

Название публикации:

Destination branding as a tool for sustainable tourism development (the Case of Bangkok, Thailand)

Авторы:

Ushakov, D.a, Ermilova, M.b, Andreeva, E.c

- a) International college, Suan Sunandha Rajabhat University, 1 U-Thong Nok rd., Dusit, Bangkok, 10300, Thailand
- b) Department of financial management, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russian Federation
- c) Rostov State Transport University, Rostovskogo Strelkovogo Polka Narodnogo Opolcheniya Sq.,2, Rostov-on-Don, 344038, Russian Federation

Наименование журнала:

Espacios

Volume 39, Issue 47, 2018, 11p

Аннотация:

In the context of tourism market globalization, universalization of tourists' preferences and basic requirements to tourism product's quality, tourism macromarketing becomes the most effective instrument of tourist destinations' promotion. This paper analyzes the main factors of Bangkok tourism brand development and implementation, based on studying the international experience directly from foreign tourists (who visited Bangkok) and using Thailand tourism business surveys. After the analysis of this information the research provides basic recommendations on tourism branding strategy modernization for Bangkok, Thailand. © 2018.

En el contexto de la globalización del mercado turístico, la universalización de las preferencias de los turistas y los requisitos básicos para la calidad de los productos turísticos, el macromarketing se convierte en el instrumento más eficaz para la promoción de destinos turísticos. Este documento analiza los principales factores del desarrollo y la implementación de la marca de turismo de Bangkok, basándose en el estudio de la experiencia internacional directamente de los turistas extranjeros (que visitaron Bangkok) y el uso de las encuestas de negocios de turismo de Tailandia. Después del análisis de esta información, la investigación proporciona recomendaciones básicas sobre la modernización de la estrategia de marca turística para Bangkok, Tailandia. © 2018.

Ключевые слова:

Branding, Branding, Macro-marketing tourist market globalization, Macromarketing globalización del mercado turístico, Marca turística, Tourist brand