

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر تبلیغات شفاهی گردشگران ورزشی در مقصد گردشگری مطالعه موردی: شهر گنبدکاووس

محل انتشار:

فصلنامه گردشگری شهری، دوره 7، شماره 1 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسنده:

عبدالحمید زیتونلی - استادیار گروه مدیریت ورزشی دانشگاه پیام نور، گرگان، ایران

خلاصه مقاله:

در بازار پرقابیت گردشگری، به کارگیری ابزارهای تبلیغی قدرتمند جهت تاثیر بر نگرش و رفتار گردشگران برای انتخاب مقاصد گردشگری یکی از چالش های مهم در بحث بازاریابی می باشد. گردشگری ورزشی یکی از بخش های مهم در توسعه صنعت گردشگری و رویدادهای ورزشی به عنوان یکی از ابزارهای کلیدی در بازاریابی مقاصد محسوب می شوند. تبلیغات شفاهی گردشگران ورزشی یکی از بهترین ابزارهای تبلیغی در بازار رقابتی است. در این راستا پژوهش حاضر باهدف بررسی عوامل موثر بر تبلیغات شفاهی گردشگران ورزشی در مقصد گردشگری شهر گنبدکاووس تدوین شده است. این پژوهش از نوع توصیفی- همبستگی است. 374 نفر به عنوان نمونه آماری به صورت تصادفی ساده از بین گردشگران ورزشی حاضر در مقاصد ورزشی گنبدکاووس در بهار سال 1398 انتخاب شدند. داده های این تحقیق از طریق پرسشنامه جمع آوری شد. روایی پرسشنامه توسط 6 نفر از اساتید صاحب نظر و پایایی آن با استفاده از ضریب همبستگی آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی موردسنجش و تایید قرار گرفت. تحلیل داده ها با روش معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار SMART PLS V2.0 M3 انجام شده است. نتایج حاصل از تحقیق حاکی از آن است که وفاداری، رضایت مندی و اعتماد اثر مستقیم و معنی داری بر تبلیغات شفاهی گردشگران در مقصد گردشگری دارد. لذا جهت وفادار نمودن گردشگران و تبلیغات شفاهی آن ها پیشنهاد می شود که کیفیت خدمات رویداد و مقصد، بازاریابی رابطه مند مقصد، ارزش ادراک شده و تصویر ذهنی گردشگران از رویداد و مقصد بهبود یابد.

کلمات کلیدی:

تبلیغات شفاهی، گردشگران ورزشی، رویداد ورزشی، شهر گنبدکاووس

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1038336>

