

## عنوان مقاله:

شناسایی گرایشهای بازار گردشگری از منظر انطباق با محصول مورد مطالعه: بازار گردشگران ورودی به ایران از کشور هند

## محل انتشار:

دوفصلنامه گردشگری و اوقات فراغت، دوره 7، شماره 14 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

## نویسندگان:

مهشید محمدیان - دانشجوی کارشناسی ارشد بازاریابی گردشگری، دانشکده علوم گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران

جعفر آهنگران - استادیار دانشکده علوم گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

با توجه به گسترش بازارهای جهانی گردشگری و تنوع مقاصد گردشگری، برای افزایش سهم بیشتر ایران از گردشگران، باید با در نظر گرفتن خواسته و سلیقه مشتریان فعالیت های بیشتری در بخش بازاریابی و برنامه ریزی گردشگری صورت پذیرد. هند چهارمین اقتصاد بزرگ جهان است که با برنامه ریزی مطلوب به رشد اقتصادی کشور چین بسیار نزدیک شده است. اما ایران با داشتن تمامی ظرفیت های موجود برای جذب گردشگر، به علت نشناختن علایق و خواسته های گردشگران هندی، موفق به جذب شمار قابل قبولی از آنان نبوده است. هدف از این پژوهش شناسایی گرایش ها و ویژگی های بازار گردشگران ورودی به ایران از کشور هندوستان و میزان انطباق آن با محصولات گردشگری ایران است. پژوهش از نظر روششناسی توصیفی تحلیلی بوده و با روش کیفی انجام شده است. بنابر یافته های پژوهش، مهمترین ظرفیت هایی که باعث جذب گردشگران هندی به ایران میشود ارتباطات قومی، شباهت های فرهنگی، مذهبی و مبادلات تجاری است. همچنین فرهنگ، نوستالژی، تجارت و مذهب از انگیزه های اصلی گردشگران هندی برای سفر به ایران است. اما، به علت تفاوت در سلیق غذایی و شیوه ترجیحی حملونقل گردشگران هندی، محصولات گردشگری ایران با علایق اصلی گردشگران هندی همخوانی چندانی ندارد.

## کلمات کلیدی:

گردشگری، محصولات گردشگری، علایق گردشگران، گرایشهای گردشگران، هند، ایران

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1742688>

