

عنوان مقاله:

عوامل موثر بر رضایت و تمایل بیشتر گردشگران به خرید در مراکز خرید شهر مشهد

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، دوره 10، شماره 19 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 28

نویسندگان:

سارا پارساپور - دانشگاه فردوسی مشهد

هادی رفیعی دارانی - دانشگاه فردوسی مشهد

خلاصه مقاله:

خرید یک نوع جدید از گردشگری است که به عنوان یک فعالیت اصلی در میان گردشگران در نظر گرفته شده است. در این پژوهش تاثیر ویژگی های مرکز خرید، ویژگی های سفر و ویژگی های اقتصادی و اجتماعی گردشگر بر رضایتمندی و تمایل به خرید بیشتر گردشگر از مراکز خرید با تاکید بر مقایسه گردشگران و زائران مراجعه کننده به بازار سنتی (بازار رضا (ع)) و بازار جدید (الماس شرق) در شهر مشهد مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای این منظور ۴۰۴ پرسشنامه به صورت مصاحبه حضوری جمع آوری و با استفاده از روش لاجیت چندگانه به تخمین این عوامل پرداخته شد. نتایج نشان داد متغیرهای منبع اطلاعات از بازار (آشنایی قبلی)، تعداد افراد خانواده همراه در سفر، برخورد مناسب فروشندگان، داشتن پارکینگ، کیفیت کالا، وضعیت تاهل، موقعیت مکانی، درآمد و تنوع کالا تاثیر معنی داری بر گزینش طبقات میزان خرید در مراکز خرید دارد. در انتها نیز جهت افزایش تمایل به خرید و رضایت گردشگران از مراکز خرید، احداث مراکز خرید در مکان هایی با دسترسی راحت تر برای گردشگر، نظارت بیشتر بر قیمت کالا و خدمات، وجود پارکینگ هایی با ظرفیت مناسب و کافی و وجود کالاهای متنوع در مراکز خرید پیشنهاد شد.

کلمات کلیدی:

گردشگر، مراکز خرید، تمایل به خرید، الگوی لاجیت چندگانه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1882860>

