



## بررسی رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی مصرف‌کنندگان خدمات ورزشی با شخصیت برند و وفاداری برند ( مطالعه موردی سرزمین موج‌های آبی مشهد )

زهره شجاع<sup>۱</sup>، مهدی طالب پور<sup>۲</sup>، سمیه سلمانی مقدم<sup>۳</sup>

### چکیده

امروزه مراکز مربوط به فعالیت‌های تفریحی ورزشی آبی از اولویت‌های اول مصرف‌کنندگان ورزشی به حساب می‌آیند. از سوی دیگر مدیران این مراکز ورزشی می‌توانند با در نظر داشتن ویژگی‌های خاص در شخصیت برندهای خود، مشتریان با تمایلات متفاوتی را به خود جذب کنند و از مزایای وفاداری مشتریان به برند خود منفعت ببرند. شناخت مشخصه‌های شخصیتی مشتری و هم‌خوانی آن با مشخصه‌های شخصیتی برند می‌تواند برای ایجاد تمایز در محیط رقابتی و بازار اهمیت ویژه‌ای داشته باشد همچنین تأثیری که متغیرهایی همچون ویژگی‌های شخصیتی مشتریان، ابعاد شخصیت برند و وفاداری مشتریان به برند بر رفتار آتی مشتریان در قبال مراکز تفریحی ورزشی می‌گذارند هم از اهمیت بسیاری برخوردار است. با این توصیف، پژوهش حاضر که - توصیفی پیمایشی و از لحاظ هدف، کاربردی است - درصدد بررسی ارتباط بین رابطه هر یک از ویژگی‌های پنج‌گانه شخصیتی مشتریان با شخصیت برند و تأثیر این دو متغیر بر وفاداری برند می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش ۳۸۵ نفر از مشتریان خدمات تفریحی ورزشی مجموعه سرزمین موج‌های آبی در شهر مشهد است. به منظور تحلیل داده‌های گردآوری شده توسط ابزار پرسشنامه و از تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده است. نتایج به دست آمده، نشان از معناداری رابطه بین متغیر گشودگی، تناسب هیجانی، برون‌گرایی، وظیفه‌شناسی بر متغیر شخصیت ادراکی برند و همچنین بر متغیر وفاداری برند و بین ویژگی شخصیتی مصرف‌کننده و وفاداری برند مجموعه تفریحی ورزشی سرزمین موج‌های آبی مشهد دارد. این نتایج بیانگر آن است که مشتریان مجموعه‌های تفریحی ورزشی آبی در مواقع برخورد با برندهای مختلفی، به برندی توجه می‌کنند که شخصیت برند با ویژگی‌های شخصیتی خودشان شباهت بیشتری داشته باشد. لذا مدیران برای رسیدن به وفاداری مشتریان بایستی ابتدا ویژگی‌های شخصیتی مصرف‌کنندگان نهایی را به خوبی شناسایی کنند و با توجه به این نتایج برای برند خود شخصیتی متناسب با مصرف‌کنندگان تعریف کنند.

واژه‌های کلیدی: وفاداری برند، شخصیت برند، ویژگی‌های شخصیتی مصرف‌کننده، برند موج‌های آبی

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد

<sup>۲</sup> استاد مدیریت ورزشی دانشگاه فردوسی مشهد

<sup>۳</sup> دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد