

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر دلبستگی مکان، تبلیغ مکان و انگیزه بر قصد بازدید با نقش تعدیلی قدرت تخیل (مورد مطالعه: گردشگران مجتمع گردشگری سیاحتی علیصدر همدان)

محل انتشار:

دوماهنامه نگرش های نوین مدیریت بازرگانی، دوره 3، شماره 2 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسنده:

امیر مهدی صفی نیا - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، اقتصاد و حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

توسعه نظام مند گردشگری و استفاده از قابلیت های بسیار این بخش برای بهبود وضعیت کنونی گردشگری کشور، مستلزم به کار گیری برنامه ریزی گردشگری است، تا با توجه به حساسیت های موجود و ظرفیت جامعه و نیازهای گردشگران بتوان از قابلیت های این صنعت در جهت پیشرفت و توسعه جامعه استفاده کرد. هدف این پژوهش بررسی تاثیر دلبستگی مکان، تبلیغ مکان و انگیزه بر قصد بازدید با نقش تعدیلی قدرت تخیل در گردشگران مجتمع گردشگری سیاحتی علیصدر همدان می باشد. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از حیث جمع آوری داده ها پژوهشی توصیفی است. برای تجزیه و تحلیل از روش مدلیابی معادلات ساختاری با نرم افزار پی.ا.اس استفاده شده است. برای جمع آوری داده از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. نتایج نشان داد که دلبستگی مکان، تبلیغ مکان و انگیزه بر قصد بازدید تاثیر معناداری دارند. و همچنین نتایج نشان داد قدرت تخیل بر تاثیر بین دلبستگی مکان، تبلیغ مکان و انگیزه بر قصد بازدید تاثیر تعدیلگری معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

دلبستگی مکان، انگیزه، تبلیغ مکان، قدرت تخیل، گردشگر

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1509232>

