

عنوان مقاله:

عوامل انگیزشی در تصمیم گیری مصرف کننده برای شرکت در پیش بینی مسابقات اسب دوانی

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی تحقیقات بازاریابی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

مریم پارسائیان - کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی در ورزش، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تفت، ایران

فرشاد تجاری - استاد گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، تهران، ایران

محسن فلاح - مربی تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تفت، ایران

خلاصه مقاله:

هدف تحقیق حاضر تعیین عوامل انگیزشی در تصمیم گیری مصرف کننده برای شرکت در پیش بینی مسابقات اسب دوانی است تا با شناخت این عوامل راهکارهای اساسی در اختیار فدراسیون سوارکاری، و بازاریابان ورزشی کشور قرار دهد تا امکان برنامه ریزی بهتر برای آنان فراهم گردد. جامعه آماری کلیه شرکت کنندگان در مسابقات کورس بهاره 1393 شهر گنبد کاووس که تقریباً 500 نفر بوده که به صورت نمونه تصادفی تعداد 200 نفر انتخاب شدند. ابزار تحقیق پرسشنامه محقق ساخته ای با 76 سؤال می باشد. برای پاسخها از مقیاس لیکرت پنج ارزشی بهره گرفته شده است. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه بر اساس قضاوت و داوری کارشناسان و استاد راهنما و مشاور مورد تأیید قرار گرفت. روایی سازه به روش تحلیل عاملی اکتشافی (کفایت نمونه گیری $KMO=0/87$) و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرانباخ برای عوامل انگیزشی 95/0 تعیین گردید. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات در سطح توصیفی از شاخص های آماری میانگین، انحراف استاندارد، جداول توزیع فراوانی، درصد فراوانی، درصد فراوانی تجمعی و رسم نمودار و جدول و درآمار استنباطی آزمون لوین، آزمون t تک نمونه ای، آزمون کرویت بارلت، آزمون t مستقل، آزمون تحلیل واریانس، آزمون لامبدا ویکز استفاده گردید. یافته ها نشان می دهد که بیشترین شرکت کنندگان در پیش بینی رامردان سوارکار و متاهل و بومی با سطح مهارت بالا و در گروه سنی 18 تا 29 سال، افراد با درآمد بیشتر از 25/000/000 میلیون ریال و تماشاگران با سابقه تماشای مسابقات بیش از هفت مسابقه را شکل می دهند. نتیجه کلی اینکه تمام مولفه های عوامل انگیزشی در تصمیم گیری مصرف کننده برای شرکت در پیش بینی مسابقات اسب دوانی که شامل ریسک پذیری، خیریه، خودباوری، آموزش و ارزیابی، تجربه معنوی، تجربه احساسی، پولی، مالی، رقابت، تعاملات اجتماعی، فرار، سرگرمی می باشند بر روی پیش بینی تاثیر گزار هستند همچنین متغیرجنس بر روی عوامل انگیزشی دارای اختلاف معناداری نیست و متغیر سن بر روی عوامل انگیزشی دارای اختلاف معناداری است.

کلمات کلیدی:

روانشناسی رفتاری، رفتار مصرف کننده، انگیزه، پیش بینی مسابقات اسب دوانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/472187>

