

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر رویکردهای نوین بازاریابی (فرصت ها-تهدیدها) در جذب گردشگران ورزشی

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت چالشها و راهکارها (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

## نویسندگان:

حمید رضا قزلسفلو - هیات علمی دانشگاه گنبد کاووس

علی چورلی - هیات علمی دانشگاه گنبد کاووس

محسن ناصر - کارشناس تربیت بدنی دانشگاه علوم پزشکی شیراز

## خلاصه مقاله:

در تحقیق حاضر راه کارها و موانع نوین جذب توریسم ورزشی از دیدگاه مدیران بازاریابی مورد بررسی قرار گرفته است. تعداد  $n=251$  نفر از ورزشکاران و حامیان مالی ورزشی به عنوان نمونه آماری تحقیق انتخاب شدند. به منظور ارزیابی رویکردهای نوین بازاریابی ورزشی از پرسشنامه تخصصی توریسم ورزشی آمینو و همکاران (2009) که شامل شش خرده مقیاس مکان مسابقات، فاصله، نوع وسیله نقلیه، طول زمان برگزاری، میزان هزینه و جاذبه های شهری می باشد، استفاده گردید. برای تجزیه و تحلیل داده ها نیز آزمون  $t$  و ضریب همبستگی پیرسون استفاده گردید ( $P \geq 0/05$ ) نتایج تحقیق نشان داد که هزینه (48/31%)، فاصله (42/72%) و جاذبه های شهری (41/33%) از مهمترین فاکتورهای جذب توریسم ورزشی می باشد. همچنین همبستگی بالایی بین فاصله ( $r = 0/26$ )، هزینه ( $r = 0/21$ ) با میزان دفعات حضور توریسم های ورزشی مشاهده گردید.

## کلمات کلیدی:

بازاریابی، گردشگر ورزشی، رویدادهای ورزشی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/260514>

