

## عنوان مقاله:

شناسایی الگوهای ذهنی هم آفرینی صنعت گردشگری: کاربرد روششناسی کیو

## محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، دوره 15، شماره 52 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 26

## نویسندگان:

مریم رحمتی - استادیار، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد چالوس، چالوس، ایران

رضا رادفر - استاد، گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر، شناسایی الگوهای ذهنی هم آفرینی صنعت گردشگری است. پژوهش حاضر از نوع آمیخته - اکتشافی است که با استفاده از روششناسی کیو انجام شده است. این پژوهش با مشارکت ده تن از استادان آشنا به موضوع تحقیق و همچنین متخصصان گردشگری انجام گرفته است. فضای گفتمان پژوهش حاضر از منابع گوناگونی جمعآوری شد و پس از ارزیابی و جمع-بندی فضای گفتمان، عبارات برای نمونه انتخاب شد. در ادامه، پس از جمعآوری اطلاعات حاصل از مرتبسازی کیو، این اطلاعات با روش تحلیل عاملی کیو تحلیل شدند. تحلیل توزیع نشان داد که میتوان سه الگوی ذهنی متمایز را میان مشارکتکنندگان تحقیق درباره الگوهای ذهنی هم آفرینی صنعت گردشگری شناسایی کرد که در مجموع حدود ۹۰۳/۷۶ درصد از واریانس کل را تبیین کردند. این سه الگوی ذهنی بهترتیب توسعه خدمات، ارزش مشتری و سازماندهی نام گذاری شدند.

## کلمات کلیدی:

الگوهای ذهنی، گردشگری، همآفرینی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1192691>

