

الزامات هتل داری الکترونیک در صنعت جهانگردی جمهوری اسلامی ایران با تاکید بر هتل داری اسلامی (مطالعه موردی: هتل های شهر تبریز)

رها احتشامی *

مینا نادری *

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۲/۰۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۳/۰۳/۳۱

چکیده

رشد روز افزون و رو به گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات در عصر حاضر باعث گردیده بخشهای مختلف اقتصادی و صنعت نیز از آن بی نصیب نمانند. صنعت جهانگردی به عنوان یک صنعت پویا و در حال رشد نیز به موجب وابستگی زیاد به اطلاعات و ارتباطات در عرصه داخلی و بین المللی توانسته است با استفاده از فن آوری های نوین جایگاه مطلوبی نسبت به سایرین بدست آورد. همچنین انجام سفرهای داخلی و بین المللی نیز تحت تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات قرار گرفته بطوری که در برخی موارد استفاده از این فناوری ها موجب جذابیت بازار جهانگردی در دنیا شده است. لذا این پژوهش سعی دارد با توجه به تاثیر فن آوری اطلاعات و ارتباطات علی الخصوص اینترنت در صنعت جهانگردی به الزامات هتل داری الکترونیک در صنعت جهانگردی جمهوری اسلامی ایران با تاکید بر هتل داری اسلامی در هتلهای شهر تبریز بپردازد. این پژوهش از نوع توصیفی-کاربردی است. جامعه آماری این تحقیق گردشگران در هتل های شهرستان تبریز به تعداد ۵۱۰ نفر بودند. که از طریق جدول مورگان ۲۱۸ نفر برای نمونه انتخاب شدند و جهت گردآوری اطلاعات و داده های مورد نیاز به منظور بررسی سئوالات تحقیق از پرسشنامه استاندارد استفاده شده است. به منظور تایید روایی، از نظر اساتید در این زمینه بهره گرفته شده و به منظور تایید پایایی پرسشنامه ها از آزمون الفای کرونباخ استفاده شده که میزان آن ۰/۹۱ است. به منظور تحلیل سئوالات از آزمون فریدمن و آزمون تی استفاده شد و نتایج نشان داد از نظر گردشگران اعتماد، امنیت، طراحی وب سایت، سرعت را از الزامات هتل داری الکترونیکی می باشند.

واژگان کلیدی

الزامات هتل داری الکترونیک، اعتماد، امنیت، طراحی وب سایت، گردشگری

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ممقان، ایران. (نویسنده مسئول):

raha137174@gmail.com

۲. گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ممقان، ایران. minanaderi77@gmail.com

مقدمه

رشد و گسترش روز افزون شبکه جهانی اینترنت و تاثیر، بکارگیری آن برای پیشبرد خدمات و تبلیغات در سطح شرکتها و موسسات مختلف در عصر حاضر بیش از پیش نمود پیدا کرده است. صنعت جهانگردی و بخشهای مختلف آن همواره توانسته از این فناوری ارتباطی و اطلاعاتی استفاده کرده و به سمت رشد و توسعه با سرعت بیشتری حرکت کند. یکی از اقداماتی که می توان از طریق اینترنت توسط مشتریان صنعت جهانگردی یا گردشگران بسط و گسترش داد خرید اینترنتی است. اینترنت درواقع با حذف نیاز مشتری به مراجعه به شرکت یا مغازه و همچنین جلوگیری از ارتباط رو در رو با کارمند آن شرکت، کار خرید را برای مشتریان آسان می سازد (زارعیان و دیگران، ۱۳۹۰) به طور کلی استفاده از اینترنت به خریداران محصولات و خدمات جهانگردی کمک می کند تا از دسترسی راحت لذت برده و نرخ های متفاوتی را مشاهده کنند که در این صورت در وقت صرفه جویی شده و باعث کاهش هزینه ها و زمان مذاکره با متصدیان می گردد (وو و چانگ^۱، ۲۰۱۵). از اقدامات و لزومات سفر برای گردشگران انتخاب محل اقامت در مقصد مورد نظرشان است که این امر توسط اینترنت امروزه به طور وسیعی انجام می گیرد. از اینرو صاحبان هتل ها و اقامتگاههای جهانگردی با راه اندازی پایگاههای الکترونیکی در اینترنت سعی در ارائه اطلاعات، خدمات و امکاناتشان برای اقامت گردشگران دارند. درواقع پایگاه الکترونیکی یک میانجی و بستری برای نمایندگی یک شرکت است که به عنوان شکلی از یک رسانه هرکس می تواند از آن اطلاعات کسب نماید. به همین ترتیب شرکت می تواند از پایگاه الکترونیکی برای ایجاد یک جامعه آنلاین که اطلاعات و نظرات را هر کجا و هر زمان انتقال می دهد استفاده کند و محصولات و خدمات خود را برای فروش عرضه نماید (چاپروسیت و همکاران^۲، ۲۰۱۱). از اینرو پایگاه الکترونیکی برای هتل ها امروزه در فضای رقابتی رسانه ای و فناوری های نوین یک نیاز تلقی می گردد که می تواند استفاده از روشهای سنتی و پرهزینه برای مشتریان را حذف کند. یک پایگاه الکترونیکی هتل علاوه بر ارائه اطلاعات مورد نیاز در مورد هتل عملیات خرید از آن یا همان ذخیره اتاق (جا) را میسر ساخته و همانطور که اشاره شد مزیت آن نسبت به روشهای سنتی ذخیره اتاق کم هزینه و راحت تر بودن آن است. در واقع یکی از مزایای مهم پایگاه الکترونیکی هتل ها امکان دسترسی به آنها به صورت ۲۴ ساعته و در هفت شبانه روز هفته است (وانگ و لاو^۳، ۲۰۰۵: ۳۱۲). و از آن گذشته این کانال ارتباطی خوشامد گوی مشتریان از سراسر دنیا و بدون محدودیت جغرافیایی می باشد (وانگ و لاو، ۲۰۱۷). اما مساله اصلی که ما در این پژوهش با آن روبرو هستیم یافتن الزامات توسعهی پایگاههای الکترونیک هتل های موجود در شهر تبریز با افزایش میزان گردشگران است. هتل ها می توانند با ایجاد و گسترش پایگاههای الکترونیکی اطلاعات مربوط به هتل را در اختیار مشتریان قرار دهند و امکان ذخیره اتاق پیش از ورود به هتل در مبدا از طریق اینترنت را برای مشتریان فراهم سازد. لذا با توجه به ضرورت تاثیر هتل داری الکترونیکی اسلامی در صنعت جهانگردی این تحقیق با طرح سوال اصلی زیر بدنبال مطالعه تحقیقات و جمع آوری داده ها در صدد برآمد تا پیشنهادات کاربردی جهت بهبود صنعت جهانگردی ارائه نماید. در این پژوهش تلاش شده است که الزامات هتل داری الکترونیک در صنعت جهانگردی جمهوری اسلامی ایران با تاکید بر هتل داری اسلامی مورد بررسی قرار گیرد.

¹ Wu & Chang

² Chaiprasit et al

³ Wong and Law

پیشینه تحقیق نظری

یکی از مهمترین و پرطرفدارین اقامتگاههای جهانگردی هتل ها هستند که جزو دسته بندی تاسیسات جهانگردی عمومی می باشد (جدول ۲-۲). هتل ها مهمانسراهایی هستند که از تعداد اتاقهای زیادی برخوردارند و به غیر از تامین امکانات خواب خدمات دیگری از قبیل تریا، رستوران، استخر، سالنهای بدنسازی و فروشگاههای تهیه سوغات تدارک دیده شده است و همچنین برای جلب مشتریان خاص سالن هایی برای برگزاری سمینار، سخنرانی و جشن های مختلف پیش بینی شده است. (رنجبران و زاهدی، ۱۳۹۰: ۱۰۱) واژه هتل در تصور عمومی در سراسر دنیا از گونه های مختلفی از میهمانخانه ها برداشت می شود و در واقع به صورت پراکنده و در هر منطقه ای تقسیم بندی و درجه هایی برای آنها به نسبت خدمات و میزان تسهیلات و تشکیلاتشان داده می شود. این درجه بندی ها نمایانگر اقداماتی است که در بازار صورت می گیرد تا موجب جذب مسافر و میهمان شود. (گی، ۱۳۸۹: ۹۸)

