

عنوان مقاله:

گردشگری موضوعی: استراتژی توسعه محصول در مقاصد گردشگری نوظهور نمونه مورد مطالعه: استان سمنان

محل انتشار:

سومین همایش بین المللی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پاک (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

علی اصغر شالبافیان - عضو هیئت علمی دانشکده گردشگری دانشگاه سمنان

مریم عبدلی - دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه ریزی توسعه گردشگری گروه گردشگری، دانشکده گردشگری، دانشگاه سمنان

فاطمه خزائی - دانشجوی کارشناسی ارشد طبیعت گردی گروه گردشگری، دانشکده گردشگری، دانشگاه سمنان

خلاصه مقاله:

توسعه صنعت گردشگری، یکی از اولین گزینه های مدیران و برنامه ریزان محلی، منطقه ای و ملی در تمام نقاط دنیا است که برای گسترش آن، تلاش و برنامه ریزی می نمایند. در نقاط کمتر توسعه یافته، به دلیل ناشناخته بودن پتانسیل ها و کمبود منابع مالی، الزام به بهره گیری از نوعی خاصی از گردشگری که با کمک منابع موجود توسعه را رقم بزند؛ وجود دارد. در این راستا، در تعیین طرح گردشگری مناطق، جاذبه هایی با موضوعات مختلف در زمینه های طبیعی، فرهنگی، معنوی و ... تحت عنوان گردشگری موضوعی (تم) مورد توجه قرار می گیرند. هدف از پژوهش حاضر، شناسایی گردشگری موضوعی به عنوان استراتژی توسعه محصولات گردشگری در استان سمنان است که یکی از مناطق بالقوه و کمتر توسعه یافته ی گردشگری کشور است. روش این پژوهش تحلیلی- توصیفی است که بر اساس مطالعات اسنادی - کتابخانه ای و مصاحبه با خبرگان میراث فرهنگی، موضوعات گردشگری بالقوه استان را به بحث و تحلیل می گذارد. در نهایت پژوهش حاضر به این نتیجه دست یافته است که استان سمنان می تواند با بهره گیری از موضوعات ارائه شده و خلاقیت و نوآوری در ارائه ی محصولات گردشگری، گسترش و توسعه بازار گردشگری خود را رقم بزند

کلمات کلیدی:

توسعه محصول، گردشگری موضوعی مقاصد نوظهور

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/885715>

