

عنوان مقاله:

بررسی اثرات گرمایش جهانی و تغییرات آب و هوایی بر بازاریابی گردشگری (مطالعه موردی: پهنه های آبی ایران).

محل انتشار:

مجله مدیریت محیط زیست و توسعه پایدار، دوره 4، شماره 1 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

زهرة بزرگمنش زهرة بزرگمنش - a مرکز آموزش علمی-کاربردی نیشابور خراسان رضوی، صندوق پستی: ۱۳۸
خراسان، ایران

هلن مربی هروی هلن مربی هروی - b نشریه مدیریت محیط زیست و توسعه پایدار، دکتری
مدیریت محیط زیست، تهران، کد پستی ۱۹۴۵۸۳۳۸۱۴، ایران

خلاصه مقاله:

عوامل زیست محیطی، اقتصادی اجتماعی و سیاسی بر بازاریابی گردشگری تأثیرگذار خواهند بود. تغییرات در هر یک از عناصر می تواند به عنوان یک فرصت یا یک تحدید در برنامه ریزی بازاریابی گردشگری موثر واقع شود. هدف از این تحقیق بررسی اثرات گرمایش جهانی بر پهنه های آبی ایران و تأثیرات آن بر بازاریابی گردشگری است. تحقیق حاضر به مرور مطالعات کتابخانه ای پرداخته و ضمن بررسی مباحث بازاریابی سعی در نشان دادن اهمیت عوامل زیست محیطی در صنعت توریسم دارد. در این پژوهش ابتدا بصورت مروری مقوله بازاریابی گردشگری، اثرات گرمایش جهانی بر پهنه های آبی و اثرات گردشگری بر تغییرات آب و هوایی بررسی شد. نتایجی که از مرور مقالات و مطالعات گذشته بدست آمد نشان می دهد که گرمایش جهانی در سواحل کشور ممکن است یک تجربه ناخوشایند برای گردشگران ایجاد کند. از سوی دیگر در سطح محلی گردشگری به عنوان یک عامل موثر در تغییرات آب و هوایی شناخته می شود زیرا حرکت مردم و فعالیت های آنها در هنگام تعطیلات باعث افزایش سطح انتشار کربن می شود. صخره های مرجانی و سواحل به دلیل تغییرات آب و هوایی از بین رفته اند. کارشناسان معتقدند که آسیب های زیست محیطی یکی از دلایلی است که این اتفاق افتاده است در کل، جهانگردی از تأثیرات تغییرات آب و هوایی رنج می برد زیرا باعث ایجاد اختلال، آسیب به زیرساخت ها و حتی مرگ می شود. بازاریابی گردشگری نیاز به همکاری های محلی و بین المللی دارد تا مشاغل و افراد بتوانند با این تغییرات سازگار شوند. صنعت گردشگری باید تدابیری اتخاذ کند تا از منابع طبیعی محافظت شود.

کلمات کلیدی:

بازاریابی گردشگری؛ گرمایش جهانی؛ پهنه های آبی؛

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1514619>

