

ضرورت ایجاد برند گردشگری شهری برای کلانشهر ارومیه

(URMIA- 2020 Urban Branding)

۱- مهدی اسدی* - کارشناسی ارشد برنامه ریزی گردشگری - دانشگاه تبریز E- mail: mehdi69asadi@gmail.com

۲- مهدی جوادی - دانشجوی کارشناسی ارشد اکوتوریسم - دانشگاه تبریز E- mail: iran.tabriz.mj@gmail.com

چکیده

صنعت گردشگری به حدی از رشد رسیده که فعالیت های گردشگری به عنوان بخش چهارم فعالیتهای انسان پس از کشاورزی، صنعت و خدمات محسوب می گردد و کارشناسان پیش بینی می کنند به عنوان سودآورترین صنعت جهان درآید. بطوریکه از آن به عنوان صادرات نامرئی که مرکز اقتصادی آن شهرها هستند نام می برند. برندینگ شهری فرآیندی است که در عصر جهانی شدن به شهرها کمک می کند تا بتوانند با تکیه بر مزیت های رقابتی پایدار و هویت خود، به جذب جمعیت ماهر و افزایش میزان حس تعلق و رضایت شهروندان فعلی، جذب گردشگر و سرمایه گذار بپردازند. در همین راستا یکی از مهمترین مفاهیم مطرح شده در زمینه تحقیقات گردشگری، برندسازی مقصد گردشگری است، که هسته کلیدی آن ساخت تصویر مقصد یا تصویر برند مناسب است. برندگذاری فرآیند ایجاد شعار (ارومیه - ۲۰۲۰) از پیام و سپس ایجاد الگویی است که همراه با شعار تصویر شهر را همراه با ویژگی های منافع و ارزش های آن به گردشگران بالقوه ارائه می دهد. از این رو با توجه به مزیت های رقابتی بالقوه ارومیه و نیز تاکید برنامه ریزان این شهر بر توسعه محور گردشگری و تبدیل ساختن این شهر به عنوان یکی از مقاصد گردشگری برتر در ایران و جهان، این پژوهش به روش توصیفی - تحلیلی و با هدف بررسی و عوامل موثر بر ابعاد تصویر شهری ارومیه در جهت طراحی برند این شهر انجام شده است. در حال حاضر سازمانهای مرتبط با صنعت گردشگری با انجام اقداماتی درصدد فراهم سازی بستر مناسب برای توسعه گردشگری شهری می باشند. ولی تسهیلات و زیرساخت های شهری برای توسعه نامناسب است و همچنین برای معرفی جاذبه های گردشگری شهر تاکنون تبلیغات و اطلاع رسانی کمی صورت گرفته است.

واژه های کلیدی: گردشگری شهری، برندینگ شهری، ارومیه - ۲۰۲۰، کلانشهر ارومیه.

مقدمه

امروزه توریسم، جایگاه مناسبی را در رشته های علمی بخصوص جغرافیا کسب کرده است. از این رو گردشگری شهری می تواند در کاهش بسیاری از مشکلات شهری مانند بیکاری موثر باشد و موجب افزایش توان اقتصادی شهر و به تبع آن افزایش درآمد سازمان های اداره کننده شهر شود. همچنین از بعد فرهنگی و اجتماعی نیز گردشگری شهری به احیاء و تقویت هویت ملی، انسجام و تبادل فرهنگی در شهرها کمک می نماید.