

بررسی تأثیر یارانه سفر بر توسعه گردشگری؛ مطالعه موردی: گردشگران شهر مشهد مقدس

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۷/۱۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۹/۱۱

کد مقاله: ۳۳۳۷۰

امید مولوی^۱، علیرضا نوری^{۲*}

چکیده

هرچند مسافت غالباً به عنوان یک عامل کم‌ارزش ارزیابی می‌شود اما بررسی عوامل مؤثر بر رفتار گردشگران در انتخاب مقصدهای گردشگری حائز اهمیت فراوانی بوده و از سویی رونق و توسعه گردشگری در یک منطقه بخش اعظم آن به نگرش و قصد رفتاری گردشگران به هنگام مواجهه با مقصد گردشگری بستگی دارد. این مطالعه ابتدا به بحث درباره ابعاد رفتار برنامه‌ریزی شده و سپس به وجود عامل مسافت در انتخاب مقصد گردشگری می‌پردازد و می‌یابد که مسافت‌های خاص بین مقصد و محیط عادی گردشگران دارای اثرات اصطکاکی است که منجر به هزینه زمان و انرژی برای گردشگران می‌شود، مسافت همچنین دارای اثرات انگیزشی و کاتالیزوری برای گردشگرانی است که تمایل دارند از نظر فیزیکی از خانه فاصله بگیرند تا نیازهای پیچیده روان‌شناختی خود (به‌ویژه نیازهای زیبایی‌شناختی) را تأمین کنند. نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد میزان مسافت بر نگرش و هنجارهای ذهنی میانجی‌گری جزئی دارد و بر کنترل رفتاری میانجی‌گری صورت نگرفته است. با توجه به نقش پنهانی میانجی، میل مسافتی گردشگران می‌تواند به یک استراتژی مفید بازاریابی تبدیل شود.

واژگان کلیدی: نگرش، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتاری درک‌شده، قصد رفتاری، میزان مسافت

۱- کارشناس ارشد مدیریت بازاریابی جهانگردی

۲- استادیار و عضو هیات علمی موسسه آموزش عالی شاندرین (نویسنده مسئول) a.r.n52520@gmail.com