

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر عناصر آمیخته بازاریابی بر روی افزایش سهم بازار فروش محصولات ورزشی در استان آذربایجان غربی

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت در هزاره سوم (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

ایرج نجارزاده - کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه ارومیه

میرداوود حسینی - کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه ارومیه

رضا صدیقی چهاربرج - کارشناسی مدیریت، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه ارومیه کارشناسی ارشد ریاضیات، دانشکده علوم،
دانشگاه مدیترانه شرقی، قبرس

خلاصه مقاله:

این تحقیق با هدف بررسی تاثیر مولفه های عناصر آمیخته بازار یابی بر روی فروش محصولات ورزشی انجام شده است که جامعه آماری این تحقیق کلیه فروشندگان محصولات ورزشی استان آذربایجان غربی که بالغ بر 72 نفر شناسایی شده و نمونه مورد مطالعه در این تحقیق کل اعضای جامعه آماری میباشد. در این تحقیق جهت جمع آوری داده ها از ابزار پرسشنامه استفاده شده که روایی آن طبق نظر اساتید مورد بررسی قرار گرفته و پایایی آن نیز از طریق الفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفته که میزان الفای کرونباخ 72 . محاسبه گردید و همچنین برای بررسی توزیع داده ها از آزمون کلمروف-اسمیرنوف استفاده گردید که مشخص شد از توزیع نرمال برخوردار است و با تجزیه تحلیل فرضیات مشخص شد که همه فرضیات مورد تایید میباشد و در نتیجه میتوان مطرح نمود که عناصر آمیخته بازار یابی بر روی فروش محصولات ورزشی در استان آذربایجان غربی با توجه به جامعه آماری این تحقیق تاثیر دارد

کلمات کلیدی:

آمیخته بازاریابی، فروش، ورزش، آذربایجان غربی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/455966>

