

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر قیمت گذاری صنعت هتلداری در ایران

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت کسب و کار، دوره 11، شماره 43 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

مسعود غلامی - گروه مدیریت بازاریابی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

حسین وظیفه دوست - گروه مدیریت بازاریابی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

صنعت هتلداری با نقش پررنگی که در گردشگری و رشد اقتصادی کشور دارد از جمله صنایع مهم کشور به شمار می رود. قیمت گذاری در این بخش علاوه بر اینکه یک فعالیت علمی است یک هنر به شمار می رود که اهداف اصلی آن بهینه سازی سود، کاهش تلفات و حفظ سهم بازار برای این صنعت می باشد. سیاست های قیمت گذاری جز اساسی ترین عملیات روزانه شرکت های تولیدی و خدماتی است و به عنوان یک متغیر موثر برای تشویق و یا تضعیف تقاضا در کوتاه مدت توسط مدیر تنظیم می گردد. تصمیمات قیمت گذاری مانند دیگر تصمیمات آمیخته بازاریابی به چیزی بیش از دانش فنی نیازمند است. از این رو شناخت عوامل موثر در قیمت گذاری صنعت هتلداری از فعالیت های مهمی است که با به کارگیری دقیق آن ها پایداری درآمد و دستیابی به سطح بالایی در رشد اقتصادی حاصل از بخش خدمات در این صنعت را به همراه خواهد داشت. لذا در پژوهش حاضر به بررسی عوامل موثر بر قیمت گذاری صنعت هتلداری در ایران پرداخته شد. روش پژوهش مورد استفاده در تحقیق حاضر از نوع توصیفی- همبستگی است. واحد آماری مورد مطالعه شامل 70 هتل بودند که به روش خوشه ای طبقه بندی شده از 7 استان، تهران، مشهد، اصفهان، قم، کیش، شیراز و یزد انتخاب شدند. در هر کدام از استان های مذکور، 10 هتل انتخاب و مورد بررسی قرار گرفت. ابزار گردآوری داده ها، پرسشنامه ی ساختارمند بود. نتایج به دست آمده نشان داد مهم ترین عوامل تاثیرگذار در قیمت گذاری صنعت هتلداری در ایران شامل عوامل مدیریت منابع انسانی، عوامل زیرساختی، مدیریت مالی و عوامل بیرونی تاثیرگذار بر هتل می باشد.

کلمات کلیدی:

قیمت گذاری، صنعت هتلداری، درآمد پایدار، ایران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/958147>

