

عنوان مقاله:

عوامل موثر بر واکنش های رفتاری بازدیدکنندگان از مقصدهای گردشگری (مطالعه موردی : شیراز)

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس بین المللی گردشگری، فرهنگ و هنر (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

مریم شجاعی - دانشگاه خوارزمی

نیره وهاب پور - دانشگاه خوارزمی

خلاصه مقاله:

درک واکنش های رفتاری بازدیدکنندگان برای مدیران مقصد گردشگری مهم می باشد. مقاله حاضر تاثیر عواملی چون ویژگی های مقصد، کیفیت درک شده خدمات گردشگری، ارزش درک شده و رضایت را بر واکنش های رفتاری گردشگران را مورد بررسی قرار می دهد. جامعه آماری تحقیق کلیه گردشگران منطقه ی گردشگری (باغ های تاریخی شیراز) در تابستان ۱۳۹۸ می باشند که ۳۹۳ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب گردید. ابزار پژوهش پرسشنامه محقق ساخته است که پس از تایید روایی و پایایی، توزیع داده ها با استفاده از تکنیک مدلیابی معادلات ساختاری در نرم افزار لیزرل تحلیل شد. مطابق با نتایج ویژگی های مقصد به طور مستقیم و مثبت بر کیفیت درک شده خدمات گردشگری در مقصد تاثیرگذار است و ارزش درک شده و رضایت به طور مستقیم و مثبت از کیفیت درک شده تاثیر می پذیرد، علاوه بر این تاثیر مستقیم مثبت ارزش درک شده و رضایت بر واکنش های رفتاری نیز تایید شده و همچنین کیفیت خدمات درک شده بازدیدکنندگان به صورت غیرمستقیم و از طریق متغیرهای میانجی رضایت و ارزش درک شده، بر واکنش های رفتاری تاثیرگذار است.

کلمات کلیدی:

ویژگی های مقصد گردشگری، کیفیت خدمات درک شده، ارزش درک شده، رضایت، واکنش های رفتاری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1320227>

