

عنوان مقاله:

ارائه چارچوبی برای استراتژی های توسعه گردشگری هوشمند و رتبه بندی این عوامل با استفاده از تکنیک ANP

محل انتشار:

مجله مدیریت بازاریابی هوشمند، دوره 5، شماره 3 (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 0

نویسندگان:

ندا اصلانی - گروه مدیریت بازرگانی، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، رودهن، ایران

لیلا آندرواز - گروه مدیریت بازرگانی، واحد بین المللی خرمشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، خرمشهر، ایران

کیومرث آریا - استادیار، گروه اقتصاد، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، رودهن، ایران

خلاصه مقاله:

بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، رشد صنعت گردشگری را به عنوان رویکردی موثر برای شکوفایی اقتصاد خود شناخته اند. توسعه گردشگری می تواند منجر به جذب سرمایه شود که به نوبه خود باعث بهبود بخش های دیگر می شود. گردشگری یک بخش اقتصادی پیچیده است که به طور قابل توجهی بر اشتغال، تراز پرداخت ها و توسعه اجتماعی-اقتصادی مناطق مختلف تاثیر می گذارد. در دنیای امروز می توان گفت تقریباً هر آنچه می بینیم به صورت هوشمند عمل می کند. نیاز صنعت گردشگری به هوشمند سازی لازمه ی ارائه ی خدمات با کیفیت و سرعت بالاتر است. هدف از انجام این پژوهش ارائه مدل و اولویت بندی ابعاد استراتژی های توسعه گردشگری هوشمند در ایران با استفاده از تکنیک ANP می باشد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر استراتژی پژوهش پیمایشی محسوب می شود چراکه با ابزارهای پرسشنامه و مصاحبه به بررسی ادراک افراد می پردازد و در واقع داده های این پژوهش از جنس ادراک هستند. جامعه آماری در بخش کیفی صاحب نظران حوزه گردشگری بوده که حجم نمونه بر اساس اشباع نظری ۱۵ نفر می باشد. روش نمونه گیری در این پژوهش روش نمونه گیری هدفمند به کار گرفته شد. ابزار اصلی گردآوری داده ها در بخش کیفی، مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته بود و تحلیل داده های کیفی با روش نظر به داده بنیاد انجام شد و در بخش اولویت بندی عوامل از تکنیک ANP استفاده شد. در بخش کیفی به ۱۹ مولفه در زمینه استراتژی های توسعه گردشگری هوشمند دست یافتیم که عوامل اقتصادی دارای بیشترین وزن و در رتبه اول قرار گرفته و عوامل سیاسی نیز دارای کمترین وزن و در رتبه آخر قرار گرفته شد.

کلمات کلیدی:

گردشگری، گردشگری هوشمند، استراتژی، توسعه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2056126>

