

عنوان مقاله:

ارتباط بین جاذبه های محیط داخلی و تجهیزات بدنسازی با رفتار مشتریان باشگاه های بدنسازی شهر کرج

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی پژوهش های کاربردی در تربیت بدنی، علوم ورزشی و قهرمانی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

علی امانی - دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، ایران

مجید سلیمانی - استادیار گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر، ایران

راضیه سلطانی - دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از انجام این تحقیق بررسی ارتباط بین جاذبه های محیط داخلی و تجهیزات بدنسازی با رفتار مشتریان باشگاه های بدنسازی شهر کرج بود. پژوهش حاضر از نوع همبستگی و به روش میدانی انجام گرفته است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مشتریان زن و مرد باشگاه های بدنسازی شهر کرج بود که با توجه به نامشخص بودن تعداد دقیق جامعه آماری، به روش خوشه ای تصادفی، باشگاه های شهر کرج به 5 قسمت شمال، جنوب، شرق، غرب و مرکز شهر تقسیم شدند و از هر بخش به نسبت تعداد مشتریان 10 الی 20 مشتری انتخاب شد. در مجموع 200 نفر از مشتریان 100 زن، 100 مرد باشگاه های بدنسازی شهر کرج نمونه آماری تحقیق را تشکیل داد. در این تحقیق از پرسش نامه جاذبه های محیط داخلی و تجهیزات بدنسازی لی (2003) و پرسشنامه رفتار مشتری زیتمل و بیتنر (2003) استفاده شده، که روایی صوری آنها توسط متخصصان تأیید و پایایی آنها از طریق آزمون ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب برابر 0/89 و 0/92 محاسبه گردید. برای تجزیه و تحلیل داده ها علاوه بر شاخصهای آمار توصیفی، از روشهای آماری ضریب همبستگی اسپیرمن، تحلیل واریانس، آزمون رگرسیون و آزمون کالموگراف اسمیرنف در نرم افزار Spss23 استفاده شده است. نتایج نشان داد که بین جاذبه های محیط داخلی و تجهیزات بدنسازی با رفتار مشتریان باشگاه های بدنسازی شهر کرج رابطه وجود دارد. و جاذبه های محیط داخلی و تجهیزات بدنسازی، رفتار مشتریان باشگاه های بدنسازی شهر کرج را پیشبینی میکنند.

کلمات کلیدی:

جاذبه های محیط داخلی و تجهیزات بدنسازی، رفتار مشتری.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1035344>

