



ارزیابی گرایش رفتاری گردشگران به گردشگری الکترونیکی

فهیمة پارسایی آ*
مهران رضایی ب
منیره عرب جعفری ج

آ عضو باشگاه پژوهشگران جوان دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهاقان، مدرس گروه کامپیوتر، دهاقان، اصفهان، ایران.
ب گروه مهندسی فناوری اطلاعات، دانشکده مهندسی کامپیوتر، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.
ج گروه فناوری اطلاعات، دانشگاه غیر انتفاعی نور طویی، تهران، ایران.

چکیده

اطلاعات مقاله

تاریخچه مقاله:

دریافت: 30 November 2013

اصلاح: 06 February 2014

پذیرش: 27 March 2014

انتشار آنلاین: 05 September 2014

کلمات کلیدی:

گردشگری الکترونیکی، رفتار مشتری، مدل رفتار برنامه‌ریزی شده تجزیه شده، کنجکاوی

گردشگری یکی از منابع اصلی درآمد برای بسیاری از کشورها است و استفاده از اینترنت به عنوان راه جدیدی برای فراهم کردن سرویس‌های متنوع گردشگری (گردشگری الکترونیکی)، در ایران به سرعت رشد می‌کند. اما واضح است که تمرکز بر روی تکنولوژی به تنهایی منجر به موفقیت کسب و کار نمی‌شود. نکته‌ی کلیدی در موفقیت تجارت در گردشگری الکترونیکی تمرکز بر روی مشتریان و رفتار آنها، جهت ایجاد یک رابطه بهتر با آنها است. این تحقیق توسعه‌ی یک مدل مبتنی بر تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده را مد نظر دارد که شامل فاکتورهای موثر بر پیش‌بینی و ارزیابی گرایش گردشگران و مسافران به گردشگری الکترونیکی، هنگام استفاده از وب سایت‌ها و خدمات گردشگری الکترونیکی مانند www.priceline.com و www.expedia.com است. عامل‌های مشخص شده طی این تحقیق از ۲۵۹ پرسش‌نامه بررسی شده‌اند. همچنین برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از معادلات ساخت یافته جهت تست ارتباط فرض‌ها و شناسایی عوامل موثر بر گرایش به استفاده از گردشگری الکترونیکی، استفاده شده است. نتایج این تحقیق نشان داد که هنجار ذهنی و رفتار کنترلی درک شده بر روی گرایش گردشگران در ایران به استفاده از گردشگری الکترونیکی تأثیر بسزایی دارند. همچنین در این تحقیق علاوه بر اینکه ارزیابی مدل و ارتباط بین عوامل موثر بر گرایش به گردشگری الکترونیک تحقیق شده، فاکتورهایی خاص که افراد را به استفاده از گردشگری الکترونیکی سوق می‌دهد، شناسایی شده است. به عنوان مثال علاوه بر عناصر تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده تجزیه شده مشخص می‌شود که کنجکاوی تأثیر بسزایی بر گرایش افراد به این صنعت دارد. نتایج تحقیق برای موسسات و آژانس‌های گردشگری ایرانی جهت پیش‌بینی رفتار گردشگران هنگام استفاده از وب سایت‌های گردشگری الکترونیکی و همچنین توسعه روش‌های مدیریت روابط مشتری در گردشگری الکترونیکی حائز اهمیت است.

© 2014 JComSec. تمامی حقوق محفوظ است.

* نویسنده مسئول.

آدرس‌های رایانامه: fhm.parsaei@gmail.com (ف. پارسایی)،

m.rezaei@eng.ui.ac.ir (م. رضایی)،

Monir.arabjafari@yahoo.com (م. عرب‌جعفری)

تمامی حقوق محفوظ است. © 2014 JComSec. ISSN: 2322-4460

