



## اولویت بندی عوامل وفاداری ورزشکاران حرفه‌ای نسبت به برندهای ورزشی

شهاب حسینی\*<sup>۱</sup>، محمدباقر فرقانی اوزرودی<sup>۲</sup>

Email: [hasibi.shahab@yahoo.com](mailto:hasibi.shahab@yahoo.com)

### چکیده

**هدف:** با وجود اهمیت تأثیر عوامل مختلف در وفاداری مشتریان نسبت به برندهای ورزشی که هر روزه در حال تغییر است، شناخت کمی از دیدگاه ورزشکاران حرفه‌ای وجود دارد. هدف تحقیق حاضر اولویت بندی عوامل وفاداری ورزشکاران حرفه‌ای نسبت به برندهای ورزشی بود.

**روش شناسی:** تحقیق از نوع همبستگی بوده و به صورت میدانی انجام شده است. جامعه آماری ۵۷۲ نفر (۳۲۸ مرد، ۲۴۴ زن) از ورزشکاران حاضر در لیگ‌های برتر رشته‌های گروهی و انفرادی بودند که به صورت نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند. پرسشنامه ارزیابی وفاداری برند ورزشی (خوارزمی و همکاران، ۱۳۹۳) مورد استفاده قرار گرفت ( $\alpha=0/92$ ). یافته‌ها به وسیله تحلیل واریانس چند متغیره، آنتروپی شانون و آزمون تی تک نمونه‌ای برای گروه‌های مستقل در سطح ( $\alpha \leq 0/05$ ) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

**یافته‌ها:** بر اساس تعداد مارک‌های گزارش شده، اولویت اول شرکت‌کنندگان مارک‌های آدیداس با ۵۲/۷٪، نایک با ۴۱/۲٪ و پوما با ۶/۱٪ بود که آدیداس بیشترین سهم را به خود اختصاص داد. همچنین تمامی عوامل مورد بررسی بر میزان وفاداری ورزشکاران حرفه‌ای نسبت به برندهای ورزشی موثر بوده و عواملی مانند تبلیغات، سبک زندگی و حجم تبلیغات بیشترین اهمیت را داشتند. یافته‌ها نشان داد که به ترتیب تبلیغات، نام مارک، سبک زندگی دارای بیشترین اهمیت در وفاداری ورزشکاران حرفه‌ای نسبت به پوشاک و برندهای ورزشی بودند. همچنین میزان تأثیر متغیرهای تبلیغات، حجم تبلیغات و سبک زندگی بر وفاداری مردها نسبت به زن‌ها بیشتر بوده و با یکدیگر تفاوت معنی‌داری داشتند ( $P \leq 0/05$ ).

**نتیجه‌گیری:** وفاداری به مارک که در اثر متغیرهای تبلیغاتی به وجود می‌آید و مهم‌ترین مشخصه انتخاب‌های خرید است که می‌تواند متأثر از تبلیغات و تأثیرپذیری از دیگران و سبک زندگی افراد باشد. با مقایسه عوامل موثر بر وفاداری ورزشکاران حرفه‌ای با تأکید بر متغیر جنسیت نتایج نشان داد که عامل جنسیت بر عوامل وفاداری و محبوبیت مارک پوشاک ورزشی تأثیر دارد.

**واژه‌های کلیدی:** وفاداری، برند ورزشی، ورزشکاران حرفه‌ای، اولویت بندی، عوامل

<sup>۱</sup> دانشجوی دکترا مدیریت ورزشی، گرایش بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ساری، ساری، ایران، تلفن: ۰۹۳۵۵۲۵۹۵۶۵

<sup>۲</sup> کارشناس ارشد تربیت بدنی، گرایش مدیریت ورزشی، آموزش و پرورش، بابل، ایران