

## الگوی فرصت های نوآورانه بازاریابی برای کارآفرینان در حوزه گردشگری حلال در منطقه آزاد اروند

لیلا اندرواژ<sup>۱</sup>، هدیه یا آهو<sup>۲</sup><sup>۱</sup> استادیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد بین المللی خرمشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، خرمشهر، ایران<sup>۲</sup> گروه مدیریت، واحد بین المللی خرمشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، خرمشهر، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۳/۰۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۴/۰۳

## Pattern of Innovative Marketing Opportunities for Entrepreneurs in Halal Tourism in Arvand Free Zone

Leila andarvazh<sup>1</sup>, Hedieh yaahoo<sup>2</sup><sup>1</sup> Assistant Professor, Department of Business Management, Khorramshahr International Branch, Islamic Azad University, Khorramshahr, Iran<sup>2</sup> Management Department, Khorramshahr International Branch, Islamic Azad University, Khorramshahr, Iran

Received: (30/06/2022) Accepted: (29/07/2022)

شناسه یکتا: <https://doi.org/10.52547/JABM.3.2.104>

## Abstract

This research on "Providing an innovative marketing opportunity model for entrepreneurs in the field of halal tourism" in terms of applied purpose, the nature of the data is mixed and exploration; In terms of data collection method, it is a descriptive research. The statistical population is divided into two categories, the first, including experts and experts who are familiar with the complete concepts of the solvent tourism industry and innovative marketing opportunities for entrepreneurs in this field. The second category includes the industry's executives and stakeholders, the tourism services companies, which also includes subsidiaries (managers, employees, experts). That the population is responsible for filling the questionnaires in a small part. In the qualitative section of the sample size of 11 experts and experts related to the subject, the closed-closed interview will be held. In a small section, the questionnaires are distributed among the 57 staff of the tourist companies, the tourist of the Arvand Free Zone. The information collection tool was conducted in this study using the interview and questionnaire by the researcher. In this way, all the criteria and sub-criteria are extracted using expert opinions. Then, through the Delphi method, the validity of these factors was dealt with. In a small stage of modeling of structural equations and factor analysis methods were analyzed with SPSS and Lisrel software. The results resulted in the identification of five innovative marketing opportunities for entrepreneurs (value created for tourists, innovation in products and services, social networks for advertising, up-to-date technologies for distribution networks and sustainable products and services). The pattern and the relationships provided were evaluated using the structural equation model test and the impact of these components was confirmed.

## Keywords

Halal Tourism, Exploration of Innovative Marketing Opportunities, Entrepreneurs, Arvand Free Zone

## چکیده

این پژوهش با موضوع " ارائه الگوی فرصت های نوآورانه بازاریابی برای کارآفرینان در حوزه گردشگری حلال " از لحاظ هدف کاربردی، ماهیت داده ها آمیخته و اکتشافی؛ از نظر روش گردآوری داده ها پژوهشی توصیفی است. جامعه آماری به دو دسته تقسیم می شوند، دسته اول شامل خبرگان و متخصصانی که با مفاهیم کامل صنعت گردشگری حلال و فرصت های نوآورانه بازاریابی برای کارآفرینان این حوزه آشنایی کامل دارند. دسته دوم شامل مجریان و ذینفعان این صنعت یعنی شرکت های ارائه دهنده ی خدمات گردشگری، توریستی که خود نیز شامل زیر مجموعه های از جمله (مدیران، کارمندان، کارشناسان) می باشد. که این جمعیت مسئول پرکردن پرسشنامه ها در بخش کمی می باشند. در بخش کیفی حجم نمونه ۱۱ نفر از خبرگان و متخصصان مرتبط با موضوع بوده که مصاحبه ساختاریافته ی بسته با این افراد انجام خواهد شد. در بخش کمی پرسشنامه ها بین ۵۷ نفر از کارکنان شرکت های گردشگری، توریستی منطقه آزاد اروند توزیع شده است. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش با استفاده از مصاحبه و پرسشنامه توسط پژوهشگر انجام شد. بدین صورت که نخست تمامی معیارها و زیر معیارهای با استفاده از نظرات خبرگان استخراج شده است. سپس از طریق روش دلفی نسبت به اعتبار سنجی این عوامل پرداخته شد. در مرحله کمی از مدلسازی معادلات ساختاری و روش تحلیل عاملی با نرم افزار Spss و LISREL مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج به دست آمده به شناسایی پنج عامل فرصت های نوآورانه بازاریابی برای کارآفرینان ( ارزش ایجاد شده برای گردشگران، نوآوری در محصولات و خدمات، شبکه های اجتماعی برای تبلیغات، فن آوری های روز برای شبکه های توزیع و محصولات و خدمات پایدار) انجامید. الگوی مذکور و روابط ارائه شده در آن با استفاده از آزمون مدل معادلات ساختاری مورد ارزیابی قرار گرفت و تاثیر این مؤلفه ها تایید شد.

## واژه های کلیدی

گردشگری حلال، کاوش فرصت های نوآورانه بازاریابی، کارآفرینان، منطقه آزاد اروند