

عنوان مقاله:

گردشگری الکترونیک در ایران؛ موانع، مزایا و راه کارها

محل انتشار:

کنفرانس ملی ایده های نو در گردشگری، جغرافیا و توسعه بومی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

سیده فاطمه عبدلی - دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی دانشگاه شهید بهشتی

امیر مرادی اصل - دانش آموخته علوم اجتماعی دانشگاه شهید چمران اهواز

خلاصه مقاله:

ضرورت‌های زمان همراه با توسعه گسترش شگفت‌آور جهانگردی، که به صورت افزایش سفرهای ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی، به وقوع پیوسته است، دانش و تکنولوژی جدیدی به نام صنعت توریسم را به وجود آورده است، مفاهیم تازه‌ای به آن داده و جهانگردی را به عنوان ابزار کارساز خدمت صلح و دوست، جهان، تبادل فرهنگ، ملت‌ها، مفاهیم بین‌المللی، توسعه اقتصادی، اجتماع، و فرهنگی، کشورها و کسب درآمدهای سرشار مبدل ساخته است. صنعت گردشگری برای کشورهای در حال توسعه به ویژه کشورهای تک محصول، یک، از راهکارهای ایجاد اشتغال و زمینه ای مساعد جهت تخفیف بیکاری و چالش‌های اجتماع، ناشی از شکاف‌های طبقاتی، است. پارادایم جدید عصر جدید توریسم شرایط، را به وجود آورده که براساس آن محصولات جهانگردی باید در بازارهای، با رقابت بسیار فشرده عرضه شوند و تقاضاهای پیچیده و متنوع را با قیمت‌های مناسب و استاندارد پاسخ گویند. در حقیقت میتوان گفت که خواسته یا ناخواسته بازاری با رقابت کامل در این صنعت شکل گرفته که دولتها و سازمان‌های، می، توانند در این میدان رقابت داشته باشند که اولاً قابلیت‌ها و ظرفیتهای افزایش یابنده داشته باشند و ثانیاً بتوانند با درک عمیق مفاهیم کیفیت و رقابت با اتخاذ مناسب ترین سیاست‌های راه رشد و ترقی راهموار سازند

کلمات کلیدی:

جهانگردی، توریسم، صنعت گردشگری، ایران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/374705>

