

عنوان مقاله:

نقش مدیریت و تاثیر ابعاد نوآوری زمینه رونق اقتصادی و توسعه صنعت گردشگری در شهرها

محل انتشار:

ششمین همایش بین المللی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پاک (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسنده:

حمید جوکار - دکتری مدیریت دولتی گرایش خط و مشی گذاری عمومی

خلاصه مقاله:

علی رغم توانمندی های ایران در زمینه گردشگری ، متأسفانه تاکنون نتوانسته به جایگاه شایسته ای در این صنعت دست یابد . ازجمله عواملی که میتواند صنعت گردشگری کشور را توسعه و بهبود بخشد، بکارگیری ابزارها و پارامترهای موثر بازاریابی است. گردشگری بعنوان یکی از سریع ترین بخش های اقتصادی در حال رشد است. کشورهای پیشرو در این بعداز فعالیت های اقتصادی، سالانه سهم عمده ای از درآمدهای ناشی از ورودگردشگران را به خود اختصاص م ی دهند . درواقع نه تنهاگردشگری بزرگترین صنعت دنیاست بلکه روزه روز نیزدرحال رشد است. از این رو اهمیت دارد از قابلیت های خود در توسعه گردشگری استفاده کند.ازجمله عواملی که می تواند صنعت گردشگری کشور را توسعه و بهبود بخشد، بکارگیری ابزارها و پارامترهای موثر بازاریابی است. در این می ان بازاریابی گردشگری اهمیت ویژه ای می یابد، زیرا اگر بازاریابی را فرایندی مدیریتی بدانیم تمام فعالیت های برنامه ریزی، تهیه محصولات گردشگری و جذب گردشگر نیازمند عملیات و فعالیت های بازاریابی است . بازاریابی عبارت است از همه فعالیت های ارزیابی بازار و نیازهای مشتریان آن بازار ، همراه با ارزیابی خدمات، امکانات، هزینه های حصول به هدف و تسهیلاتی که رضایت مشتریان را در بر دارد . این کار شامل برنامه های هدف گذاری شده بر گروه خاصی از مشتریان و ترغیب آنها به خرید یا استفاده از خدمات است.هدف این مقاله در خصوص نقش صنعت گردشگری بعنوان یک صنعت مولد و اشتغال زا مباحثی بیان می گردد و همچنین وضعیت این صنعت در ایران مورد بررسی قرار گیرد و علل عدم موفقیت متولیان صنعت گردشگری ایران در رسیدن به اهداف از پیش تعیین شده نیز نقد گردد. و علل عدم رشد کشورمان در این صنعت نسبت به سایر کشورهای منطقه مورد بررسی قرار گیرد و راهکارهای نیز در خصوص حل مشکلات این صنعت بیان گردد.

کلمات کلیدی:

گردشگری ، توسعه پایدار ، صنعت گردشگری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1495437>

