

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر آمیخته بازاریابی بر توسعه ی گردشگری روستایی (مورد مطالعه: متولیان امر گردشگری روستایی در استان البرز)

محل انتشار:

فصلنامه پژوهش های کاربردی مدیریت بازار، دوره 7، شماره 23 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 27

نویسندگان:

پیمان غفاری آشتیانی - استادیار دانشکده مدیریت، مدیرگروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک

سعیده قادرلو - دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، گرایش بازاریابی دانشگاه علوم و تحقیقات تهران

خلاصه مقاله:

هدف اصلی این پژوهش بررسی تاثیر آمیخته بازاریابی بر توسعه ی گردشگری روستایی می باشد. با استفاده از نتایج این تحقیق می توان به سوی ارائه یک برنامه بازاریابی جهت توسعه گردشگری روستایی در ایران گام برداشت. جامعه آماری این تحقیق اساتید مدیریت گردشگری، مدیران، کارشناسان، صاحب نظران حوزه گردشگری، راهنمایان تورها و سایر متولیان امر گردشگری روستایی در استان البرز بوده و نمونه آماری از طریق شیوه نمونه برداری دردسترس انجام شده است. در مجموع ۲۲۰ پرسشنامه توزیع گردیده است که از این تعداد ۲۰۹ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش های آمار توصیفی، و استنباطی و نیز از آزمون آماری t تک نمونه ای، آزمون فریدمن و تحلیل واریانس یکطرفه استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می دهد آمیخته بازاریابی، افراد، جنبه های ظاهری و برنامه ها بر توسعه گردشگری روستایی تاثیر مستقیم و مثبت دارند. همچنین اولویت بندی متغیرها نشان داد که جنبه های ظاهری، در رتبه اول و قیمت در رده آخر قرار می گیرد.

کلمات کلیدی:

توسعه ی گردشگری روستایی، آمیخته بازاریابی، افراد، جنبه های ظاهری، برنامه ریزی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1608165>

