

عنوان مقاله:

شناسایی و اعتبارسنجی عوامل و شاخص های کیفیت محیطی موثر در برندسازی مقاصد گردشگری روستایی با استفاده از روش تحلیل محتوا (مورد مطالعه: منطقه قومی فرهنگی اورامانات در استان های کردستان و کرمانشاه)

محل انتشار:

فصلنامه پژوهش های روستایی، دوره 8، شماره 2 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 28

نویسندگان:

محمد رضا رضوانی - استاد، گروه جغرافیای انسانی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
حسنعلی فرجی سبکبار - دانشیار، گروه جغرافیای انسانی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
علیرضا دربان آستانه - استادیار، گروه جغرافیای انسانی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
سیده‌های کریمی - دانشجوی دکترا، گروه جغرافیای انسانی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

خلاصه مقاله:

مبنای برندسازی برای هر مقصد گردشگری، خصوصیات و ویژگی های منحصر به فرد محیطی است که با عنوان «عوامل کیفیت محیطی» از آن ها یاد می شود، زیرا کیفیت محیطی مطلوب زمینه ساز شکل گیری حس مثبت به مقاصد گردشگری و سرانجام توسعه گردشگری است. تبیین کیفیت محیطی و برندسازی مقاصد گردشگری روستایی کمک شایانی به ایجاد تجربه ای لذت بخش و خاطره ای به یادماندنی در گردشگران می کند و منجر به وفاداری گردشگر به مقصد و در نهایت جذب بیشتر گردشگر و رونق گردشگری در منطقه خواهد شد. بنابراین شناسایی عوامل کیفیت محیطی کمک زیادی به برندسازی و بازاریابی و توسعه گردشگری می کند. با توجه به اهمیت این موضوع، این تحقیق به شناسایی و اعتبارسنجی عوامل کیفیت محیطی منطقه قومی فرهنگی اورامانات به منظور برندسازی برای مقاصد گردشگری روستایی این منطقه پرداخته است. در این تحقیق ابتدا از روش کیفی تحلیل محتوا استفاده شد. بنابه ضرورت از روش نمونه گیری هدفمند (۲۹ مصاحبه شامل ۱۲ مصاحبه با مردم محلی و ۱۷ مصاحبه با گردشگران) استفاده شد. نتایج به کمک نرم افزار مکس کیودا تحلیل شد. به منظور اعتباردهی نتایج به دست آمده و افزایش روایی آن ها از روش کمی تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد. بر اساس نتایج حاصل از تحلیل مصاحبه ها و پرسش نامه های تکمیل شده، برای کیفیت محیطی مرتبط با برندسازی در منطقه اورامانات ابعاد ۵گانه و مقوله های ۲۲گانه شناسایی شد که عبارتند از: بعد طبیعی (با ۴ مولفه)، بعد اجتماعی فرهنگی (با ۷ مولفه)، بعد اقتصادی (با ۱ مولفه)، بعد کالبدی (با ۵ مولفه) و بعد نهادی (با ۵ مولفه).

کلمات کلیدی:

کیفیت محیطی، برندسازی، مقصد گردشگری، تحلیل محتوا، منطقه قومی فرهنگی اورامانات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1428045>

