



تأثیر شخصیت برندهای ورزشی بر دلبستگی مشتریان^۱

وحید پرتوی*^۲، دکتر فریبا عسکریان^۳، دکتر محمد رسول خدادادی^۴

partovi_vahid88@yahoo.com

چکیده

مقدمه: یکی از مطلوبیت‌های مشتری در انتخاب یک محصول، برند معتبر است. برندها دارای ماهیت اجتماعی هستند و آن برندی موفق است که افراد اجتماع نسبت به آن حس تعلق و مالکیت داشته باشند و آن برند را از آن خود بدانند و به آن دلبستگی نشان دهند در این راستا در سال‌های اخیر استفاده از استعاره انسان و شخصیت‌بخشی به برند در مطالعات مختلف بررسی شده است. از این رو در این تحقیق برندهای ورزشی برای ارزیابی تأثیر شخصیت برند بر میزان دلبستگی مشتریان مد نظر قرار گرفته است.

روش شناسی: روش پژوهش پیمایشی و ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه بسته پاسخ است. جامعه آماری این پژوهش کلیه افرادی هستند که برای خرید به مراکز اصلی خرید کالاهای ورزشی در تبریز مراجعه می‌کنند. نمونه پژوهش حاضر مشتمل بر ۳۸۶ نفر از مشتریان فروشگاه‌های کالاهای ورزشی مستقر در شهر تبریز که بر اساس فرمول کوکران و به شیوه‌ی غیر تصادفی در دسترس تعیین گردید.

یافته‌ها: یافته‌های توصیفی تحقیق نشان داد که میانگین دلبستگی مشتریان (۱۹/۱۶) متوسط به بالا می‌باشد. همچنین نتایج تحلیل رگرسیونی حاکی از آن است که مؤلفه‌های شخصیت برند مسئولیت‌پذیری، پویایی و فعال بودن، ریسک و جسارت و حساسیت تأثیر معناداری روی دلبستگی برندهای ورزشی دارند در حالی که عدم تأثیر معنادار سادگی برند بر دلبستگی برندهای ورزشی تأیید می‌شود. به عبارتی سادگی برند سهم اثر معناداری بر دلبستگی برندهای ورزشی ندارد. **نتیجه‌گیری:** برندها به‌عنوان یکی شمند بلندمدت شرکت باید مدیریت شوند. بایابی مصرف‌کننده برندها نقا لیه تمایز، بین پیشنهادها قابتی هستند می‌توانند بری موفقیت شرکت‌ها به‌عنوان عامل بحرانی به شما بیابند طبق نتایج تحقیق مؤلفه‌های شخصیت برند مسئولیت‌پذیری، پویایی و فعال بودن، ریسک و جسارت و حساسیت تأثیر معناداری روی دلبستگی مشتریان ورزشی دارند این نتایج موجب خواهد شد تا روش مناسبی در جهت خدمت رسانی و تصمیم‌گیری بهتر مدیران و تولیدکنندگان و واردکنندگان و فروشندگان کالاهای ورزشی در جهت رونق اقتصادی در جامعه ایران به خصوص شهر تبریز به دست آید.

واژگان کلیدی: شخصیت برند، دلبستگی، برندهای ورزشی.

۱. این مقاله مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت ورزشی دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تبریز می‌باشد.

۲ دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، نویسنده مسئول ۰۹۳۸۶۱۶۸۹۲۱

۳ دانشیار مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، askarian@tabrizu.ac.ir

۴ استادیار مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، khodadadi@tabrizu.ac.ir