

عنوان مقاله:

ارائه چارچوبی جهت افزایش رغبت گردشگران خارجی برای سفر به ایران با تاکید بر قدرت نرم

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، دوره 12، شماره 25 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 30

نویسندگان:

شادی محمودی دارانی - دانشگاه قم

محمد مهدی رحیمیان اصل - موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی

محمدحسن ملکی - دانشگاه قم

مجید نیلی احمدآبادی - دانشگاه قم

خلاصه مقاله:

در دهه های گذشته مفهومی کلیدی در روابط بین المللی و قدرت مطرح شد که به جای تاکید بر جنبه های سخت و قهری قدرت، روی ابعادی چون دیپلماسی، فرهنگ، هنر و تبلیغات تاکید دارد. این مفهوم، قدرت نرم نامیده می شود. قدرت نرم روی پرستیژ و وزن بین المللی کشورها اثرگذار است. پژوهش حاضر در تلاش است تا نقش قدرت نرم و مولفه های آن را روی جذب گردشگران خارجی توصیف کند. از این رو از نظر جهت گیری، مطالعه ای کاربردی و از بعد هدف، اکتشافی است. جامعه نظری پژوهش، خبرگان و کارشناسان حوزه قدرت نرم و گردشگری هستند. ۱۵ نفر به صورت قضاوتی و در دسترس به عنوان نمونه انتخاب شدند که برای روش های خبره محور، حجم مناسبی است. برای انجام پژوهش از طریق مرور پیشینه گردشگری و قدرت نرم، ۲۷ عامل استخراج شد. این عوامل با آزمون بینم غربال شدند. ۱۷ عامل به دلیل ضریب معناداری بالای ۵ درصد کنار گذاشته شدند. ۱۰ عامل باقیمانده با تکنیک تحلیل تاثیر متقابل مورد بررسی قرار گرفتند. چهار عامل برگزاری موفق رویدادهای سیاسی، هنری، علمی، ورزشی و ادبی در سطح جهانی، حضور شرکت های خارجی در فضای کسب و کار کشور، فضای مجازی و شبکه های اجتماعی و تقویت روحیه تساهل در بین گروه های مرجع با نفوذ در جامعه، بیشترین تاثیر را روی افزایش رغبت گردشگران خارجی برای سفر به ایران داشتند. این تحقیق مجدداً با دیمتل اجرا شد. نتایج با هم مشابهت زیادی داشتند و همین چهار عامل به عنوان عوامل اثرگذار انتخاب شدند. روش های دیمتل و تحلیل تاثیر متقابل به دلیل استفاده از تحلیل ساختاری، مبتنی بر رویکرد واقع گرایی انتقادی هستند.

کلمات کلیدی:

گردشگری، رغبت گردشگران، قدرت نرم، تحلیل تاثیر متقابل، دیمتل

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1961467>

