

عنوان مقاله:

تعیین ارتباط بین راهبرد بازاریابی هزینه محور و مزیت رقابتی در باشگاه های ورزشی استان فارس

محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

نرجس مهارت جهرمی - کارشناس ارشد مدیریت بازاریابی ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین

فریبا محمدیان - استادیار دانشکده تربیت بدنی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین

خلاصه مقاله:

هدف از پژوهش حاضر بررسی رابطه بین راهبر های هزینه محور و مزیت رقابتی در باشگاه های ورزشی استان فارس می باشد. این پژوهش از نوع توصیفی- همبستگی است و جامعه آماری پژوهش حاضر، شامل کلیه مدیران باشگاه-های ورزشی در استان فارس میباشد. (N = 421). نمونه ی آماری با استفاده از جدول مورگان 201 نفر برآورد شد. در این پژوهش از پرسشنامه مزیت رقابتی استفاده شد و پایایی آن بوسیله آزمون آلفای کرونباخ 87٪ بدست آمد. همچنین پرسشنامه راهبردهای بازاریابی هزینه محور برگرفته از پرسشنامه شافعی و همکاران(1393) میباشد که این پرسشنامه با اندکی تغییرات در اختیار جامعه آماری قرار گرفت. طیف سؤالات به صورت زوجی(1بلی، 0 خیر) خواهد بود. در قسمت آزمونهای توصیفی ازمیانگین، انحراف معیار و در بخش استنباطی به دلیل اینکه یکی از متغیرهای ما دوحالتی بود (بله یا خیر) و متغیر دیگر 5 گزینه ای لیکرتی بود در نتیجه از آزمون خی دو و ضریب همبستگی اتا استفاده شد. و همچنین از نرمافزار spss برای انجام آزمونها استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که بین راهبرد هزینه محور و مزیت رقابتی در باشگاههای ورزشی استان فارس ارتباط معنیداری آماری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

مزیت رقابتی- راهبرد های بازاریابی- راهبرد های هزینه محور- باشگاه های ورزشی- استان فارس

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/556454>

