

## عنوان مقاله:

بررسی تأثیر تبلیغات رسانه ای بر جذب گردشگران (مورد مطالعه: جزیره قشم)

## محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی ابزار و تکنیکهای مدیریت (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

## نویسندگان:

لعیاسادات حسینی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی- بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قشم، ایران

حمزه سلیمانی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی- بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قشم، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش بررسی تأثیر تبلیغات رسانه ای بر جذب گردشگران جزیره قشم می باشد. تبلیغات عنصر لازم برای شناخت در مخاطبان نسبت به فرم و محتوای موضوعات گردشگری است و افزایش گردشگر، سرمایه گذاری ها و ایجاد رفتارهای انگیزه بخش، بستگی به حجم فعالیت های تبلیغاتی دارد. در این تحقیق تبلیغات رسانه ای را بر اساس سه مولفه (جلب توجه گردشگران، متقاعد شدن گردشگران، و سفر گردشگران) مورد بررسی قرار دادیم. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه محقق ساخته ای استفاده کردیم که روایی و پایایی آن مورد تأیید قرار دادیم. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه محقق ساخته ای استفاده کردیم که روایی و پایایی آن مورد تأیید قرار گرفت. داده ها به روش نمونهگیری در دسترس از نمونه آماری که 384 نفر از گردشگران جزیره قشم می باشند جمع آوری و با استفاده از نرم افزار Spss و از طریق آزمون دوجمله ای و آزمون فریدمن تجزیه و تحلیل شدند. نتایج نشان می دهد که هر سه فرضیه ی پژوهش تأیید شدند یعنی تبلیغات رسانه ای در جلب توجه گردشگران، متقاعد شدن گردشگران، و سفر گردشگران به قشم تأثیر دارد.

## کلمات کلیدی:

تبلیغات رسانه ای، جلب توجه گردشگران، متقاعد شدن گردشگران، سفر گردشگران

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/484214>

