

عنوان مقاله:

تاثیر هوش تجاری بر قابلیت های بازاریابی در فروشگاه های معتبر لوازم ورزشی شهر ارومیه

محل انتشار:

سومین همایش ملی علوم ورزشی با رویکرد ورزش، سلامت، جامعه (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

اسماعیل اسماعیل پور - مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد ماکو ایران

راضیه باغبان طبیعت - دانشجوی کارشناسی ارشد تربیت بدنی و علوم ورزشی گرایش مدیریت، دانشگاه ارومیه ایران

خلاصه مقاله:

یکی از عوامل موفقیت تجاری بسیاری از شرکت های امروزی، استفاده صحیح از داده ها جهت اتخاذ تصمیمات بهتر، سریع تر و بدون نقص می باشد. شرکت ها برای رسیدن به این هدف نیازمند استفاده از ابزارهای قوی و کارآمد مانند هوش تجاری به عنوان کاتالیزور مثبت هستند. که می تواند این موسسات را در مکانیزه نمودن وظایف تحلیل، تصمیم سازی، تدوین استراتژی و پیش بینی یاری رساند. تحقیق حاضر با هدف بررسی تاثیر هوش تجاری بر قابلیت های بازاریابی در فروشگاه های معتبر لوازم ورزشی شهر ارومیه انجام گرفت. این پژوهش از آنجا که در فروشگاه های معتبر لوازم ورزشی شهر ارومیه انجام گرفت. از لحاظ هدف یک تحقیق کاربردی و از لحاظ روش گردآوری داده ها و تجزیه و تحلیل آن، یک تحقیق توصیفی و از نوع پیمایشی است. جامعه هدف پژوهش حاضر، شامل فروشندگان لوازم ورزشی شهر ارومیه و تعداد آن ۷۵ نفر می باشد. با توجه به محدود بودن تعداد جامعه آماری، از روش کل شماری (سرشماری) استفاده شد و کل جامعه آماری یعنی ۷۵ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شد. ابزار گردآوری داده ها، پرسشنامه هوش تجاری و پرسشنامه سنجش قابلیت های بازاریابی بوده است. به منظور تجزیه و تحلیل داده های آماری، از نرم افزار SPSS دو آزمون رگرسیون و پیرسون برای آزمون فرضیه ها استفاده شده است. آزمون فرضیه های تحقیق نشان داد، هوش تجاری بر قابلیت های بازاریابی، هوش تجاری بر قابلیت های معماری بازاریابی و در نهایت، هوش تجاری بر قابلیت های تخصصی تاثیر مثبت دارد.

کلمات کلیدی:

هوش تجاری، قابلیت های بازاریابی، فروشگاه های لوازم ورزشی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1247205>