جهانگردی الکترونیکی انعکاسی است از دیجیتالی کردن تمام فرآیندها و زنجیره های ارزشی صنایع در جهانگردی، مسافرت، مهمانداری و... در سطح تاکتیکی، این امر شامل تجارت الکترونیکی و استفاده از ICT^4 برای افزایش کارایی و کارآمدی سازمانهای جهانگردی است. در سطح راهبردی جهانگردی الکترونیکی تمام فرآیندهای کسب و کار و نیز کل زنجیره ارزش و روابط راهبردی بین سازمانهای جهانگردی و ذینفعان را متحول کرده است. جهانگردی الکترونیکی با استفاده از اینترنت (سیستم های شبکه ای درون سازمانی) برای سازماندهی مجدد فرآیندهای داخلی و اکسترنال (شبکه ها خارج سازمانی با سازمانهای مجاز و خاص) برای توسعه دادوستد با شرکای قابل اعتماد و اینترنت برای روابط متقابل با تمام ذینفعان، مزایای رقابتی را افزایش می دهد. مبحث جهانگردی الکترونیکی شامل تمام عملیات تجاری از قبیل تجارت الکترونیکی، بازاریابی الکترونیکی، مدیریت الکترونیکی، تولید الکترونیکی و... می باشد که در تمام بخشهای صنعت جهانگردی انجام می پذیرد. (بوهاليس، ۱۳۸۶: ۹۷)

با توجه به مبانی نظری، فرضیات پژوهش به شرح زیر تدوین شده است:

سؤال اول: آیا یکی از الزامات هتل داری الکترونیک اسلامی اعتماد گردشگران در هتلهای شهر تبریز میباشد؟

سؤال دوم: آیا یکی از الزامات هتل داری الکترونیک اسلامی امنیت گردشگران در هتلهای شهر تبریز میباشد؟

سؤال سوم: آیا یکی از الزامات هتل داری الکترونیک اسلامی طراحی زیبای و جذاب وب سایت در هتلهای شهر تبریز میباشد؟

سؤال چهارم: آیا یکی از الزامات هتل داری الکترونیک اسلامی سرعت درانتخاب گردشگران در هتلهای شهر تبریز میباشد؟

روش شناسی پژوهش

تحقیق حاضر به لحاظ هدف، کاربردی است چون به دنبال بررسی یک مسئله واقعی و دانش تخصصی می باشد و می تواند نتایج و یافته های حاصل از آن برای مدیران گردشگری مربوطه قابل استفاده باشد و از نظر روش گردآوری داده ها توصیفی و از نوع پیمایشی - تحلیلی است که با اهداف و فرضیه های این تحقیق تطابق دارد، زیرا که این امکان را فراهم می سازد تا به داده های مورد نیاز از طریق طرح نمونه گیری در قالب متغیرهای مورد مطالعه دست یافت و از این طریق روابط بین آنها را مشخص ساخت و در فرآیند تصمیم گیری آتی مدیران گردشگری آنها را به کار گرفت. انتخاب

⁴ Information Communication Technology

شدند. جامعه آماری این تحقیق کلیه گردشگران در هتل های تبریز در سال ۹۸ می باشد که در ایام تعطیلات عید به در طول یک روز به هتل ها مراجعه نمودند. نمونه آماری مناسب برای پژوهش بر اساس فرمول نمونه گیری از جامعه محدود و بر اساس جدول مورگان در سطح خطای ۰/۰۵ درصد محاسبه شد. پرسشنامه پژوهش از طریق مقیاس پنج امتیازی لیکرت (کاملاً مخالفم = ۱، مخالفم = ۲، نظری ندارم = ۳، موافقم = ۴، کاملاً موافقم = ۵) سنجیده شده اند. برای آزمون فرضیه پژوهش، ابتدا پایایی و قابلیت اعتماد پرسشنامه ها از طریق ضریب آلفای کرونباخ بررسی شد. این ضریب برای تمام متغیرهای مدل مفهومی پژوهش بیشتر از ۰/۷ به دست آمد؛ رقم به دست آمده اعتبار و سازگاری درونی مناسب سازه های پژوهش را نشان می دهد (جدول ۱).

جدول ۱: آلفای کرونباخ متغیرها

متغیر	آلفای کرونباخ	آلفای کرونباخ کلی
پایگاه الکترونیکی هتل	۰/۸۹۹	۰/۹۱۳
پایگاه الکترونیکی رابط	۰/۹۱۲	
تلفن	۰/۸۵۲	
آژانس جهانگردی	۰/۸۶۹	
بدون ذخیره	۰/۸۷۰	

روش تجزیه و تحلیل داده ها

محققان عمدتاً به دنبال تحلیل و تبیین داده های و متغیرهای مورد نظر می باشند. به همین دلیل سعی می کنند با استفاده از آمار استنباطی به بررسی روابط بین متغیرها، تفاوت موجود در بین گروه های مورد مطالعه و یا تبیین متغیر وابسته از طریق مستقل و غیره بپردازد. در این سطح از تحلیل، محقق همواره با بیش از یک متغیر سرو کار دارد که برای تحلیل و تبیین آنها از آزمونهای آماری مختلف که هر یک تحت شرایط خاصی به کار گرفته می شوند استفاده می گردد.

