

بررسی رابطه بازاریابی گردشگری و فناوری اطلاعات
(مورد مطالعه: هتل های شهر اهواز)
سارا حاجت زاده^۱ و غلامعلی مسرور^{*۱}

۱-گروه مدیریت ، واحدامیدیه ، دانشگاه آزاد اسلامی ،امیدیه ،ایران
۱-گروه مدیریت ، واحدامیدیه ، دانشگاه آزاد اسلامی ،امیدیه ،ایران

چکیده

هدف این پژوهش بررسی رابطه بازاریابی گردشگری و فناوری اطلاعات (مورد مطالعه: هتل های شهر اهواز) می باشد. روش پژوهش حاضر ترکیبی از روش کتابخانه ای و پیمایشی است. از نظر هدف کاربردی، از نظر زمانی مقطعی، از نظر ماهیت و نحوه گردآوری داده ها توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش کارکنان هتل های شهر اهواز است که تعداد آنها ۴۰۵ نفر می باشد، ابزار جمع آوری اطلاعات پرسشنامه کوتا (۲۰۱۶) که در بین نمونه ۱۹۷ نفری که بر اساس روش نمونه گیری تصادفی ساده و به کمک فرمول نمونه گیری جامعه محدود کوکران انتخاب شدند، توزیع و تکمیل گردیده و در تجزیه و تحلیل مورد استفاده قرار گرفت. پایایی پرسشنامه با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ متغیرها و قرار گرفتن تمامی مقادیر در بازه بیش از ۰.۷ مورد تایید قرار گرفت. نرمال بودن متغیرهای پژوهش با آزمون کولموگروف اسمیرنوف بررسی شد ، با توجه به نتایج مدل معادلات ساختاری، برازش مناسب مدل پیشنهادی تأیید شد. نتایج کلی حاصل از فرضیه اصلی و فرضیه های فرعی پژوهش، موید و نشانگر تأیید کلی فرضیه های پژوهش است. با توجه به نتایج پژوهش میتوان ادعا نمود که بین بازاریابی گردشگری و فناوری اطلاعات در هتل های شهر اهواز رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

واژگان کلیدی:

بازاریابی گردشگری، فناوری اطلاعات، هتل های شهر اهواز

* Corresponding author: ایران، امیدیه ، دانشگاه آزاد اسلامی ،امیدیه ،ایران
Email: massroor_prf@yahoo.com