

# تبیین عوامل مؤثر بر قصد رزرواسیون اینترنتی با تأکید بر احساس و ریسک ادراک شده مشتریان هتل‌های استان گیلان

مهدی جاوید\*, 166,

1395-03-23

این پژوهش با هدف تبیین عوامل مؤثر بر قصد رزرواسیون اینترنتی با میانجی‌گری نقش احساس ایجاد شده و ریسک ادراک شده طبق مدل جیانگ (2013) برای اولین بار در میان مشتریان هتل‌های استان گیلان انجام گرفت. روش پژوهش توصیفی و از نوع همبستگی بود. جامعه آماری پژوهش مشتریانی از هتل‌های استان گیلان بودند که هتل را بصورت اینترنتی رزرو نموده بودند. از میان آنان تعداد 365 نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس به عنوان نمونه انتخاب شدند. اطلاعات مورد نیاز در این پژوهش به روش میدانی و با ابزار پرسشنامه حاوی سئوالات با طیف 5 گزینه‌ای لیکرت جمع‌آوری گردید. روائی پرسشنامه از روش روائی محتوا و پایائی آن از روش آلفای کرونباخ مورد ارزیابی قرار گرفت که پرسشنامه این پژوهش دارای قابلیت اعتماد بود. برای تجزیه و تحلیل داده‌های نمونه از نرم افزار SPSS و برای بررسی فرضیه‌های پژوهش با توجه به غیرنرمال بودن توزیع متغیرها در جامعه آماری از روش حداقل مربعات جزئی تکنیک مدل سازی معادلات ساختاری با کمک نرم افزار PLS Smart 2.0 استفاده شد. همچنین با توجه به همبستگی قابل قبول متغیرهای پژوهش در سطح اطمینان 95 درصد، ضریب معناداری  $t$  از روش بوت استریپ در سطح خطای 5/0 به منظور رد یا تأیید فرضیه‌ها محاسبه گردید. یافته‌های حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که با توجه به تأثیر مثبت و معنادار داشتن اعتبار پایگاه و طراحی و امنیت پایگاه از عوامل کیفیت پایگاه و تأثیر نداشتن خدمات و قابلیت اطمینان بر قصد رزرو اینترنتی از طریق ایجاد احساس مطلوب در مشتریان و تأثیر معنادار نداشتن اعتبار و طراحی، قابلیت اطمینان و امنیت پایگاه و تأثیر نداشتن خدمات بر قصد رزرو اینترنتی از طریق کاهش ریسک ادراک شده می‌توان نتیجه گرفت که کیفیت پایگاه نسبت به شهرت و اعتبار پایگاه تأثیر بیشتری بر قصد رزرو اینترنتی دارد.

کلمات کلیدی : کلید واژه : قصد رزرو اینترنتی- احساس - ریسک ادراک شده

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

[دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه‌ها](#)