

گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار



بازاریابی گردشگری روستایی شهرستان ورزقان

(مطالعه موردی روستای الله لو)

*سریه ستارزاده^۱، فریبا کرمی^۲، سمیه ستارزاده^۳

چکیده

گردشگری و بازاریابی گردشگری در حال حاضر، در حال تبدیل شدن به یکی از ارکان اصلی اقتصاد روستایی است، افزون بر این بسیاری از برنامه ریزان و سیاستگذاران توسعه نیز از صنعت بازاریابی گردشگری روستایی به عنوان رکن اصلی توسعه پایدار یاد می کنند. در این راستا گردشگری روستایی نیز جزئی از صنعت گردشگری به حساب می آید که می تواند با برنامه ریزی اصولی و مناسب و شناسایی فرصتها، نقش مؤثری در توسعه و آبادانی روستاها و در نتیجه توسعه و تنوع بخشی به اقتصاد روستا داشته باشد. در این پژوهش با استفاده از مطالعات میدانی و تعیین نقاط قوت و فرصتها برای بازاریابی گردشگری روستایی «روستای الله لو از توابع شهرستان ورزقان» پرداخته شده است. تجزیه و تحلیل های تجربی در روستای مورد مطالعه نشان می دهد که این روستا برای گردشگری از نظر طبیعت، آثار باستانی، آداب و رسوم، فرهنگ بسیار مستعد است. برای بازاریابی گردشگری روستایی، روستای الله لو، برنامه ریزی مسئولان و استقبال اهالی روستا نقش بسزایی خواهد داشت.

واژگان کلیدی: بازار یابی گردشگری، توسعه پایدار روستایی، روستای الله لو

مقدمه

sattarzadehs@ymail.com

*. کارشناس ارشد جغرافیای طبیعی - ژئومورفولوژی، دانشگاه آزاد اهر، نویسنده مسئول

^۲. دکترای جغرافیا - ژئومورفولوژی، دانشیار گروه جغرافیا، دانشگاه تبریز

^۳. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، دانشگاه آزاد تبریز