

شناسایی و رتبه بندی موانع به کارگیری تجارت الکترونیک در امر گردشگری در ایران

محمد ملاکاظمی و حامد سلیمانی

موسسه آموزش غیرانتفاعی علامه قزوینی

چکیده

تجارت الکترونیک در صف مقدم تحولاتی قرار گرفته که شیوه انجام فعالیت های بازرگانی را تغییر می دهد و انقلاب صنعتی قرن بیست و یکم نامیده می شود که با پیدایش اینترنت به سرعت رو به گسترش نهاده است. اگرچه ایران در دستیابی به اینترنت در خاورمیانه پیشگام بوده است، اما موفقیت زیادی در توسعه و استفاده از آن در تجارت، به ویژه در صنعت گردشگری، نداشته است. هدف از این تحقیق شناسایی و رتبه بندی موانع به کارگیری تجارت الکترونیک در امر گردشگری در ایران می باشد. جامعه آماری کلیه مسافران فرودگاه مهرآباد تهران در تابستان ۱۳۹۶ می باشد و حجم نمونه ۱۶۰ نفر تعیین شد. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه محقق ساخته بود که روایی و پایایی آن تایید شد. جمع آوری داده ها از طریق پرسشنامه انجام شد و داده ها جهت آماده سازی و تحلیل های آماری در نرم افزار SPSS 23 وارد گردید. برای تحلیل داده ها از روش تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد. با استفاده از این روش ۵ عامل به عنوان موانع به کارگیری تجارت الکترونیک در امر گردشگری شناسایی شدند. این ۵ عامل با استفاده از آزمون فریدمن رتبه بندی شدند که بر اساس نتایج به ترتیب به صورت علاقمند نبودن گردشگران، ابهام در قوانین و عدم امنیت و جذابیت، موانع مالی و مشکل اینترنت، مشکلات فنی و عدم اعتماد گردشگران رتبه بندی شدند.

واژگان کلیدی: تجارت الکترونیک، موانع به کارگیری تجارت الکترونیک، گردشگری.