

عنوان مقاله:

عوامل مؤثر بر خرید کالاهای ورزشی از دیدگاه دانشجویان ورزشکار شهر ارومیه

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی یافته های نوین پژوهشی در علوم، مهندسی و فناوری با محوریت پژوهشهای نیاز محور (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

اشکان حسنی کریم آباد - کارشناس ارشد مدیریت سیستم های اطلاعاتی

نیوشا مظاهری - کارشناس ارشد مدیریت بازاریابی ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی تبریز

خلاصه مقاله:

عوامل مؤثر در خرید کالای ورزشی همواره سوال خیلی از پژوهشگران و بازاریابان ورزشی بوده است. با توجه به اهمیت این موضوع مقاله حاضر با هدف شناسایی و تعیین عوامل مؤثر بر خرید کالاهای ورزشی از دیدگاه دانشجویان ورزشکار شهر ارومیه انجام شد. روش تحقیق مقاله با توجه به اهداف پژوهش از نوع توصیفی پیمایشی بود. که جامعه آماری آن را کلیه دانشجویان ورزشکار دانشگاه های شهر ارومیه که تعداد آنها براساس آمار گزارش شده از ادارات تربیت بدنی دانشگاه ها 18100 نفر اعلام شد. از روش نمونه گیری تصادفی ساده برای نمونه گیری استفاده گردید که تعداد آن براساس جدول مورگان 370 نفر انتخاب گردید ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه بود که ابتدا روایی صوری و محتوایی آن به تأیید 5 نفر از اساتید تربیت بدنی که در زمینه بازاریابی ورزشی تخصص داشتند رسید و سپس در یک مطالعه مقدماتی پایایی درونی آن توسط آزمون آلفای کرونباخ مورد سنجش قرار گرفت که با توجه به نتایج آزمون 0/80 برای پرسشنامه بدست آمد. پس از توزیع و جمعآوری پرسشنامه ها از آزمون آماری t تک گروهی، آزمون فریدمن، ضریب همبستگی اسپیرمن و آزمون t مستقل برای تجزیه و تحلیل داده ها استفاده گردید.

کلمات کلیدی:

بازاریابی، عوامل مؤثر بر خرید، کالای ورزشی، دانشجویان ورزشکار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/519585>

