

عنوان مقاله:

عوامل موثر بر پذیرش واقعیت مجازی در گردشگری (براساس مدل پذیرش فناوری)

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، دوره 16، شماره 54 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 33

نویسندگان:

عبدالهادی درزیان عزیزی - استادیار گروه مدیریت، دانشگاه شهیدچمران اهواز، اهواز، ایران.

نیلوفر هادیانفر - کارشناس ارشد مدیریت بازاریابی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

عالیه مالکی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه ظهور فناوری های دیجیتال صنعت گردشگری را به طرز چشمگیری تغییر داده است. از جمله این فناوری ها واقعیت مجازی (VR) است. با این وجود، فناوری VR در مقاصد گردشگری در ایران هنوز به طور گسترده مورد استفاده قرار نگرفته است. این پژوهش، نگرش و رفتار کاربران ایرانی را نسبت به پذیرش فناوری VR در گردشگری بررسی می کند. نمونه پژوهش شامل ۲۶۰ بازدید کننده از سه مقصد مختلف به وسیله فناوری VR است. برای جمع آوری داده های پژوهش از پرسشنامه آنلاین و روش نمونه گیری دردسترس استفاده شد. فرضیه های پژوهش با استفاده از نرم افزار Smart-PLS^۳ مورد آزمایش قرار گرفت. با توجه به این که این پژوهش از اولین مطالعاتی است که عوامل موثر بر پذیرش فناوری VR را در میان کاربران ایرانی بررسی می کند، نتایج آن می تواند برای مدیران و بازاریاب های مقاصد گردشگری مفید بوده و آن ها را در استفاده از این فناوری به عنوان یک ابزار بازاریابی ترفیعی و تبلیغاتی موثر یاری رساند.

کلمات کلیدی:

نظریه پذیرش فناوری، گردشگری، فناوری واقعیت مجازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1282852>

