

## عنوان مقاله:

مدیریت جذب گردشگر

## محل انتشار:

اولین همایش منطقه ای معماری و شهرسازی (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسندگان:

تارا جمالی شهنی - کارشناسی ارشد طراحی شهری دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

حافظ مهدنژاد - دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه تهران

## خلاصه مقاله:

در دنیای امروز یکی از بزرگترین منابع تولید درآمد از منابع حاصله از درآمدهای توسعه صنعت گردشگری است. در کشورهای در حال توسعه و دارای قدمت باستانی یکی از با اهمیت ترین منابع جذب گردشگر آثار ارزشمند تاریخی، آداب و رسوم، فرهنگ و مکان های زیارتی می باشند که در صورت حفاظت و بهره برداری به جا و با توجه به شرایط زمانی و مکانی می تواند محصول ارزشمندی را به بازار جهانی عرضه کنند. اما این امر مستلزم این است که این محصول بتواند در بازار اقتصاد جهانی چهره خود را بطور برجسته ای نمایان سازد، چنان چه این موضوع یکی از مهمترین عوامل موثر گردشگران بالفعل می باشند که بر جذب و بازجذب گردشگر تاثیرگذارند. پژوهش حاضر به بررسی عوامل موثر بر جذب و بازجذب گردشگر می پردازد. روش پژوهش توصیفی- تحلیلی می باشد و روش جمع آوری اطلاعات از طریق مطالعات کتابخانه ای و پرسشنامه می باشد. در این راستا عامل مقصد گردشگری بعنوان متغیر مستقل مهمترین عامل، و تصویر و برند شهر به عنوان متغیر وابسته در نمونه موردی مشهد بررسی خواهند شد. یافته های پژوهش نشان می دهد آگاهی از مقصد گردشگری و وفاداری به برند از مهمترین عوامل جذب به شمار می روند

## کلمات کلیدی:

مقصدگردشگری، برند، هویت، تصویر

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/177107>

