

عنوان مقاله:

تاثیر دسترسی به خدمات و درک کیفیت خدمات بر ارزش درک شده، رضایت و وفاداری در مراکز ورزشی

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت و رفتار سازمانی در ورزش، دوره 10، شماره 4 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

رضا نیک بخش - مدیر مسئول

ناصر نظری - دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران جنوب، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

هدف کلی پژوهش حاضر تعیین تاثیر دسترسی به خدمات و درک کیفیت خدمات بر ارزش درک شده، رضایت و وفاداری در مراکز ورزشی بود. تحقیق حاضر از نوع توصیفی-همبستگی و مبتنی بر مدلسازی معادلات ساختاری و از لحاظ هدف نیز کاربردی بود. داده های این تحقیق به صورت میدانی و از طریق پرسشنامه گردآوری شد. جامعه آماری این تحقیق را تمام افراد شرکت کننده در برنامه های ورزشی مراکز ورزشی شهرداری تهران در مناطق ۲۲ گانه شهر تهران تشکیل دادند. نمونه آماری این تحقیق ۳۷۷ نفر و به روش نمونه گیری خوشه ای انتخاب شد. در این تحقیق از پرسشنامه کیفیت ادراک شده الکساندریس و همکاران (۲۰۰۴)، دسترسی به خدمات چانگ و همکاران (۲۰۱۲)، ارزش ادراک شده زیتمال (۱۹۸۸)، رضایتمندی کرونین (۲۰۰۰) و وفاداری زیتمال و همکاران (۱۹۹۶) استفاده شد. نتایج نشان داد که درک کیفیت خدمات بر ارزش درک شده (β , $28/2 = t = 28/0$) در مراکز ورزشی تاثیر مثبت معناداری دارد. هم چنین، تاثیر دسترسی به خدمات بر ارزش درک شده (β , $72/4 = t = 58/0$) در مراکز ورزشی مثبت معنادار بود. علاوه بر این، نتایج نشان داد که ارزش درک شده بر رضایت مشتریان (β , $38/13 = t = 74/0$) رضایتمندی بر وفاداری مشتریان (β , $8/0 = t = 74/16$) در مراکز ورزشی تاثیر مثبت معناداری دارد. کلید واژه ها: دسترسی به خدمات، درک کیفیت خدمات، ارزش درک شده، رضایت، وفاداری، مراکز ورزشی

کلمات کلیدی:

دسترسی به خدمات، درک کیفیت خدمات، ارزش درک شده، رضایت، وفاداری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1506067>

