

چکیده

تاثیر سرمایه اجتماعی و نوع دوستی سایت های شبکه های اجتماعی بر قصد بازدید مجدد گردشگران (مورد مطالعه وب سایت های شرکت های هواپیمایی شهرستان رشت)

معصومه شعبانی

هدف اصلی این پژوهش تاثیر سرمایه اجتماعی و نوع دوستی سایت های شبکه های اجتماعی بر قصد بازدید مجدد گردشگران وب سایت های شرکت های هواپیمایی شهرستان رشت می باشد. این تحقیق از لحاظ روش توصیفی-پیمایشی بوده و به لحاظ هدف، کاربردی می باشد. به منظور جمع آوری داده تعداد ۴۰۰ پرسشنامه که حاوی سؤالات مشخصات فردی و سؤالات مربوط به فرضیه های تحقیق است در میان نمونه توزیع شد و ۳۹۰ پرسشنامه تکمیل شده و مورد قبول جمع آوری شد. بعد از جمع آوری پرسشنامه ها مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفت. سپس با استفاده از جداول و نمودارهای فراوانی، توصیفی از وضعیت شاخص های دموگرافیک و فرضیات تحقیق ارائه گردید. سپس به منظور رد یا تأیید فرضیه ها، فرضیه های تحقیق بر اساس نتایج بدست آمده از بررسی سؤالات با استفاده از آمار استنباطی مورد آزمون قرار گرفت. به منظور بررسی روایی پرسشنامه از تحلیل عاملی تاییدی و به منظور بررسی فرضیات تحقیق از روش (SEM)^۱ با کمک نرم افزار SmartPLS 3 استفاده شده است. نتایج نشان داده است، بین سرمایه اجتماعی و هویت مشترک، بین سرمایه اجتماعی و پیوند مشترک، بین نوع دوستی و هویت، بین نوع دوستی و پیوند مشترک، بین هویت مشترک و قصد بازدید مجدد از شبکه ها، بین پیوند مشترک و قصد بازدید مجدد از شبکه ها رابطه مثبت و معناداری در وب سایت شرکتهای هواپیمایی رشت وجود دارد.

واژگان کلیدی: گردشگری الکترونیکی، سرمایه اجتماعی، نو دوستی، وب سایت ها.

¹ Structural Equation Modeling