

عنوان مقاله:

شناسایی و اولویت بندی شاخص های بازاریابی مقاصد گردشگری ورزشی شیراز

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی توسعه علوم جغرافیا و گردشگری و توسعه پایدار (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

معصومه بگیاسا - دانشجوی کارشناسی ارشد علوم ورزشی، گروه علوم انسانی، دانشگاه قم

جواد ادبی فیروزجاه - استادیار گروه علوم ورزشی، دانشگاه قم

حسین علیمحمدی - استادیار گروه علوم ورزشی، دانشگاه قم

خلاصه مقاله:

گردشگری از سودآورترین صنایع جهان است؛ گردشگری ورزشی یکی از شاخه های گردشگری است که به علت خصلت بین المللی و ابعاد بزرگ علاوه بر تأثیرات فرهنگی و اجتماعی بیشترین تأثیر اقتصادی را در کشور مقصد ایجاد می کند. شناسایی شاخص هایی که سبب رونق گردشگری جوامع مقصد و به تبع آن رشد اقتصادی مقصد می شوند ضروریست؛ از این رو در این مقاله به شناسایی و اولویت بندی شاخص های بازاریابی مقاصد گردشگری پرداخته شد. ابتدا شاخص ها و زیرشاخص های بازاریابی مقاصد گردشگری ورزشی با نظرخواهی از کارشناسان و متخصصان آژانس گردشگری و استفاده از روش دلفی دو مرحله ایی شناسایی و تدوین شد. پرسشنامه مقایسه زوجی در اختیار مدیران قرار گرفت و پس از پاسخگویی، اولویت شاخص ها و زیر شاخص ها با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتبی مشخص شد. جامعه آماری تحقیق 165 نفر از مدیران آژانس های گردشگری شهر شیراز هستند که با توجه به محدودیت تحلیل سلسله مراتبی، نظرات 60 نفر از این مدیران به صورت تصادفی بررسی شد. جهت تحلیل مشخصات دموگرافیک مدیران آژانس ها از نرم افزار SPSS بهره گرفته شد. محاسبات اولویت بندی شاخص ها نیز با استفاده از روش AHP و نرم افزار ExpertChoice صورت گرفت. نتایج نشان داد به ترتیب سه شاخص تنوع و جذابیت جغرافیایی مقصد، قیمت و هزینه های مقصد گردشگری و جذابیت ورزشی مقصد گردشگری ورزشی در اولویت مدیران آژانس های گردشگری شهر شیراز قرار دارند. در بین تمام زیرشاخص ها نیز تنوع و گستردگی در چشم اندازهای طبیعی مقصد گردشگری ورزشی، امکان استفاده از مقصد گردشگری در فصل های بیشتری از سال و جذابیت مناظر و چشم اندازهای طبیعی مقصد گردشگری ورزشی در اولویت هستند.

کلمات کلیدی:

مقاصد گردشگری، گردشگری ورزشی، بازاریابی، شیراز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1130216>

