

عنوان مقاله:

بررسی حاشیه بازاریابی سوغات زایران مطالعه موردی: زرشک و زعفران شهرستان مشهد

محل انتشار:

اولین همایش بین المللی علمی راهبردی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران، چالش ها و چشم اندازها (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

علی رهنما - پژوهشگر پژوهشکده گردشگری پژوهشکده گردشگری، گروه اقتصاد گردشگری جهاد دانشگاهی واحد مشهد

هادی رفیعی دارانی - مربی و عضو هیات علمی پژوهشکده گردشگری پژوهشکده گردشگری، گروه اقتصاد گردشگری جهاد دانشگاهی واحد مشهد

مهديس سلیمانی - دانشجوی کارشناسی اقتصاد کشاورزی

خلاصه مقاله:

صنعت گردشگری یکی از بزرگترین و پربازدهترین فعالیتهای اقتصادی در دنیا است که بالاترین میزان ارزش افزوده را ایجاد میکند و بهطور مستقیم و غیرمستقیم، سایر فعالیتهای اقتصادی و فرهنگی را تحت تأثیر قرار میدهد. گردشگری یکی از منابع عمده درآمدزایی و ایجاد اشتغال در جهان به شمار میآید بهطوریکه بسیاری از آن، بهعنوان صنعت اول دنیا یاد میکنند. سوغات ازجمله مواردی است که همواره موردتوجه گردشگران قرار میگیرد و بسیاری از گردشگران هموراهمبلغی از بودجه سفر را برای خرید سوغات هزینه میکنند، شهر مشهد با توجه به حضور بارگاه مطهر رضوی همواره موردتوجهگردشگران داخلی و خارجی بوده است و سالانه پذیرای میلیونها زائر و گردشگر از دورترین نقاط ایران و سایر کشورهای جهان است. زعفران و زرشک از جمله سوغات مشهد است که موردتوجه بسیاری از گردشگران قرار میگیرد. با توجه به اهمیتسوغات در گردشگری، در این مقاله به بررسی حاشیه بازاریابی و کارایی فنی سوغات شهر مشهد زرشک و زعفران پرداخته شده است. نتایج تحقیق نشان داد متوسط حاشیه خردهفروشی از متوسط حاشیه عمدهفروشی برای هر دو محصول مورد مطالعه بیشتر است همچنین با استفاده از الگوهای مارک آپ، حاشیه نسبی و هزینه بازاریابی، تابع حاشیه بازاریابی زعفران وزرشکبرآورد شد که نتایج نشان میداد که حاشیه بازاریابی در مدلهای مارک آپ و حاشیه نسبی با قیمت خردهفروش رابطه مستقیم دارد

کلمات کلیدی:

سوغات، حاشیه بازاریابی، مشهد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/337941>

