

بررسی میزان اهمیت و تعیین تاثیر روش‌های تبلیغی مورد استفاده از سوی سازمان گردشگری در جذب گردشگر به استان گلستان به روش تحلیل سلسله مراتبی (AHP)

حسین سرگلزایی دوست*، سید یحیی سید دانش، اسماعیل ملک اخلاق،

1392-11-28

گردشگری یکی از پویاترین فعالیت‌های اقتصادی عصر حاضر است که در توسعه پایدار محلی نقش مهمی دارد. این صنعت از طریق ترکیب و به‌کارگیری همزمان منابع داخلی و خارجی، منافع اجتماعی، اقتصادی، زیست‌محیطی و فرهنگی زیادی را به همراه دارد، بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی می‌دانند و همواره گردشگری عامل مهمی برای توسعه اقتصادی به حساب می‌آید و تبلیغات یکی از موثرترین وسایلی است که می‌توان به وسیله آن گردشگران را جذب کرد، بنابراین پژوهش پیش روی به مطالعه موردی استان گلستان که یکی از قطب‌های گردشگری کشور است، با استفاده از مدل AHP و تکمیل پرسشنامه، در میان 120 گردشگر به عنوان نمونه و 10 کارشناس سازمان گردشگری استان گلستان پرداخته است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که از دیدگاه گردشگران و مسئولان، روش‌های تبلیغات در «شبکه‌های تلویزیونی و ماهواره‌ای» و «ارائه برنامه معرفی جاذبه‌های گردشگری استان‌های کشور» معرفی نقاط دیدنی استان از طریق تیزر و ویدئوهای تبلیغاتی در سطح شهرستان‌های استان» و «معرفی جاذبه‌های گردشگری در ورودی‌های شهر و اماکن دیدنی و آثار باستانی» به ترتیب بالاترین درجه اهمیت را در جذب گردشگران دارند.

کلمات کلیدی : گردشگری، تبلیغات، بازاریابی، روش AHP

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه‌ها](#)