

مقایسه رضایتمندی مشتریان زن و مرد از امکانات ورزشی باشگاههای بدنسازی شهر همدان

علی زیوری خرم ۱، مجید سلیمانی * ۲ و رسول فروغی ۳

۱ و ۳. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات همدان،

۲. استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی ملایر

مقدمه

امروزه، بسیاری از شرکتها و سازمانهای غیرانتفاعی به منظور ایجاد مزایای رقابتی برای خود به مفهوم جدیدی به نام تمرکز بر نیازهای مشتریان روی آوردهاند که به معنای تأمین رضایت آنها است (۱). رضایت مشتری مفهوم پیچیده‌ای است که مؤلفه‌های متعددی بر آن اثر میگذارد. رضایت مشتری زمانی حاصل میشود که خواست واقعی مشتری تأمین و نیاز او در زمان معین و به روشی که او میخواهد برآورده شود (۲). میزان حضور مشتریان هر باشگاه، متغیری کلیدی برای درآمدزایی محسوب میشود؛ اما باید این نکته را در نظر داشت که متغیرهای زیادی بر انتخاب باشگاه توسط مشتریان اثرگذار است، که از آن جمله میتوان به خدمات ارائهشده، کیفیت کارکنان، برنامه تمرین و ... را نام برد. اما باید در نظر داشت که ویژگیهای جمعیتشناختی (سن، شغل، جنسیت) مشتریان نیز بر میزان رضایتمندی مشتریان میتواند تاثیرگذار باشد. بر اساس یافتههای آفتینوس و همکارانش (۳) در سال ۲۰۰۶ مشخص شد بین رضایتمندی مشتریان باشگاههای بدنسازی با مشخصات جمعیتشناختی (سن، شغل، جنسیت) رابطه معناداری وجود دارد، در حالیکه نتایج فراهانی و همکاران (۴) در سال ۱۳۹۱ خلاف این نتیجه را نشان داد. با توجه به وجود نتایج متناقض در این زمینه بررسی این موضوع ضروری میباشد، هدف پژوهش حاضر مقایسه رضایتمندی مشتریان زن و مرد از امکانات ورزشی باشگاههای بدنسازی شهر همدان میباشد.

روش‌شناسی تحقیق

این پژوهش از نوع علی-مقایسه‌ای است. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش، مشتریان باشگاههای بدنسازی خصوصی و دولتی شهر همدان است که حداقل ۱۲ ماه سابقه فعالیت ورزشی داشتند. نمونه آماری پژوهش حاضر شامل ۱۰۰ نفر از مشتریان زن و ۱۰۰ نفر از مشتریان مرد بود. دامنه سنی شرکتکنندگان بین ۲۰ تا ۳۵ سال بود. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه بوده که روایی و پایایی (ضریب آلفای کرونباخ برابر ۹۱/۵۶) آن مورد تایید اساتید رشته مدیریت ورزشی رسیده است.

جهت تحلیل دادهها از نرمافزار SPSS نسخه ۱۸ استفاده شد. از تست تی مستقل جهت مقایسههای آماری در بین دو گروه استفاده شد. سطح معناداری برابر ۰/۰۵ بود.

یافتهها

میانگین و انحراف استاندارد حیطه‌های رضایتمندی در دو گروه مشتریان زن و مرد در جدول شماره ۱ آورده شده است. در مقایسه رضایتمندی مشتریان زن و مرد در حیطه‌های مختلف نشان داد که بین دو جنس اختلاف معناداری در هیچ یک از حیطه‌های رضایتمندی وجود ندارد ($P < 0/05$).

جدول ۱) مقایسه رضایتمندی در حیطه‌های مختلف دو گروه مشتریان زن و مرد باشگاه‌های بدنسازی

سطح معناداری	مرد	زن	حیطه‌های رضایتمندی
۰/۳۸	۰۲۱/۹±۷۱/۳	۹۱۱/۱±۲۱/۹	رضایت کلی
۰/۵۲۲	۸۱/۴±۱/۱	۸۱/۷±۱/۹	اجتماعی
۰/۱۸	۶۳/۱±۵/۸	۵۳/۹±۵/۴	تجهیزات و محیط فیزیکی
۰/۸۵	۳۳/۱±۵/۷	۲۳/۷±۶/۱	کیفیت کارکنان
۰/۶۶	۷۱/۸±۳/۱	۶۱/۹±۵/۹	برنامه تمرین
۰/۸۴	۵۱/۱±۳/۹	۴۱/۴±۲/۷	سایر خدمات

بحث و نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر مقایسه رضایتمندی مشتریان زن و مرد از امکانات ورزشی باشگاه‌های بدنسازی شهر همدان بود. نتایج پژوهش حاضر نشان داد که بین دو جنس اختلاف معناداری در هیچ یک از حیطه‌های رضایتمندی وجود ندارد. نتایج پژوهش حاضر با نتایج فراهانی و همکاران (۴) در سال ۹۱ که در شهر گرگان انجام شد همسو می‌باشد و با نتایج آفتینوس و همکارانش (۳) در سال ۲۰۰۶ که در یونان انجام شد ناهمسو است. احتمالاً با توجه به فرهنگ، اعتقادات و افکار تقریباً یکسان جامعه آماری پژوهش حاضر با فراهانی و همکاران نتایج همسو می‌باشد در حالی که به دلیل تفاوت در این موارد نتایج پژوهش حاضر با آفتینوس و همکاران ناهمسو است. مفهوم کیفیت و رضایت مشتری در مراکز ورزشی اهمیت بسیاری دارد، چراکه درآمد اصلی و سوددهی مراکز به حضور مشتریان بستگی دارد، به همین دلیل انجام پژوهش‌های بیشتر و همچنین انجام پژوهش حاضر در سایر شهرهای کشور توصیه می‌شود.

منابع

- [۱] روستا احمد، ونوس داور، ابراهیمی عبدالحمید. (۱۳۸۶). مدیریت بازاریابی، تهران: سمت.
- [۲] صدری بیژن. (۱۳۷۸). بررسی دیدگاه مشتریان پراید در مورد کیفیت محصول در شهر اصفهان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه اصفهان.
- [3] Afthinos, Yanni and et al. 2006. Customer's expectations of service in Greek fitness centers, *Managing Service Quality*. 245-258 : (3)15 ,
- [۴] فراهانی ابوالفضل، سلامت ندا، گودرزی محمود. (۱۳۹۱). بررسی رضایتمندی مشتریان باشگاه‌های بدنسازی خصوصی و دولتی شهر گرگان. مجله مطالعات مدیریت ورزشی؛ ۱۶: ۱۴۳-۱۵۶.

Surf and download all data from SID.ir: www.SID.ir

Translate via STRS.ir: www.STRS.ir

Follow our scientific posts via our Blog: www.sid.ir/blog

Use our educational service (Courses, Workshops, Videos and etc.) via Workshop: www.sid.ir/workshop