

سومین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار

همدان ۱۷ اردیبهشت ۱۳۹۴



بررسی انواع خرید و عوامل موثر بر خرید در هنگام گردشگری

دکتر یار محمد قاسمی^۱، دکتر کلثوم خلیلوند^۲، لیلا مطاعی^۳

دانشیار دانشگاه ایلام، Dr.ym_ghasemi2004@yahoo.com

استادیار دانشگاه باختر Dr.khalilvand@yahoo.com

کارشناسی ارشد علوم اجتماعی (برنامه ریزی توریسم / گردشگری) دانشگاه باختر

razshab373@yahoo.com

چکیده

گردشگری در جهان امروز مورد توجه و استقبال تمام کشورهای دنیا قرار گرفته است و بسیاری از کشورها با برنامه‌ریزی صحیح و فراهم آوردن امکانات لازم سالانه سود هنگفتی از این صنعت نصیب خود می‌کنند. خرید یکی از فعالیت‌هایی است که مورد علاقه گردشگران می‌باشد شناسایی این موضوع که گردشگران به خرید چه کالاهایی مشتاق هستند و چه عواملی بر خرید آنها اثر می‌گذارد می‌تواند بر برنامه‌ریزی مسئولان و دست‌اندرکاران جهت تولید و توزیع کالاها تاثیر مثبتی داشته باشد. و بلن بر نقش جنسیت، شغل، درآمد، شهری و روستایی بودن بر مصرف افراد تاکید دارد. بودریار، نیز بر نقش نمادین و هویت بخشی کالاها تاکید می‌کند اما اینان در شرایط معمولی و روزمره و نه در هنگام گردشگری به این موضوع پرداخته‌اند. کر از نظر کارکردی طیفی ارائه کرده است که شامل خرید کارکردی، فنی، نمایشی و تفریحی می‌شود. استون، لسر و هیوگ نیز به طبقه‌بندی انواع خریدار پرداخته‌اند. خرید بر دو نوع فایده‌گرایانه و خرید فراغتی تقسیم شده است. دیگر نمی‌توان گفت خرید افراد فقط جنبه ضروری و جهت رفع نیازهای زیستی می‌باشد. در هنگام خرید افراد در سفر عواملی نظیر تبلیغات، تنوع، جذابیت، قیمت، کیفیت کالا، حمل و نقل، مواردی هستند که بر میزان و نوع خرید افراد تاثیر می‌گذارند.

این تحقیق در نظر دارد به روش توصیفی و اسنادی بررسی این موضوع بپردازد که انواع خرید و عوامل موثر بر آن در گردشگری کدام است و به شناسایی و معرفی آنها بپردازد.

کلید واژه‌ها: انواع خرید، عوامل، موثر، هنگام (زمان)، گردشگری