

بررسی نقش بازاریابی شبکه‌ای در توسعه اقتصاد گردشگری

تاریخ دریافت: ۹۹/۱۱/۰۲

تاریخ پذیرش: ۹۹/۱۲/۰۴

کد مقاله: ۶۲۵۳۱

محمد حسین شریکیان^۱، محمدرضا سعیدآبادی^۲

چکیده

امروزه در بسیاری از کشورها، گردشگری نیروی اصلی پیشبرد و رشد اقتصادی به شمار می‌رود. به طوری که، کشورهای پیشرو در این صنعت، سالانه سهم عمده‌ای از درآمدهای ناشی از ورود گردشگران را به خود اختصاص می‌دهند. از این رو استفاده حداکثری از قابلیت‌های توسعه گردشگری به‌ویژه هتل‌ها، در اولویت بسیاری از مدیران و برنامه‌ریزان قرار دارد. بر این اساس، در مقاله حاضر به بررسی نقش بازاریابی شبکه‌ای در توسعه اقتصاد گردشگری ایران به‌ویژه هتل‌های جزیره کیش پرداخته شد. جامعه آماری تحقیق شامل ۱۲۳ نفر از مدیران و مالکان هتل‌های جزیره کیش است که به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و از طریق فرمول کوکران تعداد ۹۳ نمونه از میان آن‌ها انتخاب گردید. در ادامه، برای تجزیه و تحلیل توصیفی داده‌ها از شاخص‌های آمار توصیفی و سپس با استفاده از تحلیل رگرسیون ساده به آزمون فرضیه‌های مطرح شده پرداخته شد. یافته‌ها نشان داد، کیفیت اطلاعات وب‌سایت، کیفیت سیستم وب‌سایت، کیفیت خدمات (محصولات)، انگیزش و ویژگی خدمات (محصولات) در سطح اطمینان ۹۹ درصد اثر معناداری بر توسعه اقتصاد هتل‌های جزیره کیش دارد.

واژگان کلیدی: بازاریابی شبکه‌ای، اطلاعات، خدمات، انگیزش، توسعه اقتصاد، هتل‌های کیش

۱ - کارشناس ارشد مدیریت جهانگردی گرایش بازاریابی، گروه مدیریت جهانگردی، دانشگاه تهران، پردیس بین‌المللی کیش
sharikian@gmail.com

۲ - دانشیار دانشگاه تهران sabadi@ut.ac.ir