

عنوان مقاله:

بررسی و شناسایی برخی عوامل موثر بر توسعه بازاریابی ورزش بانوان استان آذربایجان غربی

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت بهره وری، دوره 6، شماره 1 (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

محمد رحیم نجف زاده - عضو هیات علمی (استادیار) گروه مدیریت ورزشی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

فرخ لقا نجف زاده - کارشناس ارشد تربیت بدنی و مدرس، واحد اهر، دانشگاه آزاد اسلامی، اهر، ایران

مهدی رستمی - کارشناس ارشد تربیت بدنی و مدرس دانشگاه

ژیلا مرسلی - کارشناس ارشد برنامه ریزی آموزشی و دبیر آموزش و پرورش ناحیه یک تبریز

خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش شناسایی و ارزیابی برخی عوامل موثر بر توسعه بازاریابی ورزش بانوان استان آذربایجان غربی از دیدگاه مدیران باشگاه های ورزشی بانوان و مدیران و کارشناسان ادارات تربیت بدنی استان آذربایجان غربی بود. جامعه آماری این تحقیق را کلیه مدیران و مربیان باشگاه های ورزشی بانوان در سطح استان (۶۰ نفر) و کارشناسان ادارات تربیت بدنی استان آذربایجان غربی (۵۰ نفر)، تشکیل دادند (N=۱۱۰). ابزار تحقیق پرسشنامه ای شامل ۴۵ پرسش بسته بود که پایایی و روایی آن قبلا تایید گردید ($\alpha=0.95$). نتایج حاصل از تحلیل عاملی داده ها نشان داد که ۱۱ عامل (حمایت مالی، مدیریت مکان و کانال های توزیع، مدیریت محصول، مدیریت فرآیند، مدیریت قیمت گذاری، قدرت های حاکم بر بازار و رسانه ها، شواهد فیزیکی، مدیریت روابط عمومی، عوامل انگیزشی، انتظارات تماشاگران و طرفداران، ارزش گذاری تیم ها) مهمترین عوامل موثر بر توسعه بازاریابی ورزش بانوان استان آذربایجان غربی بودند که لازم است توجه و سرمایه گذاری اداره کل تربیت بدنی و مدیران باشگاه های ورزشی بانوان و بازاریابان ورزشی در سطح استان در این زمینه ها متمرکز گردد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی، بازاریابی ورزشی، بازاریابی ورزشی بانوان، ورزش بانوان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1382769>

