

عنوان مقاله:

تاثیر ارزش ادراک شده مقصد زیارتی بر رضایت گردشگر خارجی مسلمان با در نظر گرفتن نقش دینداری اسلامی

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، دوره 12، شماره 38 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

فاطمه یآوری گهر - استادیار گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی

مهدی ابراهیمی - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی

سولماز بهبودی عیسی لو - کارشناس ارشد مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی

خلاصه مقاله:

این مقاله به ارزش درک شده، از منظر اسلامی نگرینسته و به بررسی تاثیر ارزش ادراک شده مقصد زیارتی بر رضایت گردشگر خارجی مسلمان پرداخته است. روش تحقیق توصیفی-پیمایشی بوده و تعداد 153 نمونه، با استفاده از نمونه گیری در دسترس برای مطالعه انتخاب شد. جهت بررسی روایی سازه‌های موجود در پرسشنامه، تحلیل عاملی تاییدی صورت گرفت و سپس برای آزمون فرضیه‌ها از نرم‌افزار معادلات ساختاری استفاده شد. یافته‌های تحقیق نشان داد هزینه‌های ادراک شده شامل ارزش پولی ادراک شده، ریسک درک شده و زمان و تلاش صرف شده تاثیر منفی بر رضایتمندی گردشگر و مزایای ادراک شده شامل ارزش کیفی، کارایی، ارزش احساسی، ارزش اجتماعی، و شواهد فیزیکی و غیر فیزیکی اسلامی تاثیر مثبتی بر رضایت گردشگر داشته اند. ضمن اینکه اثر تعدیل کنندگی دینداری اسلامی بر رابطه شواهد غیر فیزیکی اسلامی و رضایت گردشگر بیشتر و بر رابطه شواهد فیزیکی اسلامی و رضایت گردشگر کمتر بوده است.

کلمات کلیدی:

ارزش ادراک شده، دینداری اسلامی، رضایت گردشگر، گردشگری زیارتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/667356>

