

عنوان مقاله:

ارتباط کیفیت خدمات با وفاداری مشتریان باشگاه های کشتی استان البرز

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی پژوهش های کاربردی در تربیت بدنی، علوم ورزشی و قهرمانی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

مهدی سوادی - استادیار گروه تربیت بدنی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قشم، قشم، ایران

محمدحسین محمد میرزا - دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بین الملل قشم

خلاصه مقاله:

موضوع وفاداری و تمایل حضور مجدد مشتریان ورزشی از پیامدهای مهم تلاشهای بازاریابی ورزشی محسوب می شود. لذا امروزه محققان به دنبال بهترین پیش بین ها برای تبیین این مقولات مهم هستند. پژوهش حاضر به منظور تعیین ارتباط کیفیت خدمات با وفاداری مشتریان باشگاههای کشتی استان البرز انجام شده است. روش تحقیق از نظر شیوه گردآوری اطلاعات توصیفی- همبستگی و از نظر هدف کاربردی بوده است. جامعه آماری پژوهش شامل مشتریان باشگاههای کشتی استان البرز که حداقل 6 ماه سابقه فعالیت ورزشی داشتند بوده است. بر اساس جدول مورگان تعداد 157 نفر از مشتریان باشگاههای کشتی که داوطلب تکمیل پرسشنامه ها بودند بصورت تصادفی انتخاب شدند. ابزار گردآوری دادهها، شامل پرسشنامه کیفیت خدمات چن (1996)، شن (1999) و وو (2003) و لیو (2008) با ضریب آلفای 0/83 پرسشنامه وفاداری نگرشی و رفتاری آلن (1990) با ضریب آلفای 0/86 در مقیاس پنج درجه ای لیکرت بود. به منظور تحلیل داده ها از آزمون های همبستگی و رگرسیون استفاده شد. نتایج نشان داد بین کیفیت خدمات و مولفه های آن با وفاداری کلی مشتریان باشگاه های کشتی استان البرز رابطه وجود دارد و وفاداری مشتریان از روی کیفیت خدمات قابل پیش بینی می باشد. با عنایت به نتایج می توان به مدیران باشگاههای کشتی البرز پیشنهاد نمود با تاکید بر مولفه های کیفیت خدمات وفاداری مشتریان را نسبت به باشگاههای خود افزایش دهند.

کلمات کلیدی:

کیفیت خدمات، وفاداری، مشتریان ورزشی، باشگاههای کشتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/880693>

