000$) вказують на надійність моделі. Дослідження підкреслює важливу роль електронного управління взаємовідносинами з клієнтами в підвищенні задоволення клієнтів та конкурентних переваг в авіаційній галузі, надаючи цінну інформацію авіакомпаніям, які прагнуть використовувати електронне управління взаємовідносинами з клієнтами для досягнення стійкого успіху.

Ключові слова: електронне управління взаємовідносинами з клієнтами, конкурентна перевага, задоволення клієнтів, EgyptAir

Класифікація JEL: M10, M31



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.