**پرسشنامه گردشگری**

**مولفه های پرسشنامه :**

|  |  |
| --- | --- |
| **مولفه های پرسشنامه** | **سوالات** |
| **تعداد گردشگران جذب شده** | 1 تا 3 |
| **رضایت گردشگران** | 4 تا 6 |
| **معرفی به گردشگران جدید** | 7 تا 10 |

**سوالات:**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ردیف** | **عوامل** | **کاملا مخالفم** | **مخالفم** | **نطری ندارم** | **موافقم** | **کاملا موافقم** |
| **تعداد گردشگران جذب شده** | | | | | | |
| 1 | استفاده از شبکه های اجتماعی باعث افزایش تعداد گردشگران می شود |  |  |  |  |  |
| 2 | تعداد گردشگران جذب شده با افزایش فعالیت در شبکه های اجتماعی ازدیاد می یابد |  |  |  |  |  |
| 3 | شبکه های اجتماعی تاثیر مثبت بر روی جذب گردشگران دارد |  |  |  |  |  |
| **رضایت گردشگران** | | | | | | |
| 4 | شبکه های اجتماعی رضایت گردشگران را از انتخاب مقصد گردشگری افزایش می­دهد. |  |  |  |  |  |
| 5 | شبکه های اجتماعی رضایت گردشگران را از مقصد گردشگری نشان می دهند |  |  |  |  |  |
| 6 | شبکه­های مجازی در افزایش رضایت گردشگران از مقصدهای جدید انتخابی موثرند. |  |  |  |  |  |
| **معرفی به گردشگران جدید** | | | | | | |
| 7 | در شبکه های اجتماعی می توان مقصد های گردشگری جدید را به دیگران معرفی کرد |  |  |  |  |  |
| 8 | شبکه های اجتماعی باعث آگاهی یافتن مردم از کیفیت مقصدهای گردشگری می شوند |  |  |  |  |  |
| 9 | شبکه های اجتماعی در توسعه گردشگری برای گردشگران جدید موثرند. |  |  |  |  |  |