

عنوان مقاله:

واکاوی سطح همپایگی اولویت های گردشگران با ادراک عینی از فرصت های گردشگری روستایی (مطالعه موردی: روستاهای هدف گردشگری شهرستان طارم)

محل انتشار:

دومین همایش ملی اندیشه ها و فناوریهای نوین در علوم جغرافیایی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

سعید کردار - عضو هیات علمی گروه شهرسازی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات

افشین بهمنی - دانش آموخته دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه تهران

حامد قادرمزی - عضو هیات علمی جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه خوارزمی

خلاصه مقاله:

امروزه گردشگری روستایی به راهبردی نوین در راستای تنوع بخشی به اشتغال، تغییر جهت مهاجرت ها و توسعه و آبادانی روستاها تبدیل شده و گردشگران نیز، روستا و جاذبه های آن را منحصر به فرد و جذاب بر می شمارند. توسعه گردشگری روستایی مستلزم شناخت اولویت های گردشگران و تلاش برای ارتقاء و انطباق جاذبه ها و توانمندی های روستا با نیازهای بازدیدکنندگان می باشد تا از این طریق، اقدام به بازدید مجدد، معرفی و توصیه به بازدید توسط سایر گردشگران صورت پذیرد. هدف تحقیق حاضر، بررسی میزان تناسب اولویت های گردشگران با ادراک عینی آنها از مقصد گردشگری است. جامعه آماری تحقیق، گردشگران روستاهای هدف گردشگری شهرستان طارم بوده و باتوجه به اینکه تعداد گردشگران وارد شده به روستاها مشخص نیست، تعداد ۱۰۰ نفر از گردشگران به عنوان نمونه انتخاب شدند. شیوه گردآوری داده ها به دو روش اسنادی و میدانی بوده و تمرکز اصلی تحقیق بر یافته های میدانی است که از طریق مصاحبه و پرسشنامه جمع آوری شده است. در پژوهش حاضر، اولویت های گردشگران در ۴ بعد کلی زیرساخت ها، جاذبه ها، بازاریابی و آموزش، ۱۵ زیر بخش و ۵۹ مولفه تعیین و مورد بحث قرار گرفته است. برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش های آمار توصیفی (میانگین و فراوانی) و برای تحلیل استنباطی از دو تکنیک اهمیت-استفاده شده که بر این مبنا، نتایج نشان می دهد محصولات و تولیدات عرضه شده، فرصت های گردشگری کشاورزی، عملکرد (IPA) استفاده شده که بر این مبنا، نتایج نشان می دهد محصولات و تولیدات عرضه شده، فرصت های گردشگری کشاورزی، امنیت روستا، فرصت های گردشگری طبیعی، خدمات و اقامتگاه، اولویت اصلی گردشگران بوده و علیرغم توان ها و قابلیت های توسعه گردشگری روستاهای هدف، به دلیل سطح انتظارات بالای گردشگران از توان های گردشگری روستایی، تفاوت میانگین اهمیت و کیفیت درک شده در چهار بعد یاد شده منفی بوده به طوری که بعد آموزش با میانگین شکاف ۱/۱۲- بیشترین و بازاریابی با میانگین شکاف ۰/۲۴- کمترین اختلاف را داشته اند. بر اساس ماتریس IPA، سه بعد زیرساخت ها، جاذبه ها و بازاریابی درموقعیت استراتژیک مطلوبیت و بعد آموزشی دارای وضعیت فاقد مطلوبیت می باشد.

کلمات کلیدی:

گردشگری، گردشگری روستایی، اولویت گردشگران، کیفیت ادراک شده، مدل و SERVQUAL و IPA

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1348980>



