

تبیین موانع توسعه گردشگری الکترونیک در صنعت گردشگری ایران (مطالعه موردی: شهر

اصفهان)

عاطفه طهمورث^۱، علی صناعی^۲

۱- کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

۲- استاد تمام و عضو هیئت علمی دانشگاه اصفهان

چکیده:

به طور کلی آمارها گویای جایگاه نازل توریست در کشور و سهم ۱٪ ایران از سبد گردشگری جهانی است که شهر اصفهان نیز از این قاعده مستثنی نیست؛ گردشگری الکترونیک سبب رونق بازارهای رسمی و محلی کشورها و نیز توسعه بازاریابی و تبلیغات است که این امر موجب رونق تجارت الکترونیک در سطح ملی و بین المللی می گردد. بنابراین انجام یک مطالعه تحلیلی بر روی گردشگری الکترونیک در شهری مانند اصفهان، موثر بوده و می تواند راهکارهای لازم را پیش روی مدیران صنعت گردشگری به منظور توسعه گردشگری الکترونیک قرار دهد. هدف از این پژوهش تبیین موانع توسعه گردشگری الکترونیک در شهر اصفهان است. این پژوهش از نظر روش تحلیلی-توصیفی است و از نظر هدف پژوهشی کاربردی می باشد. در این پژوهش بر روی موانع توسعه گردشگری الکترونیک در شهر اصفهان، مطالعه ای در قالب پرسشنامه ی محقق ساخته با طیف پنج گزینه ای لیکرت صورت گرفته و میان گردشگران ورودی به اصفهان در تابستان ۱۳۹۵، مدیران و کارشناسان توزیع و سپس در نرم افزار SPSS ۲۲ همبستگی بین متغیرها با متغیر وابسته آزمون شده است. نتایج حاصل نشان می دهد عوامل فرهنگی-اجتماعی، فنی-زیرساختی، انسانی، محیطی و سازمانی-مدیریتی از جمله موانع توسعه گردشگری الکترونیک می باشند.

واژگان کلیدی: گردشگری، گردشگری الکترونیک، شهر اصفهان، تجارت الکترونیک