

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین ابزارهای تبلیغاتی و توسعه گردشگری ورزشی در شهرستان مشکین شهر

محل انتشار:

اولین همایش ملی گردشگری پایدار با رویکرد گردشگری ورزشی، سلامت و محیط زیست (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسنده:

حمزه صادقیان - دانشجوی دکتری جامعه شناسی سیاسی، آ.ش شهرستان هوراند

خلاصه مقاله:

یکی از اقسام گردشگری که در دهه های اخیر رشد فزاینده ای یافته و توجه اقشار مختلف جامعه را به خود جلب نموده است، گردشگری ورزشی می باشد. تلفیق صنایع گردشگری و ورزش به عنوان صنایع قدرتمند و با اهمیت دنیا، موجب آن گردیده تا یکی از شگفت انگیز ترین صنایع خدماتی، به نام صنعت گردشگری ورزشی پدید آید. تبلیغات نیز یکی از پدیده هایی است که از گذشته های دور رواج داشته و اهمیت آن روز به روز بیشتر و آشکارتر می گردد. بنابراین در این تحقیق به بررسی رابطه بین ابزارهای تبلیغاتی و توسعه گردشگری ورزشی در شهرستان مشکین شهر می پردازیم. روش تحقیق پژوهش حاضر توصیفی-همبستگی بوده و 50 نفر از جامعه ورزشکاران این شهرستان، جامعه آماری تحقیق را شکل می دهند. برای تجزیه و تحلیل داده های پژوهش از نرم افزار SPSS استفاده شده است. در این نرم افزار، در سطح آمار توصیفی از جدول توزیع فراوانی، میانگین، میانه و انحراف معیار و استفاده شده اما در سطح آمار استنباطی از روش تحلیل همبستگی برای بررسی فرضیات تحقیق استفاده شده است که نتایج حاصل نشانگر این است که ابزارهای تبلیغاتی بر توسعه گردشگری ورزشی تأثیر معنی دار قابل قبولی دارد.

کلمات کلیدی:

گردشگری ورزشی، ابزارهای تبلیغاتی، صنعت ورزش، توسعه گردشگری، مشکین شهر

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/546097>

