

## عنوان مقاله:

از انگیزه های گردشگران اروپایی تا انتخاب مقصد سفر (مورد مطالعه: ایران)

## محل انتشار:

فصلنامه مدیریت بازرگانی، دوره 7، شماره 4 (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

## نویسندگان:

روزبه میرزائی - استادیار مدیریت جهانگردی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

حکیمه نصیری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی جهانگردی دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران

سید ابوالقاسم میرا - استادیار مدیریت دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

با توجه به ارتباط انگیزه های گردشگری با انتخاب مقصد سفر، کسب دانش در زمینه پیش بینی الگوهای آتی رفتار سفر گردشگران نقش حیاتی دارد. هدف این پژوهش تحلیل عوامل انگیزشی موثر بر تصمیم گیری گردشگران اروپایی در انتخاب ایران به عنوان مقصد سفر است. با تحلیل عاملی نظرهای ۴۰۴ گردشگر اروپایی، چهار دسته عامل کششی شامل جذابیت امنیت و آسودگی خاطر، جذابیت بازاریابی، جذابیت جست و جوی تنوع و جذابیت فرهنگ و تاریخ مقصد شناسایی شدند. برای گردشگران اروپایی کسب دانش و یادگیری تاریخ و میراث فرهنگی عامل انگیزشی مهمی است، اما آنها در پی وجود امنیت در مقصد و همچنین بر مبنای تبلیغات دهان به دهان به سفر به ایران ترغیب می شوند. حضور فعال در فضای مجازی، ارائه اطلاعات مرتبط با گردشگری ایران و تلاش برای ارائه تصویر واقعی از کشور، موجب جذب تعداد بیشتری از گردشگران اروپایی می شود. به این منظور، باید به سه جنبه اصلی مقاصد گردشگری شامل بهبود روابط سیاسی با سایر کشورها، حفاظت از منابع فرهنگی و طبیعی و ارائه خدمات و تسهیلات گردشگری توجه شود.

## کلمات کلیدی:

انتخاب مقصد، انگیزه های گردشگری، ایران، عوامل کششی و رانشی، گردشگران اروپایی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1397972>

