

## عنوان مقاله:

بررسی مولفه های بازاریابی تاثیرگذار بر گردشگری ورزشی سوارکاری

## محل انتشار:

همایش بین المللی کارآفرینی با شعار "توسعه استعداد کارآفرینی: راهی به سوی تحول" (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسندگان:

محمد جواد تقی پوریان - گروه مدیریت، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس ایران

مژده فنبری - دانشجوی ارشد کارآفرینی گرایش کسب و کار جدید، واحد چالوس دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس

ریحانه افراسیابی - دانشجوی ارشد کارآفرینی گرایش کسب و کار جدید، واحد چالوس دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس تهران ایران

## خلاصه مقاله:

گردشگری ورزشی فراتر از یک صنعت، به پدیده ای اجتماعی-اقتصادی در سطح جهانی تبدیل شده است. ایران یکی از ده کشور او جهان از نظر جذابیت های گردشگری است و استان تهران دارای جاذبه های طبیعی و ورزشی علی الخصوص رشته سوارکاری می باشد که می تواند نقش بی بدیلی را در توسعه این صنعت ایفا کند. هدف اصلی این تحقیق بررسی مولفه های بازاریابی تاثیرگذار بر گردشگری ورزشی در رشته سوارکاری که قلمرو این تحقیق کلیه سوارکاران و خبرگان سوارکاری شهر تهران می باشد. این تحقیق از نظر هدف در زمره تحقیقات کاربردی و از نظر شیوه اجرا در زمره تحقیقات توصیفی - پیمایشی است. برای گردآوری داده ها از پرسشنامه و برای تایید روایی از نظر خبرگان و پایایی پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ مورد تایید قرار گرفته و کلیه تحلیل های آماری با استفاده از نرم افزار LISREL انجام گردیده است. بر اساس نتایج بدست آمده از این تحقیق هر ۸ فرضیه مطرح شده مورد تایید قرار گرفته اند.

## کلمات کلیدی:

بازاریابی، گردشگری ورزشی، سوارکاری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1504455>

