



## تاثیر مثلث شناختی و باورهای وسواسی بر وفاداری مشتریان باشگاه ورزشی شهرداری تبریز

الهه ایازی<sup>۱</sup>، محمد رحیم نجف زاده<sup>۲</sup>\*

۱. گروه مدیریت ورزشی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

۲. عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تبریز. (\*نویسنده مسئول).

\*Email: (najafzadehrahim@yahoo.com)

نوع ارائه مقاله: پوستر

### چکیده

**زمینه و هدف:** هدف اصلی این پژوهش بررسی تاثیر مثلث شناختی و باورهای وسواسی بر وفاداری مشتریان باشگاه ورزشی شهرداری تبریز می باشد.

**روش کار:** در این پژوهش از سه پرسشنامه های مثلث شناختی، باورهای وسواسی و وفاداری مشتریان استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیه ها از روشهای تجزیه و تحلیل عاملی تاییدی و مدلیابی معادلات ساختاری بهره گرفته شد.

**یافته ها:** نتایج حاکی از آن است که متغیرهای مثلث شناختی و باورهای وسواسی بر وفاداری مشتریان باشگاه ورزشی تاثیر مثبت و معناداری دارد. از بین مولفه های مثلث شناختی، دو بعد نگرش نسبت به خود و نگرش نسبت به دنیا بر وفاداری تاثیر دارد، و از بین مولفه های باورهای وسواسی کمال طلبی و انجام امور بر وفاداری مشتریان تاثیر دارد.

**نتیجه گیری:** می توان چنین نتیجه گرفت که باشگاه ورزشی شهرداری تبریز برای افزایش وفاداری مشتریان خود بهتر است کلاسهای آموزشی برای مدیران و کارمندان خود با بهره گیری از روانشناسان مجرب در جهت شناخت مشتریان وسواس و تعامل بهتر با آنان برگزار کند و همچنین با ارائه خدمات بهتر و توجه بیشتر به مشتریان موجب افزایش وفاداری آنان شود.

**کلیدواژه ها:** مثلث شناختی، باورهای وسواسی، وفاداری مشتریان، باشگاه ورزشی