

## چکیده

هدف پژوهش حاضر مطالعه عوامل موثر بر شهرت مقصد گردشگری استان گیلان است. جامعه آماری پژوهش حاضر آن دسته از گردشگرانی است که در تابستان سال ۱۳۹۵ به استان گیلان سفر کرده اند. از این جامعه نمونه ای به حجم ۳۸۴ نفر و به روش نمونه گیری در دسترس انتخاب شد، داده های تجربی از طریق توزیع ۴۲۰ پرسشنامه در بین گردشگران صورت گرفته است که ۳۸۴ نمونه از پرسشنامه ها عودت داده شد. برای گردآوری داده های پژوهش از پرسشنامه ای در مقاله ی آرتیگاس (۲۰۱۵) استفاده شده است. روایی و پایایی پرسشنامه مورد نظر در این مطالعه بررسی و تأیید شد. بررسی داده های پژوهش و آزمون فرضیه های پژوهش از طریق آمار توصیفی و استنباطی با به کار گیری نرم افزار SPSS و Amos انجام گرفت. نتایج پژوهش حاضر نشان داد آشنایی بر شهرت مقصد گردشگری می تواند به طور مثبت و معنی داری تاثیر گذارد. ادراک شناختی بر آشنایی به طور مثبت و معنی داری تاثیر می گذارد. ارزیابی عاطفی بر آشنایی مقصد به طور مثبت و معنی داری تاثیر می گذارد. زیر ساخت ها و محیط زیست و تفریح و حوادث بر ادراک شناختی به طور مثبت و معنی داری تاثیر می گذارد. در نهایت نتایج تحقیق نشان داد محیط زیست بر ادراک شناختی افراد از مقصد گردشگری بیشترین تاثیر را در شهرت مقصد گردشگری دارد.

کلید واژه ها: مقصد گردشگری، شهرت، ارزیابی عاطفی، آشنایی، ادراک شناختی