

## عنوان مقاله:

ارزیابی مولفه های ICT در بازاریابی گردشگری با استفاده از تکنیک معادلات ساختاری نمونه موردی استان اردبیل

## محل انتشار:

فصلنامه جغرافیا، دوره 17، شماره 62 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

علیرضا استعلاجی - استاد گروه جغرافیا، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یادگار امام خمینی (ره)، شهرری، تهران، ایران.

علیرضا هاتفی اردکانی - دانشجوی دکتری گروه جغرافیا و برنامه ریزی روستای، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یادگار امام خمینی (ره) شهرری، تهران، ایران.

## خلاصه مقاله:

گردشگری صنعت رو به رشد سالیان اخیر می باشد که دارای سود و اثرات مثبت اقتصادی بسیاری در این زمینه می باشد. به همین سبب بازاریابی مطلوب در این زمینه و جذب مخاطب از اهمیت بالایی برخوردار است و با توجه به پیشرفت صنعت و تکنولوژی در عصر حاضر نیاز است این بازاریابی از طریق فناوری اطلاعات و ارتباطات صورت بپذیرد و شناسایی مقوله های موجود در این زمینه از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. بر همین اساس این تحقیق با هدف ارزیابی مولفه های اساسی آی سی تی در بازاریابی گردشگری با استفاده از معادلات ساختاری نمونه موردی استان اردبیل شکل گرفت و نمونه تحقیق ۳۸۵ نفر از افراد متخصص، کارشناس و صاحب نظر اردبیلی در حیطه مورد بررسی بودند که به شیوه در دسترس هدفمند پرسشنامه محقق ساخته تحقیق را تکمیل نمودند نتایج نشان داد ۴ مولفه امکانات سخت افزاری، نرم افزاری؛ زیر ساخت فن آوری اطلاعات و ارتباطات؛ مدیریت دانش و تخصص و نو آوری و تنوع بکارگیری فناوری اطلاعات عوامل اصلی در تبیین بازاریابی گردشگری بر مبنای ICT می باشند. در بین مولفه های شناسایی شده مقوله زیر ساخت های فناوری اطلاعات و ارتباطات بیشترین اثر مستقیم و نیز نو آوری و تنوع بیشترین اثر غیر مستقیم را دارد و در مجموعه مولفه های شناسایی شده توان تبیین بخش زیادی از متغیر بازاریابی گردشگری را دارا می باشند. بر مبنای نتایج بدست آمده مدل طراحی شده ابزاری کارآمد در شناسایی و ارزیابی اثرات مولفه های بازاریابی گردشگری بر مبنای ICT می باشد

## کلمات کلیدی:

گردشگری، ICT، بازاریابی گردشگری، زیر ساخت فناوری اطلاعات و ارتباطات

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1411967>