سوال اصلی: الزامات هتل داری الکترونیکی در صنعت جهانگردی جمهوری اسلامی ایران با تاکید بر هتل داری اسلامی کدامند؟

جهت بررسی و اولویت بندی الزامات هتل داری الکترونیکی در سنجش جهانگردی جمهوری اسلامی ایران از آزمون ناپارامتری رتبه ای فریدمن استفاده شد. نتایج این آزمون در جدول ۲ ارائه شده است. در این آزمون مولفه ها بر اساس بزرگی میانگین رتبه ای، رتبه بندی می شوند و هر مولفه ای که دارای میانگین رتبه ای بزرگتری در بین سایر مولفه ها باشد از اهمیت بالاتری برخوردار است.

جدول ۲. جدول نتایج آزمون رتبه بندی فریدمن الزامات هتل داری الکترونیکی

مؤلفه	رتبه	میانگین رتبه
اعتماد	۳	۲,۲۵
امنیت	۱	۲,۵۹
طراحی وب سایت	۲	۲,۵۷
سرعت	۱	۲,۵۹
آماره خی-دو آزمون: ۲۰/۵۰۷	سطح معناداری: $p < ۰/۰۰۱$	

با توجه به جدول اولویت بندی ۲ اختلاف معناداری بین الزامات هتل داری الکترونیکی در جامعه ی مورد پژوهش وجود دارد. بر اساس میانگین رتبه های بدست آمده از بین الزامات هتل داری الکترونیکی ، مؤلفه های امنیت و سرعت در انتخاب با میانگین رتبه ۲/۵۹ در اولویت اول اهمیت قرار گرفته اند. مؤلفه ی طراحی وب سایت و اعتماد نیز به ترتیب در رده های دوم و سوم اهمیت را به خود اختصاص داده اند.

سؤال اول: آیا یکی از الزامات هتل داری الکترونیک اسلامی ذخیره آنلاین برای اعتماد گردشگران در هتلهای شهر تبریز میباشد؟

برای این سوال از تکنیک آماری آزمون تی (*one sample T test*) با میانگین فرضی 3 ، استفاده شده است.

جدول ۳. آزمون سوال اول

متغیر	فراوانی	میانگین	T	Df	Sig
گردشگران خارجی	۴۲	۴,۱۴	۱۱,۵	۴۱	۰,۰۰۰
گردشگران داخلی	۱۷۶	۳,۸۵	۱۷,۸۶	۱۷۵	۰,۰۰۰

گردشگران خارجی: براساس جدول بالا میزان فراوانی گردشگران خارجی ۴۲ نفر و میانگین ۴,۱۴ می باشد و از میزان فرضی ۳ بیشتر است، میزان تی $T = 11.5$ می باشد، مقدار مثبت T نشان دهنده ی این است که میزان اعتماد به ذخیره آنلاین توسط گردشگران خارجی بیشتر از میزان فرضی ۳ می باشد. مقدار سطح معنی داری $Sig = 0.000$ شده است. بنابراین بخاطر این که مقدار میانگین بیشتر از میزان ۳ شده نشانگر این است بین میانگین مشاهده شده و میانگین فرضی تفاوت معنی داری وجود دارد و انتظار می رود که در جامعه هم این معنی داری مشاهده شود.

گردشگران داخلی: براساس جدول بالا میزان فراوانی گردشگران داخلی ۱۷۶ نفر و میانگین ۳,۸۵ می باشد و از میزان فرضی ۳ بیشتر است، میزان تی $T = 17.86$ می باشد، مقدار مثبت T نشان دهنده ی این است که میزان اعتماد به ذخیره آنلاین توسط گردشگران داخلی بیشتر از میزان فرضی ۳ می باشد. مقدار سطح معنی داری $Sig = 0.000$ شده است. بنابراین بخاطر این که مقدار میانگین بیشتر از میزان ۳ شده نشانگر این است بین میانگین مشاهده شده و میانگین فرضی تفاوت معنی داری وجود دارد و انتظار می رود که در جامعه هم این معنی داری مشاهده شود.

سؤال دوم: آیا یکی از الزامات هتل داری الکترونیک اسلامی ذخیره آنلاین برای امنیت گردشگران در هتلهای شهر تبریز میباشد؟

برای این سؤال از تکنیک آماری آزمون تی (*one sample T test*) با میانگین فرضی ۳، استفاده شده است.

