

عنوان مقاله:

نقش اقامتگاه گردشگری-تفریحی بر زمینه سازی یک برند شهری با هدف تقویت تصویر ذهنی مقصد در شهرستان ساری

محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین المللی توسعه علوم جغرافیا و گردشگری و توسعه پایدار ایران (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسنده:

محدثه رضایی کلانتری - کارشناسی ارشد رشته جغرافیا، گرایش برنامه ریزی توریسم، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران

خلاصه مقاله:

هدف این تحقیق بررسی نقش اقامتگاه گردشگری-تفریحی بر زمینه سازی یک برند شهری با هدف تقویت تصویر ذهنی مقصد در شهرستان ساری بوده است. روش تحقیق توصیفی-تحلیلی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری را شهروندان شهرستان ساری و نیز گردشگران تشکیل می دهند. ۲۳۰ نفر به عنوان حجم نمونه با توجه به روش کوکران و به شیوه تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزار جمع آوری داده ها پرسشنامه محقق ساخته است که روایی آن با نظر اساتید مورد تأیید قرار گرفت و پایایی آن نیز با روش آلفای کرونباخ تأیید شد. به منظور محاسبات مربوط به فرضیات و آزمون آنها از نرم افزار spss نسخه ۲۰ استفاده شد. روشهای آماری مورد استفاده، روش تحلیل همبستگی و رگرسیون چندگانه است. نتایج نشان داد که بین برندسازی شهری، وفاداری به برند شهری و توسعه گردشگری با تصویر ذهنی مقصد رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. از آنجایی که جهت ضریب همبستگی مثبت است، میتوان عنوان کرد که این متغیرها در جهت هم تغییر میکنند. از سوی دیگر این متغیرها به میزان ۲۵٪ بر یکدیگر همپوشانی دارند. در این میان به ترتیب برندسازی شهری و تصویر ذهنی مقصد بیشترین قابلیت پیش بینی توسعه گردشگری را در شهرستان ساری دارند.

کلمات کلیدی:

گردشگری، اقامتگاه، برند شهری، تصویر ذهنی، وفاداری به مقصد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1604448>

