

## بررسی شیوه‌های بازاریابی و جذب سرمایه در هیات‌های ورزشی استان مرکزی

مجری: محسن اسمعیلی

عضو هیات علمی پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی. ۱۳۹۶

### چکیده

دستیابی به درآمد و کسب منابع مالی مناسب از اهداف اساسی سازمان‌های ورزشی است. ضرورت تحقق اهداف اقتصادی در گرو فراهم بودن سرمایه می باشد. بازاریابی ورزشی به عنوان پیش‌نیازی برای درآمدزایی در حال حاضر از پرتعدادترین و پردرآمدترین انواع بازاریابی در جهان، به ویژه در کشورهای توسعه یافته به شمار می رود. هدف این تحقیق بررسی وضعیت بازاریابی و جذب سرمایه در هیات‌های ورزشی استان مرکزی بوده است. از اینرو در تحقیق کاربردی و توصیفی پیمایشی جامعه آماری تحقیق شامل کلیه رؤسا و نواب رئیس هیات‌های ورزشی استان مرکزی، مدیران و کارشناسان اداره کل و ادارات شهرستان مورد توجه قرار گرفت. نمونه آماری با توجه به تعداد محدود و احتمال عدم بازگشت برخی پرسشنامه‌ها به صورت سرشمار در نظر گرفته شد که در نهایت تعداد ۸۴ پرسشنامه تکمیل شده مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت. روش گردآوری داده‌ها استفاده از مصاحبه، مطالعات کتابخانه‌ای، اینترنت و پرسشنامه محقق ساخته بود. در این تحقیق از سه پرسشنامه استفاده گردید. پرسشنامه اول مؤلفه‌های مربوط به عوامل نگرش به بازاریابی، پرسشنامه دوم در مورد روش‌های درآمدزایی و جذب سرمایه و در پرسشنامه سوم موانع جذب درآمد بود. نتایج نشان داد نگرش هیات‌های ورزشی به بازاریابی مثبت بوده و بیش از میانگین در نظر گرفته شده بوده است. اگر چه این مقدار قابل توجه نبوده است. از نظر استراتژی‌های بازاریابی و راه‌های جذب درآمد در هیات‌های ورزشی بین وضع موجود و وضع مورد انتظار تفاوت معنی داری وجود دارد. از نظر تقسیم بندی استراتژی‌ها و رتبه بندی آنها، راهکارهای مبتنی بر ذینفعان با میانگین رتبه ۴/۲۷ دارای بیشترین اهمیت و راهکارهای مبتنی بر کسب و کار با میانگین رتبه ۲/۵۳ کمترین اهمیت را داشته‌اند. در بخش موانع بازاریابی نیز موانع بیرونی دارای اهمیت بیشتری نسبت به موانع درونی بوده‌اند اگر چه مقدار این تفاوت معنی دار نبوده است.

واژه‌های کلیدی: بازاریابی ورزشی، درآمد، سرمایه، استان مرکزی، هیات ورزشی