جدول ۴. آزمون سؤال دوم

متغیر	فراوانی	میانگین	T	Df	Sig
گردشگران خارجی	۴۲	۴,۱۲	۱۱,۴۵	۴۱	۰,۰۰۰
گردشگران داخلی	۱۷۶	۳,۸۴	۱۷,۸۶	۱۷۵	۰,۰۰۰

گردشگران خارجی: براساس جدول بالا میزان فراوانی گردشگران خارجی ۴۲ نفر و میانگین ۴,۱۲ می باشد و از میزان فرضی ۳ بیشتر است، میزان تی $T = 11.45$ می باشد، مقدار مثبت T نشان دهنده ی این است که میزان امنیت ذخیره آنلاین

از نظر گردشگران خارجی بیشتر از میزان فرضی ۳ می باشد. مقدار سطح معنی داری $Sig=0.000$ شده است. بنابراین بخاطر این که مقدار میانگین بیشتر از میزان ۳ شده نشانگر این است بین میانگین مشاهده شده و میانگین فرضی تفاوت معنی داری وجود دارد و انتظار می رود که در جامعه هم این معنی داری مشاهده شود.

گردشگران داخلی: براساس جدول بالا میزان فراوانی گردشگران داخلی ۱۷۶ نفر و میانگین ۳٫۸۴ می باشد و از میزان فرضی ۳ بیشتر است، میزان تی $T=17.86$ می باشد، مقدار مثبت T نشان دهنده ی این است که میزان امنیت ذخیره آنلاین از نظر گردشگران داخلی بیشتر از میزان فرضی ۳ می باشد. مقدار سطح معنی داری $Sig=0.000$ شده است. بنابراین بخاطر این که مقدار میانگین بیشتر از میزان ۳ شده نشانگر این است بین میانگین مشاهده شده و میانگین فرضی تفاوت معنی داری وجود دارد و انتظار می رود که در جامعه هم این معنی داری مشاهده شود

سؤال سوم: آیا یکی از الزامات هتل داری الکترونیک اسلامی ذخیره آنلاین با طراحی زیبای و جذاب وب سایت در هتلهای شهر تبریز میباشد؟

برای این سؤال از تکنیک آماری آزمون تی ($one\ sample\ T\ test$) با میانگین فرضی ۳، استفاده شده است.

جدول ۵. آزمون سؤال سوم

متغیر	فراوانی	میانگین	T	Df	Sig
گردشگران خارجی	۴۲	۳	۰٫۰۰	۴۱	۰٫۰۱
گردشگران داخلی	۱۷۶	۳٫۰۱	۵٫۱۱	۱۷۵	۰٫۰۰۰

گردشگران خارجی: براساس جدول بالا میزان فراوانی گردشگران خارجی ۴۲ نفر و میانگین ۳ می باشد و مساوی با میزان فرضی ۳ است، میزان تی $T=0.00$ می باشد، مقدار سطح معنی داری $Sig=0.1$ شده است. بنابراین بخاطر این که مقدار میانگین مساوی با میزان ۳ شده نشانگر این است بین میانگین مشاهده شده و میانگین فرضی تفاوت معنی داری وجود ندارد و انتظار می رود که در جامعه هم این عدم معنی داری مشاهده شود.

گردشگران داخلی: براساس جدول بالا میزان فراوانی گردشگران داخلی ۱۷۶ نفر و میانگین ۳٫۰۱ می باشد و از میزان فرضی ۳ بیشتر است، میزان تی $T=5.11$ می باشد، مقدار مثبت T نشان دهنده ی این است که ترجیح روش های سنتی برای ذخیره اتاق از نظر گردشگران داخلی بیشتر از میزان فرضی ۳ می باشد. مقدار سطح معنی داری $Sig=0.000$ شده است. بنابراین بخاطر این که مقدار میانگین بیشتر از میزان ۳ شده نشانگر این است بین میانگین مشاهده شده و میانگین فرضی تفاوت معنی داری وجود دارد و انتظار می رود که در جامعه هم این معنی داری مشاهده شود.

سؤال چهارم: آیا یکی از الزامات هتل داری الکترونیک اسلامی ذخیره آنلاین برای سرعت درانتخاب گردشگران در هتلهای شهر تبریز میباشد؟

برای این سؤال از تکنیک آماری آزمون تی ($one\ sample\ T\ test$) با میانگین فرضی ۳، استفاده شده است.

