

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین مولفه های توسعه گردشگری با تاکید بر نقش ارزش برند، بازاریابی و انگیزش مشتریان با استفاده از روش DEMATEL: مطالعه ای در استان زنجان

محل انتشار:

اولین همایش بین المللی و سومین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

مرتضی صالحی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان

فریدون خادم - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان، گروه مدیریت بازرگانی

خلاصه مقاله:

امروزه در سطح جهان رقابت شدیدی بین کلیه آژانسهای مسافرتی حاکم است و هیچ شرکت هواپیمایی بدون اتخاذ یک سیاست مدبرانه نمی تواند در صحنه رقابت ایستادگی کند. از یک طرف تکنولوژی ها و شیوه های نوین در سیستم توزیع و از سوی دیگر آژانسهای هوایی با کارایی بسیار بالا و با ابتکارات جالب توجه در زمینه سیاست های تشویقی به خصوص از طریق کانال های توزیع باعث گردیده که دیدگاه های تازه ای در مدیریت بازرگانی آژانسهای مسافرتی به سرعت شکل گرفته و اجرا شود. به طور کلی روش های پژوهش را می توان با توجه به دو ملاک تقسیم کرد: اول هدف پژوهش و دوم، نحوه گردآوری داده ها. بر این اساس پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات، پژوهشی توصیفی از نوع پیمایشی است. با توجه به اینکه این پژوهش بر اساس روش دلفی انجام خواهد شد، بنابراین جامعه آماری آن از خبرگان حوزه گردشگری تشکیل خواهد شد. بر اساس روش دلفی حجم نمونه باید بین 15-30 نفر باشد. و برای نمونه گیری از روش تصادفی ساده استفاده خواهد شد. ابتدا با استفاده از پرسشنامه باز مولفه ها را شناسایی کردیم و سپس مدل DEMATEL طراحی شد. بعد از تکمیل پرسشنامه ها توسط جامعه آماری، میانگین هر یک از مقایسات زوجی را محاسبه نموده و در جدول واحدی وارد می کنیم. در مرحله بعد جمع هر یک از سطرها و ستونهای ماتریس را بدست آوردیم. بعد از جمع سطرها و ستون ها، بزرگترین مقدار سطر و ستون را بدست آوردیم. با جمع هر یک از ستونها و سطرها، در مرحله بعد تک تک اعداد درون ماتریس را بر بزرگترین جمع سطر و ستون تقسیم می کنیم و یا در معکوس آن ضرب می کنیم. در مرحله بعد ماتریس نرمال شده را منهای ماتریس یکه کردیم. در این مرحله ماتریس بدست آمده از بخش قبل را معکوس نمودیم. در مرحله بعد ماتریس معکوس بدست آمده از بخش قبل را در ماتریس نرمال ضرب نمودیم. در مرحله بعدی نتایج بدست آمده از بخش قبل را فرآوری می کنیم. روش فرآوری به این صورت است که نتایج بدست آمده در سطرها و ستونها برای هر عامل را با یکدیگر جمع و تفریق می کنیم و سپس بر اساس مقدار مرتب سازی می کنیم.

کلمات کلیدی:

توسعه گردشگری، ارزش برند، بازاریابی، انگیزش مشتریان، روش DEMATEL

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/681239>

