

عنوان مقاله:

رابطه بین بازاریابی تعاملی و بازاریابی گردشگری با نقش واسطه‌گری آمیخته بازاریابی سبز (مورد مطالعه: استان اردبیل)

محل انتشار:

اولین همایش ملی گردشگری، فرهنگ، تمدن و تاریخ (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

حسین رحیمی کلور - عضو هیئت علمی دانشگاه محقق اردبیلی، دانشیار مدیریت و اقتصاد، اردبیل - ایران:

منظر حسین زاده جناقرد - دانش آموخته کارشناسی ارشد، رشته مدیریت صنعتی- تولید و عملیات، اردبیل - ایران:

مهدی عبدالعظیمی هریس - دانشجو کارشناسی ارشد، رشته مدیریت کسب و کار - بازاریابی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل - ایران:

خلاصه مقاله:

بازاریابی گردشگری یکی از انواع مهم بازاریابی است که بقا و رشد یک کسب و کار در صنعت را تضمین و پشتیبانی می‌کند. در بازاریابی گردشگری کسب و کارها می‌توانند با استفاده از تکنیک‌های بازاریابی محتوایی گردشگری، دیجیتال مارکتینگ گردشگری، بازاریابی هتلداری و غیره مشتریان بیشتری را جذب کنند و به دنبال آن، فروش خدمات و محصولات خود را افزایش دهند. هدف از پژوهش حاضر، رابطه بین بازاریابی تعاملی و بازاریابی گردشگری با نقش واسطه‌گری آمیخته بازاریابی سبز استان اردبیل هست. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات توصیفی - همبستگی و از نظر اجرا میدانی می‌باشد. جامعه آماری در این پژوهش؛ مدیران، کارشناسان و کسب و کارهای خدماتی وابسته به گردشگری استان اردبیل بودند. با توجه به وجود ۳۲۶ هتل، مهمان پذیر، هتل آپارتمان و بومگردی، نمونه به تعداد ۲۰۶ مورد در بین ۴۴۶ جامعه با استفاده از فرمول کوکران و به صورت تصادفی ساده انتخاب گردد. ابزار اصلی گردآوری اطلاعات سه پرسشنامه استاندارد بود. در این پژوهش نیز داده‌ها با استفاده از آمار توصیفی و آمار استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند و برای آزمون فرضیه‌ها از روش تحلیل عامل تاییدی و مدل معادلات ساختاری استفاده شد؛ و برای اجرا منظور از نرم افزار آماری SPSS و LISREL بهره گرفت. نتایج حاکی بر اساس فرضیات تحقیق؛ رابطه بین بازاریابی تعاملی و ابعاد آن (ارتباطات، رفتار ترجیحی، شخصی سازی، پاداش، تمایل به خرید، تعهد ارتباطات) و بازاریابی گردشگری رابطه معناداری وجود دارد؛ و بین بازاریابی تعاملی و بازاریابی آمیخته سبز در گردشگری استان اردبیل رابطه معناداری وجود دارد؛ و بین بازاریابی آمیخته سبز بازاریابی گردشگری رابطه معناداری دارد و در آخر مبنی بر فرضیات تحقیق پیشنهادهای کاربردی به گردشگری استان اردبیل ارائه گردد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی تعاملی، بازاریابی گردشگری، بازاریابی آمیخته سبز، گردشگری استان اردبیل

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1879018>

