

## عنوان مقاله:

برندینگ و اکوتوریسم

## محل انتشار:

کنفرانس ملی اکوتوریسم، فرهنگ و توسعه گردشگری (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

امین کاربر - دانشجوی کارشناسی ارشد گردشگری گرایش بازاریابی جهانگردی موسسه آموزش عالی بینالود

نجمه اله بیگی مقدم - دانشجوی کارشناسی ارشد گردشگری گرایش اکوتوریسم موسسه آموزش عالی بینالود

## خلاصه مقاله:

امروزه موفقیت در گردشگری به ویژه به دلیل رقابت زیادی که در جهان وجود دارد تحت تاثیر آگاهی از مقصد مورد بازدید بوده و این مکان ها نیز به دنبال جل توجه می باشند. از طرف دیگر، برطرف کردن نیازهای گردشگران باعث ایجاد جذابیت و همچنین افزایش توان رقابتی مکان های گردشگری می شود. مکان هایی که توانایی رفع نیاز گردشگران اعد از نیازهای تفریحی، بهداشتی و اسکان را در سطح مطلوبی داشته باشند، می توانند در رقابت ها موفق تر عمل کنند. در این راستا یکی از ابزارهای اساسی به منظور ایجاد و حفظ رقابت، برندینگ می باشد. برند موفق گردشگری باعث می شود تا بخاطر مزیت رقابتی، گردشگران بیشتری جذب شوند، افزایش درآمد و رونق اقتصادی حاصل گردد، کیفیت سرویس دهی افزایش یابد، و همچنین مکان مورد بازدید نیز بهتر توسعه یا حفاظت گردد. اگر این حلقه توسعه که برندینگ ایجاد می کند بدرستی درک و بکار برده شود، زمینه پویایی شغلی و رضایت اجتماعی را رقم می زند که اکوتوریسم را در دنیای رقابت با سایر گرایش های توریستی موفق تر می گرداند.

## کلمات کلیدی:

گردشگری، بازاریابی، رقابت، مشتری مداری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/990692>

