



طراحی مدل معادلات ساختاری نقش تاکتیک‌های بازاریابی ارتباطی در

عشق به برند هواداران باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران

(مطالعه موردی: باشگاه فرهنگی ورزشی فوتبال فرش آرا)

کیانوش شجیع^۱، سید مرتضی عظیم زاده^۲، فرشته ادیب روشن^۳

چکیده

هدف: از انجام این تحقیق طراحی مدل معادلات ساختاری نقش تاکتیک‌های بازاریابی ارتباطی در عشق به برند هواداران باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران می‌باشد که به صورت مطالعه موردی در باشگاه فرهنگی ورزشی فرش آرای خراسان انجام شد.

روش‌شناسی: پژوهش حاضر از نوع تحقیقات توصیفی-پیمایشی با پیروی از مطالعات موردی می‌باشد. جامعه تحقیق، هواداران باشگاه ورزشی فرش آرا خراسان بودند که از بین آن‌ها ۲۹۵ نفر با توجه به قلمروی مکانی و زمانی به عنوان نمونه، به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه‌های تعدیل‌شده شخصیت برند هواداران ورزشی و بازاریابی ارتباطی استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار و ...) و از آمار استنباطی (مدل‌یابی معادلات ساختاری، آزمون‌های همبستگی پیرسون و اسپیرمن و در نهایت رگرسیون چندگانه) در سطح معناداری ۰/۰۵ استفاده گردید.

یافته‌ها: با توجه به مقدار ضریب مسیر بین بازاریابی ارتباطی و شخصیت برند برابر با ۰/۲۴ که مقداری مثبت می‌باشد و مقدار آماره‌تی (t) مربوط به آن برابر با ۱۵/۱۶، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است و وجود رابطه معنادار و مستقیم (مثبت) بین بازاریابی ارتباطی و عشق برند تایید می‌شود و می‌توان گفت بازاریابی ارتباطی بر عشق برند باشگاه لیگ برتر فوتبال (فرش آرا) ایران تأثیر گذار است. **بحث:** به طور کلی طراحی مدل معادلات ساختاری نقش بازاریابی ارتباطی بر عشق برند هواداران لیگ برتر فوتبال ایران، بیانگر آن است که نیاز به ورود مفهومی جدید به نام عشق در باشگاه‌های لیگ برتر ایران نیازی جدی است و لازمه رسیدن به این مهم و بهره‌گیری از نتایج مثبت این ورود در فوتبال ایران، توجه بیشتر به نیازها و خواسته‌های هوادار است و این مهم محقق نمی‌شود مگر از طریق ارائه و به‌کارگیری راهکارهایی کاربردی که برخی از آن‌ها در این تحقیق اشاره شده است.

واژگان کلیدی: بازاریابی ارتباطی، عشق برند، هواداران، فرش آرای خراسان.

^۱ دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشکده تربیت بدنی دانشگاه فردوسی مشهد

^۲ نویسنده مسئول، استادیار دانشکده تربیت بدنی دانشگاه فردوسی مشهد

^۳ دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد مشهد