

عنوان مقاله:

تحلیل گردشگری ورزشی استان گلستان منطبق با آمیخته بازاریابی ۷ پی

محل انتشار:

فصلنامه جغرافیا و برنامه ریزی منطقه ای، دوره 9، شماره 362 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

شهاب حسینی - دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری، ساری، ایران

وحید شجاعی - استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری، ساری، ایران

خلاصه مقاله:

بازاریابی ابزار رونق گردشگری ورزشی در مناطق مختلف است که باید به دقت مورد بررسی قرار گیرد. هدف از این تحقیق، تحلیل گردشگری ورزشی استان گلستان بر اساس آمیخته بازاریابی ۷ پی بوده است. تحقیق حاضر از نوع توصیفی تحلیلی است که به شیوه پیمایشی و با رویکرد جامع انجام شده است. ۲۱۱ نفر از مدیران سازمان های ورزشی و گردشگری، مدیران دفاتر جهانگردی، راهنمایان گردشگری و خبرنگاران دانشگاهی در حوزه های مدیریت ورزشی و گردشگری که با شیوه غیر تصادفی در دسترس نمونه گیری شدند، به عنوان نمونه این تحقیق انتخاب شدند و پرسشنامه محقق ساخته ۵۷ سوالی روا و پایا ($\alpha=0.792$) را به صورت داوطلبانه تکمیل نمودند. نتایج حاصل از آزمون فریدمن نشان داد که تفاوت معناداری بین عناصر آمیخته بازاریابی گردشگری ورزشی در استان بر اساس اولویت وجود دارد. عنصر قیمت بالاترین اولویت و عنصر افراد پایین ترین اولویت را به خود اختصاص داده اند. سایر عناصر ترکیب بازاریابی گردشگری ورزشی استان به ترتیب اولویت عبارتند از: محصول/ خدمت، فرآیند/ برنامه ریزی، شواهد فیزیکی، ترویج/ ترفیع و مکان/ توزیع. نتیجه کلی تحقیق نشان می دهد که جهت رونق گردشگری ورزشی در استان گلستان باید به مفهوم توسعه پایدار در این صنعت توجه نمود و بدون شک توسعه جامع و پایدار این صنعت منبعت از رویکردی سیستمی و متناسب با کلیه عناصر آمیخته بازاریابی گردشگری ورزشی می باشد.

کلمات کلیدی:

تحلیل گردشگری، آمیخته بازاریابی ۷ پی، بازاریابی گردشگری ورزشی، گلستان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1399220>

