

بحث رقم (٤)

عنوان البحث:	الصورة المعرفية والصورة الوجدانية للمقصد السياحي العُماني: دراسة علاقتهم بشخصية المقصد السياحي Cognitive Image and Affective Image of Oman Tourism Destination: Examining their Relationships to Destination Personality.
المشاركين:	د. محمد علي أحمد عبّيد(قسم الدراسات السياحية – جامعة الفيوم)
سنة النشر:	٢٠١٤
بيانات النشر:	المجلة المصرية للسياحة والضيافة، المجلد الحادي والعشرون، الإصدار الأول، صص: ١١٨ – ١٥٦.

الملخص:

على الرغم من أهمية الصورة الذهنية للمنتجات والخدمات في تشكيل علامات تجارية قوية لها مركزها السوقي المتميز، إلا أن هناك غموض حول علاقة هذه الصورة الذهنية بالصفات الشخصية المرتبطة بالمنتجات والخدمات وتطبيقات كلا منهما في القطاع السياحي. ولقد هدفت هذه الدراسة إلى تقييم الصورة الذهنية للمقصد السياحي العُماني بمكوناته المعرفية والوجدانية وعلاقة كل منهما بالصفات الشخصية المرتبطة بالمقصد. وفي سبيل ذلك تم تصميم استبانة للتعرف على الصورة المعرفية والوجدانية والصفات الشخصية المرتبطة بالمقصد السياحي العُماني. وبعد التأكد من صدق وثبات الاستبانة وإجراء التعديلات الناتجة عن الدراسة الاستطلاعية، تم توزيع النسخة النهائية على السياحة الوافدة بمحافظة مسقط وظُفَّار بسلطنة عُمان. وباستخدام برنامج التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعية (الإصدار الثامن عشر)، تم إجراء كلا من التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة لفحص مدى صحة الفرضيات الثلاثة الأولى، وكذلك تحليل الارتباط لقياس العلاقة بين متغيرات الدراسة وقياس مدى صحة الفرضيات الثلاثة الأخيرة. ولقد أكدت النتائج إيجابية الصورة الذهنية لدى السائحين الأجانب بالسلطنة. فبالإضافة إلى مقومات الجذب الطبيعية والاصطناعية المتوافرة بالسلطنة، يعتبر حُسن استقبال وضيافة المجتمع العُماني وعلاقته الودية مع السائحين من أهم العوامل المكونة للصورة المعرفية الإيجابية للمقصد السياحي العُماني. ويعتبر الصدق والكفاءة والفخامة والمرح والرومانسية من أهم الصفات الشخصية المرتبطة بالمقصد السياحي العُماني. كما أوضحت النتائج أن كلا من المكون المعرفي والوجداني للصورة الذهنية يرتبط ارتباطاً معنوياً وإيجابياً بشخصية المقصد السياحي العُماني. ويجب

على مخططي السياحة والسفر في السلطنة أن يعتمدوا على الصورة الذهنية والصفات الشخصية المٌدركة من قبل السائحين في التخطيط لرحلاتهم والتسويق للمنتج السياحي العُماني.

الكلمات الدالة: الصورة الذهنية للمقصد السياحي، الصورة المعرفية، الصورة الوجدانية، شخصية المقصد السياحي، سلطنة عُمان