



مقایسه وفاداری مشتریان در مجموعه‌های ورزشی دولتی و خصوصی استان خراسان جنوبی

سید مصطفی جلیلی^۱، ایمان صفایی^۲

۱- دانشگاه آزاد اسلامی - واحد بیرجند

۲- دانشگاه آزاد اسلامی - واحد بیرجند

چکیده

هدف از پژوهش حاضر مقایسه وفاداری مشتریان در مجموعه‌های ورزشی دولتی و خصوصی استان خراسان جنوبی می‌باشد. جامعه آماری کلیه مشتریان مجموعه‌های ورزشی دولتی و خصوصی استان خراسان جنوبی (۱۵ هزار نفر) بود که برای تعیین حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان ۳۷۵ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شد. ابزار تحقیق پرسشنامه استاندارد وفاداری مشتری (آلن و مایر، ۱۹۹۰)، بود که برای انتخاب نمونه‌ها از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی استفاده شد. روایی پرسشنامه‌ها مورد تایید ۱۳ تن از اساتید محترم صاحب‌نظر در علم مدیریت بود و پایایی پرسشنامه ۰/۷۳۷ بود. نتایج پژوهش حاضر نشان داد: وفاداری رفتاری مشتریان باشگاه‌های خصوصی به طور معناداری بیشتر از باشگاه‌های دولتی بود.

واژگان کلیدی: وفاداری مشتریان، و مجموعه‌های ورزشی دولتی و خصوصی، استان خراسان

جنوبی.