

عنوان مقاله:

بررسی و ارزیابی عوامل موثر بر توسعه گردشگری و راهکارهای بازاریابی صنعت گردشگری

محل انتشار:

پنجمین همایش بین المللی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پاک (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسنده:

سیداحمد موسوی

خلاصه مقاله:

صنعت گردشگری با توجه به ابعاد فراگیر اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و غیره به یکی از مهمترین صنایع مفید و پر سود دنیای امروز تبدیل شده است و در این میان کشورهای برخوردار از جاذبه های غنی توریستی و اکو توریستی با برنامه ریزی های کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت مصمم به گسترش توریسم در ابعاد داخلی و خارجی می باشند. طبق ارزیابی های سازمان تجارت جهانی (WTO)، درآمد حاصله از این صنعت در سال های اخیر به حجم مبادله ای بالغ بر ۹۰۰ میلیارد دلار در سال رسیده است، در حالی که ایران به رغم برخورداری از توانمندی های بالای میراث فرهنگی، طبیعی و جاذبه های اکو توریستی، در میان ۱۵۰ کشور عضو سازمان جهانی جهانگردی، رتبه ۶۸ و حتی در بهترین شرایط زمانی، ۷۵ را به خود اختصاص داده و از این رقم ۹۰۰ میلیارد دلاری در خوشبینانه ترین حالت، رقمی معادل یک میلیارد دلار درآمد دارد. در این مقاله با استفاده از مطالعات کتابخانه ای و مشاهدات میدانی و داده های آماری و تجزیه و تحلیل آن به بررسی اجمالی نقش صنعت گردشگری بر متغیرهای کلان اقتصادی مانند اشتغال، سرمایه گذاری، توزیع عادلانه درآمد پرداخته شده، برخی از موانع و مشکلات گسترش این صنعت را بررسی کرده و راهکارهای کاربردی برای آن که کشورمان به سهم و جایگاه اصلی خود در بازار جهانی گردشگری دست یابد مورد مطالعه قرار گرفته است. گردشگری از مهمترین منابع درآمدی هرکشوری درجهان باشد رشد و رونق این صنعت عظیم در عین حال سالم نیاز به تمهیدات ویژه ای دارد صنعت گردشگری با مباحث اقتصادی و از جمله بازاریابی رابطه تنگاتنگی داشته در واقع می توان گفت گردشگری یک بنگاه اقتصادی است که باید برای آن فعالیت بازاریابی اصولی و فنی انجام گیرد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی، اقتصاد توریسم، صنعت گردشگری، توسعه گردشگری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1270748>

