

عنوان مقاله:

عملکرد بازاریابی گردشگری با رویکرد پایداری

محل انتشار:

ششمین کنگره ملی عمران، معماری و توسعه شهری (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

سیاوش میرزائی میلانی - دانشجوی کارشناسی ارشد بازاریابی جهانگردی،

حسین بوداقتی خواجه نوبر - دکترای مدیریت بازرگانی

خلاصه مقاله:

امروزه اهمیت اقتصادی و اشتغالزایی و بازاریابی گردشگری چنان مهم می باشد که می تواند به عنوان موتور اقتصادی هر کشوری تلقی شود. گردشگری مزایای فراوانی دارد و می تواند به عنوان یکی از مهمترین منبع برای اشتغالزایی در سطوح مختلف ملی، منطقه ای و محلی مطرح باشد و یکی از مهمترین عوامل تاثیرگذار در پایداری گردشگری امنیت می باشد. با این حال مطالعات موجود در رابطه با این موضوع بسیار کمیاب است. روش استفاده شده در این تحقیق بر حسب روش از نوع توصیفی- پیمایشی است چرا که به بررسی تاثیر ابعاد اقتصاد پایدار بر عملکرد بازاریابی صنعت گردشگری است، و از لحاظ هدف، جزء پژوهشهای کاربردی میباشد و از نظر جمعآوری اطلاعات از نوع پیمایشی است. از آنجایی که این تحقیق درباره یک موضوع واقعی، عینی و زنده (پویا) صورت گرفته است و از نتایج آن میتوان بطور عملی استفاده کرد، یک تحقیق کاربردی نیز میباشد. جامعه آماری این پژوهش، شامل تمامی متخصصین، کارکنان میراث فرهنگی و دانشجویان رشته های مرتبط در خصوص اقتصاد پایدار و گردشگری در شهرهای تبریز، مشهد، تهران، اصفهان و کاشان میباشد که تعداد آنها در مجموع 150 نفر میباشد. از این رو ما در این تحقیق عواملی که می تواند در زمینه عملکرد بازاریابی صنعت گردشگری تاثیر گذار باشد را مورد بررسی قرار داده ایم. همچنین چالش های موجود را شناسایی و راهکارهایی را ارائه دادیم. در نهایت پیشنهاداتی برای تحقیقات آینده ارائه شده است.

کلمات کلیدی:

اقتصاد، بازاریابی، گردشگری، اقتصاد پایدار، توسعه پایدار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1003859>

