



مقایسه ویژگی‌های نام‌های تجاری داخلی و خارجی پوشاک ورزشی از دیدگاه بازیکنان وفادار به نام تجاری در لیگ برتر فوتبال ایران

مژده ایرانمنش^۱

mojde11@yahoo.com

چکیده:

ساختن نام تجاری قدرتمند در زمینه ورزش در ایران، هدف بسیاری از سازمان‌های ورزشی است. فوایدی از جمله آسیب پذیری کمتر در برابر اقدامات بازاریابی رقابتی، همکاری و پشتیبانی واسطه‌گرانه مطلوب‌تر و فرصت‌های تصمیم و گسترش نام تجاری را در بر خواهد داشت. هدف این پژوهش، شناسایی ویژگی‌های نام‌های تجاری داخلی و خارجی پوشاک ورزشی از دیدگاه بازیکنان وفادار به نام تجاری در سیزدهمین لیگ برتر فوتبال ایران می‌باشد. روش تحقیق این پژوهش آمیخته (کیفی-کمی) بود. جامعه آماری آن را بازیکنان شرکت کننده در سیزدهمین دوره لیگ برتر فوتبال ایران تشکیل می‌دادند. نمونه پژوهش ۱۹۰ نفر از بازیکنان وفادار به نام تجاری پوشاک ورزشی لیگ برتر فوتبال ایران بودند. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه وفاداری به نام تجاری یوزلو (۲۰۱۰) با پایایی $(\alpha = 0.91)$ بود. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه با استفاده از نظر اساتید بازاریابی ورزشی مورد تأیید قرار گرفت. تجزیه و تحلیل یافته‌های تحقیق با استفاده از آزمون کلموگراف اسمیرنوف و آزمون تی همبسته در سطح معنی‌داری ۰/۰۵ انجام شد. یافته‌های تحقیق نشان داد نام‌های تجاری آدیداس، نایک و پوما در اولویت اول تا سوم خرید پوشاک ورزشی بازیکنان فوتبال وفادار به نام تجاری بوده در حالی که نام‌های تجاری ایرانی شکاری، مجید و کفش پوما در اولویت‌های بعدی خرید قرار می‌گیرند. ویژگی‌های کیفیت، رضایت‌مندی بعد از استفاده از آن و تنوع تولید نام تجاری و میزان فروش پوشاک ورزشی مهم‌ترین ویژگی‌ها در وفاداری به نام تجاری پوشاک ورزشی می‌باشد. بین عامل کیفیت کفش و لباس ورزشی از دیدگاه بازیکنان وفادار به نام تجاری پوشاک ورزشی در باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

مدیران و برنامه‌ریزان صنعت تولید داخلی پوشاک ورزشی برای افزایش وفاداری به نام تجاری باید به عوامل کیفیت خوب و رضایت‌مندی و تنوع تولید پوشاک ورزشی توجه نموده و با استفاده استراتژی‌های ترویج، خدمات و قیمت‌گذاری نام تجاری خود را در میان مشتریان گسترش دهند و همچنین به این وسیله آن‌ها می‌توانند زمینه افزایش نرخ وفاداری مشتریان و در نتیجه حفظ منافع بلندمدت بنگاه اقتصادی خود را فراهم آورند.

واژه‌های کلیدی: نام تجاری، وفاداری، پوشاک ورزشی، فوتبال، ایران

^۱ کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، کارشناس آموزشی دانشکده تربیت بدنی دانشگاه شهید باهنر کرمان، ۰۹۲۱۵۵۰۸۹۷۶