

سومین کنگره ملی دستاوردهای علوم ورزشی و سلامت اولین کنگره ملی مدیریت راهبردی در ورزش

دانشگاه گیلان - منطقه آزاد انزلی - اداره کل ورزش و جوانان گیلان

۳۱ مرداد ۹۸

آدرس سایت: www.confsh.ir



بررسی عوامل و موانع اثرگذار بر توسعه بازاریابی گردشگری ورزشی استان تهران

زلیخا صوباتی

کارشناسی ارشد، مدیریت بازاریابی ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین، قزوین، ایران.

zsobatiabadan@gmail.com

چکیده

هدف از انجام تحقیق حاضر بررسی موانع و عوامل موثر بر توسعه بازاریابی گردشگری ورزشی استان تهران بود. به این منظور ۱۰۲ نفر شامل ۳۵ کارشناس گردشگری، ۴۶ کارشناس ورزشی و ۲۱ نفر از روسای هیئت های ورزشی استان تهران به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند و پرسشنامه محقق ساخته ۵۳ سوالی ارزیابی موانع و عوامل موثر بر توسعه بازاریابی گردشگری ورزشی استان تهران را که روایی صوری آن مورد تائید قرار گرفت و آلفای کرونباخ نیز برای جاذبه ها ۰/۹۳ و برای موانع ۰/۹۲ محاسبه شد را تکمیل کردند. پس از جمع آوری اطلاعات به منظور بررسی نرمال بودن توزیع داده ها از آزمون کولموگروف اسمیرنوف استفاده شد و با توجه به عدم نرمال بودن توزیع داده ها به منظور بررسی آماری فرضیه ها از آزمون ناپارامتریک فریدمن استفاده شد. نتایج بدست آمده نشان داد که به منظور توسعه بازاریابی گردشگری ورزشی استان تهران علاوه بر توجه به جاذبه های طبیعی و جاذبه های انسانی و فرهنگی مسئولین باید به موانع موجود از جمله موانع مدیریتی، زیرساختی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی نیز توجه کرده و بدنبال رفع این موانع در کنار استفاده از جاذبه های موجود باشند.

واژه های کلیدی: جاذبه های طبیعی، جاذبه های انسانی و فرهنگی، موانع مدیریتی، موانع زیرساختی