

عنوان مقاله:

نقش بازاریابی کارآفرینانه بر عملکرد باشگاه های ورزشی (مورد مطالعه: باشگاههای ورزشی غرب استان مازندران از فریدونکنار تا رامسر)

محل انتشار:

پنجمین همایش بین المللی مدیریت، روانشناسی و علوم انسانی با رویکرد توسعه پایدار (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسنده:

مهرناز علیزاده خشکویی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی، دانشگاه طبرستان چالوس، ایران

خلاصه مقاله:

هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی نقش بازاریابی کارآفرینانه با توجه به ریسک پذیری و نوآوری گرایي بر عملکرد باشگاه های ورزشی در باشگاههای ورزشی غرب استان مازندران از فریدونکنار تا رامسر می باشد. این تحقیق برحسب هدف از نوع کاربردی و بر حسب نحوه گردآوری داده ها از نوع توصیفی و از گروه پیمایشی، همبستگی می باشد. از پرسشنامه های استاندارد استفاده شده است. تحلیل داده ها با استفاده از آزمون رگرسیون، آزمون همبستگی، آزمون t تک گروهی و تحلیل عاملی می باشد که توسط نرم افزارهای آماری SPSS , Smart PLS اجرا خواهد شد و سپس برای حصول نتایج دقیق تر از روش معادلات ساختاری (SEM) استفاده شده است. جامعه مورد مطالعه در این پژوهش شامل مربیان و مدیران باشگاههای ورزشی حوزه تربیت بدنی غرب استان مازندران که 320 نفر می باشد که توسط جدول مورگان و فرمول کوکران 175 نفر به عنوان نمونه آماری تعیین گردید. نتایج حاکی از آنست که بازاریابی کارآفرینانه بر عملکرد باشگاههای ورزشی (53/329) تاثیر معناداری دارد. همچنین، فعالیتهای پیشگامی (3 / 975)؛ فرصت محوری (405 / 5)؛ ریسک پذیری (0 / 786)؛ نوآوری گرایي (2 / 876)؛ مشتری مداری (3 / 744) بازاریابی کارآفرینانه بر عملکرد باشگاههای ورزشی تاثیر معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی کارآفرینانه ، ریسک پذیری، نوآوری گرایي ، عملکرد باشگاه های ورزشی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/975504>

