

عنوان مقاله:

استخراج ساختار شناختی گردشگران سالمند ایرانی نسبت به مراکز اقامتی با استفاده از رویکرد نظریه زنجیره هدف-وسیله

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، دوره 14، شماره 48 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 32

نویسندگان:

سعید سعیدا اردکانی - عضو هیئت علمی، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، اقتصاد و حسابداری، دانشگاه یزد، یزد.

فرشته پزشکی نجف آبادی - دانشجوی دکتری، مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، اقتصاد و حسابداری، دانشگاه یزد، یزد.

سید مهدی الحسینی المدرسی - عضو هیئت علمی، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، اقتصاد و حسابداری، دانشگاه یزد، یزد.

فریده سادات حسینی - عضو هیئت علمی، گروه روانشناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه خلیج فارس، بوشهر

خلاصه مقاله:

بازار نوظهور گردشگری سالمندی در ایران نیازمند مطالعات بنیادین در ابعاد مختلف و از جمله رفتار گردشگران سالمند است. سیستم شناختی افراد از عوامل درونی اثرگذار بر رفتار مصرف‌کننده است. هدف این مطالعه استخراج ساختار شناختی گردشگران سالمند ایرانی نسبت به اقامتگاه به عنوان یکی از عناصر مهم در توسعه گردشگری سالمندی ایران است. به عبارتی این مطالعه برای نخستین بار ساختار شناختی نسبت به اقامتگاه را در سطوح انتزاعی تر از ویژگی ها، با رویکرد زنجیره هدف-وسیله ارائه می نماید. با استفاده از تکنیک نردبانی و مصاحبه عمیق با 30 نفر از شهروندان سالمند شهر شیراز، نقشه ارزش سلسله مراتبی گردشگران سالمند ایرانی ایجاد و 6 زنجیره هدف-وسیله اصلی به دست آمد و بدین ترتیب، 11 ویژگی اقامتگاه، 9 پیامد و 3 ارزش غالب که این دسته گردشگران آرزومند تحقق آن ها هستند؛ مشخص گردید. ویژگی‌های تمیزی، مکان اقامتگاه، امنیت و قیمت؛ پیامدهای حفظ سلامتی، حس خوب و راحتی خیال و ارزش-های امنیت و هیجانات مثبت بیشترین میزان اشاره را از سوی گردشگران سالمند داشتند. با توجه به کمبود مطالعات کیفی در حوزه رفتار گردشگران سالمند ایرانی، یافته های این مطالعه می تواند به عنوان مبنایی کلیدی برای بخش بندی بازار گردشگران سالمند و تدوین استراتژی های جایگاه یابی اقامتگاه در ایران استفاده شود.

کلمات کلیدی:

ساختارشناختی، گردشگر سالمند، اقامتگاه، نظریه زنجیره هدف-وسیله، تکنیک نردبانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1026556>

