

## عنوان مقاله:

تحلیل راهبردی نیازهای هواداران تیم های فوتبال لیگ برتر ایران

## محل انتشار:

فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش، دوره 9، شماره 2 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

## نویسندگان:

نگار قلی پور - دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه رازی

حسین عیدی - استادیار گروه مدیریت ورزشی دانشگاه رازی

بهرام یوسفی - دانشیار گروه مدیریت ورزشی دانشگاه رازی

فرزاد امیری - استادیار دانشگاه صنعتی کرمانشاه

## خلاصه مقاله:

هدف: تماشاچیان برای باشگاه ها، مهم ترین گروه برای کسب درآمد به حساب می آیند. در نتیجه شناسایی نیازهای موردنظر تماشاگر ورزشی و درک مثبت او از کیفیت خدمات ارائه شده برای پشتیبانی تیم، حضور و درآمد تیم بسیار حیاتی است. بر همین اساس تحقیق حاضر به تحلیل راهبردی نیازهای هواداران تیم های فوتبال لیگ برتر ایران پرداخت. روش شناسی: جامعه آماری کلیه هواداران سه بازی پرسپولیس - استقلال، پیکان - استقلال، سپیدرود - پرسپولیس بودند. با توجه به تعداد گویه ها ۴۰۰ پرسشنامه به صورت تصادفی توزیع گردید و در نهایت ۳۷۳ پرسشنامه صحیح موردتجزیه و تحلیل قرار گرفت. پایانی پرسشنامه با استفاده از روش آلفای کرونباخ تعیین شد. ابزار تحقیق پرسش نامه محقق ساخته بود که روایی صوری و محتوایی آن از نظر متخصصین مدیریت ورزشی و روایی سازه آن با تحلیل عاملی تایید شد. همچنین ابزار راهبردی ماتریس BCG و بهره گیری از روش کمی تحلیل داده ها و روابط خاکستری وضعیت راهبردی در هر یک از ابعاد و مولفه های کیفیت خدمات بررسی شد. یافته ها: در تجزیه و تحلیل داده ها از طریق تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی ۵ بعد مورد شناسایی قرارگرفت که با استفاده از روابط خاکستری مورد اولویت بندی قرار گرفتند. این ابعاد به ترتیب شامل امکانات فیزیکی، عوامل مدیریتی، اتمسفر، امکانات جانبی و رسانه و اطلاع رسانی بودند. نتیجه گیری: به مدیران توصیه می گردد که با اقدامات خلاقانه و برنامه ریزی صحیح که چندان هزینه بر و زمان بر نباشد، رضایت هواداران ورزشی را جلب نمایند.

## کلمات کلیدی:

نیازهای هواداران، کیفیت خدمات، ماتریس گروه مشاوران بوستون، تحلیل روابط خاکستری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1997270>

