

عنوان مقاله:

پیش بینی ارزش طول عمر مشتریان ورزشی براساس تکنیک گروهی شبکه عصبی (GMDH)

محل انتشار:

دوماهنامه مطالعات مدیریت ورزشی، دوره 15، شماره 81 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

ماهرخ رجبی اصلی - گروه آموزشی تربیت بدنی

مژگان خدامرادپور - گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران

مظفر یکتایار - دانشیار گروه مدیریت ورزشی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران

رشاد حسینی - دانشکده مهندسی برق و کامپیوتر، دانشکده فنی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر به دلیل ارائه روشی نوین برای پیش بینی ارزش طول عمر مشتری و کاربرد آن در افزایش سودآوری سازمان های ورزشی به لحاظ هدف، کاربردی بوده و از نظر روش گردآوری داده ها از نوع میدانی است. در این پژوهش با استفاده از تکنیک دسته بندی گروهی داده ها در شبکه عصبی به محاسبه و پیش بینی ارزش طول عمر مشتریان در باشگاه های ورزشی پرداخته شده است. حجم نمونه در بخش کیفی با استفاده از روش غیر تصادفی هدفمند، تعداد ۱۸ نفر از خبرگان (اساتید دانشگاهی و مدیران متخصص ورزشی) که در حوزه های مرتبط با موضوع تخصص داشتند، شناسایی شده و با آن ها مصاحبه مستقیم انجام شد و یا از پرسشنامه باز پاسخ استفاده گردید. برای دستیابی به نقطه اشباع، مطالعه میدانی تا زمانی ادامه پیدا کرد که هیچ گواه و مولفه جدیدی از داده ها حاصل نشد. پس از آن عوامل تحلیل گردیده و ابزار تحقیق ساخته شد. پایایی کلی پرسشنامه ۸۵/۰ محاسبه گردید. در بخش کمی جامعه آماری شامل ۴۱۳ نفر از ورزشکاران زن و مرد که حداقل ۶ ماه سابقه فعالیت ورزشی و عضویت در یکی از باشگاه های ورزشی واقع در استان های غرب و شمال غرب کشور را داشتند، توزیع گردید؛ که به علت پراکندگی و گسترده بودن جامعه موردنظر از روش نمونه گیری خوشه ای استفاده شد. برای تحلیل داده ها، اطلاعات جمعیت شناختی، سابقه ورزشی و ۳۳ متغیر مستقل وارد شبکه شد. همچنین وجود زیرساخت ورزشی، حمایت مالی باشگاه ها، رفاه عمومی جامعه، اثربخشی خدمات ورزشی، مدیریت ورزشی هوشمند و مهارت مربی، تاثیر بالایی بر افزایش ارزش طول عمر مشتری دارد.

کلمات کلیدی:

پیش بینی، ارزش طول عمر، مشتریان باشگاه ورزشی، تکنیک بررسی گروهی داده ها، شبکه عصبی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2061772>

