

عنوان مقاله:

شناسایی و اولویت بندی مشکلات بازاریابی باشگاه های ورزشی تازه تاسیس

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت، حسابداری و اقتصاد، دوره 5، شماره 1 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسنده:

فاطمه نساء کیقبادی - کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی مدیریت بازاریابی در ورزش، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی علی آباد کتول، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از انجام این تحقیق، شناسایی و اولویت بندی مشکلات بازاریابی باشگاه های ورزشی تازه تاسیس بود. روش تحقیق این پژوهش توصیفی از نوع همبستگی میباشد که به صورت میدانی اجرا شده است. جامعه آماری این تحقیق مدیران باشگاه های خصوصی در استان گلستان، که به تعداد ۳۰۰ نفر در نظر گرفته شده است. نمونه آماری این تحقیق مدیران باشگاه های خصوصی در استان گلستان، که به تعداد ۱۶۹ نفر باتوجه به جدول مورگان بدست آمده است. روش نمونه گیری به روش تصادفی ساده، بود. برای جمع آوری داده های تحقیق از پرسشنامه استفاده شد و به این پرسشنامه ها پاسخ دادند. در این راستا، پس از تهیه پرسشنامه های مربوط و بررسی روایی و پایایی آنها و همچنین هماهنگی با باشگاه های خصوصی در استان گلستان پرسشنامه ها در بین آزمودنی ها توزیع و جمع آوری شد. یافته های تحقیق نشان داد که، موانع فناوری اطلاعات بر مشکلات بازاریابی باشگاه های ورزشی تازه تاسیس تاثیر دارد. موانع مالی بر مشکلات بازاریابی باشگاه های ورزشی تازه تاسیس تاثیر دارد. موانع مدیریتی بر مشکلات بازاریابی باشگاه های ورزشی تازه تاسیس تاثیر دارد. موانع برنامه ریزی بر مشکلات بازاریابی باشگاه های ورزشی تازه تاسیس تاثیر دارد. موانع اجتماعی بر مشکلات بازاریابی باشگاه های ورزشی تازه تاسیس تاثیر دارد.

کلمات کلیدی:

موانع فناوری اطلاعات، موانع مالی، موانع مدیریتی، موانع برنامه ریزی، موانع اجتماعی، موانع سیاسی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1841275>

