

عنوان مقاله:

ارتباط تجاری سازی و نوآوری با رفتار آتی مشتریان باشگاههای بدنسازی و ایروبیک شهر کرج

محل انتشار:

مجله پژوهش در مدیریت ورزشی، دوره 8، شماره 7 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

مهدی بابایی - دانشگاه آزاد واحد کرج

عباس خدایاری - دانشگاه آزاد واحد کرج

خلاصه مقاله:

هدف از انجام تحقیق بررسی ارتباط تجاریسازی و نوآوری با رفتار آتی مشتریان باشگاههای بدنسازی و ایروبیک شهر کرج بود. تحقیق حاضر از نوع توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه مشتریان مرد باشگاههای بدنسازی و ایروبیک شهر کرج بود. تعداد ۲۰۰ نفر به روش در دسترس، نمونه آماری تحقیق را تشکیل داد. از پرسشنامههای تجاریسازی منصورپور (۱۳۹۳)، (نوآوری وانگ و احمد (۲۰۰۴)، (تصمیمات رفتاری آتی بری (۱۹۹۶) (برای جمعآوری اطلاعات استفاده شد. ضریب پایایی متغیرهای تحقیق با استفاده از روش ضریب آلفای کرونباخ برای متغیرهای تجاریسازی، نوآوری و رفتار آتی به ترتیب ۹۲/۰، ۸۴/۰ و ۸۸/۰ به دست آمد. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات جمعآوری شده نیز از معیارهای مرکزی (میانگین) و پراکندگی (انحراف معیار) و جهت بررسی فرضیههای تحقیق از ضریب همبستگی پیرسون برای رابطه بین متغیرها و جهت بررسی پیشبینیهای متغیر ملاک از روش رگرسیون چند متغیره استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد که بین تجاریسازی و نوآوری و ابعاد آنها با رفتار آتی مشتریان ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. تجاریسازی و نوآوری میتوانند رفتار آتی مشتریان مرد را پیشبینی کنند.

کلمات کلیدی:

تجاریسازی، نوآوری، رفتار آتی مشتریان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1189632>

