

## عنوان مقاله:

بازاریابی الکترونیکی گردشگری با رویکرد سیستمی در شهرستان خرم آباد

## محل انتشار:

اولین همایش ملی گردشگری در استان لرستان مدل ها و روش های توانمندسازی گردشگری (با محوریت استان لرستان) (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسنده:

فاطمه سپهوند - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی موسسه غیرانتفاعی حکیم جرجانی گرگان

## خلاصه مقاله:

بازاریابی گردشگری، فرآیندی مدیریتی از پیش بینی و ارضای نیازها و خواسته های بازدیدکنندگان موجود و بالقوه به شکلی موثر تر از عرضه کنندگان رقابتی یا مقصدهای دیگر می باشد. مدیریت مبادله از طریق سود، منفعت اجتماعی یا هر دوی آن ها هدایت می گردد. در این پژوهش از مدل آرتور. د. لیتل (ADL) که یک رویکرد سیستمی و ساختار سیستماتیک بین سازمان های مرتبط و ذینفع گردشگری می باشد، به کار رفته است. هدف از انجام این پژوهش پی بردن به راهبردهای غالب و قوی جهت جذب گردشگران به آبشارهای نوزبان و وارک می باشد. براساس مدل ADL برای منابع طبیعی گردشگری آبشارهای نوزبان و وارک، تجزیه و تحلیل انجام گرفت. به طور کلی منابع بکر طبیعی مذکور دارای پتانسیل و ظرفیت های مستعد برای تبدیل شدن به جاذبه گردشگری با هدف توسعه پایدار گردشگری و حفظ منابع طبیعی (پوشش گیاهی و داروهای گیاهی) دارند. ابتدا با امکان سنجی منطقه مذکور و بدون آسیب به بافت طبیعی آبشارها و پوشش گیاهی منطقه، در مرحله اول خانه های بوم گردی در روستا های اطراف و خود منطقه طراحی و ایجاد کنند، آموزش افراد محلی در یک پروسه کوتاه مدت به جهت حفاظت از خانه های بوم گردی و طبیعت بکر منطقه، بازاریابی برای بهبود و جذب گردشگران در منطقه، افزایش بهبود و سطح کیفیت خانه های بوم گردی، در مرحله دوم، پس از یک دوره زمانی کوتاه مدت (۵ سال)، افزایش درآمد مردم بومی منطقه از خانه های بوم گردی، ارتقاء خانه های بوم گردی به سطح بیش از دو ستاره، ایجاد جشنواره های فصلی داروهای گیاهی گردشگاه نوزبان در فصل اوج گردشگری، که خود یکی از عوامل افزایش رشد گردشگری طبیعی می باشد.

## کلمات کلیدی:

بازاریابی الکترونیکی، گردشگری، رویکرد سیستمی، ADL، خرم آباد

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1669193>

