

# 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

۳ مرداد ۹۸

آدرس سایت : [www.confsh.ir](http://www.confsh.ir)



## تاثیر اعتبار منبع تبلیغ کننده دهان به دهان در تصمیم سفر گردشگران ورزشی (آبی-ساحلی) به سواحل خزر

سعید تابش\*<sup>۱</sup>، مهتاب خان محمدی<sup>۲</sup>، رضا حسن پور قادی<sup>۳</sup>

۱.استاد یار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، مازندران، ایران (\*نویسنده مسئول)

۲.دانشجوی دکتری، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، مازندران، ایران

۳.دانشجوی دکتری، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، مازندران، ایران

✉Email:( Saeid\_tabesh@yahoo.com )

### نوع ارائه مقاله: سخنرانی

#### چکیده

**زمینه و هدف:** بررسی تاثیر اعتبار منبع تبلیغ کننده (دهان به دهان) در تصمیم سفر گردشگران ورزشی آبی-ساحلی به سواحل خزر

**روش کار:** جهت انجام این پژوهش، ۳۹۱ گردشگر ورزشی که در سال ۱۳۹۷-۱۳۹۸ در سواحل یا دریای خزر به ورزش‌های آبی ساحلی پرداخته‌اند مورد بررسی قرار گرفته‌اند. برای جمع آوری داده‌های تحقیق از پرسشنامه پژوهشگر ساخته استفاده شده است. و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و شناسایی اثر متغیرهای تحقیق از مدل یابی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی به وسیله نرم‌افزار Smart PLS3 استفاده شده است.

**یافته‌ها:** نتایج تحقیق حاکی از آن بود که اثر اعتبار منبع تبلیغ کننده (دهان به دهان) بر تصمیم سفر گردشگران آبی ساحلی سواحل خزر معنا دار بوده است و گردشگران ورزشی آن را موثر در تصمیم خود مبنی بر سفر به سواحل خزر می‌دانستند.

**نتیجه گیری:** می‌توان نتیجه گرفت معتبر بودن منبع تبلیغ کننده (دهان به دهان) برای گردشگران ورزشی که به سواحل خزر آمده‌اند عامل مهمی بوده است.

**کلید واژه‌ها:** گردشگری ورزشی، ورزش آبی ساحلی، سواحل خزر، تبلیغ دهان به دهان، اعتبار منبع تبلیغ.