

# سومین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار

همدان ۱۷ اردیبهشت ۱۳۹۴



## بررسی تأثیر عوامل آمیخته بازاریابی (P4) در افزایش جذب گردشگر (مطالعه موردی شهرک تاریخی ماسوله)

سید عادل حسینی کلکوه<sup>۱</sup>، روزبه حبیبی<sup>۲\*</sup>

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی (بین الملل)، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران

۲. (نویسنده مسؤل) استادیار مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور گیلان

Email: Adel.h1358@gmail.com

### چکیده:

بازاریابی برای تداوم حیات صنعت گردشگری بسیار ضروری و لازم است. در واقع بوسیله روشهای بازاریابی می توان گردشگران را جذب مقاصد مورد نظر کرد. بدیهی است که بهره گیری مناسب از ظرفیت های گردشگری نیازمند مطالعه، بررسی و برنامه ریزی دقیق است. در واقع تدوین یک برنامه جامع و منسجم که جایگاه و وضعیت موجود این صنعت را مشخص نموده و راهکارها و راهبرد های مناسبی را برای رسیدن به وضعیت مطلوب ارائه دهد، لازم و ضروری به نظر می رسد. مدل آمیخته بازاریابی P4 یکی از مباحث مورد توجه در بازاریابی گردشگری و از جمله مفاهیمی است که می تواند در تبیین وضعیت موجود و برنامه ریزی برای رسیدن به وضعیت مطلوب صنعت گردشگری یک منطقه، مورد استفاده قرار گیرد. ترکیب چهار مولفه (مکان، محصول، قیمت و ترفیع) در قالب مدل آمیخته سعی دارد اولاً به بررسی تعداد گردشگران ورودی به محدوده در تعطیلات نوروزی سالهای ۸۹ تا ۹۴ و ارزیابی وضع موجود مولفه های بازاریابی در شهرک تاریخی ماسوله پرداخته و سپس مولفه های تأثیر گذار بر روند افزایش گردشگر و توسعه گردشگری در محدوده مورد مطالعه را مشخص کند. در این راستا با پیمایش میدانی و روش تحقیق توصیفی و تحلیلی به گردآوری داده بر اساس پرسشنامه محقق ساخته ۹۳ سوالی پرداخته شده است. جامعه آماری شامل گردشگران وارده به محدوده و کارشناسان گردشگری سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان گیلان می باشند. پردازش داده ها با نرم افزار SPSS و با محاسبات درصد فراوانی ها به ارزیابی هر یک از سوالات پرداخته شد. نتایج نشان می دهد در مولفه قیمت تثبیت نرخ کالا و در مولفه ترفیع برگزاری نمایشگاهها و در مولفه مکان دسترسی آسان به جاذبه ها و در عامل محصول تنوع مراکز اقامتی از بیشترین اهمیت برخوردار می باشد. از این رو در راستای افزایش جذب گردشگر و خط مشی توسعه گردشگری می بایست برنامه ریزی جامع بازاریابی استراتژیک برای جذب گردشگر انجام شود.

واژگان کلیدی: بازاریابی، گردشگری، آمیخته بازاریابی، جذب گردشگر، شهرک تاریخی ماسوله