



بررسی موانع استقرار تجارت الکترونیکی در صنعت گردشگری کشور

علی تاج الدین کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بین الملل^۱

علی نوروزی مبارکه ، استادیار گروه مدیریت ، دانشگاه پیام نور

چکیده

هتل ها و آژانس های هواپیمایی در اکثر کشورهای در حال توسعه و از جمله ایران نقش مهمی در سیستم تجاری، تولید ناخالص داخلی و اشتغال زایی دارند. ما در این پژوهش تلاش نمودیم به شناسایی عوامل مؤثر بر عدم استقرار تجارت الکترونیک در شرکت های هواپیمایی و هتل های مستقر در اصفهان بپردازیم. برای جمع آوری اطلاعات مورد نیاز این تحقیق از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. جامعه ی آماری شامل شرکت های هواپیمایی و هتل های اصفهان می باشد. و در مقطع زمانی سال ۹۵ پس از شناسایی عوامل پنجگانه مؤثر بر استقرار تجارت الکترونیک و آزمون مؤثر بودن آنها در استقرار تجارت الکترونیک و اولویت بندی بر اساس مهمترین عوامل، مشخص گردید که در بین عوامل فرهنگی، هزینه ای ، آمادگی شرکتها ، بازار ، شناخت ، عوامل فرهنگی و هزینه ای از اولویت بیشتری نسبت به سایرین برخوردارند. نتایج نشان از تأثیرگذاری بالای متغیر عوامل فرهنگی جهت استقرار تجارت الکترونیک در شرکت های هواپیمایی و هتل های شهر اصفهان دارد.

کلمات کلیدی : تجارت الکترونیک ، گردشگری ، عوامل فرهنگی ، هزینه ای ، شناخت

مقدمه

^۱ - نویسنده مسوول : a_tajodin@yahoo.com