

# تأثیر ابعاد تجارت الکترونیک بر پذیرش بازاربازی الکترونیک توسط مدیران هتل ها و آژانس های مسافرتی در شهر رشت

سید علی اسد\*، 164،

97-6-20

چکیده با توجه به ظرفیت های صنعت گردشگری و اهمیت آن در رشد استان گیلان در زمینه های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی نیاز است تا مشکلات و ضعف های رشد این صنعت در استان گیلان مورد بررسی قرار گیرد. مشکلاتی از جمله ضعف تبلیغات و بازاربازی، عدم اطلاع رسانی جهت معرفی جاذبه های گردشگری و تاریخ استان گیلان، عدم بکارگیری یا بکارگیری نادرست روشهای نوین بازاربازی در مراکز ارائه دهنده خدمات گردشگری، نادیده گرفتن مزایای فراوان بازاربازی الکترونیکی و نامناسب بودن روشهای بازاربازی سنتی فعلی از جمله از ضعف هایی است که مانع رشد صنعت گردشگری در استان شده است. لذا در این پایان نامه الزام استفاده از مزیت های روش های نوین بازاربازی از جمله بازاربازی الکترونیک و نحوه تأثیرپذیری صنعت گردشگری از بازاربازی الکترونیکی و شناسایی عوامل مؤثر بر پذیرش آن در صنعت گردشگری استان گیلان همراه با بررسی اثر متغیرهای سودمندی ادراک شده، سهولت ادراک شده، عوامل فناوری، محیطی و سازمانی بر پذیرش فناوری اطلاعات TAM نیز مورد مطالعه قرار گرفته است. روش تحقیق حاضر با هدف کاربردی و بر اساس روش گردآوری داده ها، توصیفی است. جامعه آماری تحقیق شامل مدیران ارشد هتل ها و آژانس های مسافرتی است که پرسش نامه های استاندارد در بین آنها توزیع شده است. نتایج تحلیل داده های تحقیق با استفاده از نرم افزار SPSS و PLS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. فرضیه ها در سه گروه اصلی هر کدام با زیر مجموع چهار فرضیه تشکیل شده اند. که هدف آن تحقیق در مورد تأثیر عوامل سازمانی، فناورانه، محیطی و سهولت استفاده از فناوری، مزیت نسبی استفاده از فناوری و سازگاری درک شده از آن است. در نهایت نتیجه بررسی و آزمون فرضیه ها به تأیید همه فرضیه ها بوده است که عوامل سازمانی بیشترین تأثیر را داشته است. در همین راستا به مدیران و مسئولین مرتبط در راستای افزایش آموزش تربیت نیروهای متخصص، استفاده از نرم افزارهایی همسو با اهداف و ارزش های سازمان پیشنهادی ارائه شده است. به تولید کنندگان وسایل الکترونیکی و متخصصان فناوری اطلاعات پیشنهاد میشود. تجهیزات مناسب و با قیمت مناسب را ارائه دهند و به هتلها و آژانسهای مسافرتی نیز پیشنهاد میشود تجهیزاتی متناسب با نیازها و اهداف و فرهنگ را مورد استفاده قرار دهند. به هتل های استان گیلان پیشنهاد میشود بکارگیری بازاربازی الکترونیک را در برنامه استراتژیک خود بگنجانند و مقدمات استفاده از ابزارهای بازاربازی الکترونیک را فراهم آورند تا از مزایای این ابزارها بهره مند گردند و گامی در جهت توسعه و پیشرفت صنعت گردشگری استان

بردارند. کلیدواژه: بازاریابی الکترونیک، صنعت گردشگری، عوامل سازمانی، عوامل فناوری ، عوامل محیطی

کلمات کلیدی : بازاریابی الکترونیک، صنعت گردشگری، عوامل سازمانی، عوامل فناوری ، عوامل محیطی

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)  
[دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)