

عنوان مقاله:

نقش سکوت سازمانی، دورویی سازمانی و مسئولیت پذیری اجتماعی بر رضایت مشتریان باشگاه های بدنسازی شهر اصفهان

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، علوم انسانی و رفتاری در ایران و جهان اسلام (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

وحید رجبی - کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران.

محمدامین موحد - دکترای مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران.

خلاصه مقاله:

هدف از انجام پژوهش حاضر نقش سکوت سازمانی، دورویی سازمانی و مسئولیت پذیری اجتماعی بر رضایت مشتریان باشگاه های بدنسازی شهر اصفهان بود. تحقیق حاضر در دسته تحقیقات توصیفی و از نوع پیمایشی می باشد. جامعه پژوهش حاضر با توجه به آمار ارائه شده از سوی هیئت پزشکی ورزشی شهرستان اصفهان در نیم سال اول ۱۳۹۸ جهت حضور در باشگاه ها و سالنهای بدنسازی شهر اصفهان ۱۱۱۲ نفر می باشد. نمونه پژوهش حاضر را ۲۴۸ نفر تشکیل داد. ابزار اندازه گیری شامل پرسشنامه های سکوت سازمانی، مسئولیت پذیری اجتماعی، دورویی سازمانی و رضایت مشتری بود. به منظور بررسی سوالات و آزمون فرضیات پژوهش، با استفاده از روش های آمار استنباطی از آزمون کلوموگروف، آزمون تحلیل واریانس یک طرفه با آزمون تعقیبی توکی و رگرسیون با استفاده از نرم افزار SPSS نسخه ۲۰ استفاده شد. نتایج نشان داد ارتباط سکوت سازمانی با رضایت مشتریان معنیدار است ($R=0/732$) لذا فرضیه اصلی مبنی بر این که سکوت سازمانی بر رضایت مشتریان اثر دارد، تایید گردید. همبستگی نقش دورویی سازمانی با رضایت مشتریان معنیدار است. ($R=0/751$) لذا فرضیه دوم مبنی بر این که دورویی سازمانی با رضایت مشتریان باشگاه های بدنسازی شهر اصفهان ارتباط دارد، تایید گردید. ضریب همبستگی مسئولیت پذیری اجتماعی با رضایت مشتریان معنیدار است. ($R=0/467$) لذا فرضیه سوم مبنی بر این که مسئولیت پذیری اجتماعی با رضایت مشتریان ارتباط دارد، تایید گردید. با توجه به بررسی فرضیه های مورد پژوهش و ارتباط معنادار بین سکوت سازمانی، دروئی سازمانی، مسئولیت پذیری اجتماعی با رضایت مشتریان با ارائه اطلاعات واضح و روشن به مشتریان مراجعه کننده به باشگاه های بدن سازی شهر اصفهان نشانه ای از حس مسئولیت پذیری مدیران این باشگاه ها نسبت به مشتریان خود می باشند، که این امر در جلب رضایت مندی و مشارکت بیشتر در این باشگاه های بدن سازی می تواند در رونق و توسعه این صنعت ورزشی اثر گذار باشد.

کلمات کلیدی:

سکوت سازمانی، دورویی سازمانی، مسئولیت پذیری اجتماعی، رضایت مشتریان، باشگاه های بدنسازی شهر اصفهان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1238932>

