

## عنوان مقاله:

بازاریابی قابلیت های فرهنگی تاریخی، گردشگری شهری مطالعه موردی: استان گیلان

## محل انتشار:

فصلنامه گردشگری شهری، دوره 7، شماره 4 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

## نویسندگان:

عادل روستایی حسین آبادی - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران

علی قلی پور سلیمانی - استادیار مدیریت بازرگانی، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران

محمود شبگو منصف - استادیار مدیریت بازرگانی، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران

نرگس دل افروز - استادیار مدیریت بازرگانی، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران

## خلاصه مقاله:

در دنیای کنونی یکی از مهم ترین فعالیت هایی که در جوامع مختلف در جریان است، گردشگری است و پیامدهای آن اثرات مستقیم و غیرمستقیم به ارکان جامعه از جمله اقتصاد، فرهنگ، سیاست، هنر دارد. در این میان استان گیلان نتوانسته آن گونه که باید به نرخ مناسبی از ورود و خروج گردشگران دست یابد. این نقصان و مشکل را می توان در فعالیت های نامناسب بازاریابی در سطح استان و شهرستان های محدوده مورد مطالعه بیان کرد. در واقع، به واسطه روش های بازاریابی، می توان گردشگران بالقوه را جذب مقاصد مورد نظر کرد. از این رو پژوهش حاضر باهدف ارائه مدل بازاریابی قابلیت های فرهنگی-تاریخی، گردشگری گیلان صورت پذیرفته است. روش پژوهش حاضر به صورت کیفی و با بهره گیری از نظریه داده بنیاد و بر اساس گام های پیشنهادی گلیرز و استراوس به اجرا درآمده است. جامعه آماری شامل کلیه مدیران ارشد سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان گیلان و نیز خبرگان رشته های مدیریت بازرگانی و گردشگری و مدیران ارشد سازمان های شهرداری، استانداری و فرمانداری است که در این میان ۱۵ نفر از آنان به روش گلوله برفی به عنوان روشی هدفمند در قالب نمونه آماری جهت مصاحبه از طریق پرسشنامه نیمه ساختاریافته بهره گرفته شده است. به منظور تجزیه و تحلیل مصاحبه ها از نرم افزار مکس کیو دی ای، و سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری انتخابی و کدگذاری محوری استفاده شده است. یافته های تحقیق نشان داد که بازاریابی قابلیت های فرهنگی و بازاریابی قابلیت های تاریخی در دسته شرایط راهبردی قرار دارد که در این بین عوامل مربوط به صنعت گردشگری شرایط زمینه حاکم است و شرایط محیطی کشور نقش تعدیل کننده را ایفا می کند. توسعه فرهنگی و اقتصادی گیلان از پیامدهای بازاریابی قابلیت های فرهنگی-تاریخی، گردشگری گیلان می باشد.

## کلمات کلیدی:

بازاریابی، قابلیت های فرهنگی-تاریخی، گردشگری گیلان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1225718>

