

## عنوان مقاله:

تدوین چارچوب مفهومی و مولفه های موثر بر رضایت و وفاداری پرتال های الکترونیکی حوزه گردشگری

## محل انتشار:

فصلنامه جغرافیا و روابط انسانی، دوره 5، شماره 3 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

## نویسنده:

پریسا الله وردی - گروه برنامه ریزی گردشگری، دانشکده علوم جغرافیایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

امروزه بسیاری از فرایندهای کسب و کار با فضای الکترونیک عجین شده است و در حال حاضر بسیاری از خدمات در فضای مجازی ارائه می شوند. رشد شتابان اینترنت به طور چشمگیری محیط عملیاتی صنعت گردشگری را نیز تغییر داده است. مراکز خدماتی به عنوان یکی از مهم ترین عناصر صنعت گردشگری، خدمات الکترونیک متنوعی را از طریق پورتال های خود در اختیار گردشگران قرار می دهند. در سال های ابتدای توسعه ی اینترنت و کسب و کارهای الکترونیک، سازمان ها و شرکت ها درصدد توسعه ی هر چه بیشتر پورتال، افزایش صفحات وب و جذب هرچه بیشتر بازدید کنندگان به پورتال خود بودند، ولی در سال های اخیر، بهبود کیفیت خدمات پورتال اولویت بالاتری پیدا کرده است. با توجه به اهمیت جلب رضایت ذینفعان در حوزه گردشگری و لزوم ایجاد رقابت بین مراکز گردشگری، این پژوهش بر مبنای مطالعات انجام شده و تطبیق دیدگاههای نظری، اقدام به تدوین چارچوب مفهومی و شناسایی مولفه های رضایت و وفاداری پرتال های الکترونیکی نموده است و از روش تحلیل محتوی استفاده نموده است. براساس ادبیات در دسترس برای سنجش کیفیت خدمات پورتال ها، مدل های مختلفی مورد استفاده قرار گرفته است. یکی از جامع ترین و پیشرفته ترین مدل ها، مدل ای کوال است. این مدل حاصل 4 نسخه ویرایش مدل های وب کوال است. نتایج پژوهش هایی که با استفاده از این مدل صورت گرفته است موید قابلیت بالای آن در سنجش کیفیت خدمات الکترونیک است. این مدل دارای سه بعد "قابلیت استفاده"، "کیفیت اطلاعات" و "تعامل خدمات" است.

## کلمات کلیدی:

وفاداری، رضایت، پرتال الکترونیکی، گردشگری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1690236>

