

گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار



تأملی جامعه شناختی بر موانع رشد صنعت گردشگری در ایران

دکتر داوود رضی^{۱*}، مهدی بولاغی^۲، مهراوه نوبهار^۳ مرضیه بزرگی^۴

گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه مازندران، razi@umz.ac.ir
گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه مازندران، mahdiboulaghi@gmail.com
گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه مازندران، noubahar.mehrave@gmail.com
گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه مازندران، marziyeh70bozorgi@gmail.com

چکیده

امروزه گردشگری، بزرگترین و متنوع ترین صنعت دنیا به حساب می آید و توسعه آن به ویژه در کشورهایی که در پی دستیابی به رشد پایدار می باشند از اهمیت ویژه ای برخوردار است. این پژوهش به بررسی عوامل و موانع رشد صنعت گردشگری با وجود امکانات و توانایی های بالقوه موجود در ایران، می پردازد. روش مورد استفاده در این تحقیق، روش اسنادی است. از این رو در این روش با رجوع به منابع و مآخذ فارسی ولاتین مرتبط با موضوع، به توصیف و تحلیل موضوع پرداخته شده است. یافته های این پژوهش نشان می دهد که موانع دخیل در رشد صنعت گردشگری ایران هم موانع داخلی و هم موانع خارجی می باشد. که از موانع داخلی می توان به موانع زیربنایی، فرهنگی - اجتماعی و مدیریتی و ساختاری؛ و از موانع خارجی می توان به تحریم های اقتصادی و سیاسی علیه ایران، تبلیغات ضد ایرانی در شبکه های ماهواره ای و امنیت پایین منطقه خاورمیانه اشاره کرد. راهکاری که این پژوهش ارائه می دهد، در ابتدای امر تدوین مبانی نظری مناسب درمورد نحوه نگرش جامعه ایرانی به گردشگری است. و پس از وفاق نسبت به این موضوع، توسعه زیرساخت های فیزیکی و افزایش سرمایه گذاری بخش های دولتی و خصوصی در این صنعت می باشد.

واژه های کلیدی: صنعت گردشگری، ایران، توانایی های بالقوه، موانع داخلی و خارجی.

1 و * - نویسنده مسئول: استادیار، عضو هیئت علمی گروه علوم اجتماعی ۰۹۱۱۹۰۸۶۵۲۱