

عنوان مقاله:

عوامل موثر بر توسعه بازار اکوتوریسم در ایران

محل انتشار:

چهارمین کنگره بین المللی توسعه کشاورزی، منابع طبیعی، محیط زیست و گردشگری ایران (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

مرضیه حجاریان - استادیار دانشگاه ارومیه، دانشکده منابع طبیعی، گروه جنگلداری

سیدسجاد خضری داشسکن - فارغ التحصیل کارشناس ارشد دانشگاه ارومیه، دانشکده منابع طبیعی، گروه جنگلداری

خلاصه مقاله:

اکوتوریسم نوعی از گردشگری با انگیزه و اهداف طبیعت گرایی است و سرمایه و پول فراوانی را از نواحی مرکز به پیرامونی برد و بدین ترتیب عدالت اقتصادی پدید می آورد. در مقیاس جهانی، بهره‌گیری از اکوتوریسم در حال رشد است، چراکه جذابیتی بین المللی و فرا ملی دارد. این تحقیق سعی بر آن دارد که به تحلیل عوامل موثر بر توسعه بازار اکوتوریسم در ایران بپردازد. در این تحقیق برای اولویت بندی عوامل موثر بر توسعه بازار اکوتوریسم در ایران از الگوریتم تکنیکویکور استفاده شد. نتایج نشان داد، کاهش هزینه های سفر و اقامت برای گردشگران از بدو ورود تا خروج از مقصد با وزن 0/198 با اهمیت ترین عامل اقتصادی توسعه بازار اکوتوریسم، بهسازی فضای مراکز اقامتی و تجاری و توجه بیشتر به متغیرهای نظیر ظواهر فیزیکی چشم اندازهای محیطی و رنگ ها با وزن 0/134 با اهمیت ترین عامل اجتماعی- فرهنگی توسعه بازار اکوتوریسم و ارائه تسهیلات و اتخاذ سیاست های تشویقی دولت در جذب سرمایه گذاران و کارآفرینان با وزن 0/192 با اهمیت ترین عامل سیاسی قانونی مربوط به توسعه بازار اکوتوریسم در ایران بود. از بین دو رویکرد توسعه اکوتوریسم در نظر گرفته شده در این تحقیق گزینه توسعه اکوتوریسم بر مبنای توسعه زیرساخت ها با وزن 0/57 رتبه اول و گزینه توسعه اکوتوریسم بر مبنای توسعه بازار رتبه دوم را کسب نمود.

کلمات کلیدی:

توسعه، اکوتوریسم، بازار، شاخص ویکور

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/972220>