جدول ۶. آزمون سؤال چهارم

متغیر	فراوانی	میانگین	T	Df	Sig
گردشگران خارجی	۴۲	۳٫۹	۹٫۰۳	۴۱	۰٫۰۰۰
گردشگران داخلی	۱۷۶	۴٫۰۱	۳۴٫۲۴	۱۷۵	۰٫۰۰۰

گردشگران خارجی: براساس جدول بالا میزان فراوانی گردشگران خارجی ۴۲ نفر و میانگین ۳,۹ می باشد و از میزان فرضی ۳ بیشتر است، میزان تی $T=9.03$ می باشد، مقدار مثبت T نشان دهنده ی این است که ترجیح روش های نوین برای ذخیره اتاق از نظر گردشگران خارجی بیشتر از میزان فرضی ۳ می باشد. مقدار سطح معنی داری $Sig=0.000$ شده است. بنابراین بخاطر این که مقدار میانگین بیشتر از میزان ۳ شده نشانگر این است بین میانگین مشاهده شده و میانگین فرضی تفاوت معنی داری وجود دارد و انتظار می رود که در جامعه هم این معنی داری مشاهده شود.

گردشگران داخلی: براساس جدول بالا میزان فراوانی گردشگران داخلی ۱۷۶ نفر و میانگین ۴,۰۱ می باشد و از میزان فرضی ۳ بیشتر است، میزان تی $T=34.24$ می باشد، مقدار مثبت T نشان دهنده ی این است که ترجیح روش های نوین برای ذخیره اتاق از نظر گردشگران داخلی بیشتر از میزان فرضی ۳ می باشد. مقدار سطح معنی داری $Sig=0.000$ شده است. بنابراین بخاطر این که مقدار میانگین بیشتر از میزان ۳ شده نشانگر این است بین میانگین مشاهده شده و میانگین فرضی تفاوت معنی داری وجود دارد و انتظار می رود که در جامعه هم این معنی داری مشاهده شود.

نتایج و پیشنهادات

امروزه، صنعت گردشگری به عنوان یکی از مهم ترین بخش های اقتصاد جهانی، نقشی کلیدی در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورها ایفا می کند. جمهوری اسلامی ایران نیز با دارا بودن جاذبه های تاریخی، فرهنگی و طبیعی فراوان، پتانسیل بالایی برای توسعه این صنعت دارد. در این راستا، هتل داری الکترونیکی به عنوان زیرمجموعه ای از تجارت الکترونیکی، می تواند نقش موثری در ارتقای کیفیت خدمات گردشگری، افزایش رضایت مندی مشتریان و در نهایت، رونق صنعت گردشگری در ایران ایفا کند. در مساعدت تجربی و اجرایی این پژوهش در این است که بر اساس یافته های آن، مدیران می توانند با درپیش گرفتن رویکردی پویا، به هتل داری الکترونیکی در صنعت جهانگردی جمهوری اسلامی ایران توجه کنند. این مفاهیم باید به عنوان فرآیندهایی نظاممند مورد توجه قرار گیرند تا بتوانند به پیشبرد اهداف راهبردی و ارتقای اثر بخش هتل داری اسلامی مساعدت کنند. در این راستا، توسعه هتل داری الکترونیکی باید با ایجاد ساختارها، فرآیندها و سیستم های مناسب، و توسعه روابط اثر بخش و تعاملی هم افزا بین این متغیرها ایجاد کنند تا بتوانند از اینها برای خلق ارزش بهره برداری در صنعت هتل داری الکترونیکی کنند. به علاوه نتایج حاصله از آزمون تی نشان داد فرضیه تایید میشود و با توجه به نتایج این فرضیه و اقبال گردشگران نسبت به استفاده از اینترنت برای انجام عملیات ذخیره سازی اتاق هتلها پیشنهاد می گردد که نهادهای فعال در امر جهانگردی نظیر دفاتر خدمات جهانگردی و هتل ها خود را بیشتر و بهتر با فن آوری های نوین وفق دهند.

نتایج حاصله از آزمون تی نشان داد فرضیه تایید میشود پس پیشنهاد میشود با اهمیت بودن ذخیره اتاق از طریق پایگاه الکترونیکی هتلها که مسافران به آن اشاره کردند و نظر به اینکه در طول مطالعه مشاهده گردید تعدادی هتل های تبریز این امکان را بجز چند مورد در پایگاه های خود قرار نداده اند لذا پیشنهاد می گردد هتلها نسبت به راه اندازی نظام ذخیره اتاق به طور اختصاصی اهتمام ورزند.

