

## عنوان مقاله:

تاثیر بازاریابی الکترونیک بر توسعه صنعت گردشگری (مطالعه موردی شهر اصفهان)

## محل انتشار:

شانزدهمین همایش ملی پژوهش های نوین در علوم و فناوری (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسندگان:

مریم صداقت - دکتری مدیریت گردشگری دانشگاه علامه طباطبائی

مرتضی بذرافشان - عضو هیات علمی مجتمع آموزش عالی بم ، دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری دانشگاه علامه طباطبائی

ناهید رفیعی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی دانشگاه علم و هنر یزد

## خلاصه مقاله:

اطلاعات شاهرگ حیاتی صنعت گردشگری است؛ بنابراین استفاده موثر از فناوری اطلاعات برای مزیت رقابتی و موفقیت آن اساسی است. هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر بازاریابی الکترونیک بر توسعه صنعت گردشگری (مطالعه موردی شهر اصفهان) می باشد. روش پژوهش توصیفی و پیمایشی و جامعه آماری شامل کلیه ذی نفعان صنعت گردشگری در شهر اصفهان می باشد. تعداد 146 نفر از آنها بر اساس فرمول کوکران به روش نمونه گیری تصادفی هدفمند انتخاب شدند. ابزار اندازه گیری شامل پرسشنامه 15 سوالی محقق ساخته بود. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از روش آماری t تک متغیره استفاده شد. نتایج نشان داد که بازاریابی الکترونیک بر توسعه صنعت گردشگری در شهر اصفهان تاثیر معناداری دارد. همچنین، بر اساس نظرات مردان و زنان گروه نمونه به تفکیک، بازاریابی الکترونیک به طور معناداری بر توسعه صنعت گردشگری در شهر اصفهان تاثیر دارد

## کلمات کلیدی:

بازاریابی الکترونیک، صنعت گردشگری ، اصفهان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/932749>

