

## بررسی نقش بازاریابی در صنعت گردشگری (مطالعه موردی: استان فارس، ایران)

عبدالجواد خلیلی<sup>۱</sup>

### چکیده

امروزه صنعت جهانگردی یکی از بزرگترین و متنوع ترین صنایع دنیا به حساب می آید و بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال زایی و توسعه ساختار زیربنایی خود محسوب می نمایند. ایران اسلامی نیز با برخورداری از انواع جاذبه های مهم گردشگری می تواند نقش بسیار موثری را هم از نظر اقتصادی و هم از نظر شناساندن خود به عنوان فرهنگی مستقل در دنیای امروز ایفا کند. بررسی های انجام گرفته و تجربیات حاصله طی سالهای اخیر معلوم می سازد که موفقیت در این صنعت آن چنان موضوع سهل و آسانی نیست که بتوان بدون توجه به برخی عوامل موثر آن بدست آورد. از جمله عواملی که می تواند صنعت گردشگری کشور را توسعه و بهبود بخشد بکارگیری ابزارها و پارامترهای موثر بازاریابی استدر این تحقیق وضعیت عوامل بازاریابی در صنعت گردشگری استان فارس به عنوان یکی از استانهای مهم گردشگری کشور مورد بررسی قرار گرفته است. در این تحقیق چهارعامل اصلی بازاریابی (4p) مطرح شده است که در هر عامل مواردی مورد بررسی قرار گرفته است که در نهایت نتایج تحقیق به ما می گوید که : در ارتباط با قیمت ، وضعیت هزینه های اقامتی و حمل و نقل ، در ارتباط با خدمات ارائه شده ، سهولت دسترسی به خدمات ، در ارتباط با واسطه های گردشگری ، کیفیت تسهیلات حمل و نقل و ایجاد دفاتر بازاریابی در خارج از کشور و بالاخره در ارتباط با روش های ترفیع ، تبلیغات مختلف بیشترین اهمیت را از دیدگاه گردشگران دارند.

**واژه های کلیدی:** بازاریابی، عوامل بازاریابی، گردشگری، فارس