

## عنوان مقاله:

مقایسه تطبیقی رضایتمندی گردشگران در برنامه ریزی بازاریابی گردشگری آنتالیا و کیش

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی توسعه پایدار، راهکارها و چالش ها با محوریت کشاورزی، منابع طبیعی، محیط زیست و گردشگری (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسندگان:

سمانه سارانی - دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی توریسم، دانشگاه سیستان و بلوچستان

سمانه سرحدی نسب - دانش آموخته کارشناسی ارشد مهندسی محیط زیست، دانشکده منابع طبیعی و آبخیزداری گرگان

فهیمة عسگری - دانش آموخته کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه سیستان و بلوچستان

سمیه افشارمنش - دانش آموخته کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه سیستان و بلوچستان

## خلاصه مقاله:

مقاله رضایتمندی گردشگران بازدیدکنندگان یک رویکرد نوین نسبت به کیفیت و کمیت در اختیارگذاری امکانات در مناطق گردشگری و همچنین پیشرفت مدیریت در رابطه با درک خصوصیات طبیعی ناحیه، خدمات و تسهیلات پیشنهاد شده بهوسیله بازدیدکنندگان است. هدف از این پژوهش بررسی کارکردهای تاثیرگذار برالگوهای رفتاری گردشگران در برنامه ریزی بازاریابی گردشگری در کیش و آنتالیا بوده که مورد مطالعه تطبیقی قرار گرفته است. روش تحقیق تحلیلی توصیفی بوده و با بهره گیری از تکنیک -SWOT مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت. نتایج یافته ها بیانگر آن است که در منطقه ازاد آنتالیا 12 قوت و 6 ضعف داخلی، همچنین 12 فرصت و 2 تهدید خارجی دارای تاثیر عمده در این ارتباط وجود داشته که پس از بررسی تاثیرات متقابل آنها بر یکدیگر و از یکدیگر و تحلیل کمی و کیفی آن، نهایتاً از برآیند آنها 13 راهبرد متناسب ارایه گردید. در عین حال در کیش 6 قوت و 7 ضعف داخلی، در کنار 7 فرصت و 4 تهدید عمده خارجی در این ارتباط شناسایی و متناسب با نتایج تحلیلی حاصل از تاثیرات متقابل آنها بر بازاریابی گردشگری، 13 راهبرد ارائه گردید. اصولاً با شناخت الگوهای رضایتمندی گردشگران، می توان بازار گردشگری را رونق بخشید و گردشگران احتمالی را جذب مقاصد مورد نظر نمود. از سویی با بازاریابی مشتری محور، نیازها و خواسته های گردشگران بهتر شناخته می شوند و بازاریابان هم برای جذب گردشگران برنامه ریزی آگاهانه نموده و لذا سطح - رضایتمندی گردشگران افزایش می یابد. با افزایش سطح رضایتمندی، تکرار سفر افزایش می یابد و تقاضا در سطح مطلوبی حفظ شده و گردشگران به طور غیرمستقیم در برنامه ریزی گردشگری نقش دارد

## کلمات کلیدی:

رضایتمندی بازاریابی گردشگری - - swot تقاضا آنتالیا و کیش

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/354559>

