

شناسایی و رتبه بندی موانع بازاریابی رشته های ورزشی رزمی ایران از دیدگاه مدیران (مورد مطالعه: استان خراسان شمالی)

مینو افشانی^۱، فرشته رضاپور^۲

^۱ استادیار گروه مدیریت موسسه آموزش عالی حکیم نظامی قوچان ایران

^۲ کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی، موسسه آموزش عالی حکیم نظامی قوچان ایران (نویسنده مسئول)

چکیده

هدف تحقیق حاضر شناسایی موانع بازاریابی رشته های ورزشی رزمی ایران از دیدگاه مدیران می باشد. روش تحقیق حاضر پیمایشی و جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه مسئولان ستادی ورزش و جوانان استان خراسان شمالی و روسای فدراسیون های ورزشی به تعداد ۶۲ نفر می باشند. که به صورت انتخاب در دسترس به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند. ابزار تحقیق پرسشنامه محقق ساخته ۶۳ سوالی برمبنای طیف لیکرت ۵ تایی خیلی کم تا خیلی زیاد بود که روایی و پایایی آن بر اساس روش های معتبر مورد تایید قرار گرفت. جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات بدست آمده از روش آزمون فریدمن با نرم افزار SPSS و همچنین از تکنیک AHP برای رتبه بندی عوامل با استفاده از نرم افزار Expert Choice انجام گردید نتایج نشان داد که مانع فقدان جنبه های تکنیکی در باشگاه ها با میانگین رتبه ۴/۶۱ مهمترین مانع می باشد و مانع ساختاری- مدیریتی با میانگین رتبه ۳/۱۴ کم اهمیت ترین مانع در بین موانع در جذب حامیان مالی در ورزش قهرمانی استان خراسان شمالی می باشد.

واژه های کلیدی: ورزش های رزمی، فقدان جنبه های تکنیکی در باشگاه، جذب حامیان مالی