

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر بازاریابی داخلی و تبلیغات شفاهی بر جذب گردشگران در شهر سرعین

محل انتشار:

فصلنامه کنکاش مدیریت و حسابداری، دوره 3، شماره 2 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

فهیمه سادات موسوی - کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، گرایش امور مالی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات، واحد تهران (مرکزی)، اراک، ایران

داود نصیرزاده ونهری - کارشناسی ارشد برنامه ریزی شهری. موسسه آموزش عالی دانش پژوهان پیشرو، اصفهان

سمانه بالازاده * - کارشناس ارشد مدیریت آموزشی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل ایران

خلاصه مقاله:

بازاریابی در صنعت گردشگری یک سازوکار مدیریتی است که نیازهای گردشگران فعلی و آتی را پیش بینی و برای پاسخگویی به این نیازها برنامه ریزی می کند. از جمله مواردی که می تواند بر جذب گردشگران تاثیر بگذارد بازاریابی داخلی و تبلیغات شفاهی است بنابراین هدف از این تحقیق بررسی تاثیر بررسی بازاریابی داخلی و تبلیغات شفاهی بر جذب گردشگر در شهر سرعین می باشد. روش به کارگرفته شده در این تحقیق از نوع توصیفی- همبستگی است. داده های تحقیق از طریق سوالات پنج گزینه ای لیکرت موجود در پرسشنامه تحقیق جمع آوری شده است. در پژوهش حاضر به منظور تجزیه و تحلیل داده های حاصل از پرسشنامه، متناسب با نیاز آماری از نرم افزار SPSS قالب استنباطی بصورت رگرسیون ساده و چند گانه استفاده گردیده است. جامعه آماری تحقیق، گردشگران شهر سرعین می باشند؛ که تعداد آنها به دلیل نامحدود بودن ۱۰۰۰۰۰ نفر در نظر گرفته شد حجم نمونه براساس جدول مورگان ۳۸۴ نفر محاسبه گردید. و روش نمونه گیری به صورت تصادفی ساده در دسترس خواهد بود. نتایج پژوهش نشان داد که بازاریابی داخلی بر جذب گردشگران تاثیر معناداری دارد. تبلیغات شفاهی بر جذب گردشگران شهر سرعین تاثیر معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی داخلی، تبلیغات شفاهی، جذب گردشگران، شهر سرعین

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1722882>

