

عنوان مقاله:

تحلیل پویایی تاثیر مولفه های آمیخته بازاریابی بر توسعه گردشگری شهری (مورد مطالعه: شهرستان رشت)

محل انتشار:

فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری، دوره 10، شماره 41 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

نویسندگان:

سعید دهقان خاوری - دانشگاه میبد، میبد، ایران

فاطمه دوزنده ضیابری - دانشگاه علم و هنر یزد، یزد، ایران

مهناز دوستی ایرانی - دانشگاه علم و هنر یزد، یزد، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه با استفاده از روش های بازاریابی؛ از جمله الگوی آمیخته می توان برای جذب گردشگران بالقوه برنامه ریزی نمود و از نتایج به دست آمده در راستای ارتقای کیفی بازارهای مقاصد گردشگری استفاده کرد. در واقع آمیخته بازاریابی گردشگری، شالوده اساسی سیستم بازاریابی گردشگری را تشکیل می دهد که استفاده از آن در توسعه گردشگری به ویژه گردشگری شهری برای سیاست گذاری این بخش ضروری می باشد. از این رو در این پژوهش با توجه به اهمیت موضوع به بررسی چگونگی تاثیرگذاری و همچنین رتبه بندی مولفه های آمیخته بازاریابی در توسعه گردشگری شهرستان رشت پرداخته شده است. بدین منظور با استفاده از تلفیق الگوی تفسیری تفکر سیستمی و نگاشت شناختی فازی ابتدا به پویایی ها و پیچیدگی های میان 7 مولفه اصلی و 51 مولفه فرعی مدل با تاکید بر بعد گردشگری شهری پرداخته شده و سپس اولویت بندی و میزان تاثیرگذاری آنها بر توسعه گردشگری شهرستان رشت صورت گرفته است. در بخش پویایی سیستمی، نمونه گیری تا رسیدن به اشباع ادامه یافت و در بخش نگاشت شناختی فازی از ترکیب نمونه آماری از خبرگان دانشگاهی، کارشناسان گردشگری، برنامه ریزان و شاغلان بخش گردشگری استفاده گردید. نتایج تحقیق نشان دهنده آن است که تمامی مولفه های اصلی و فرعی علاوه بر تاثیر بر توسعه گردشگری، بر یکدیگر نیز تاثیراتی دارند که سبب نوعی هم افزایی در سیستمی متشکل از موارد فوق می شود. همچنین نتایج اولویت بندی و تاثیرگذاری نشان می دهد مولفه های برنامه ریزی و مدیریت، تبلیغات و مکان، بیشترین تاثیرگذاری را دارند.

کلمات کلیدی:

آمیخته بازاریابی، توسعه گردشگری شهری، پویایی سیستمی، نگاشت شناختی فازی، شهرستان رشت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1690536>

