

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر رضایت الکترونیکی هواداران فوتبال ایران از سامانه خرید بلیت الکترونیک

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس ملی پژوهشهای کاربردی در مدیریت و حسابداری (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

الناز پهلوانی - گروه مدیریت بازرگانی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

علی احسانی - استادیار گروه مدیریت صنعتی دانشگاه علامه محدث نوری، نور، ایران

خلاصه مقاله:

مهمترین عامل در رونق ورزش حرفه ای، افزایش تعداد تماشاگران است. با توجه به اهمیت رو به رشد نقش اینترنت و رسانه های نوین در زمینه بازاریابی آنلاین و رشد بسیار سریع بازاریابی آنلاین ورزشی، این تحقیق به بررسی ابعاد رضایت هواداران فوتبال ایران از سامانه خرید بلیت الکترونیک مسابقات فوتبال پرداخت. روش پژوهش توصیفی و پیمایشی بوده و بیش از 400 نمونه در چهار مسابقه فوتبال از طریق پرسشنامه جمع آوری شد. جهت انجام پژوهش، عوامل موثر بر رضایت الکترونیکی هواداران با بررسی دقیق ادبیات و پیشینه پژوهش شناسایی و در دو مرحله از طریق نمونه های اولیه و مصاحبه با خبرگان، تعدیل و تکمیل شد و در پرسشنامه مورد استفاده قرار گرفت. روایی و پایایی پرسشنامه، بررسی و تایید شد و با استفاده از نرم افزار SPSS؛ 24 عامل شناسایی شده در پنج دسته با استفاده از روش های آمار توصیفی و استنباطی مورد تحلیل قرار گرفتند. یافته های پژوهش نشان می دهد از بین عوامل آزموده شده مربوط به خرید اینترنتی، فاکتورهای آسان خرید، اطلاعات بلیت و مسابقه و آرایه خدمات دارای اهمیت بیشتری نسبت به فاکتورهای طراحی وبسایت و امنیت خرید هستند.

کلمات کلیدی:

رضایت الکترونیک، بازاریابی آنلاین ورزشی، رفتار خریداران اینترنتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/784901>

