

عنوان مقاله:

ارایه مدلی برای سنجش جذابیت مراکز خرید در مناطق گردشگری مورد مطالعه: جزیره کیش

محل انتشار:

فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری، دوره 6، شماره 24 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

مهرداد استیری - استادیار گروه مدیریت منابع انسانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران

حمزه رایج - کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران

فرشید حسینی طولی - دکتری سیاستگذاری، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

اهمیت وجود مراکز تجاری به عنوان محرک مهم گردشگری، در مطالعات نظری بازاریابی گردشگری، به شکل گسترده‌ای تایید شده است. این مطالعه با تلفیقی از رویکردهای کمی و کیفی، به دنبال تعیین معیارهای موثر بر جذابیت مراکز تجاری، به عنوان یکی از ابعاد موثر بر جذابیت مناطق گردشگری بوده و داده‌های تحقیق نیز در دو فاز اصلی، گردآوری و تحلیل شده‌اند. فاز نخست مقاله، با انجام تحقیق کیفی اکتشافی از طریق مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با مدیران فعال در حوزه برنامه ریزی شهری و گردشگری جزیره کیش و تحلیل محتوای پاسخهای ارایه شده، تایید کرد که جذابیت مراکز تجاری میتواند یکی از معیارهای تعیین کننده جذابیت مناطق گردشگری باشد. در فاز دوم تحقیق، طی دو مطالعه مجزا و با مشارکت گردشگران جزیره کیش، با هدف شناسایی معیارهای موثر بر جذابیت مراکز خرید تجاری از منظر خریداران براساس روش‌های تحلیلی تائیدی و اکتشافی و همچنین مدلسازی معادلات ساختاری (SEM)، به مدلی پنج بعدی شامل: عوامل ملموس، فضای فروشگاه، محصول، فروشندگان و راحتی خرید، دست یافتیم.

کلمات کلیدی:

بازاریابی مکان، مراکز خرید تجاری، بازاریابی گردشگری، رضایت مشتری، جزیره کیش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/821438>

