



عوامل موثر بر حمایت مالی شرکت‌های خصوصی از برند باشگاه‌های

ورزشی شهر مشهد

بهناز احمد نیا^۱، کیانوش شجاع^۲

چکیده

هدف تحقیق حاضر، بررسی عوامل موثر بر حمایت مالی شرکت‌های خصوصی از برند باشگاه‌های ورزشی شهر مشهد می‌باشد. روش این تحقیق، روش پیمایشی است که به شکل میدانی انجام شد. جامعه تحقیق را شرکت‌های حامی برندهای مطرح باشگاه‌های ورزشی شهر مشهد تشکیل دادند ($n=39$). نمونه‌گیری، به روش کل شمار انجام شد. ابزار تحقیق، پرسشنامه عوامل موثر در حمایت مالی است که دارای هشت مؤلفه، اهداف کلی شرکت؛ اهداف بازاریابی؛ اهداف رسانه‌ای - تبلیغاتی، اهداف ارتباطی - محیطی، ماهیت رشته ورزشی، ماهیت حامی مالی، درجه سازگاری و علایق مدیریتی می‌باشد. ($\alpha=0.78$). برای تجزیه و تحلیل داده از آمار توصیفی (میان، میانگین، نمودارها و ...) و آمار استنباطی (مدل یابی معادلات ساختاری) استفاده شده است. تحلیل‌های آماری به کمک نرم افزار "SPSS 20" انجام شد. یافته‌های تحقیق نشان داد، همه مؤلفه‌ها بر حمایت مالی تأثیر دارد به جز دو مؤلفه علایق مدیریتی و درجه سازگاری که بر حمایت مالی شرکت‌ها تأثیر ندارد؛ همچنین اولویت بندی عوامل موثر بر حمایت مالی نشان داد که به ترتیب اهداف کلی شرکت، ماهیت رشته ورزشی و اهداف بازاریابی بیشترین عوامل حمایت مالی، درجه سازگاری و علایق مدیریتی کمترین عامل به شمار می‌آید.

واژه‌های کلیدی: حمایت مالی، شرکت‌های خصوصی، برند، باشگاه‌های ورزشی، مشهد

^۱- نویسنده مسئول دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه غیرانتفاعی امام رضا(ع)
^۲ دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه فردوسی مشهد