

Патвайати

Аналіз впливу реальної екопідтримки та потреби в унікальності на імідж екологічної туристичної локації та її характерні ознаки

Автори статті роблять спробу підняти тему екологічних туристичних локацій, які до сьогоднішнього дня все ще є малодослідженими, зокрема, проявляють інтерес до зв'язку між іміджем та характерними ознаками, який не описується у літературі з туризму. Відповідно до мети статті, авторами розроблено нові концепції, а саме імідж екологічної туристичної локації та її характерні ознаки. Для представлення істинного характеру Вакатобі як екологічної туристичної локації також було розроблено ще такі дві концепції як передумови іміджу екологічної туристичної локації та її характерні ознаки, а саме реальна екопідтримка та потреба в унікальності. Таким чином, автори об'єднують деякі теорії, які раніше були взаємовиключними, особливо теорію іміджу, унікальності, суб'єктивних норм, а також теорію соціальної ідентичності. Новизна дослідження полягає у поєднанні вищезгаданих теорій. Вибірка включає в себе внутрішніх та міжнародних туристів віком до 25 років. Для поширення анкет було використано випадкову вибірку. Для аналізу даних було використано програму SPSS. Результати дослідження свідчать про значний вплив реальної екопідтримки на імідж екологічної туристичної локації та її характерні ознаки, водночас, значний прямий вплив іміджу екологічної туристичної локації на її характерні ознаки, що свідчить про лише частковий вплив іміджу екологічної туристичної локації на зв'язок між реальною екопідтримкою та характерними ознаками екологічної туристичної локації. Потреба в унікальності повинна мати незначний вплив на характерні ознаки екологічної туристичної локації, але значний вплив на її імідж. Це означає, що імідж екологічної туристичної локації має абсолютний вплив на зв'язок між потребою в унікальності та характерними ознаками екологічної туристичної локації.

Ключові слова: екологічна обізнаність, характерні ознаки екологічної туристичної локації, імідж туристичної локації, унікальність

Класифікація JEL: M310, Z3



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license, що дозволяє повторне використання, розповсюдження та відтворення, забороняє використання матеріалів у комерційних цілях та вимагає наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

Патвайати

Анализ влияния реальной экоподдержки и потребности в уникальности на имидж экологической туристической локации и её характерные признаки

Автори статті роблять спробу підняти тему екологічних туристичних локацій, які до сьогоднішнього дня все ще є малодослідженими, в частині, проявляють інтерес до зв'язку між іміджем та характерними ознаками, який не описується у літературі по туризму. В відповідності з метою статті, авторами розроблено нові концепції, а саме імідж екологічної туристичної локації та її характерні ознаки. Для представлення істинного характеру Вакатобі як екологічної туристичної локації також були розроблені ще такі дві концепції як передумови іміджу екологічної туристичної локації та її характерні ознаки, а саме реальна екопідтримка та потреба в унікальності. Таким чином, автори об'єднують деякі теорії, які раніше були взаємовиключними, особливо теорію іміджу, унікальності, суб'єктивних норм, а також теорію соціальної ідентичності. Новизна дослідження заключається в поєднанні вищезгаданих теорій. Вибірка включає в себе внутрішніх та міжнародних туристів в віці до 25 років. Для поширення анкет була використана випадкова вибірка. Для аналізу даних була використана програма SPSS. Результати дослідження свідчать про значний вплив реальної екопідтримки на імідж екологічної туристичної локації та її характерні ознаки, водночас, значний прямий вплив іміджу екологічної туристичної локації на її характерні ознаки, що свідчить про лише частковий вплив іміджу екологічної туристичної локації на зв'язок між реальною екопідтримкою та характерними ознаками екологічної туристичної локації. Потреба в унікальності повинна мати незначний вплив на характерні ознаки екологічної туристичної локації, але значний вплив на її імідж. Це означає, що імідж екологічної туристичної локації має абсолютне вплив на зв'язок між потребою в унікальності та характерними ознаками екологічної туристичної локації.

Ключевые слова: экологическая осведомленность, характерные признаки экологической туристической локации, имидж туристической локации, уникальность

Классификация JEL: M310, Z3



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license, что позволяет повторное использование, распространение и воспроизведение, запрещает использование материалов в коммерческих целях и требует наличия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.