

## عنوان مقاله:

بررسی نقش گردشگری غذایی در توسعه پایدار مقاصد گردشگری با تمرکز بر بازاریابی و توسعه اقتصادی (مطالعه موردی: شرق گیلان)

## محل انتشار:

شانزدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد و توسعه (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسندگان:

سهیلا صالح پور - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

غلامرضا شجاع طلب - رئیس موسسه آموزش عالی کوشیار (غیرانتفاعی غیردولتی)

## خلاصه مقاله:

گردشگری در چند دهه اخیر توسعه رو به رشدی داشته و انواع متنوعی دارد. کشور ایران با قدمت ۴۰۰۰ ساله و با توجه به شرایط اقلیمی، طبیعی، فرهنگی و جغرافیایی خود توانسته از لحاظ غذایی الگوی متنوعی داشته باشد. امروزه گردشگری غذا با توجه به فواید زیادی که دارد مورد توجه همگان قرار گرفته و از اهداف پرتعداد و پر درآمد در کشورهای توسعه یافته در امر گردشگری به حساب آمده است. در کشور ما غذاهای بومی به دلیل تازگی و بدون استفاده از نگهدارنده همیشه مورد توجه اهالی بومی و گردشگران می باشد و می تواند باعث جذب گردشگر و درآمدزایی برای اهالی بومی باشد. در تحقیق پیش رو به بررسی نقش گردشگری غذایی در توسعه پایدار مقاصد گردشگری با تمرکز بر بازاریابی و توسعه اقتصادی (مطالعه موردی: شرق گیلان) پرداخته شده و ابزار جمع آوری داده ها در این پژوهش پرسشنامه می باشد که از طریق طیف لیکرت نمره دهی شده است و پایایی آن از طریق آلفا کرونباخ سنجیده شد. برای سنجش متغیر توسعه پایدار گردشگری، از پرسشنامه استاندارد سازی شده و محقق ساخته ۲۱ سوالی و متغیر گردشگری غذایی، از پرسشنامه استاندارد سازی شده با چهار مولفه (محصول، توزیع، قیمت و ترفیع) استفاده گردیده است. روش پژوهش حاضر، تحلیل توصیفی داده های پژوهش و تحلیل استنباطی می باشد که با استفاده از آزمون های تی- استیودنت و فریدمن (به وسیله نرم افزار SPSS۲۲)، مورد سنجش قرار گرفت. نتایج تحقیق نشان داد که گردشگری غذایی بر توسعه پایدار تاثیر مثبت و معنا داری دارد. همچنین، مهمترین عامل موثر بر توسعه پایدار گردشگری غذا عامل تبلیغات و اطلاع رسانی در مورد رستوران ها و محصولات غذایی خاص بومی از طریق رسانه های عمومی، جراید، کتابچه راهنما، وبسایت های اینترنتی بوده و کم اهمیت ترین عامل موثر بر توسعه پایدار گردشگری غذا نیز شاخص برگزاری کلاس هایی برای ارتقا جامعه محلی بمنظور آموزش نحوه تعامل با گردشگران غذا بوده است

## کلمات کلیدی:

گردشگری غذایی، توسعه پایدار، توسعه اقتصادی، بازاریابی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1636767>

