

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر شخصیت برند و تعیین هویت هواداران تیم ورزشی بر وفاداری آن ها (مطالعه موردی: تیم کشتی آزاد مازندران)

محل انتشار:

کنفرانس ملی مدیریت، حسابداری و توسعه کسب و کار (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

سید حسن ساداتی - عضو هیئت علمی موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی فروردین قائمشهر

سید یاسر ابراهیمیان - استاد موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی فروردین قائمشهر

احسان عنایتی کفشگری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی فروردین قائمشهر

خلاصه مقاله:

هدف تحقیق حاضر بررسی تاثیر شخصیت برند و تعیین هویت هواداران تیم ورزشی بر وفاداری آن ها (مطالعه موردی: تیم کشتی آزاد مازندران) در سال تحصیلی 96-97 می باشد. در این تحقیق به روش توصیفی- پیمایشی به بررسی شخصیت برند و تعیین هویت هواداران تیم ورزشی بر وفاداری آن ها که بر روی 384 نفر از طریق فرمول کوکران نامحدود با خطای 5 درصد انجام گردید. برای سنجش متغیرها از دو پرسشنامه استاندارد، شخصیت برند (آکر) و وفاداری نگرشی و رفتاری هواداران ورزشی (ماهونی PCT) استفاده گردید. پس از اجرای آزمون و جمع آوری نتایج از آمار توصیفی (فراوانی، درصد، میانگین، نمودار و...) و جهت آزمون فرضیه های تحقیق از آمار استنباطی مدل سازی معادلات ساختاری لیزرل استفاده شده است. نتایج نشان می دهد فرضیه شخصیت برند بر تعیین هویت هواداران تیم ورزشی تاثیر معنی داری دارد و همچنین سایر فرضیات نیز مورد تایید می باشند.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، وفاداری مشتریان، نام تجاری، مشتریان کلیدی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/881497>

