

## عنوان مقاله:

ارزیابی عوامل تاثیرگذار برتمایل به استفاده از خرید اینترنتی بلیت مسابقات ورزشی از طریق بسط مدل پذیرش فناوری

## محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی پژوهش ها و دستاوردهای نو در علوم، مهندسی و فناوری های نوین (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسندگان:

حسین پورسلطانی - دانشیارمدیریت ورزشی دانشگاه پیام نور

فاطمه راهیما - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی

## خلاصه مقاله:

با استفاده از فناوری اطلاعات، توسعه مبادلات، تراکنش های مالی و اقتصادی تحقق می یابد و در زمان و هزینه صرفه جویی چشمگیری می شود. ماهیت الکترونیکی عصر اخیر، سبک خرید و معاملات مشتریان عرصه ورزش را به طور کلی تغییر داده و استانداردهای عملکردی ورزش را دستخوش تغییرات عمده ای ساخته است. با توجه به این واقعیت، شناخت نیازهای روز افزون مشتریان ورزشی، کسب مزیت رقابتی و تدوین راهبردهای مناسب، باشگاه های ورزشی در محیط امروزی را وادار به شناخت علل موثر بر استفاده مشتریان از خدمات الکترونیک و اینترنت کرده است. عواملی مانند سبک خرید مردم (حضور یا عدم حضور در محل خرید)، مخاطره پذیری در جامعه، آمادگی الکترونیکی، سهولت ادراک شده توسط مشتریان نسبت به استفاده از فناوری ارائه شده، به وسیله ارزش های سلیقه ها، انتظارات، نیازها و تحت تاثیر قرار می گیرند. در این پژوهش از امنیت، اعتماد، سازگاری و حریم خصوصی به عنوان باورهای دیگری که تاثیر بسزایی در پذیرش استفاده از خرید اینترنتی بلیت مسابقات ورزشی دارند، به منظور توسعه مدل پذیرش فناوری استفاده شده است. روش پژوهش توصیفی پیمایشی و ابزار گردآوری اطلاعات، ترکیبی از پرسشنامه جهتانی، لین و ویجاپاسارائی است. جامعه آماری - پژوهش هواداران تیم های فوتبال شهر بوشهر بودند که با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی، سیصد و پنجاه و یک نفر از آنها با استفاده از فرمول کوکران به عنوان نمونه پژوهش بررسی شدند. پایایی سوالات پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۸۷ تعیین شد و به منظور سنجش روایی پرسشنامه ها از روایی محتوا توسط صاحب نظران و متخصصان تجارت الکترونیک و خرید الکترونیکی استفاده شد. همچنین به منظور سنجش روایی مدل از روش مدلی مبادلات ساختاری استفاده شد و براساس نتایج مدل سازی معادلات ساختاری ارتباط متغیرهای پژوهش تایید شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزارهای SPSS و AMOS استفاده شد

## کلمات کلیدی:

عوامل تاثیرگذار، خرید اینترنتی، مسابقات ورزشی، مدل پذیرش فناوری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1567988>

