

چشم‌انداز مدیریت دولتی

سال نهم، شماره ۳۴ - تابستان ۱۳۹۷

شاپای چاپی: ۶۰۶۹-۲۲۵۱، شاپای الکترونیکی: ۴۱۵۷-۲۶۴۵

ص ۱۵۳ - ۱۷۴

تأثیر شناخت و هیجانان در میزان رضایت و تمایلات رفتاری از دیدگاه بازدیدکنندگان کاخ موزه

ابوالفضل تاج‌زاده نمین^{*۱}

۱. دانشیار، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران.

چکیده

هدف اصلی از این پژوهش، بررسی تأثیر هیجانان و رضایت بر تمایلات رفتاری در حوزه گردشگری، به‌خصوص بازدید از کاخ‌موزه‌ها است که همگی جزو سازمان‌های غیرانتفاعی و دولتی هستند. برای این منظور تعداد ۴۱۶ پرسشنامه توزیع و ۳۹۰ پرسشنامه سالم جمع‌آوری شد. جامعه آماری پژوهش بازدیدکنندگان داخلی از کاخ‌موزه‌های تهران (نیوران، سعدآباد، گلستان) بودند که از خدمات این مکان‌ها استفاده کرده بودند. برای نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری دردسترس استفاده شد. داده‌های به‌دست‌آمده با استفاده از تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری بررسی و تحلیل شدند. یافته‌های پژوهش نشان داد که شناخت هم به‌صورت مستقیم و هم به‌صورت غیرمستقیم می‌تواند به رضایت بیانجامد. از طرفی تأثیر شناخت بر لذت تأیید نشد؛ ولی تأثیر شناخت بر برانگیختگی مورد تأیید قرار گرفت. شناخت با تأثیر بر برانگیختگی به‌صورت غیرمستقیم بر لذت تأثیر می‌گذارد؛ زیرا تأثیر برانگیختگی بر لذت اثبات شد؛ همچنین تأثیر رضایت بر وفاداری و تمایل به پرداخت پول بیشتر (تمایلات رفتاری) به تأیید رسید؛ ولی ارتباط داخلی میان عناصر تمایلات رفتاری (تأثیر وفاداری بر روی تمایل به پرداخت بیشتر) تأیید نشد. از طرفی به اثبات رسید که هم شناخت و هم رضایت می‌توانند بروز رفتارهای آنی را منجر شوند؛ البته تأثیر رضایت بر بروز رفتارهای آنی بیشتر از شناخت بود.

کلیدواژه‌ها: کاخ‌موزه؛ گردشگران؛ شناخت؛ برانگیختگی؛ لذت؛ رضایت؛ تمایلات رفتاری.

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۱۲/۱۷، تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۱۱/۱۴.

* نویسنده مسئول.

E-mail address: a.a.tajzadehnamin@gmail.com