

عنوان مقاله:

رعایت اصول مشتری مداری در مدیریت اماکن و فضاهای ورزشی گامی موثر جهت تامین سلامت جسمانی و روانی شهروندان

محل انتشار:

اولین همایش ملی تحولات علوم ورزشی در حوزه سلامت، پیشگیری و قهرمانی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

علی قره - دانشیار دانشگاه پیام نور

علیرضا احمدی - دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه علامه طباطبایی(ره)

خلاصه مقاله:

هدف از انجام این پژوهش، مطالعه عوامل موثر بر بهره وری اماکن و فضاهای ورزشی شهر تهران در بخش مشتری مداری بود. روش تحقیق این پژوهش توصیفی پیمایشی بود که بصورت میدانی انجام شد. جامعه آماری این تحقیق شامل مدیران و کارشناسان اماکن و فضاهای ورزشی شهر تهران بود و نمونه آماری را نیز 40 نفر از این مدیران و کارشناسان تشکیل دادند. در ضمن روش نمونه گیری به صورت غیرتصادفی بود. ابزار پژوهش پرسشنامه محقق ساخته مشتمل بر 45 سوال و طیف لیکرت 5 ارزشی که روایی آن با توجه به نظرات 13 تن از متخصصین تأیید شد. برای تعیین پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که به میزان 0/87 به دست آمد. از آمار توصیفی جهت توصیف وضعیت جنسیت، سن، سطح تحصیلات و سابقه فعالیت پاسخ دهندگان استفاده شد. در قسمت آمار استنباطی جهت اولویت بندی عوامل موثر بر بهره وری فضاهای ورزشی در بخش مشتری مداری، آزمون فریدمن بکار برده شد. نتایج نشان داد در بخش مشتری مداری، وجود ارتباط متقابل و تعامل مدیریت اماکن با جامعه محل فعالیت بالاترین اولویت (5/80) و نوع استفاده از اماکن (قهرمانی، آموزشی، تفریحی) کمترین اولویت (4/1) را دارا میباشند. یافته های این پژوهش میتواند نقش بسزائی در تامین رضایت استفاده کنندگان فضاهای ورزشی (به عنوان یکی پر مخاطبترین کاربریها در سطح شهر) ایفاء نماید.

کلمات کلیدی:

فضاهای ورزشی، بهره وری، مشتری، مشتری مداری، رضایتمندی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/556347>

