

عنوان مقاله:

قابلیت سنجی نقش الگوی نوین آمیخته بازاریابی (7P) در جهت گسترش و توسعه خدمات گردشگری از دیدگاه گردشگران داخلی

محل انتشار:

اولین همایش داخلی گردشگری پایدار (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

سیدمهرداد میرآفتاب زاده - دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، همدان، ایران

مریم رنجبران - مدرس و عضو هیات علمی موسسه آموزش عالی و غیرانتفاعی گنجنامه، همدان، ایران

عباس محرابی - فارغ التحصیل مقطع کارشناسی، رشته مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی الوند همدان، ایران

خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر قابلیت سنجی نقش الگوی نوین آمیخته بازاریابی (7P) در جهت گسترش و توسعه خدمات گردشگری از دیدگاه گردشگران داخلی می باشد. تحقیق از لحاظ هدف جزء تحقیقات کاربردی و از لحاظ جمع آوری داده ها تحقیقی توصیفی - پیمایشی می باشد. جامعه آماری تحقیق کلیه گردشگران داخلی شهر همدان می باشند. جهت برآورد حجم نمونه از جدول مورگان استفاده و تعداد 196 نفر تعیین شد. روش نمونه گیری از نوع تصادفی ساده می باشد. ابزار اصلی جمع آوری اطلاعات پرسشنامه می باشد که از 35 سؤال تشکیل شده است. جهت سنجش روایی پرسشنامه از روش روایی صوری و برای سنجش میزان پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده و مقدار 0/825 محاسبه گردید. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و استنباطی آزمون تحلیل کوواریانس چند متغیره استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد که الگوی نوین آمیخته بازاریابی (7P) در جهت گسترش و توسعه خدمات گردشگری مؤثر می باشد.

کلمات کلیدی:

آمیخته بازاریابی (7P)، خدمات گردشگری، صنعت توریسم

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/292569>

