

عنوان مقاله:

طراحی الگوی راهبردی پیشایندهای تجربه مشتری در صنعت گردشگری

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، دوره 11، شماره 21 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 40

نویسندگان:

صغری تقی پور - دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز

صمد عالی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز

علیرضا بافنده زنده - دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

حکیمه نیکی - دانشگاه آزاد اسلامی هادیشهر

خلاصه مقاله:

این تحقیق با هدف شناسایی پیشایندهای تجربه مشتری در صنعت گردشگری به روش ترکیبی انجام گرفته است. بدین منظور ابتدا در بخش کیفی به روش فرا ترکیب در بازه زمانی ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۰، ۲۴۶ مقاله داخلی و خارجی استخراج شده که پس از چندین بار غربالگری، ۵۲ مقاله مورد بررسی محتوایی قرار گرفت و عوامل موثر بر انتخاب مقصد گردشگری شناسایی شده و با راهنمایی ۱۰ نفر از خبرگان و متخصصان بازاریابی و گردشگری و اعمال نظر آنان پرسشنامه ای تهیه و در میان ۴۴۰ نفر از گردشگران ایرانی که در پنج سال گذشته (۱۳۹۵-۱۴۰۰) به یکی از کشورهای ترکیه، مالزی، آذربایجان و امارات سفر کرده بودند توزیع گشت. در مرحله اول هریک از سازه های مدل پیشنهادی، از لحاظ تک بعدی بودن در یک مدل اندازه گیری مجزا با روش کلاین (۲۰۰۵) بررسی شد تا اولاً، بار عاملی شاخص ها بیشتر از ۵/۰ باشد؛ ثانیاً ضریب همبستگی بین عامل ها بیش از ۸۵/۰ نباشد. در مرحله دوم اعتبار و روایی سازه ها مورد ارزیابی قرار گرفت و آلفای کرونباخ، اعتبار سازه (CR) و متوسط واریانس تبیین شده (AVE) و روایی سازه، روایی همگرا و روایی واگرا محاسبه شد و در نهایت مدل مربوط به پیشایندهای تجربه گردشگر استخراج گردید. نتیجه پژوهش حاضر به مدلسازی پیشایندهای تجربه گردشگر با بهره گیری از روش ترکیبی (کیفی و کمی) که از نوآوری های این تحقیق می باشد، منجر شده و مدلی متشکل از چهار مولفه اصلی مدیریت گردشگر، مدیریت مکان گردشگری، مدیریت منابع گردشگری و مدیریت محصول گردشگری ارائه نمود.

کلمات کلیدی:

تجربه گردشگری، تجربه سفر، پیشایندهای تجربه گردشگری، ویژگی های مقصد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1882838>

