

عنوان مقاله:

رابطه بین همزادپنداری تیمی با قصد حضور مجدد هواداران (مطالعه موردی: باشگاه سپاهان)

محل انتشار:

سومین کنگره ملی دستاوردهای علوم ورزشی و سلامت (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

محبوبه معتمدی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه شهرکرد، ایران.

محمدرضا مرادی - استادیار گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه دولتی شهرکرد، ایران.

علیرضا امیدی - استادیار گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه دولتی شهرکرد، ایران.

خلاصه مقاله:

سابقه و هدف: هدف از این پژوهش رابطه همزادپنداری تیمی با قصد حضور مجدد هواداران باشگاه سپاهان بود. شناسایی تماشاگران اهمیت زیادی دارد. زیرا افراد با توجه به شرایط اقتصادی، اجتماعی، جمعیتشناختی خود و موجود بودن عوامل انگیزشی در رقابتهای شرکت میکنند. به همین دلیل آنان با حضور گسترده خود به حمایت مادی و معنوی از تیم میپردازند. مواد و روشها: روش پژوهش حاضر توصیفی-همبستگی بود که به شکل میدانی انجام شد. جامعه این تحقیق 362 نفر بوده است. برای جمع آوری داده های تحقیق از همزادپنداری تیمی وان و برانسکامب (1993) و سه پرسش متدوال جهت سنجش قصد حضور مجدد هواداران باشگاه سپاهان استفاده گردید. جهت تعیین روایی پرسشنامه ها، از نظرات و راهنماییهای 10 نفر از اساتید صاحب نظر در علم مدیریت و مدیریت ورزشی استفاده شد. برای محاسبه پایایی درونی از روش آلفای کرونباخ استفاده و ضریب پایایی درونی برای پرسشنامه همزادپنداری تیمی 0/95 و پرسشنامه قصد حضور مجدد 0/7 به دست آمد. در قسمت توصیفی میانگین، انحراف استاندارد و در قسمت استنباطی ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه به صورت گام به گام مورد استفاده قرار گرفت. یافته ها: نتایج نشان میدهد که همزادپنداری تیمی با بتای 0/483 بر قصد حضور مجدد هواداران باشگاه سپاهان تاثیر دارد. نتیجه گیری: حضور تعداد زیادی هوادار در داخل و خارج استادیوم با همراهان و همنشین شدن با یکدیگر میتواند زمینه خوبی برای برقراری ارتباط و دوستیهای پایدار باشد که یکی از عوامل همزادپنداری تیمی و هواداری از تیمهاست. بنابراین مدیران باشگاه ها باید به نقش همزادپنداری تیمی بر حضور مجد هواداران توجه ویژه ای بنمایند.

کلمات کلیدی:

همزادپنداری تیمی، حضور مجدد، هواداران، باشگاه سپاهان.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/979392>

