

عنوان مقاله:

نقش ارتباطات رسانه ای و تبلیغات موثر در جذب حامی مالی برای ورزش (مطالعه ی موردی: هیات تنیس روی میز استان آذربایجان شرقی)

محل انتشار:

مدیریت ارتباطات در رسانه های ورزشی، دوره 6، شماره 23 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

محمدرسلول خدادادی - هیات علمی گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی

حوریه دهقانپوری - هیات علمی دانشگاه صنعتی شاهرود

مهدی صادری - کارشناس ارشد مدیریت ورزشی

خلاصه مقاله:

هدف تحقیق حاضر، تعیین تاثیر ارتباطات رسانه ای و تبلیغات موثر در جذب حامی مالی برای ورزش تنیس روی میز استان آذربایجان شرقی می باشد. این تحقیق از نظر هدف کاربردی، و از نظر ماهیت توصیفی-پیمایشی و از نوع همبستگی است. جامعه ی آماری تحقیق، کلیه ی متخصصین مدیریت ورزشی، متخصصین حوزه ی رسانه و نیز اعضای هیات ورزش تنیس روی میز استان آذربایجان شرقی (210 نفر) بود. حجم نمونه ی آماری با استفاده از جدول مورگان 132 نفر برآورد شد. روش نمونه گیری، تصادفی خوشه ای بود. پس از جمع آوری اطلاعات از طریق پرسش نامه تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار Spss21 و Excel2010 برای آمار توصیفی و استنباطی به عمل آمد. از آزمون شپیر ویلک برای نورمالیته ی داده ها، از آزمون رگرسیون خطی برای آزمون فرضیه ها و از آزمون رتبه بندی فربدمن برای رتبه بندی مولفه ها استفاده شد. نتایج نشان داد، ارتباطات رسانه ای و تبلیغات، می تواند جذب منابع دولتی، جذب حامیان بخش خصوصی، درآمد تبلیغات حین مسابقات، درآمد پخش مسابقات ورزشی، و بازاریابی و معرفی خدمات و محصول را به طور مثبت و معنی داری پیش بینی کند. با توجه به نتایج حاصل می توان اظهار کرد، رسانه و انواع نقش های آن، یک مهره ی اساسی و تاثیرگذار در امر تبلیغاتی و اسپانسر به شمار می رود؛ بنابراین، اگر سرمایه گذاری ها، حامیان مالی، تبلیغات، رسانه ها و ورزش در یک تعامل مثبت و اصولی در کنار همدیگر قرار بگیرند، باعث رشد و گسترش یکدیگر شده و به تبع آن موجب درگیر شدن بخش های مختلف جامعه و از همه مهم تر باعث رشد ورزش کشور می شوند.

کلمات کلیدی:

ارتباطات رسانه ای، تبلیغات، تنیس روی میز، حامی مالی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/977625>

