

## چکیده

پژوهش های قبلی در زمینه مصرف غذا در گردشگران نشان می دهد که صفات شخصیتی مرتبط با غذا خوردن همچون گرایشات نئوفیلیک و نئوفیبیک سبب تشویق گردشگران به چشیدن غذای جدید در یک مقصد گردشگری شده یا مانع چنین کارکردی می شود. البته مطالعات انگیزه سفر نشان می دهد که گردشگران تجربه های جدید را جستجو می کنند از جمله چشیدن غذای جدید در یک مقصد توریستی. روش تحقیق کاربردی و از نوع توصیفی - همبستگی است. جامعه ی آماری تحقیق گردشگران داخلی می باشند. حجم نمونه براساس فرمول کوکران برای جوامع نامحدود محاسبه شده و روش نمونه گیری هم به صورت غیر تصادفی در دسترس می باشد. جمع آوری داده ها از طریق پرسشنامه صورت پذیرفت. برای اندازه گیری روایی پرسشنامه از روایی تشخیصی ( واگرایی متغیرهای پنهان یا بار عاملی ) و برای تعیین پایایی ابراز گردآوری داده ها در این تحقیق از روش آلفای کرونباخ از طریق SPSS24 استفاده شده است. تجزیه و تحلیل داده ها به وسیله ی نرم افزار اسمارت پی. ال. اس ۳ انجام گرفته است. در این تحقیق قرار است تاثیر ویژگی های شخصیتی مرتبط با غذا بر نتایج سفر مورد بررسی قرار بگیرد. البته اینکه چگونه صفات شخصیتی مرتبط با جستجوی غذاهای جدید بر مصرف غذا در گردشگران و نهایتا رضایتمندی آنها از سفر و نتایج سفر اثرگذار است مشخص نمی باشد. یافته های پژوهش نشان داد که صفات شخصیتی مرتبط با غذا بر نتایج سفر تاثیرگذار است.

**کلیدواژه ها:** رفتار های شخصیتی مرتبط با غذا، جستجوی جدید، نئوفیبیک، نئوفاییک، رضایتمندی