

فرا تحلیل پژوهش‌های انجام شده در حوزه وفاداری گردشگران به هتل‌های ایران

تاریخ دریافت: ۹۹/۰۴/۰۷

تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۶/۱۰

کد مقاله: ۹۷۶۵۹

محمدحسین ایمانی خوشخو^۱، مهدیه شهبابی فراهانی^۲

چکیده

وفاداری مشتری یکی از اهداف اصلی همه کسب و کارها محسوب می‌شود. با توجه به اهمیت گردشگری و پتانسیل کشور ایران، لازم است تا نگاه ژرف و علمی به فعالیت‌های گردشگری در داخل کشور صورت گیرد. همزمان با افزایش سفرها از یک سو و کسب و کارها در گردشگری، به ویژه هتل‌ها، از سوی دیگر، مطالعاتی در حوزه‌های مختلف از جمله وفاداری به هتل انجام گرفته است. پژوهش حاضر، به شیوه فراتحلیل مقالات ارائه شده در داخل کشور با موضوع وفاداری گردشگران به هتل‌های ایران را ارزیابی و بررسی نموده است. رویکرد این پژوهش کیفی بوده و پس از تحلیل و بررسی مقالات، یک ارزیابی کلی و طبقه بندی شده از عوامل موثر بر وفاداری گردشگران به هتل‌های ایران ارائه شده است. عناصر کیفیت خدمات، کیفیت رابطه با مشتری، خدمات مکمل، رفتار شهروندی سازمانی و مدیریت تجربه مشتری به عنوان متغیرهای موثر بر وفاداری به هتل در گردشگری به دست آمده اند.

واژگان کلیدی: صنعت گردشگری^۳، وفاداری^۴، رضایت^۵، کیفیت^۶، هتل^۷

۱ - استاد دانشکده علوم گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران

۲ - دکتری تخصصی مدیریت گردشگری دانشکده علوم گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران

Mahdieh.shahrabi@yahoo.com

۳ Tourism Industry

۴ Loyalty

۵ Satisfaction

۶ Quality

۷ Hotel