

عنوان مقاله:

گردشگری لوکس و تاثیر سازگاری بر تعهد و وفاداری گردشگران لوکس

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی توسعه پایدار، راهکارها و چالش ها با محوریت کشاورزی، منابع طبیعی، محیط زیست و گردشگری (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

محسن اکبری - استادیار و عضو هیات علمی گروه مدیریت دانشگاه گیلان،

مصطفی ابراهیم پور - استادیار و عضو هیات علمی گروه مدیریت دانشگاه گیلان،

صدیقه خیری - کارشناس ارشد مدیریت MBA پردیس دانشگاهی دانشگاه گیلان

خلاصه مقاله:

سالانه مبالغ بالایی صرف سفرهای لوکس و این نوع گردشگری در سرتاسر جهان می شود. شهرها و مکان های ارائه دهنده این نوع خدمات با توجه به خاص بودن نوع خدمات خود به دنبال درک خواسته های مشتریان و گردشگران لوکس خود می باشند. عوامل تاثیرگذار بر تصمیم گیری این نوع گردشگران را میتوان در دو طبقه کلی عوامل بیرونی و عوامل درونی دسته بندی نمود. عوامل بیرونی شامل گروه و طبقه اجتماعی که فرد به آن تعلق دارد، فرهنگ حاکم بر محیط پیرامونی فرد، تبلیغات و ابزارهای پیشبرد فروش از طرف مقاصد گردشگری، برند مقاصد گردشگری و غیره است. عوامل درونی نیز شامل ویژگی های فردی از قبیل شخصیت وی، جنسیت، تحصیلات و غیره، نیازها و انگیزه های وی، خودانگاره فرد تصویر فرد از خودش (و غیره است. همانگونه که بیان شد یکی از عوامل تاثیرگذار بر تصمیم گیری این نوع گردشگران سطح سازگاری برند مکان توریستی با خود اجتماعی آن ها می باشد. این مقاله پس از بررسی ادبیات موضوعی و پیشینه تحقیق در خصوص عوامل تاثیرگذار بر توسعه گردشگری لوکس به بررسی تاثیر سطح سازگاری برند با خود اجتماعی گردشگران بر تصمیم گیری آن ها می پردازد و در پایان پیشنهاداتی جهت توسعه این نوع گردشگری در کشور را ارائه می کند.

کلمات کلیدی:

گردشگری لوکس، مصرف نمادین گردشگری، سازگاری مصرف کننده، وفاداری به مکان توریستی، تعهد به مکان توریستی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/355663>

