

## عنوان مقاله:

نقش کیفیت خدمات گردشگری در دلبستگی ورزشی و هویت برند گردشگران ورزشی خراسان جنوبی

## محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی دانشجویان علوم ورزشی و تربیت بدنی (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

## نویسندگان:

کاظم چراغ بیرجندی - استادیار گروه تربیت بدنی، واحد بیرجند، دانشگاه آزاد اسلامی، بیرجند، ایران

امین کیانی - دانشجوی ارشد تربیت بدنی گرایش راهبردی دانشگاه آزاد اسلامی بیرجند

## خلاصه مقاله:

هدف اصلی این تحقیق بررسی نقش کیفیت خدمات گردشگری در دلبستگی ورزشی و هویت برند گردشگران ورزشی خراسان جنوبی میباشد. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه گردشگران ورزشی خراسان جنوبی بود در بازده بهار تا تابستان ۱۴۰۱ بود که با توجه به استعلام گرفته شده از اداره کل میراث فرهنگی گردشگری صنایع دستی استان خراسان جنوبی ۱۷۰۰ نفر، گردشگر وارد استان شده اند؛ و نمونه آماری به صورت تصادفی بر اساس جدول مورگان ۳۱۳ نفر تعیین گردید. در این تحقیق از سه کیفیت خدمات لیبو (۲۰۰۸)، پرسشنامه هویت برند میل و اشفورت (۱۹۹۲) و پرسشنامه ارزیابی دلبستگی ورزشی پلتیر و همکاران (۱۹۹۵) استفاده شد. برای سنجش بین متغیرهای تحقیق از آزمونهای کولموگروف-اسمیرنوف و آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است. نتیجه به دست آمده نشان داد که بین کیفیت خدمات گردشگری دلبستگی ورزشی و هویت برند گردشگران ورزشی خراسان جنوبی همبستگی معنادار وجود دارد. با توجه به یافته های تحقیق پیشنهادهایی میگردد مدیران میراث فرهنگی گردشگری صنایع دستی استان خراسان جنوبی باید با ارتقای خدمات ارائه شده به گردشگران سعی کنند جاذبه گردشگری را هر چه بیشتر شناسایی و معرفی کنند و هویت گردشگری را ارتقا دهند و در نتیجه دلبستگی ورزشی در گردشگران را تحت تاثیر قرار دهند و شاهد جذب گردشگری ورزشی در استان باشیم.

## کلمات کلیدی:

کیفیت خدمات گردشگری، دلبستگی ورزشی، هویت برند، گردشگران ورزشی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1636585>

