

## عنوان مقاله:

بررسی عوامل تاثیرگذار بازاریابی گردشگری بر هزینه های گردشگری

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مهندسی ارزش و مدیریت هزینه (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

## نویسندگان:

صابر حسنعلی زاده - گروه مدیریت و حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد شال

شبیم صدری - عضو هیئت علمی و معاون پژوهشی دانشگاه آزاد شال

ساناز سیدی ابهری - گروه معماری دانشگاه آزاد اسلامی واحد شال

فرشید ندرمحمدی - گروه کامپیوتر دانشگاه آزاد اسلامی واحد شال

## خلاصه مقاله:

صنعت گردشگری علاوه بر اشتغال و در آمد زدایی و ارتقا سطح فرهنگ به مثابه پلی قلمداد می گردد که انسان ها و ملیت های گوناگون را به یکدیگر ارتباط می دهند و عامل استحکام و پیوندهای اجتماعی ملل و فرهنگ های مختلف نیز است. هم چنین گردشگری با کمک سایر عوامل سیاسی، اقتصادی در بسط و گسترش روابط بین المللی و بر قراری صلح جهانی نیز سهم به سزایی را ایفا می کند. هدف اصلی این پژوهش، آن است تا دریچه ای نو، برای پژوهشگران و مدیران و دست اندرکاران گردشگری کشور در رابطه با مدیریت هزینه های گردشگری ایجاد کند. پژوهش انجام شده با استفاده از جامعه آماری بازدید کنندگان گنبد سلطانیه عوامل بازاریابی گردشگری بر روی هزینه های گردشگری و مولفه های آن سنجیده شد. با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون، همبستگی میان متغیرهای مستقل که شامل هفت عامل از جمله عامل قیمت، عامل انسانی، عامل فرهنگی، عامل تبلیغات، عامل ابزار و امکانات گردشگری، عامل موقعیت و جاذبه و عامل برند و محصول بود بر روی هزینه های گردشگری بررسی شد و نتایج به دست آمده نشان داد که رابطه مثبت و معناداری میان متغیرهای مستقل و متغیر وابسته و مولفه های آن وجود دارد. سپس با استفاده از آزمون رگرسیون چندگانه قدم به قدم مشخص گردید که عامل قیمت، عامل برند و محصول بیشترین تاثیر را بر هزینه های گردشگری کل دارند.

## کلمات کلیدی:

گردشگری، رگرسیون چندگانه، بازاریابی گردشگری، هزینه های اجتماعی گردشگری، هزینه اقتصادی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/558707>

