

## عنوان مقاله:

رابطه بین کیفیت خدمات استخرهای شنا با رضایت مندی و وفاداری مشتریان به قصد حضور آتی آنان (مطالعه موردی استان مازندران)

## محل انتشار:

فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش، دوره 3، شماره 2 (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

## نویسندگان:

اسماعیل شریفیان - استادیار دانشگاه شهید باهنر کرمان

وحید ساعت چیان - دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه تربیت معلم تهران

مسعود یمینی فیروز - دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه شمال

منصور فیروزی - دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه مازندران

زینب محمدعلی نسب - دانشجوی کارشناسی تربیت بدنی دانشگاه مازندران

## خلاصه مقاله:

هدف: امروزه کیفیت خدمات اماکن ورزشی برای کسب رضایت مشتری و تداوم حضور آنان از اهمیت بالایی برخوردار است. هدف از پژوهش حاضر، تعیین رابطه بین کیفیت خدمات استخرهای شنا با رضایت مندی و وفاداری مشتریان به قصد حضور آتی آن ها است. روش شناسی: پژوهش حاضر از نوع همبستگی و به شکل میدانی صورت گرفته است. جامعه آماری این پژوهش را تمامی مشتریان استخرهای شنای استان مازندران با حداقل یک سال سابقه فعالیت ورزشی تشکیل داده‌اند. برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه‌های استاندارد کیفیت خدمات الکساندریا (۱۹۹۹)، وفاداری مشتری آن (۱۹۹۰)، رضایت مشتری ویکتور (۲۰۰۲) و رفتار آتی مشتریان بریو (۱۹۹۶) استفاده شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش های آمار توصیفی و آزمون کلموگروف اسمیرنوف، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون همزمان در سطح معناداری  $(\alpha = 0.05)$  استفاده شد. یافته‌ها: نتایج نشان داد که میانگین تمام متغیرهای وارد در پژوهش، بالاتر از سطح مطلوب قرار داشت که به ترتیب متغیر رضایت مندی ( $M = 4.36$ )، بالاترین و متغیر وفاداری ( $M = 4.49$ ) کمترین میانگین مربوط را داشتند. همچنین نتایج نشان داد بین متغیر کیفیت خدمات با وفاداری، رضایت مندی و قصد حضور آتی، رضایت مندی با وفاداری و قصد حضور آتی مشتریان و در نهایت بین وفاداری با قصد حضور آتی مشتریان رابطه مثبت و معنی داری وجود داشت ( $p < 0.05$ ). نتیجه گیری: با توجه به یافته های پژوهش، متغیرهای پیش بین کیفیت خدمات، رضایت مندی و وفاداری، توانایی تبیین رفتار آتی مشتریان به استخرها را دارا می باشند، بنابراین مسئولان و مدیران استخرهای شنا علاوه بر افزایش کمی و کیفی نحوه ارائه خدمات باید در جهت حفظ مشتریان، وفاداری فعلی و جذب گروه های جدید اهتمام خاصی ورزند. واژه های کلیدی: وفاداری، رضایت مندی، استخر شنا، کیفیت خدمات، حضور آتی.

## کلمات کلیدی:

وفاداری، رضایت مندی، استخر شنا، کیفیت خدمات، حضور آتی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1997121>

