

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر رفتارهای مشتری مداری بر میزان وفاداری مشتریان به فروشگاه های ورزشی استان گلستان

محل انتشار:

اولین همایش ملی علوم کاربردی در ورزش (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

حسن شکی - گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی علی آباد کتول ایران

اکرم اصفهانی نیا - گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد علی آباد کتول دانشگاه آزاد اسلامی علی آباد کتول ایران

خلاصه مقاله:

این پژوهش با هدف بررسی تاثیر رفتارهای مشتری مداری بر میزان وفاداری مشتریان به فروشگاه های ورزشی استان گلستان انجام گرفت روش پژوهش توصیفی از نوع همبستگی بود که به شکل میدانی اجرا شد. جامعه آماری پژوهش، مشتریان فروشگاه های ورزشی که حداقل سالی دو بار مراجعه به فروشگاه های ورزشی در سطح استان گلستان در سال 1396 داشته اند. و از طریق نمونه گیری تصادفی طبقه ای از بین مشتریان فروشگاه های ورزشی انتخاب شدند حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان 384 نفر تعیین شد 420 پرسشنامه توزیع شد و از بین آنها 390 پرسشنامه قابل قبول بازگردانده شد. برای گردآوری داده های تحقیق در بعد مشتری گرایی از پرسشنامه مشتری مداری داناوان و همکاران 2004 و بعد وفاداری از پرسشنامه لیم 2006 استفاده شد پایایی پرسشنامه ها توسط آزمون الفای کرونباخ در بعد مشتری مداری $\alpha=0/87$ و در بعد وفاداری سازمانی $\alpha=0/77$ به دست آمد برای تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد نتایج نشان داد که بین ابعاد مختلف مشتری مداری و میزان وفاداری مشتریان و مشتری گرایی کارکنان ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد همچنی مولفه های مختلف متغیر مشتری مداری می تواند میزان وفاداری مشتریان فروشگاه های ورزشی استان گلستان را پیش بینی نمایند.

کلمات کلیدی:

مشتری، فروشگاه های ورزشی، وفاداری، استان گلستان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/695710>

