

سخن سردبیر

مصطفی محمدی 

^۱ سردبیر و مدیرمسئول دوفصلنامه علمی پژوهش‌های بازاریابی گردشگری و میهمان‌نوازی؛ دانشیار مدیریت گردشگری، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.
(m.mohammadi@umz.ac.ir)

به نام خداوند بخشاینده‌ی بخشایشگر

جز نقش تو در نظر نیامد ما را *** جز کوی تو رهگذر نیامد ما را (حافظ)

پُر واضح است که پژوهشگران و نویسندگان، انتظار دارند دستاوردهای علمی‌شان در نشریه‌ی "با رتبه‌ی علمی"، "نظام‌مند" و "پیشگام" انتشار یابد.

❖ از جهت دریافت رتبه‌ی علمی: با یاری خداوند و همراهی دست‌اندرکاران دانشگاه-نشریه و پژوهشگران گرامی، پس از انتشار دومین شماره از نشریه در بهار-تابستان (۱۴۰۳)، از طریق مسیرهای تعیین شده توسط وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، اقدام خواهد شد.

❖ از جهت نظام‌مند شدن نشریه: "دستورالعمل نگارش مقالات" برای نویسندگان و "فرآیند رسیدگی به مقالات" برای ارکان اجرائی نشریه به منظور تضمین تعهد به سرعت و دقت در ارزیابی‌ها و تعیین تکلیف مقاله‌ها و همچنین حفظ حقوق پژوهشگران، تدوین و طراحی شده است. مورد تاکید خواهد بود.

❖ از جهت پیشگام شدن: گروه مدیریتی نشریه، ریل‌گذاری متحولانه‌ای در ابعاد پیشگامی نشریه داشته‌اند و برای همیشه، آماده‌ی دریافت ایده-ها، نظرات و پیشنهادهای اندیشمندان حوزه‌ی بازاریابی گردشگری و میهمان‌نوازی به منظور رسیدن به مرجعیت علمی در این حوزه هستند. دستیابی به اهداف پنج‌گانه و انتظارات گفته شده در بالا، بدون حضور و همراهی دست‌اندرکاران و پژوهشگران میسر نخواهد شد.

از این رو، در انتها، از راهبری همه‌جانبه‌ی دانشگاه مازندران (به ویژه، معاونت محترم پژوهش و فناوری دانشگاه)، حمایت علمی انجمن علمی طبیعت‌گردی ایران، اعضای محترم هیئت تحریریه و ارکان اجرایی سخت‌کوش نشریه که زمینه‌ساز و حامی برداشتن اولین گام و انتشار شماره‌ی اول شدند کمال قدردانی را دارم.

همچنین، صمیمانه‌ترین درودها و سپاس‌ها را تقدیم نویسندگان مقالات وزین این شماره می‌نمایم که با بلندنظری و هیچ چشم‌داشتی، پژوهش‌های خود را جهت انتشار در اختیار نشریه قرار دادند.

شاد زی‌اید و سربلند مانید.

خداوند را سپاس که با یاری او و همراهی پژوهشگران محترم، پس از پیگیری‌های فراوان و طی نمودن فرآیندها و مراحل گوناگون، سرانجام، نخستین شماره‌ی **نشریه‌ی (دوفصلنامه‌ی) پژوهش‌های بازاریابی گردشگری و میهمان‌نوازی** را در پاییز-زمستان (۱۴۰۲)، تحت نظارت، حمایت و هدایت دانشگاه مازندران و همچنین مذاقه‌ی ارکان نشریه و اعضای محترم هیئت تحریریه، مهیا و تقدیم مخاطبان و علاقمندان به این حوزه نمودیم.

هدف اصلی از انتشار **نشریه‌ی پژوهش‌های بازاریابی گردشگری و میهمان‌نوازی**، در واقع، پاسخی است به این دغدغه که "ارائه و بررسی مسائل، مشکلات، پرسش‌ها و چالش‌های مهم نظری و علمی مطرح در عرصه‌ی بازاریابی گردشگری و میهمان‌نوازی در جهان پویا و پرشتاب امروزی، و فعالیت و تأمل پژوهشگرانه به منظور پاسخ‌یابی برای آنها"، در چارچوب کارویژه‌ی یک نشریه‌ی تخصصی، علمی و پژوهشی انسجام و برون‌داد یابد.

امیدواریم با جلب توجه پژوهشگران به موضوعات روز، تاثیرگذاری نشریه را در سطوح مختلف ارتقا بخشیم. از این رو، اهداف نشریه با رویکرد "ارتقای وضع موجود و رسیدن/ماندن در وضع مطلوب" در حوزه‌ی بازاریابی گردشگری و میهمان‌نوازی، عبارتند از:

❖ **پیشگامی هستی‌شناختی:** ایده‌پردازی،

بسترسازی، جریان‌سازی و گفتمان‌سازی؛

❖ **پیشگامی معرفت‌شناختی:** نظریه‌آزمایی و

افزایش سهم نظریه‌پردازی؛

❖ **پیشگامی روش‌شناختی:** بسط روش‌ها، ابزارها

و روش‌شناسی‌های موجود و معرفی روش‌ها،

ابزارها و روش‌شناسی‌های جدید با ماهیت کمی،

کیفی و آمیخته؛

❖ **پیشگامی ارزش‌شناختی:** اصالت‌محوری،

نوآوری، مسئله‌محوری و بومی‌سازی در پژوهش-

ها؛

❖ **پیشگامی شبکه‌سازی:** عمل کردن فراتر از

محدوده‌ی رشته‌ی علمی گردشگری و هم‌افزایی

میان‌رشته‌ای، و نیز داشتن چشم‌انداز بین‌المللی

شدن.