

## نقش ویژگی های بهداشت درک شده بر تصویر، تبلیغات دهان به دهان و قصد بازدید

### مجدد مقصد در بحران کرونا

مرضیه زنده دل<sup>۱</sup>

<sup>۱</sup> استادیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد بین المللی انزلی، دانشگاه آزاد اسلامی، انزلی، ایران، mzendehdel7@gmail.com

**چکیده** - پژوهش حاضر به لحاظ هدف، کاربردی و از نظر جمع آوری داده ها از نوع پیمایشی می باشد. جامعه آماری تحقیق را مسافران هتل های استان مازندران تشکیل می دهد. تعداد جامعه آماری با توجه با نامحدود بودن تعداد گردشگران، برطبق جدول مورگان، تعداد ۳۸۴ نفر به روش نمونه گیری تصادفی از نوع خوشه ای انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه بود که به صورت الکترونیکی (ایمیل) ارسال و جمع آوری شد. روایی پرسشنامه با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی، روایی همگرا و واگرا و پایایی آن به روش آلفای کرونباخ در کنار ضریب پایایی ترکیبی مورد بررسی قرار گرفتند. روش تجزیه و تحلیل داده ها، مدل سازی معادلات ساختاری و تکنیک تحلیل مسیر به وسیله نرم افزار Smart PLS بود. نتایج نشان داد که ویژگی های بهداشت ادراک شده تأثیر مثبتی بر تصویر شناختی و عاطفی دارند. تصویر شناختی تأثیر مثبتی بر تبلیغات دهان به دهان و قصد بازدید مجدد دارد. همچنین تصویر عاطفی تأثیر مثبتی بر تبلیغات دهان به دهان و قصد بازدید مجدد دارد.

کلید واژه - ویژگی های بهداشت درک شده، تصویر برند، تبلیغات دهان به دهان، و قصد بازدید مجدد مقصد

تأثیر عمده ای بر سلامت و رفاه اقتصادی افراد و همچنین عملکرد شرکت ها داشته است. تأثیر کووید ۱۹ بر اقتصاد و جامعه جهانی به سرعت در حال تشدید است. خسارت ناشی از کووید ۱۹ در صنعت هتلداری بسیار زیاد است. به عنوان مثال، گروه هتلداری چند ملیتی آکورا<sup>۱</sup> گزارش داد که بیش از نیمی از مکانهای تجاری هتل در سراسر جهان متوقف شده اند و انتظار می رود که این تعداد رشد کند. بنابراین، نیاز به بررسی چگونگی آماده سازی صنعت هتلداری و جهانگردی برای شرایط بلایای

#### ۱- مقدمه

در جهان امروز، به دلیل تحولات در حمل و نقل، افزایش جمعیت، افزایش تعداد مسافران و حوزه زندگی مشترک کل جهان، میزان و دامنه شیوع بیماری های عفونی به سرعت در حال توسعه است. ویروس کرونا، یک بیماری عفونی جدید است، از اولین کشف خود در ووهان چین در دسامبر ۲۰۱۹ به عنوان یک بیماری همه گیر به سرعت گسترش یافته است. شیوع غیرمنتظره و گسترش سریع کووید ۱۹ جهان را شوکه کرده و

<sup>1</sup> Accor