

شناخت مولفه های تاثیر گذار بر توسعه ی گردشگری و بررسی جایگاه ایران در صنعت گردشگری*

سمانه سربندی^۱، مهنوش محمودی^۲

۱- کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات، دانشگاه اهواز، ایران- نویسنده اول

۲- استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد دزفول، دزفول، ایران - نویسنده دوم (مسئول)

چکیده

بر اساس تعاریف و برداشت های بین المللی و با استناد به آمار و ارقام موجود ایران از لحاظ جذابیت های تاریخی و فرهنگی و ابنیه های موجود تاریخی یکی از ۹ کشور نخست در صنعت گردشگری معرفی شده است که متأسفانه به دلیل عدم توجه به زیرساخت های لازم برای توسعه ی گردشگری و بسیاری کمبودهای دیگر هنوز نتوانسته ایم به جایگاه اصلی خود در این صنعت برسیم. لذا این امر نیاز به شناسایی مولفه های تاثیر گذار بر توسعه ی گردشگری و موانع توسعه ی گردشگری را دو چندان کرده است. نتایج حاصل از مبانی نظری نشان می دهد که موانع توسعه ی گردشگری شامل: "موانع و نارسایی های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، مدیریتی و سازمانی، موانع آموزشی و تحقیقاتی، موانع فرهنگی و تبلیغاتی، نارسایی امکانات و خدمات رفاهی" میشود و مولفه های اساسی توسعه گردشگری شامل: "مولفه های نظیر کسب و کار، رخدادهای خاص، جاذبه های کالبدی، خرده فروشی و فرهنگ و مولفه های زیرساختی و امکانات رفاهی پشتیبان نظیر خدمات رفاهی و پذیرایی، حمل و نقل و دسترسی و آموزش و اطلاع رسانی" هستند. با به کارگیری این مولفه ها در قالب فرآیند پیشنهادی پژوهش، و شناخت آنها در کشور ایران و تحلیل داده ها با استفاده از تکنیک SWOT زمینه برای تدوین مسیرهای راهنمای کلیدی توسعه گردشگری فراهم آمد و مولفه هایی که بیشترین تاثیر را در رشد توسعه ی گردشگری در ایران دارا هستند، ارائه گردید که شامل: مولفه های مبتنی بر گردشگری کسب و کار، و جاذبه های مکانی میشود. و پیشنهاداتی در جهت توسعه ی گردشگری ارائه شد.

واژگان کلیدی: مولفه های توسعه ی گردشگری، صنعت گردشگری، محصولات گردشگری، موانع گردشگری ایران.

*برگرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد سمانه سربندی