



## میزان تأثیر بازاریابی بر جذب گردشگر

بهاره براهویی پیرنیا<sup>۱</sup>، مهدیه اتابک نیا<sup>۲</sup>، هدی دانائی (نویسندگان مسئول)<sup>۳</sup>

گروه علوم انسانی، دانشگاه فنی و حرفه ای استان سیستان و بلوچستان، ایران

گروه علوم انسانی، دانشگاه فنی و حرفه ای استان سیستان و بلوچستان، ایران

### چکیده

امروزه صنعت گردشگری یکی از صنایع پربازده خدماتی است که به سرمایه گذاری سنگین اولیه هم نیاز نداشته و با استراتژی های مختلف بازاریابی می توان گردشگران زیادی را به مقاصد مورد نظر جذب نموده و چرخ اقتصادی کشور را به گردش درآورد. در صنعت گردشگری از ابزارهای مختلف تبلیغات بعنوان مهمترین و گسترده ترین روشها جهت حداکثر نمودن سودآوری استفاده می شود. یکی از ابزارهای مهم بازاریابی، رسانه های تبلیغاتی تلویزیون، رادیو، اینترنت، روزنامه ها و مجلات است که در میزان تأثیر مخاطب اهمیت زیادی دارد و استفاده درست از آن باعث افزایش تأثیر پیام می شود، هدف از تحقیق حاضر پاسخگویی به این سوال است که آیا بازاریابی بر جذب گردشگران اثر دارد؟ و اینکه کدام یک از رویه های بازاریابی بیشترین تأثیر بر جذب گردشگران را دارد؟ جامعه آماری تحقیق ۲۵۵ نفر می باشد، با استفاده از جدول نمونه گیری مورگان ۱۵۰ نفر انتخاب شده است. پس از توزیع پرسشنامه ها و تجزیه و تحلیل آماری از نرم افزارهای Excel و SPSS ۲۳ استفاده شده است، سپس این نتایج حاصل شد که بازاریابی بر جذب گردشگران تأثیر داشته و از میان رویه های مختلف، استراتژی تبلیغات، مهمترین و گسترده ترین روش جهت حداکثر نمودن سودآوری درین صنعت می باشد.

**واژگان کلیدی:** بازاریابی، گردشگری، جذب گردشگر، تبلیغات، جاذبه های گردشگری