

عنوان مقاله:

اثر استرژری های توانمندسازی در راهبرد های بازاریابی بر بهبود مزیت رقابتی در سالنهای ورزشی منتخب شهر استان قزوین

محل انتشار:

اولین همایش ملی تحولات علوم ورزشی در حوزه سلامت، پیشگیری و قهرمانی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

فاطمه نیلی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازاریاب ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز

اکرم نیلی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازاریاب ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین

سمیه گروسی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازاریاب ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین

خلاصه مقاله:

هدف از پژوهش حاضر بررسی تاثیر توانمندسازی در راهبرد های بازاریابی بر بهبود مزایای رقابتی در سالنهای ورزشی منتخب استان قزوین میباشد. جامعه آماری پژوهش حاضر را مدیران سالن های ورزشی استان قزوین تشکیل میدهند. بررسیهای ما نشان میدهد که تعداد سالن های ورزشی فعال در استان قزوین مرتبط با جامعه آماری تحقیق برابر با 260 سالن ورزشی میباشد. که از نمونه گیری طبقه ای استفاده شد و درمجموع 100 مدیر سالن به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار پژوهش حاضر شامل پرسشنامه بود که جهت بررسی روایی از نظر خبرگان پژوهش های بازاریابی مرکب از دهنن از اساتید محترم مدیریت ورزشی دانشگاه که در زمینه بازاریابی و مدیریت راهبردی دارای فعالیت علمی بودهاند استفاده گردیده است و پایایی مولفه های آن در سطح بالایی برآورد شد. در بخش آمار، علاوه بر این آمارهای مربوط به شاخصهای توصیفی متغیرهای تحقیق به همراه آزمون نرمال بودن توزیع متغیرها که از آزمون کولموگورف- اسمیرنف حاصل گردید. برای بررسی روابط علی متغیرها، با استفاده از رگرسیون چند متغیره به تحلیل روابط بین متغیرها پرداخته شده است. بر اساس یافته های پژوهش، بهبود راهبرد های تمرکز، تمایز و هزینه بر مزیت رقابتی سالن اثری معنا دار دارد. این یافته ها می تواند به جامعه آماری پژوهش که همان مسئولین سالن های هستند کمک کند تا با استفاده این ابزار ها به رونق مجموعه خود کمک کنند و افراد متقاضی استفاده از مجموعه ورزشی را افزایش دهند.

کلمات کلیدی:

راهبردهای نوآوری، بازاریابی، مزیت رقابتی، سالنهای ورزشی، تهران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/556451>

