

## عنوان مقاله:

تاثیر عوامل آمیخته بازاریابی خدمات بر انتخاب مقصد گردشگران خرید بندرعباس

## محل انتشار:

پنجمین همایش بین المللی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پاک (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسنده:

ملیحه رسایی

## خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش تاثیر عوامل آمیخته بازاریابی خدمات بر انتخاب مقصد گردشگران خرید بندرعباس است. پژوهش حاضر از نظر هدف توصیفی با ماهیت کاربردی با ابزار میدانی پیمایشی و به روش کمی است. جامعه آماری پژوهش گردشگران بندرعباس می باشد و 384 نفر به صورت تصادفی به عنوان نمونه آماری انتخاب گردیدند. ابزار پژوهش در این تحقیق پرسشنامه استاندارد است که روایی صوری پرسشنامه های توسط اساتید و خبرگان دانشگاهی و پایایی درونی آن از طریق ضریب آلفای کرونباخ 0/927 مورد تایید قرار گرفته است. در این پژوهش از آزمون معادلات ساختاری جهت تحلیل فرضیات با کمک نرم افزار اسمارت پی ال اس استفاده شده است. نتایج حاصل از این پژوهش نشان از میزان اثرگذاری مثبت متغیر عوامل آمیخته بازاریابی خدمات و ابعاد آن بر انتخاب مقصد گردشگران خرید بندرعباس را داد. بنابراین می توان نتیجه گرفت. از آنجایی که ارائه خدمات ناملموس هستند، اغلب ذینفعان پیش از خرید گردشگری، به ویژگی های محسوس، امکانات فیزیکی و تبلیغات و مکان ها و غیره در انتخاب مقصد گردشگران خرید تاثیرگذار می باشد. نتایج یافته های تحقیق نشان می دهد رابطه میان ابعاد آمیخته بازاریابی خدمات با انتخاب مقصد گردشگران خرید بندرعباس معنی دار است. مقدار ضریب همبستگی اسپیرمن بین دو متغیر ذکر شده (آمیخته بازاریابی خدمات و انتخاب مقصد گردشگران خرید بندرعباس) برابر با مقدار 0.828 و معنادار می باشد و بار دیگر وجود ارتباط بین عوامل آمیخته بازاریابی خدمات و انتخاب مقصد گردشگران خرید بندرعباس را نشان می دهد.

## کلمات کلیدی:

آمیخته بازاریابی خدمات، مقصد، گردشگران، بندرعباس

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1151471>

