

عنوان مقاله:

اثر هوش رقابتی بر بازاریگرایی و کارآفرینی (مطالعه موردی: در باشگاه های خصوصی اصفهان)

محل انتشار:

دوماهنامه بررسی های بازرگانی، دوره 17، شماره 97 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

رسول نظری - دانشیار گروه مدیریت ورزشی دانشکده علوم ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)

مهرالسادات قفقازی - کارشناس ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)

خلاصه مقاله:

افزایش تعدد عوامل تعیین کننده موفقیت در بازار، حضور و ظهور رقبای قدرتمند و تازه وارد متعدد، تغییر مداوم سلیق مشتریان و افزایش سطح انتظارات، باشگاه های ورزشی را با مخاطرات متعددی روبه رو کرده است. بنابراین، امروزه داشتن هوشمندی رقابتی اساس بقای باشگاه های ورزشی است. هدف از پژوهش حاضر، اثر هوش رقابتی بر بازاریگرایی و کارآفرینی در باشگاه های خصوصی اصفهان بود. پژوهش حاضر از نوع تحقیق کاربردی است که از نظر استراتژی توصیفی و از نظر اجرا پیمایشی است، ضمن اینکه جمع آوری اطلاعات به روش میدانی و از طریق ابزار پرسشنامه انجام شد. جامعه آماری کلیه مشتریان باشگاه های خصوصی اصفهان در سال ۱۳۹۵ به تعداد ۷۵۰ نفر بودند. با استناد به فرمول کوکران تعداد ۲۵۴ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. به منظور گردآوری اطلاعات از پرسشنامه های هوشمندی رقابتی نواک (۲۰۱۲)، کارآفرینی کردنائیچ (۱۳۸۸)، بازاریگرایی نور (۱۹۹۰) استفاده شد. پس از تایید روایی صوری و محتوایی پرسشنامه ها توسط متخصصین، پایایی از طریق آلفای کرونباخ به ترتیب (۹۰/۰، ۹۱/۰، ۹۲/۰) محاسبه گردید. برای تجزیه و تحلیل یافته ها از روش تحلیل مسیر معادلات ساختاری استفاده گردید. یافته ها حاکی از آن است که برازش مدل ساختاری ضرایب t برای تمامی رابطه های تحقیق بیشتر از ۹۶/۱ به دست آمده است (۳۷/۶، ۱۰/۲، ۶۹/۱)، می توان مناسب بودن برازش مدل معادلات ساختاری را تایید نمود. به طور کلی می توان اذعان نمود مدیران باشگاه ها باید از هوشمندی رقابتی برخوردار بوده و بازاریگرایی و رویکردهای کارآفرینی را برای بقای باشگاه خود مد نظر قرار دهند.

کلمات کلیدی:

هوش رقابتی، بازاریگرایی، کارآفرینی، باشگاه خصوصی، ورزش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1363209>

