

# عوامل تعیین کننده در استفاده از برنامه‌های بازاریابی اینترنتی آژانس‌های مسافرتی و جهانگردی شهر رشت

اسماعیل رضایی\*، دکتر بهروز فتحی واجارگاه،

1396-6-28

آژانس‌های مسافرتی از مهمترین بازیگران صنعت گردشگری می‌باشند که خدمات متنوعی را به مشتریان بخش گردشگری عرضه می‌کنند. این خدمات شامل برنامه‌های حمل و نقل، بسته‌های گردشگری، خدمات بیمه و اقامتگاه می‌شود. در واقع آژانس‌های مسافرتی بیشترین استفاده را در صنعت گردشگری دارند. بر این اساس، پژوهش حاضر به بررسی عوامل تعیین کننده در استفاده از برنامه‌های بازاریابی اینترنتی آژانس‌های مسافرتی و جهانگردی شهر رشت پرداخته است. جامعه آماری این تحقیق، پرسنل آژانس‌های مسافرتی و جهانگردی شهر رشت بودند که تعدادشان به 157 نفر رسید. برای محاسبه حجم نمونه آماری از فرمول کوکران برای جوامع محدود استفاده شد که در نهایت حجم نمونه 135 نفر تعیین گردید. افراد مورد مطالعه به روش نمونه‌گیری غیرتصادفی و به روش خوشه‌ای انتخاب شدند. پژوهش حاضر بر اساس هدف از نوع کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات، تحقیقی توصیفی و از نوع همبستگی بوده است. روش گردآوری اطلاعات میدانی، ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد و به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای SPSS و بودن مناسب، استفاده سهولت، شخصی‌حریم و امنیت که داد نشان تحقیق نتایج، گردید استفاده PLS محصول، فشار مشتری و حمایت دولت تاثیر مثبتی بر استفاده از بازاریابی اینترنتی در آژانس‌های مسافرتی و جهانگردی داشتند، در حالی که متغیرهای نگرش و دانش کارآفرین، در دسترس بودن دانش فنی شرکت و فشار رقبا هیچ گونه تاثیری بر استفاده از بازاریابی اینترنتی در آژانس‌های مسافرتی و جهانگردی ندارند. به طور کلی، نتایج این تحقیق نشان داد که خصوصیات فن‌آوری قابل توجهی بر استفاده از بازاریابی اینترنتی داشتند. پس از آنها فشار مشتری و حمایت دولت بیشترین تاثیر را در رویکرد استفاده از بازاریابی اینترنتی دارند.

کلمات کلیدی : بازاریابی اینترنتی، خصوصیات فن‌آوری، خصوصیات سازمانی، خصوصیات محیطی، آژانس‌های مسافرتی و جهانگردی

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

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