



نگاهی به صنعت گردشگری در شهر لاهیجان با رویکردی بر آمیخته بازاریابی

میرهادی مؤذن جمشیدی^۱ بهادر گنجه خسروی^۲ مرجان قلیزاده طیار^۳

چکیده

با توجه به اهمیت صنعت گردشگری به عنوان یک صنعت سود آور و کار آفرین که به نحو اثربخشی می تواند توسعه یک منطقه را به همراه داشته باشد توجه به این صنعت در کشور ما که علی رغم ظرفیتهای بسیار ارزشمند در جذب گردشگر تا کنون به نحو مطلوب دارای موفقیت نبوده است از اهمیت بالایی برخوردار می باشد. براین اساس توجه به ارائه سرویسهای مطلوب به جهت پاسخ به نیاز گردشگران و افزایش رضایتمندی آنان از دیدگاه بازاریابی بسیار مهم می باشد. در جهان امروز آنچه از دید بازاریابان موفق دارای اهمیت می باشد افزایش سود با استفاده از خدمت به مشتریان و پاسخ به نیاز آنها می باشد. شناخت و استفاده از فاکتورهای اساسی بازاریابی مانند آمیخته بازاریابی در صنایع مختلف جزء فعالیتهای مهم مدیران و متخصصین بازاریابی در صنایع مختلف میباشد. در این تحقیق ابتدا فاکتورهای مهم آمیخته بازاریابی در صنعت گردشگری مورد بررسی و شناخت قرار گرفته و سپس وضعیت این عوامل در شهر سرسبز لاهیجان واقع در حاشیه دریای خزر که دارای پتانسیل های بالقوه در جذب گردشگر میباشد از دیدگاه گردشگران با اسفاده از پرسشنامه و سپس آمار توصیفی مورد بحث قرار گرفته و نهایتا با تاکید بر لزوم برنامه ریزی جامع بازاریابی استراتژیک در صنعت گردشگری به جهت ارتقاء و بهبود هر چه بهتر این کسب و کار راهکارهایی پیشنهاد میگردد.

واژه های کلیدی: صنعت گردشگری ، آمیخته بازاریابی ، عناصر توزیع ، لاهیجان

۱- دانشجوی دکتری مدیریت دانشگاه تکنولوژی مالزی؛ jamshidi.hadi@gmail.com

۲- کارشناس ارشد MBA دانشگاه مالزی مدیا مالزی؛ bahador.ganjeh.kho08@mmu.edu.my

۳- کارشناس ارشد MBA دانشگاه پیام نور واحد دماوند؛ marjan_tayyar@yahoo.com