

## عنوان مقاله:

بازاریابی گردشگری شهری در ایران: فرصت ها و چالش ها نمونه موردی: شهر هه ورامان تخت

## محل انتشار:

دومین همایش ملی گردشگری و طبیعت گردی ایران زمین (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسندگان:

فرید قاسمی - دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه ریزی شهری دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان

دکتر اسماعیل آقایی زاده - استادیار گروه جغرافیای دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان

داوود حاتمی - دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه ریزی شهری دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان

## خلاصه مقاله:

امروزه گردشگری گستره ای جهانی یافته است و پدید های برآمده از توسعه همه جانبه ی نوآوریهای فناوری در دوران نوین شمار می رود. آنچه گردشگری را به عاملی در روند توسعه مبدل کرده است، جریانهای سرمایه، فرهنگ و اطلاعات در یک همپوشی با عواملی چون افزایش درآمد، سطح رفاه، اوقات فراغت بیشتر و بهبود ارتباطات است. شهر هه ورامان تخت یکی از معدود شهرهای ایران که هم از لحاظ تاریخی، هم فرهنگی و طبیعی دارای پتانسیل های زیادی جهت شکوفا شدن و جذب توریست می باشد، این شهر نیاز اساسی به تدوین طرح جامع اقتصادی و گردشگری در ارتباط با کارکرد و جایگاه خاص خود دارد، در این تحقیق به بررسی راهکار های توسعه گردشگری شهر هه ورامان تخت پرداخته ایم. پژوهش حاضر توصیفی-پیمایشی است، و از طرفی این پژوهش بر حسب اهدافی که دنبال می کند از نوع کاربردی است. به منظور برآورد حجم نمونه با توجه به محدود بودن جامعه آماری از جدول کرجسی و مورگان استفاده شده است بدین ترتیب حجم نمونه آماری 80 نفر می باشد. روش نمونه گیری بکار رفته در این پژوهش روش تصادفی طبقه ای است. نتایج نشان می دهد تعدیل سیاستگذاری های کلان کشوری در صنعت گردشگری، توسعه زیر ساختار های بنای ، توجه بیشتر به جاذبه های گردشگری ، فعالیتهای تبلیغاتی، توزیع مناسب جاذبه ها در توسعه گردشگری شهر هه ورامان مؤثر است.

## کلمات کلیدی:

بازاریابی، گردشگری شهری، هه ورامان تخت، فرصت ها و چالش ها

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/276698>

