

عنوان مقاله:

بررسی تأثیر ترفیع بر جذب مشتری در صنعت گردشگری (مورد مطالعه: هتل ها و مجتمع های اقامتی در استان مازندران)

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی اقتصاد مدیریت و علوم اجتماعی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

سید محمد آقاپورحصیری - صندوق توسعه عصر شمال

منا افغان پور - شرکت حفاری شمال

خلاصه مقاله:

هدف این تحقیق، بررسی میزان تأثیر اجزای چهار گانه آمیخته ترفیع (روابط عمومی ، پیش برد فروش ، تبلیغات و فروش شخصی) بر جذب مشتری در هتل ها و مجتمع های اقامتی استان مازندران می باشد. تحقیق حاضر را برحسب هدف می توان در دسته کاربردی قرار داد؛ و بر حسب نحوه گردآوری داده ها، توصیفی از نوع پیمایشی می باشد. از نظر روش تجزیه و تحلیل داده ها نیز، از نوع همبستگی و معادلات ساختاری محسوب می گردد. به این منظور، براساس نمونه گیری به صورت تصادفی، نمونه ای معادل 405 نفر انتخاب شده و با استفاده از پرسش نامه 26 سؤالی اقدام به جمع آوری اطلاعات گردید. نتایج حاصل نشان می دهد کلیه اجزای آمیخته ترفیع عبارت از روابط عمومی ، پیش برد فروش ، تبلیغات و فروش شخصی ، تأثیر مثبت و معناداری بر جذب مشتری در هتل ها و مجتمع های اقامتی استان مازندران داشته اند و با توجه به ضریب تأثیرشان، به ترتیب اهمیت عبارتند از: روابط عمومی با ضریب تأثیر 0/79 پیش برد فروش با ضریب تأثیر 0/66 تبلیغات با ضریب تأثیر 0/46 و فروش شخصی با ضریب تأثیر 0/34

کلمات کلیدی:

گردشگری، آمیخته بازاریابی، ترفیع، جذب مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/388345>