با توجه به نتیجه کلی نشان می دهد در کل استقبال گردشگران از فن آوری های نوین زیاد است و نتیجه ای همچون افزایش میل به سفر همراه با احساس راحتی بوجود آید پیشنهاد می گردد بخشهای خصوصی و دولتی در این زمینه همکاری کرده تا شاهد رشد بیشتر و بهتر جهانگردی در ایران و خصوصا در شهر تبریز باشیم. با توجه به شرایط خاص

فرهنگی و اجتماعی حاکم بر جمهوری اسلامی ایران، هتل داری الکترونیکی در این کشور با چالش‌ها و الزامات خاصی روبرو است. برخی از این الزامات عبارتند از:

- **رعایت موازین شرعی در ارائه خدمات الکترونیکی:** کلیه خدمات ارائه شده به صورت آنلاین، باید مطابق با احکام شرعی و ارزش‌های اسلامی باشد.
- **توجه به فرهنگ و ارزش‌های ایرانی در طراحی و ارائه خدمات الکترونیکی:** رابطه کاربری و محتوای ارائه شده در وبسایت‌ها و اپلیکیشن‌های هتل داری الکترونیکی، باید با فرهنگ و ارزش‌های ایرانی سازگار باشد.
- **حفظ حریم خصوصی اطلاعات مشتریان:** اطلاعات شخصی مشتریان باید به طور کامل حفظ شده و از هرگونه سوء استفاده از آنها جلوگیری شود.
- **ارائه خدمات پشتیبانی به زبان فارسی:** خدمات پشتیبانی به مشتریان باید به زبان فارسی ارائه شود تا کلیه افراد بتوانند به راحتی از آنها استفاده کنند.
- **آموزش کارکنان هتل در زمینه استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات:** کارکنان هتل باید به طور کامل آموزش ببینند تا بتوانند از فناوری اطلاعات و ارتباطات برای ارائه خدمات بهتر به مشتریان استفاده کنند.

پیشنهادهای کاربردی مدیریتی:

- برای تحقق هتل داری الکترونیکی در ایران با تاکید بر هتل داری اسلامی، می‌توان اقدامات زیر را انجام داد:
- **تدوین و ابلاغ دستورالعمل‌ها و ضوابط مربوط به هتل داری الکترونیکی:** سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی باید دستورالعمل‌ها و ضوابط مربوط به هتل داری الکترونیکی را تدوین و به کلیه هتل‌ها ابلاغ کند.
- **ایجاد زیرساخت‌های لازم برای توسعه هتل داری الکترونیکی:** باید زیرساخت‌های لازم برای توسعه هتل داری الکترونیکی در کشور، مانند دسترسی به اینترنت پرسرعت و ارائه خدمات پرداخت الکترونیکی، فراهم شود.
- **حمایت از شرکت‌های فعال در زمینه هتل داری الکترونیکی:** دولت باید از شرکت‌های فعال در زمینه هتل داری الکترونیکی با ارائه تسهیلات و مشوق‌های لازم حمایت کند.
- **افزایش آگاهی و دانش مدیران هتل‌ها از مزایای هتل داری الکترونیکی:** باید با برگزاری دوره‌های آموزشی و سمینارهای تخصصی، آگاهی و دانش مدیران هتل‌ها از مزایای هتل داری الکترونیکی افزایش یابد.
- **ترویج فرهنگ استفاده از هتل داری الکترونیکی در بین مردم:** با استفاده از رسانه‌ها و ابزارهای تبلیغاتی، باید فرهنگ استفاده از هتل داری الکترونیکی در بین مردم ترویج شود.

محدودیت

در تمامی پژوهش‌هایی که انجام می‌شود، محدودیت‌ها جزء جدا نشدنی تحقیق هستند. همین محدودیت‌ها باعث می‌شود که شرایط را برای تحقیقات آتی فراهم می‌سازد. این تحقیق نیز از این قاعده مستثنی نبود. یکی از مشکلات پژوهش حاضر در ارتباط با محدودیت در دسترسی به منابع مرتبط به موضوع هتل داری الکترونیک و اجزای آن در کتابخانه‌ها، دانشگاه‌ها و ... می‌باشد.

منابع

- احمدی، زهرا. عنوان عوامل موثر در هتل داری الکترونیکی اسلامی پایان نامه ارشد دانشگاه اصفهان، ۱۳۹۵.
- بوهالیس، دیمتریوس، جهانگردی الکترونیکی- فناوری اطلاعات برای مدیریت راهبردی جهانگردی، ترجمه گروهی دانشجویان کارشناسی ارشد، تهران، انتشارات پندار پارس، چاپ دوم ۱۳۸۶.
- پاپلی تبریزی، محمد حسین، سقایی، مهدی، جهانگردی (ماهیت و مفاهیم)، تهران، انتشارات سمت، ۱۳۸۵.
- رفیع پور، فرامرز، **کند و کاوها و پنداشته‌ها**. تهران: شرکت سهامی انتشار. چاپ چهاردهم، ۱۳۸۳.
- رنجبران، بهرام، زاهدی، محمد، شناخت جهانگردی، اصفهان، انتشارات چهارباغ، چاپ دهم ۱۳۹۰.
- زارعیان، کامران، محمد علی رجایی، شبنم قلمی، مریم هاتفی، الزامات توسعه پایدار جهانگردی الکترونیکی و نقش آن در صنعت هتل داری، همایش جهانگردی و توسعه پایدار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، تیر ماه ۱۳۹۰.
- ضرغام بروجنی، حمید، برنامه ریزی توسعه جهانگردی رویکردی همپوند و پایدار، تهران، انتشارات مهکامه، چاپ دوم ۱۳۹۱.

Bai, Billy, Law, Rob, Wen, Ivan, (2008), The impact of website quality on customer satisfaction and purchase intentions: Evidence from Chinese online visitors, *International Journal of Hospitality Management* 27, 391-402.

Buhalis D, Law R., (2008), Progress in information technology and tourism management: 20 years and 10 years after the internet - the state of eTourism research, *Tourism Management* 29(4): 609-623.

Cassedy, K., (2001), Know your online customer forrester research creates technologies, *HSMAI Spring*, 18-22.

Chaiprasit, Kemakorn, Jariangprasert, Nittaya, Chomphunut, Apichart, Naparat, Damrongsak, Jaturapataraporn, Jairat, (2011), Tourism Expectations Tward Travel And Tourism Websites In Thiland, *International Business & Economics Research Journal*, vol (10), nom. 3, 41-50.

Cheung, Catherine, Hu, Tao and Law, Rob, (2009), Does the Usability Experienced Performance of Travel Websites in China Meet Users' Expectation?, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 14: 3, 255 — 266.

Chiang, Leong Choon, (2013), Effectiveness of the hotel websites in Singapore: A perspective from Business-to-Business (B2B) organisations, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 8: 2, 38 — 47.

Gyehee Lee, Liping A. Cai, Joseph T. O'leary, (2016), An analysis of brand-building elements in the US state tourism websites, *Tourism Management* 27, 815-828.

Werthner, H. & Ricci, F., (2014), E-Commerce and Tourism, *Communication of the ACM*, 47 (12), 101-105.

Wong, James, Law, Rob, (2015), Analyzing the intention to purchase on hotel websites: a study of travelers to Hong Kong, *Hospitality Management* 24, 311-329

Woo Gon Kim, Xiaojing Ma, Dong Jin Kim, (2006), Determinants of Chinese hotel customers' e-satisfaction and purchase intentions, *Tourism Management* 27, 890-

The requirements of electronic hotel management in the tourism industry of the Islamic Republic of Iran

With an emphasis on Islamic hotel management

(Case study: Tabriz city hotels)

Raha Ehteshami¹
Mina Naderi²

ABSTRACT

The increasing growth and expansion of information and communication technology in today's era has caused various economic and industrial sectors to not be deprived of it. The tourism industry, as a dynamic and growing industry, has been able to gain a favorable position compared to others due to its high dependence on information and communication in the domestic and international arenas by using new technologies. Also, domestic and international travel has been affected by information and communication technology, so that in some cases the use of these technologies has made the tourism market attractive in the world. Therefore, this research tries to address the requirements of electronic hotel management in the tourism industry of the Islamic Republic of Iran with an emphasis on Islamic hotel management in the hotels of Tabriz city, taking into account the impact of information and communication technology, especially the Internet, in the tourism industry. This research is descriptive-applied. The statistical population of this research was 510 tourists in Tabriz hotels. 218 people were selected as a sample through Morgan's table, and a standard questionnaire was used to collect the information and data needed to investigate the research questions. In order to confirm the validity, the opinion of the professors was used in this field, and in order to confirm the reliability of the questionnaires, the Cronbach's alpha test was used, the rate of which is 0.91. In order to analyze the questions, Friedman's test and T-test were used and the results showed that according to tourists, trust, security, website design, and speed are requirements of electronic hotel management.

KEYWORDS

Islamic electronic hotel requirements, trust, security, website design, tourism

¹ MA Student, Department of Management, Islamic Azad University, Momaghan Branch, Iran (Responsible author: raha137174@gmail.com)

² Department of Management, Islamic Azad University, Momaghan Branch, Iran (minanaderi77@gmail.com)