

فصلنامه جهان نوین

No 4, 2 021 , P 45-58

سال چهارم، شماره چهاردهم، تابستان ۱۴۰۰، صص ۴۵-۵۸

(ISSN) : 2645 - 3479

شماره شاپا: (۲۶۴۵ - ۳۴۷۹)

بررسی نقش میانجیگری کیفیت خدمات در رابطه میان زیباشناختی و رضایتمندی مشتریان در اماکن ورزشی

استان مازندران

سید زین العابدین قاسمی^۱، محمدباقر فرقانی اوزرودی^۲

چکیده

یکی از روش‌های جلب رضایت مشتریان در اماکن ورزشی، استفاده از عناصر زیباشناختی در کنار ارائه خدمات با کیفیت به مشتریان است. هدف اصلی این تحقیق، بررسی نقش میانجیگری کیفیت خدمات در رابطه میان زیباشناختی و رضایتمندی مشتریان در اماکن ورزشی استان مازندران است. روش تحقیق توصیفی و از نوع تحقیقات همبستگی است. جامعه‌ی آماری تحقیق، ورزشکاران فعال در ۳۲۰ سالن ورزشی در سطح استان مازندران بودند که بر اساس جدول مورگان تعداد ۳۸۴ نفر به صورت تصادفی خوشه‌ای انتخاب شدند. برای گردآوری اطلاعات، از پرسشنامه زیباشناختی کیا (۱۳۹۳)، کیفیت خدمات لیو (۲۰۰۸) و پرسشنامه رضایت مشتریان قاسم زاده و همکاران (۱۳۹۳) استفاده شد. داده‌ها با استفاده از آزمون پیرسون و الگوسازی معادله ساختاری و تحلیل رگرسیون میانجی با استفاده از نرم افزار اس پی اس اس^۳ نسخه ۲۲ و نرم افزار تحلیل ساختارهای گشتاوری ایموس^۴ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که بین ساخت اماکن ورزشی زیبا و جذاب با بهبود نمای شهر رابطه وجود دارد. بین نمای خارجی و داخلی اماکن ورزشی و میزان رضایتمندی مشتریان رابطه وجود دارد. بر اساس نتایج تحقیق، اثر غیر مستقیم زیبایی شناختی اماکن ورزشی بر رضایتمندی مشتریان از طریق کیفیت خدمات معنادار است. کلمات کلیدی: کیفیت خدمات، میانجیگری، زیباشناختی، رضایت مندی مشتریان

۱- کارشناس ارشد تربیت بدنی، بابل، ایران

۲- کارشناس ارشد تربیت بدنی، آموزش و پرورش شهرستان بابل، ایران mohammadbagher.forghani@gmail.com