

تأثیر منابع اطلاعاتی بر ابعاد تصویر ذهنی و قصد سفر به مقصد گردشگری (مورد مطالعه: مسافران غرب گیلان)

سعیده حسابی فرد *، 187،

98-06-04

محققان بر این باورند که منابع اطلاعاتی بر شکل گیری تصویر ذهنی از مقصد گردشگری موثرند. بر این اساس، این تحقیق تلاش دارد به بررسی تأثیر منابع اطلاعاتی بر ابعاد تصویر ذهنی و قصد سفر به مقصد گردشگری بپردازد. داده های پژوهش از طریق پرسشنامه گردآوری شد و با استفاده از مدل معادلات ساختاری به کمک نرم افزارهای SPSS و 3.0 PLS Smart فرضیه ها مورد آزمون قرار گرفت. جامعه آماری پژوهش شامل مسافران غرب استان گیلان بود که در بازه زمانی انجام پژوهش از جاذبه های گردشگری غربی این استان دیدن کرده اند. به منظور جمع آوری داده ها با استفاده از روش نمونه گیری غیراحتمالی در دسترس، از 422 گردشگر نمونه گیری به عمل آمد. پایایی پرسشنامه نیز با استفاده از آلفای کرونباخ تأیید گردید. بر اساس تحلیل ساختاری مشخص شد که منابع اطلاعاتی گردشگران تأثیر زیادی بر تصویر ذهنی شناختی و عاطفی گردشگران دارد. به علاوه، تصویر ذهنی شناختی بر تصویر ذهنی عاطفی موثر بود. افزون بر این، تصویر ذهنی شناختی و عاطفی بر تصویر ذهنی کلی از مقصد تأثیری معنی دار داشتند. سرانجام، تصویر ذهنی کلی نیز بر قصد سفر گردشگران موثر بود. واژگان کلیدی: گردشگر، منابع اطلاعات، تصویر ذهنی از مقصد، قصد سفر، معادلات ساختاری.

کلمات کلیدی : گردشگر، منابع اطلاعات، تصویر ذهنی از مقصد، قصد سفر، معادلات ساختاری.

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)