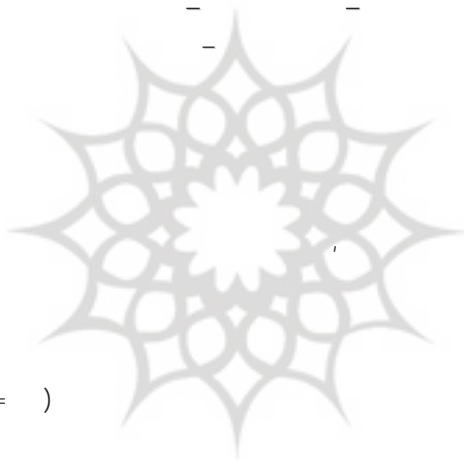


-
:
/ / :
/ / :



(N=)

پروژه نگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



(.)



(.)

پروہ شگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی

()

()

()

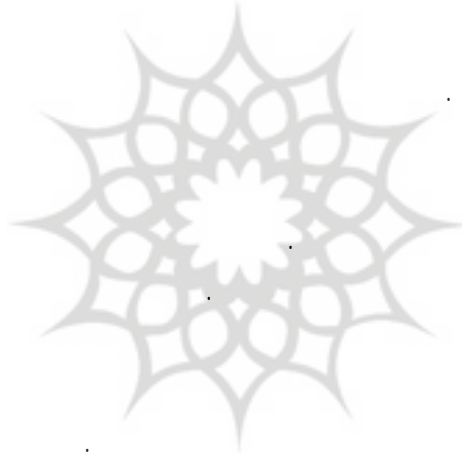
()

()

()



-
- 1 - Frier.M
 - 2 - Hayes, Bob E
 - 3 - Club haus _ health
 - 4 - Maileto .Jwall



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی

) spss
(

()

()

/

/





/

H1

Z

Z

Z



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی

جدول ۲- توزیع فراوانی مطلق و نسبی مشتریان بر حسب عوامل مرتبط با رضایتمندی

عوامل مرتبط با رضایتمندی مشتریان	خیلی زیاد		زیاد		تا حدودی		کم		خیلی کم	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
قوانین و مقررات ایمنی	۱۴۰	۴۰	۱۴۶	۴۲	۴۵	۱۳	۱۱	۳	۷	۲
تمیزی و شفافیت آب استخر	۱۶۰	۴۶	۱۳۸	۳۹/۵	۳۵	۱۰	۱۱	۳	۵	۱/۵
ظاهر و نحوه معماری استخر	۹۴	۲۷	۱۵۰	۴۳	۸۹	۲۵/۵	۱۱	۳	۵	۱/۵
مرئی متخصص و متعهد	۱۳۲	۳۵	۱۴۱	۴۰/۵	۶۸	۱۹/۵	۷	۲	۱۸	۳
نزدیک بودن به محل سکونت	۱۶۰	۴۶	۹۴	۲۷	۶۹	۱۹/۵	۱۹	۵/۵	۷	۲
ویژگی های ظاهری مرئی	۸۷	۲۵	۱۶۰	۴۶	۸۶	۲۴/۵	۱۸	۳	۵	۱/۵
برخورد احترام آمیز کارکنان	۱۶۷	۴۸	۱۱۳	۳۲	۵۴	۱۵/۵	۱۱	۳	۵	۱/۵
مجهر بودن به سونا و جکوزی	۱۷۱	۴۹	۱۳۲	۳۲	۵۴	۱۵/۵	۱۱	۳	۵	۱/۵
شهریه مناسب	۱۵۹	۴۵/۵	۱۲۰	۳۴/۵	۶۳	۱۸	۷	۲	-	-
تیلیفات وسیع	۹۴	۲۷	۱۵۰	۴۳	۸۷	۲۵	۱۱	۳	۷	۲
مجهر بودن به امکانات جانبی (رستوران)	۱۰۱	۲۹	۱۵۴	۴۴	۷۳	۲۱	۱۴	۴	۷	۲
نحوه ارائه خدمات کارکنان	۱۰۴	۳۳	۱۸۱	۵۲	۳۵	۱۰	۱۱	۳	۷	۲
نحوه بهره‌رزی مدیران استخر	۱۴۱	۴۰/۵	۱۶۱	۴۶	۳۱	۹	۱۱	۳	۵	۱/۵
امنیت کمد لباس و وسایل	۱۵۹	۴۵/۵	۱۲۰	۳۴/۵	۵۱	۱۴/۵	۱۴	۴	۷	۲
تناسب شهریه با نحوه ارائه خدمات	۱۵۹	۴۵/۵	۱۲۰	۳۴/۵	۶۳	۱۸	۷	۲	-	-
نظرخواهی از مشتریان	۹۴	۲۷	۱۵۰	۴۳	۸۷	۲۵	۱۱	۳	۷	۲

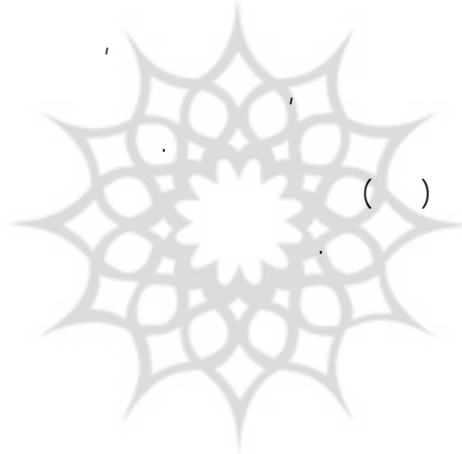


()

() ()

)

(



() () ()

()

پروپوزیشن گاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
() ()
پرتال جامع علوم انسانی

)

(

()

()

(

)

()

()

()

)

(

()

()

()

پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
رتال جامع علوم انسانی

-
-
8. **Bob Paton**.(2000). *“Correspondence typing – customer – down to regular – exercise health – club management”*,P: 4.
9. *Club house magazine, health fitness club, club haus-health , htm.*
10. **Frier. M**,(2004). *“Women sport marketing, business”– computer.*
11. **Genter NB, fisher LA, Wrisberg CA**,(Feb 2004). *“Athletes and coaches preception or sport psychology. Service offer by graduate student at one NCCA division I university”*, *psychol REP*, 94(1): PP:213-216.
12. **Hayes, Bob E**,(1998). *“Measuring customer satisfification”*, *wis consim: ASQ quality press.*
13. **Maileto. Jwalls**, (2002). *“Hoosier sport marketing club the trustees of indiana university”*, *Journal of Merkting* , 589 (Joly), PP:53-65..
- 14.**Rafig. M**. (2001). *“Cintigency model for empovering customer contract services employees, management decision”*. Vol 3, No 10, PP:680-693.
15. **Milne georger**, (1999). *“Mcdonald Mark A”*, *sport marketing, jones and bartlet.*