

## بررسی تأثیر رفتار برنامه‌ریزی شده گردشگر بر قصد رفتاری با نقش میانجی میزان مسافت؛ مورد مطالعه: گردشگران شهر شیراز

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۱۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۲/۲۳

کد مقاله: ۶۶۱۰۷

الناز سلیمانی<sup>۱\*</sup>، علی قربانی<sup>۲</sup>

### چکیده

هر چند مسافت غالباً به عنوان یک عامل کم ارزش ارزیابی می‌شود اما بررسی عوامل موثر بر رفتار گردشگران در انتخاب مقصدهای گردشگری حائز اهمیت فراوانی بوده و از سویی رونق و توسعه گردشگری در یک منطقه بخش اعظم آن به نگرش و قصد رفتاری گردشگران به هنگام مواجهه با مقصد گردشگری بستگی دارد. این مطالعه ابتدا به بحث درباره ابعاد رفتار برنامه‌ریزی شده و سپس به وجود عامل مسافت در انتخاب مقصد گردشگری می‌پردازد و می‌یابد که مسافت‌های خاص بین مقصد و محیط عادی گردشگران دارای اثرات اصطکاکی است که منجر به هزینه زمان و انرژی برای گردشگران می‌شود، مسافت همچنین دارای اثرات انگیزشی و کاتالیزوری برای گردشگرانی است که تمایل دارند از نظر فیزیکی از خانه فاصله بگیرند تا نیازهای پیچیده روانشناختی خود (به ویژه نیازهای زیبایی شناختی) را تأمین کنند. نتایج بدست آمده نشان می‌دهد میزان مسافت بر نگرش و هنجارهای ذهنی میانجی‌گری جزئی دارد و بر کنترل رفتاری میانجی‌گری صورت نگرفته است. با توجه به نقش پنهانی میانجی، میل مسافتی گردشگران می‌تواند به یک استراتژی مفید بازاریابی تبدیل شود.

واژگان کلیدی: نگرش، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتاری درک‌شده، قصد رفتاری، میزان مسافت

۱- دانش‌آموخته کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی بین الملل، دانشگاه پیام نور تهران غرب؛ [soleimanielnaz77@gmail.com](mailto:soleimanielnaz77@gmail.com)

۲- استاد گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور