

## از رواق نقره تا درب الکترونیک:

نگاهی به پذیرش و بکارگیری یکپارچه فناوری‌های نوین در عرصه گردشگری

محمدعلی سرلک<sup>۱</sup>

مجید ضمّاهنی<sup>۲</sup>

فاطمه تولایی<sup>۳</sup>

### چکیده

آنچه فضای عصر حاضر را با اعصار گذشته متمایز می‌نماید، راهبردهای بکارگیری فناوری در راستای خدمت‌رسانی به خواسته‌های بشر است. فناوری در جهت پاسخگویی به جنبه‌های مختلف نیازهای بشری، مزایا و چالش‌هایی را با خود به همراه می‌آورد که ضرورت دارد به آن‌ها پرداخته شود. در این میان، دستاوردهای فناوری برای عرصه گردشگری مورد توجه است. در این پژوهش که در یکی از مراکز مهم گردشگری مذهبی - فرهنگی در شیراز انجام خواهد گرفت این موضوع بررسی می‌گردد. جامعه آماری را کاربران فناوری اعم از زائرین و کارمندان تشکیل خواهد داد. انتظار می‌رود که انتظارات عملکردی، نفوذ اجتماعی، و شرایط تسهیل‌کننده بر نیت رفتاری افراد و بکارگیری سیستم‌های نوین اثرگذار باشد. هم‌چنین این پژوهش از مطالعات نوین در معرفی مدل یکپارچه پذیرش و بکارگیری فناوری در عرصه گردشگری می‌باشد.

**واژگان کلیدی:** حرم مطهر حضرت شاه‌چراغ<sup>(ع)</sup>، گردشگری، تئوری یکپارچه پذیرش فناوری

<sup>۱</sup> استادتمام دانشگاه پیام‌نور، گروه مدیریت، تهران، ایران Sarlak1@yahoo.com

<sup>۲</sup> دانشیار دانشگاه پیام‌نور، گروه مدیریت، تهران، ایران Zamaheni@yahoo.com

<sup>۳</sup> دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه پیام‌نور، گروه مدیریت، تهران، ایران f\_tavallaee@yahoo.com

## مقدمه

آیا فناوری به تنهایی می‌تواند موجب رشد و ارتقا سطح کیفی خدمات و رضایت مندی مخاطبین گردد؟ بر کسی پوشیده نیست که عدم بکارگیری فناوری‌های نوین در دنیای امروز و در پی آن عدم پیدایش استانداردهای مشخص جهت الگوهای جدید زندگی و تطابق با آن‌ها، می‌تواند موجب پیامدهایی باشد که راحتی، امنیت و آسایش را برای افراد در سطوح مختلف زندگی و کار به مخاطره اندازد. اما تصور آنکه، این کالبد بی‌جان، به تنهایی بتواند موجب ارتقا خدمات و تولیدات گردد، در نهایت با شکست روبرو خواهد شد. آنگونه که ونکنتاش و بال لا (۲۰۰۸) بیان می‌کنند، مجموعه‌های بسیاری علی‌رغم دستیابی به تکنولوژی‌های نوین و سرمایه‌گذاری‌های کلان در این حوزه، موفق به ارتقا خود نشده‌اند که دلیل آن پذیرش فناوری در سطح پایین می‌باشد. مطالعات نشان می‌دهد که این بررسی‌ها دامنه گسترده‌ای در زمینه‌های گوناگون نظیر مجموعه‌های آموزشی (راکا، چپو، ۲۰۱۱، مارتینز، پینو، ۲۰۰۶)، پزشکی (چپو، و ایسینچ، ۲۰۱۰، هیلمازیام، ۲۰۱۰، فیتز، ۲۰۱۰)، رسانه (کورتیس، ۲۰۱۰)، دولت الکترونیک (الشافی، یثو و مورفی، ۲۰۰۷، الشافی، ویراکودی، ۲۰۰۹، الصبحی، ۲۰۱۱، سوکی و رامایاه، ۲۰۱۰، ساهو و گوپتا، ۲۰۰۷، هانگ، ۲۰۰۷، چان، ۲۰۱۰، ویراکودی، ۲۰۰۹)، و مجموعه‌های بزرگ (پاهلک و بک، ۲۰۰۹) را در بر می‌گیرد. با ورود تکنولوژی و تغییر سبک الگوی زندگی در بسیاری موارد، عدم تطابق با فناوری‌های روز می‌تواند عدم رضایت‌مندی، سرعت و کیفیت پایین ارائه خدمات، در دسترس نبودن، و تحمیل هزینه به مجموعه‌ها و مخاطبین آن‌ها گردد. از سوی دیگر همانطور که گفته شد، عدم پذیرش فناوری علی‌رغم وجود آن، می‌تواند موجب شکست و از دست رفتن سرمایه گردد. لذا در رابطه با این موضوع، مدل‌های فراوانی پیرامون مبحث پذیرش فناوری‌های نوین وجود دارد و پژوهشگران بی‌شماری در تحقیقات خود به آنها پرداخته‌اند. اما همانطور که بیان شد، این پژوهش‌ها بیشتر در زمینه‌های صنعتی، پزشکی، دولت الکترونیک و آموزش بوده‌اند و در مراکز فرهنگی و گردشگری و مذهبی کمتر دیده می‌شوند. لذا این پژوهش برآن است تا به معرفی مدل‌های پذیرش فناوری و پس از آن بررسی پذیرش و بکارگیری فناوری در بستری فرهنگی، مذهبی و گردشگری بپردازد. نتایج این مطالعه می‌تواند مورد استفاده مدیران و خطمشی‌گذاران مجموعه‌های عمومی علی‌الخصوص گردشگری، فرهنگی و مذهبی قرار گیرد و با توجه به دید جدیدی که به مدیران مجموعه در امر پذیرش فناوری‌های نوین می‌دهد، آن‌ها را در سیاست‌گذاری‌های مجموعه یاری داده و موجب بهبود عملکرد و ارتقا سطح بهره‌وری در بکارگیری فن‌آوری‌های نوین می‌شود.

## ۱- گردشگری و فناوری

خواسته گردشگران در دنیای امروز، سرعت، دقت، کاهش هزینه و رضایت از دسترسی به اطلاعات است. فناوری این امکان را فراهم می‌آورد تا گردشگران بتوانند راحتی و رضایت مندی بیشتری را در این زمینه

بدست آوردند. اما به راستی فناوری چه دستاوردهایی برای گردشگری قرن ۲۱ پدید آورده است؟ وانگ و همکاران، در تحقیق خود که در سال (۲۰۱۶) انجام گرفته است، به وجود وبسایت جاذبه‌های گردشگری، اپلیکیشن موبایل، وایفای رایگان، دسترسی به اطلاعات آنلاین، پاسخگویی سریع، صفحه الکترونیکی، خدمات پیام‌رسان کوتاه و پیام‌های چندرسانه‌ای، سیستم راهنمای هوشمند، نقشه گردشگری مجازی، سیستم‌های ورودی الکترونیکی (درب ورودی الکترونیکی)، محیط هوشمند، نظارت هوشمند بر جریان گردشگری، کنترل ازدحام، پیش‌بینی جریان گردشگری، برنامه‌ریزی هوشمند وسایل حمل و نقل، تدابیر حفاظتی و امنیتی در ازدحام جمعیت، تجربه مجازی گردشگری و اجتماع مجازی گردشگری و غیره پرداخته‌اند. دامنه گسترده بکارگیری فناوری در عرصه گردشگری با توجه به آنچه وانگ بیان می‌کند، نشان از اهمیت پرداختن به این موضوع می‌باشد.

## ۲- معرفی مدل‌های پذیرش فناوری

مدل‌های پذیرش فناوری در سطوح و ابعاد مختلفی تعریف شده‌اند، اما با توجه به زمینه فرهنگی، مذهبی، و گردشگری این مطالعه، و نقش بسیار مهم عوامل انسانی، با استفاده از مدل یکپارچه پذیرش و بکارگیری فناوری (UTAUT)، به ارزیابی پذیرش فناوری در بعد فردی خواهد پرداخت. غلامی اول، علی‌رضا، (۱۳۹۰)، در پژوهش خود به مدل‌های پذیرش پرداخته است که به برخی از مهم‌ترین آن‌ها در ادامه به طور خلاصه اشاره می‌گردد:

## ۳- مدل پذیرش فناوری<sup>۱</sup>

فرد دیویس در سال ۱۹۸۶، با معرفی مدل پذیرش فناوری، بیان داشت که چگونه نگرش‌ها و باورها به کاربرد اشیا می‌تواند منجر به رفتار گردد. علاوه بر آن، او هنجارهای ذهنی را نیز که ناشی از باورهای هنجاری و انگیزش برای همراهی با آن می‌باشد، بر رفتار واقعی انسان موثر می‌دانست. در نهایت دیویس مدل خود را بر اساس عوامل فایده ادراک شده، و راحتی ادراک شده از سوی کاربر، تنظیم کرد.

## ۴- تئوری نهادی<sup>۲</sup>

تئوری نهادی، تاکید دارد که محیط‌های نهادی اهمیت کلیدی بر شکل‌دهی ساختار مجموعه‌ها دارند. هم‌چنین بیان می‌دارد که تصمیمات سازمانی تنها بر اساس کارایی نیستند و عوامل فرهنگی، اجتماعی و مشروعیت بخشی را نیز شامل می‌شوند. نهادها توسط فرهنگ، و ساختار در سطوح مختلف فعالیت دارند (اولیویا، مارتین، ۲۰۱۱).

<sup>1</sup> Technology Acceptance Model

<sup>2</sup> Institutional Theory

## ۵- مدل نشر نوآوری<sup>۱</sup>

این مدل در سال ۱۹۸۳ توسط راجرز و در رشته علوم انسانی معرفی گردید. مزیت نسبی (درجه‌ای که به نظر می‌رسد یک اختراع یا یک ابتکار شرایط فعلی را بهبود بخشد)، سازگاری (استقامت یک تکنولوژی در رابطه با اعمال اجتماعی و هنجارهای استفاده کننده از آن، پیچیدگی (میزان آسان بودن در زمینه یادگیری و استفاده)، اختیار (وجود فرصتی برای آزمون پیش از استفاده از تکنولوژی)، مشخص بودن (فواید، و اهداف)، از جمله مواردی است که راجرز در مدل خود به آن می‌پردازد. پنداشت، میدان دید، توانایی اثبات نتایج، و رقابت‌پذیری موارد دیگری می‌باشند که بعدها توسط سایر اندیشمندان به مدل پایه راجرز اضافه گردیدند.

## ۶- مدل محیط، فناوری، سازمان<sup>۲</sup>

مدل محیط، فناوری، سازمان یا به اختصار TOE در سال (۱۹۹۰) توسط تورناتزکی و فلشر گسترش یافت تا آن دسته از ابعاد مجموعه‌ها را که می‌تواند در پذیرش فناوری و پیاده‌سازی آن تاثیرگذار است، بررسی کند. ابعاد زمینه‌ای شامل محیط، فناوری و سازمان می‌باشد. ابعاد فناوری بر این موضوع تاکید می‌کند که زیرساختار چگونه می‌تواند بر فرآیند پذیرش تاثیر بگذارد. ابعاد سازمانی نیز بر نگرش‌های سازمانی که تسهیل‌کننده جریان نوآوری‌ها هستند تاکید دارد که شامل حوزه، سایز و بزرگی مجموعه، ویژگی‌های مدیریتی، کیفیت منابع انسانی، تصمیم‌گیری و مکانیزم ارتباطات می‌باشد. زمینه‌های محیطی بازتابی از حضور رقبا، تامین‌کنندگان، مخاطبین و ارباب رجوع، دولت و اجتماع است. ساختار مدل TOE بر این فرض است که فرآیند پذیرش درون مجموعه‌ها مطابق با سازگاری‌های درونی و برونی آن‌ها می‌باشد. این مدل که در حوزه‌های مختلفی مورد بررسی قرار گرفته است توانایی بسیاری در بررسی فاکتورهای پذیرش دارد.

## ۷- مدل شناختی- اجتماعی<sup>۳</sup>

مدل شناخت اجتماعی که بیانگر رفتارهای فردی می‌باشد، توسط باندورا معرفی گشته و بیانگر این موضوع است که فرآیندهای شناختی افراد، محیط و رفتارهای آنان روابطی سه گانه با یکدیگر دارند. با توجه به اینکه سیستم‌های فن آوری توسط افراد مورد استفاده قرار می‌گیرند و افراد نیز تحت تاثیر سه عامل فوق از خود واکنش‌های رفتاری نشان می‌دهند، لذا مدل شناختی- اجتماعی نیز می‌تواند در پذیرش تکنولوژی‌های نوین، نتایج مهمی را نشان دهد.

<sup>۱</sup> Diffusion of Innovation

<sup>۲</sup> Technology-Environment-Organization (TOE)

<sup>۳</sup> Socio-Cognitive Model

## ۸- مدل یکپارچه پذیرش و بکارگیری فناوری<sup>۱</sup>

مدل یکپارچه پذیرش و بکارگیری فناوری که در سال (۲۰۰۳) توسط ونکتاش پایه‌گذاری شد، که به نوعی جمع‌بندی از مدل‌های پیشین می‌باشد و در آن متغیرهایی نظیر پیش‌بینی عملکرد، تلاش مورد انتظار، نفوذ اجتماعی، شرایط تسهیل‌کننده، و تأثیری که این عوامل بر ثبات رفتاری و بکارگیری فناوری دارند بررسی می‌گردد. هم‌چنین از متغیرهای تعدیل‌کننده جنس، سن، تجربه و اختیار در این مدل استفاده می‌گردد که در بستر گردشگری فرهنگی، این متغیرها در کنار متغیر سواد استفاده از فناوری، می‌تواند بسیار تعیین‌کننده باشد. این مدل بعنوان چارچوبی مرجع، رویکردی جامع و با نگاهی که به تحولات جهانی در دنیای امروز دارد و با گردآوری مجموعه‌ای از متغیرها از مدل‌های پیشین، شرایط بهتری را برای توضیح پذیرش فناوری فراهم می‌آورد. هم‌چنین از آنجا که UTAUT در محیط‌های متفاوتی مورد بررسی قرار گرفته‌است، می‌توان انتظار داشت که کاربرد آن در این پژوهش نتایج قابل قبولی را ارائه دهد، علی‌الخصوص آنکه ونکتاش خود گزارش می‌دهد که در اغلب موارد، حدود ۷۰٪ از نتایج مطابق با واقعیت بوده است (ونکتاش و همکاران، ۲۰۰۳). هم‌چنین می‌توان ادعا کرد که بررسی این پژوهش در یک محیط واقعی، پژوهشگران را قادر می‌سازد تا مقصود واقعی کاربران در استفاده از سیستم‌ها را درک کنند و تأثیرهای کلیدی بر میزان پذیرش آن‌ها در زمینه‌های مختلف را دریابند (ویلیام، دیوید، ۲۰۱۵). از آنجا که بیشتر پژوهش‌های صورت گرفته پیرامون مدل UTAUT، در زمینه‌های تجاری، مدیریتی، سیستم‌های اطلاعات، و به طور محدودتری در خبرنگاری، روانشناسی، تحصیلات، پزشکی (ویلیام و همکاران، ۲۰۱۵)، منابع انسانی (اظهارت، لامر، و ویتزل، ۲۰۰۹)، یادگیری مجازی (وان راج، شپرز، ۲۰۰۸، وانگ وو، ۲۰۰۹)، شبکه اجتماعی سازمانی (کورتیس، ۲۰۱۰، سیکز، ونکاتش، گزاین، ۲۰۰۹)، تجارت الکترونیک (سوستانون پایون، پیرسون، ۲۰۰۶، ویمر، ریگان، ۲۰۰۵)، بوده‌است، نیاز به گسترش زمینه‌های مورد استفاده از این مدل دیده می‌شود. این پژوهش این فرصت را فراهم می‌آورد تا در بستری جدید و منطبق با گردشگری به بررسی این مدل پرداخته شود. همین‌طور اینکه، در دنیای امروز، گردشگران به دنبال کاهش هزینه‌ها، دسترسی آنلاین و راحت، دریافت اطلاعات به راحتی و در کمترین زمان ممکن می‌باشند که بکارگیری فناوری‌های نوین، این امکان را برای آنها فراهم می‌آورد (کیم، کیم، شین، ۲۰۰۹). از طرفی در مطالعات گذشته پیرامون موضوع گردشگری، بیشتر به ارزیابی وبسایت‌ها و محتوای بازاریابی وبسایت‌های گردشگری پرداخته شده‌است، در نتیجه این نیاز دیده می‌شود که پژوهش‌هایی پیرامون عقاید و باورهای افراد که می‌تواند تأثیرگذار باشد نیز بررسی شود (لاو و همکاران، ۲۰۱۰، بای، هو، ژانگ، ۲۰۰۶، ژگ، استینر، فری، مورفی، ۲۰۰۲، شومدیت، سیرا، پیتزوتی، ۲۰۰۸).

<sup>۱</sup> Unified Theory of Acceptance and Use (UTAUT)

ونکنتاش (۲۰۰۳)، بیان می‌کند که انتظارات عملکردی درجه‌ای از باورهای فرد نسبت به بکارگیری سیستم‌های یاری‌کننده جهت ارتقا سطح عملکرد وی می‌باشد. اثر اجتماعی، درجه‌ای از پنداشت فرد مبتنی بر آن است که چقدر افراد مهم تصور می‌کنند که بکارگیری یک سیستم حائز اهمیت است. شرایط تسهیل‌کننده، میزانی که فرد باور دارد که زیرساخت‌های فنی و سازمانی موجود، می‌تواند حامی بکارگیری از سیستم باشد. مدل UTAUT بیان می‌کند که شرایط تسهیل‌کننده تاثیر مستقیم بر بکارگیری فناوری دارد، چراکه درگیری فرد با سیستم را در بستر گردشگری بطور مستقیم اندازه‌گیری می‌کند (لاو، اوی، و بوهایس، ۲۰۱۰). نیت رفتاری، شاخص اصلی بکارگیری موثر از سیستم‌های اطلاعاتی می‌باشد، بنابراین می‌توان انتظار داشت که این متغیر، متغیرهای انگیزشی موثر بر رفتار را بدست می‌آورد (آجنز، ۱۹۹۱).

## ۹- آرامگاه مطهر حضرت شاه‌چراغ<sup>(ع)</sup>

آرامگاه حضرت شاه‌چراغ<sup>(ع)</sup>، یکی از مکان‌های پر بازدید در ایران و متعلق به حضرت سید امیر احمد<sup>(ع)</sup> ملقب به شاه‌چراغ، فرزند بزرگوار امام موسی کاظم<sup>(ع)</sup> می‌باشد. این مکان که بیشتر بواسطه مذهبی شناخته شده است، دارای جاذبه‌های گردشگری گوناگون و فراوانی می‌باشد که می‌تواند مورد توجه قرار گیرد، از جمله موزه، آرامگاه مشاهیر و فرهیختگان گوناگون، معماری بی‌نظیر در ساختمان بنا، و کتابخانه. هم‌چنین بدلیل موقعیت جغرافیای خاص و قرار داشتن در بافت تاریخی و تجاری شهر، نزدیک بودن به دیگر مناطق مذهبی و گردشگری نظیر آرامگاه سید تاج‌الدین غریب، آرامگاه سید علاءالدین حسین، آرامگاه سید میر محمد، و هم‌چنین مسجد، بازار و حمام وکیل، مسجد مشیر، مسجد نصیر الملک، مسجد جامع، مسجد بغدادی، مسجد امام، مدرسه خان، و بازار (وبسایت شاه‌چراغ<sup>(ع)</sup>، ۲۰۱۷)، موقعیت گردشگری خاصی را از ابعاد مختلف مذهبی، تاریخی، فرهنگی، و اقتصادی بوجود آورده و این مکان را به یکی از پر جاذبه‌ترین مناطق گردشگری ایران تبدیل کرده‌است. بدلیل اهمیت این آرامگاه از زوایای گوناگون نظیر جاذبه‌های مذهبی، تاریخی، گردشگری، و فرهنگی و نقش عوامل انسانی اعم از کارکنان و زائرین در پیاده‌سازی فناوری و تسهیل امور، در کشوری با زمینه‌های اجتماعی، امنیتی و سیاسی تعیین‌کننده و مهم بکارگیری مدل UTAUT در این زمینه می‌تواند نقش تعیین‌کننده و متمایز کننده‌ای داشته باشد.

## ۱۰- نتیجه‌گیری و پیشنهادات

با ورود به دنیای دیجیتال، و نفوذ فناوری بر تمامی ابعاد زندگی انسان‌ها، باید این نکته را در نظر داشت که غافل ماندن از تکنولوژی، علاوه بر از دست‌دادن مزایایی که با خود به همراه می‌آورد، ممکن است موجب تهدیداتی جبران‌ناپذیر گردد. در کشور ایران، مطالعات متفاوتی در مورد ورود فناوری‌های نوین به

مباحث بانکداری الکترونیکی، آموزش الکترونیک، سلامت، لاجستیک، صنعت، شهر هوشمند، انرژی و غیره پرداخته شده‌است اما در حوزه گردشگری این مبحث کم‌رنگ‌تر است، مگر محدود پژوهش‌هایی مرتبط با بازاریابی از طریق وبسایت‌های گردشگری. لذا با توجه به موقعیت خاص جغرافیایی، گردشگری، امنیتی و مذهبی کشور ایران، این نیاز به شدت دیده می‌شود که در این زمینه تحقیقاتی صورت گیرد. در میان مدل‌های معرفی شده در این پژوهش، مدل UTAUT از جدیدترین مدل‌های پذیرش فناوری در دنیا می‌باشد که می‌تواند دیدی چندبعدی نسبت به پیچیدگی مبحث پذیرش فناوری با توجه به متغیرهای جمعیت‌شناختی ارائه دهد. علی‌رغم مناسب بودن مدل، باز هم این نیاز دیده می‌شود تا پژوهشگران آتی با توجه به بستر فرهنگی کشور مدلی را طراحی کنند که بتواند شرایط خاص و ویژه گردشگری ایران را بازتاب دهد. همچنین بدلیل وجود مراکز مذهبی مهم در کشورمان، نبود تحقیقات کافی پیرامون پیوند مجازی‌سازی و فرهنگ مختص به این مراکز به‌خوبی نمایان است. لذا پیشنهاد می‌گردد پژوهشگران آتی با تحقیقات کیفی به بررسی این عوامل و طراحی مدل‌های بومی بپردازند.

## منابع

۱. غلامی اول، علیرضا. (۱۳۹۰). ارزیابی مدارس هوشمند شهر تهران با استفاده از مدل پذیرش تکنولوژی (TAM) و ارایه راهکار. پایان نامه.
2. Al-Shafi, S. and Weerakkody, V. (2010) , “Factors affecting e-government adoption in the state of Qatar”, European and Mediterranean Conference on Information Systems, Abu Dhabi, 12-13 April.
3. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179e211.
4. Al Awadhi, S. and Morris, A. (2008) , “The use of the UTAUT model in the adoption of e-government services in Kuwait”, *Proceedings of the 41st Hawaii International Conference on System Sciences*, Hawaii, January.
5. Al-Sobhi, F. , Weerakkody, V. and El-Haddadeh, R. (2011) , “The roles of intermediaries in e-government adoption: the case of Saudi-Arabia”, *tGov Workshop*, London.
6. Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual review of psychology*, 52 (1) , 1-26.
7. Bai, B. , Hu, C. , & Jang, S. -C. (2006). Examining e-relationship marketing feat
8. Chan, F. K. Y. , Thong, J. Y. L. , Venkatesh, V. , Brown, S. A. , Hu, P. J. -H. and Tam, K. Y. (2010) , “Modeling citizen satisfaction with mandatory adoption of an e-government technology”, *Journal of The Association for Information Systems*, Vol. 11 No. 10, pp. 519-549.
9. Chiu, T. M. L. and Eysenbach, G. (2010) , “Stages of use: consideration, initiation, utilization, and outcomes of an internet-mediated intervention”, *BMC Medical Informatics and Decision Making*, Vol. 10 No. 73, pp. 1-11.
10. Curtis, L. , Edwards, C. , Fraser, K. L. , Gudelsky, S. , Holmquist, J. , Thornton, K. and Sweetser, K. D. (2010) , “Adoption of social media for public relations by non-profit organizations”, *Public Relations Review*, Vol. 36 No. 1, pp. 90-92.

11. Eckhardt, A. , Laumer, S. , & Weitzel, T. (2009). Who influences whom? Analyzing workplace referents' social influence on its adoption and non-adoption. *Journal of Information Technology*, 24 (1) , 11e24
12. Fitterer, R. , Rohner, P. , Mettler, T. and Winter, R. (2010) , "A taxonomy for multi-perspective ex-ante evaluation of the value of complementary health information systems – applying the unified theory of acceptance and use of technology", *Proceedings of the 43rd Hawaii International Conference on System Sciences*, pp. 1-10.
13. Hailemariam, G. , Negash, S. and Musa, P. F. (2010) , "In search of insights from community of practice and use of telemedicine in low income countries: the case of Ethiopia", *AMCIS Proceedings*, Vol. 276, pp. 1-11.
14. Hung, Y. H. , Wang, Y. S. and Chou, S. C. T. (2007) , "User acceptance of e-government services", *Pacific Asia Conference on Information Systems*, Natl Sun Yat-Sen University, Kaohsiung, Auckland, 4-6 July.
15. Kim, H. -B. , Kim, T. , & Shin, S. W. (2009). Modeling roles of subjective norms and eTrust in customers' acceptance of airline B2C eCommerce websites. *Tourism Management*, 30 (2) , 266e277
16. Law, R. , Qi, S. , & Buhalis, D. (2010). Progress in tourism management: a review of website evaluation in tourism research. *Tourism Management*, 31 (3) , 297e313
17. Oliveira, T. , & Martins, M. F. (2011). Literature review of information technology adoption models at firm level. *The electronic journal information systems evaluation*, 14 (1) , 110-121.
18. Pahlke, I. and Beck, R. (2009) , "Assimilation of enterprise mashup systems – the impact on changes in work processes", *DIGIT Proceedings*, Lancaster, 3-7 September.
19. Pynoo, B. , Devolder, P. , Tondeur, J. , van Braak, J. , Duyck, W. and Duyck, P. (2011) , "Predicting secondary school teachers' acceptance and use of a digital learning environment: a cross sectional study", *Computers in Human Behavior*, Vol. 27 No. 1, pp. 568-575
20. Roca, J. C. , Chiu, C. M. , & Martínez, F. J. (2006). Understanding e-learning continuance intention: An extension of the Technology Acceptance Model. *International Journal of human-computer studies*, 64 (8) , 683-696.
21. Sahu, G. P. and Gupta, M. P. (2007) , "Users' acceptance of e-government: a study of Indian central excise", *International Journal of Electronic Government*, Vol. 3 No. 3, pp. 1-21.
22. San Martín, H. , & Herrero, Á. (2012). Influence of the user's psychological factors on the online purchase intention in rural tourism: Integrating innovativeness to the UTAUT framework. *Tourism Management*, 33 (2) , 341-350.
23. ShaheCheargh Website, Date Accessed: 2017-06-15, URLs: en. shahecheragh. ir/default. aspx
24. Schegg, R. , Steiner, T. , Frey, S. , & Murphy, J. (2002). Benchmarks of web site design and marketing by Swiss hotels. *Information Technology & Tourism*, 5 (1) , 73e89
25. Suki, N. M. and Ramayah, T. (2010) , "User acceptance of the e-government services in Malaysia: structural equation modelling approach", *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, Vol. 5 No. 1, pp. 395-413.
26. Sutanonpaiboon, J. , & Pearson, A. M. (2006). E-commerce adoption: perceptions of managers/owners of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Thailand. *Journal of Internet Commerce*, 5 (3) , 53e82.
27. Sykes, T. A. , Venkatesh, V. , & Gosain, S. (2009). Model of acceptance with peer support: a social network perspective to understand employees' system use. *MIS Quarterly*, 33 (2) , 371e393
28. Schmidt, S. , Sierra, A. , & Pizzutti, C. (2008). The characteristics of hotel websites and their implications for website effectiveness. *International Journal of Hospitality Management*, 27, 504e516.
29. Tornatzky, L. G. , & Fleischer, M. (1990). *The processes of technological innovation*. Lexington,



MA: Lexington Books.

30. Venkatesh, V. , Morris, M. G. , Davis, G. B. and Davis, F. D. (2003) , “User acceptance of information technology: toward a unified view”, *MIS Quarterly*, