

عنوان مقاله:

شناسایی عوامل موثر در ایجاد برند گردشگری خوراک در شهر شیراز به کمک روش تحلیل محتوا

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مهندسی صنایع و مدیریت تولید، دوره 9، شماره 1 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

سید علیرضا بدیهی - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت جهانگردی- بازاریابی جهانگردی، دانشگاه علم و هنر، یزد، ایران

امید بیات - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت جهانگردی- بازاریابی جهانگردی، دانشگاه علم و هنر، یزد، ایران

سعید زارع - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت جهانگردی- بازاریابی جهانگردی، دانشگاه علم و هنر، یزد، ایران

سید محمود بدیهی - گروه مهندسی معدن- اکتشاف معدن، واحد محلات، دانشگاه آزاد اسلامی، مرکزی، ایران

خلاصه مقاله:

هدف اصلی از پژوهش حاضر شناسایی عوامل موثر در ایجاد برند گردشگری خوراک در شهر شیراز می باشد. جامعه آماری در این تحقیق شامل کلیه کارشناسان و صاحبانظران حوزه گردشگری و هتلداری و همچنین متخصصین صنعت خوراک، آشپزی و رستوران داری و گردشگران است که با استفاده از روش نمونه گیری هدفمند ۱۰ خبره جهت انجام تحلیل انتخاب شدند. ابتدا با توجه به ادبیات تحقیق و مقالات و پژوهش های صورت گرفته به کمک تکنیک تحلیل محتوا عوامل شناسایی شدند و ۱۳ عامل که شامل بود تبلیغات و استفاده از ابزارهای نوین تبلیغاتی در این حوزه، کیفیت غذا، نیروی انسانی آموزش دیده در این حوزه، ارگانیک بودن مواد غذایی استفاده شده و آگاه ساختن افراد از این موضوع، قیمت غذای سبک پخت و پز، اصالت غذا (قدمت، داشتن آداب و رسوم خاص در مورد غذاها)، طراحی منحصر به فرد و جذاب برند آگاه ساختن افراد از برند (از جمله مشارکت جامعه محلی)، اعتمادسازی برند، ایجاد حس خوب نسبت به برند، تنوع محصولات غذایی و سرمایه گذاری حوزه گردشگری خوراک شناسایی شد.

کلمات کلیدی:

گردشگری خوراک، برند سازی، تحلیل محتوا.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1746535>

