

## نقش شبکه‌های اجتماعی در توسعه و بهبود خدمات گردشگری

طاهره خرامان<sup>۱</sup>، محبوبه منتظر عطایی\*<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup>کارشناس ارشد گروه علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قوچان، ایران.

<sup>۲</sup>دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، گروه علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی، نیشابور، ایران

### چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در توسعه و بهبود خدمات گردشگری می باشد. این پژوهش از نوع پژوهش‌های کاربردی و از نظر شیوه، توصیفی پیمایشی می باشد. جامعه آماری شامل ۱۸۶ آژانس گردشگری در مشهد و نمونه بر اساس جدول مورگان ۱۲۳ آژانس گردشگری به روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شده اند. روش گردآوری اطلاعات کتابخانه‌ای و پیمایشی است. جهت گردآوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته ۲۵ سؤالی استفاده شده است. روایی پرسشنامه از طریق روایی صوری و اتخاذ نظرات اساتید روان سنج اخذ شده است. پایایی تحقیق با ضریب آلفای کرونباخ برای شبکه‌های اجتماعی و صنعت گردشگری به ترتیب ۰,۷۸ و ۰,۸۱ است. نتایج نشان داد که بین شبکه‌های اجتماعی و اطلاع رسانی ارتباط وجود دارد؛ بین شبکه‌های اجتماعی و تبادل اطلاعات ارتباط وجود دارد. بین شبکه‌های اجتماعی و صنعت توریسم ارتباط وجود ندارد؛ و بین شبکه‌های اجتماعی و عملکرد آژانس‌های مسافرتی ارتباط وجود ندارد.

**واژه‌های کلیدی:** شبکه‌های مجازی، رسانه، گردشگری مجازی و چالش‌های گردشگری مجازی