

نمایشگاه‌های آثار تاریخی و تأثیر آن بر گردشگری

ناهید اکبری^۱، ناصر حمیدی^۲

^۱ دانش‌آموخته کارشناسی ارشد بازاریابی گردشگری موسسه آموزش عالی علامه قزوینی، قزوین، ایران.

^۲ دانشیار گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

چکیده

صنعت گردشگری حاصل تجمع بسیار زیاد بنگاه‌های کوچک و متوسط بوده که طیف وسیعی از خدمات مانند: نمایشگاه‌ها، هتل‌ها، رستوران‌ها، فروشگاه‌های صنایع دستی را ارائه می‌دهند. صنعت گردشگری به علت اشتغال‌زایی و سودآوری نسبتاً سریع آن بستر مناسبی برای سرمایه‌گذاری است. سرمایه‌گذاری‌های گردشگری در کشورها و مقاصد باقی خواهد ماند. لذا تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات میدانی و از بعد تجزیه تحلیل، توصیفی-تحلیلی می‌باشد. جامعه آماری مورد استفاده در این تحقیق شامل مدیران، کارشناسان و کارمندان سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری می‌باشد. همچنین آمار استنباطی (رگرسیون چندگانه) برای پاسخ به سؤالات و فرضیه‌های تحقیق مورد استفاده قرار گرفت و نتایج نشان می‌دهد، کلیه فرضیه‌های پژوهش تأیید و می‌توان نتیجه گرفت که ویژگی‌های گردشگران (شامل میزان شناخت گردشگران از محل، میزان تعطیلات، شرایط نمایشگاه، اطلاعات نمایشگاه) تأثیر معنادار و مثبت بر توسعه گردشگری داشته و با افزایش هر یک از آن‌ها، توسعه گردشگری نیز افزایش می‌یابد.

واژه‌های کلیدی: نمایشگاه، آثار تاریخی، توسعه گردشگری، رگرسیون، میراث فرهنگی.

مطالعات مدیریت و کارآفرینی

دوره ۴، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۷، صفحات ۶۳-۵۲