

عنوان مقاله:

تکنولوژی واقعیت مجازی در بازاریابی مقاصد گردشگری

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت بازرگانی، دوره 13، شماره 3 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 25

نویسندگان:

نیلوفر هادیانفر - کارشناس ارشد، گروه مدیریت بازاریابی، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران.

عبدالهادی درزیان عزیز - استادیار، گروه مدیریت، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران.

خلاصه مقاله:

هدف: امروزه صنعت روبه رشد گردشگری با ظهور تکنولوژی های نوین تغییرات شگرفی را تجربه می کند. واقعیت مجازی، یکی از تکنولوژی های برخاسته از ICT این قابلیت را دارد که برای گردشگران بالقوه تجربه بسیار تعاملی ای را رقم زند و آنها را به بازدید واقعی از مقاصد در آینده ترغیب کند. این پژوهش با هدف بررسی تاثیرهای تکنولوژی واقعیت مجازی بر نیات رفتاری گردشگران و تصویر مقصد گردشگری اجرا شده است. روش: نمونه این پژوهش، ۲۶۷ نفر بازدیدکننده از سه جاذبه گردشگری استان خوزستان، از طریق فیلم های ۳۶۰ درجه واقعیت مجازی است. به منظور جمع آوری داده های پژوهش، از پرسش نامه آنلاین و روش نمونه گیری در دسترس استفاده شد. پایایی و روایی سازه های پژوهش با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ و میانگین واریانس استخراجی به تایید رسید. فرضیه های پژوهش نیز به کمک نرم افزار اسمارت پی ال اس ۳ بررسی شدند. یافته ها: نتایج پژوهش نشان می دهد که متغیرهای حس حضور و تجربه زیبایی شناسی بر رضایت از واقعیت مجازی به طور مثبت و معنادار موثر است، رضایت از واقعیت مجازی بر درگیری رفتاری تاثیر مثبت و معنادار می گذارد و درگیری رفتاری نیز بر قصد بازدید از مقصد، قصد توصیه شفاهی و تصویر مقصد تاثیر مثبت و معنادار دارد. نتیجه گیری: بر اساس نتایج این پژوهش، تکنولوژی واقعیت مجازی تاثیر مثبتی بر رفتار گردشگران و تصویر مقصد دارد. نتایج این پژوهش می تواند برای مدیران و بازاریاب های مقاصد گردشگری و همچنین ارائه دهندگان خدمات برنامه های واقعیت مجازی مفید واقع شود. این تکنولوژی، ابزاری مفیدی برای بازاریابی و برندسازی مقاصد است و می تواند گردشگران را به بازدید حقیقی از مقصد در آینده ترغیب کند.

کلمات کلیدی:

بازاریابی مقصد، تصویر مقصد، قصد بازدید، قصد توصیه دهان به دهان، واقعیت مجازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1386888>

