

عنوان مقاله:

اقتصاد تجربه در صنعت گردشگری و پیامدهای رفتاری تجربه گردشگر

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی گردشگری، فرهنگ و هنر (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

علی اصغر شالبافیان حسین آبادی - استادیار گروه آموزشی مدیریت جهانگردی، دانشکده گردشگری، دانشگاه سمنان، ایران

پریسا طاهریان - دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، دانشکده گردشگری، دانشگاه سمنان، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه گردشگران فقط به دنبال مشارکت در آن دسته از فعالیت های گردشگری که ارتباط کمی با معنی و اهمیت یک مکان داشته باشد نیستند. آنها به دنبال سطح بالاتری از تعامل هستند که آنها را با ذات یک مکان و افراد آن پیوند دهد. گردشگران می خواهند فراتر از مسیرهای گردشگری قدیمی سفر کنند و به صورت عمیق تر در تجربیات معتبر محلی غوطه ور شوند. برای ارضای نیازهایچنین گردشگرانی، مقصد باید تجربیاتی را شناسایی نماید که آن را از مقصدهای دیگر متمایز سازد و به این نحو، یک مزیت رقابتی ارائه دهد. این تمرکز بر تجربه اقتصاد تجربه نامیده میشود. چون سوابق مطالعات انجام شده در زمینه تجربه گردشگری در پایگاههای مقالات ایرانی اندک است، پژوهش حاضر سعی دارد تا با مرور پژوهش های گذشته، به قوی شدن ادبیات موجود در این زمینه کمک نماید. در راستای این هدف، مطالعه حاضر با بیان مقدمه ای آغاز خواهد شد و سپس ادبیات مرتبط با اقتصاد تجربه، تجربه گردشگر و پیامدهای رفتاری تجربه گردشگر بیان خواهد شد. مطالب این مقاله راهنمای نویسندگان در انتخاب موضوعات تحقیقاتی آینده خواهد بود. همچنین عرضه کنندگان صنعت گردشگری مطلع خواهند شد که برای تقویت تجربه گردشگر و توسعه کسب وکار خود باید بر چه مؤلفه هایی از تجربه تمرکز کنند.

کلمات کلیدی:

اقتصاد تجربه، تجربه گردشگری، پیامدهای رفتاری تجربه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1143120>

