

## عنوان مقاله:

مقایسه ارزش ادراک شده مشتری در باشگاه های آمادگی جسمانی دولتی و خصوصی شهر شیراز

## محل انتشار:

همایش بین المللی یافته های نوین پژوهشی در علوم ورزشی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

## نویسندگان:

زهرا زارع - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز ایران

سیدمحمدعلی میرحسینی - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز گروه تربیت بدنی شیراز ایران

## خلاصه مقاله:

این پژوهش باهدف مقایسه ارزش ادراک شده در باشگاه های آمادگی جسمانی دولتی و خصوصی شهر شیراز انجام گرفت جامعه آماری پژوهش را باشگاه های دولتی و خصوصی آمادگی جسمانی دارای مجوز در شهر شیراز تشکیل دادند نمونه آماری باتوجه به حجم جامعه آماری براساس جدول کرجسی مورگان تعداد 28 باشگاه دولتی و 28 باشگاه خصوصی با روش نمونه گیری خوشه ای تصادفی به عنوان نمونه انتخاب شدند روش گردآوری اطلاعات بصورت میدانی و ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه ی ارزش ادراک شده مشتری می باشد پایایی پرسشنامه ارزش ادراک شده  $a=0/68$  بدست آمد برای آزمون فرضیه ها و مقایسه تفاوت بین متغیرها در باشگاه های خصوصی و دولتی آزمون T مستقل و آزمون من ویتنی استفاده شد نتایج آماری پژوهش نشان داد که درمؤلفه ارزش ادراک شده بین باشگاه های آمادگی جسمانی دولتی و خصوصی تفاوت معنی داری وجود دارد ( $p=0/001$ ) از آنجا که درتحقیق حاضر تفاوت درمیزان ارزش ادراک شده مشتری بین باشگاه های آمادگی جسمانی دولتی و خصوصی مشاهده شده است پیشنهاد میشود مدیران باشگاه های دولتی با بهره گیری ازمؤلفه ی ارزش ادراک شده مشتری ضمن برقراری رابطه بلندمدت با مشتریان جذب مشتریان بیشتر و به دنبال آن سود بالاتری را برای سازمان خود به همراه داشته باشند

## کلمات کلیدی:

ارزش ادراک شده مشتری ، باشگاه های دولتی و خصوصی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/463097>

