

عنوان مقاله:

تاثیر عامل اولویت های تماشاگران بر جذب آنان به مسابقات لیگ برتر ایران

محل انتشار:

ششمین همایش ملی دانشجویان تربیت بدنی و علوم ورزشی ایران (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

محمد اژدری - کارشناس ارشد، دبیر آموزش و پرورش شیراز

احمد ترک فر - دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز، گروه تربیت بدنی، شیراز، ایران

مهرزاد مقدسی - دانشگاه آزاد اسلام، واحد شیراز، گروه تربیت بدنی، شیراز، ایران

قربان رستمی - دانشجوی کارشناسی تربیت بدنی و علوم ورزشی

خلاصه مقاله:

تحقیق حاضر در نظر دارد عوامل اثرگذار بر جذب تماشاگران به مسابقات فوتبال در شهرستان شیراز در سال 88-89 بررسی نماید. جامعه آماری 28000 نفر بودند که تعداد 340 نفر به عنوان نمونه ی آماری با استفاده از نمونه گیری تصادفی انتخاب شدند. اطلاعات مورد نیاز از طریق پرسش نامه ی محقق ساخته در حول محور اولویت های تماشاگران به دست آمد. اعتبار توسط اساتید متخصص و پایایی این پرسش نامه با ضریب الفای کرانباخ 83% تعیین شده بود. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از شاخص آماری میانگین، انحراف معیار، آزمون تجزیه و تحلیل واریانس، آزمون تی استفاده گردید. نتایج آزمون تجزیه و تحلیل واریانس نشان داد که متغیر شغل و میزان درآمد افراد در جذب آن ها به مسابقات بی تأثیر است و تنها متغیر میزان مسافت طی شده تا استادیوم در جذب تماشاگران مؤثر می باشد. همچنین نتایج آزمون تی نشان داد که عامل اولویت های تماشاگران بر جذب آنها به مسابقات فوتبال مؤثر می باشد و موجب حضور بیشتر آنها در استادیوم ها می گردد. بررسی ها نشان می دهد که از بین عوامل مربوط به اولویت های تماشاگران طبق اولویت بندی انجام شده بر حسب ضرایب اصلی سه عامل تبلیغات کافی در مورد زمان و مکان مسابقه در رسانه های محلی، برگزاری منظم و برنامه ریزی شده مسابقات لیگ و پرهیز تماشاگران از بد زبانی و خشونت، بیشترین تاثیر را بر جذب و حضور تماشاگران در ورزشگاه داشته که با تدوین یک برنامه استراتژیک و کاربردی به وسیله برنامه ریزان و دست اندرکاران ورزشی و با در نظر گرفتن محورهای اثر گذار می توان تماشاگران را که در کشور ما به عنوان یک سرمایه بزرگ ملی محسوب می شوند به صورت گسترده تری به مسابقات فوتبال جذب کرد.

کلمات کلیدی:

فوتبال، تماشاگران، جذب، لیگ برتر

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/194439>

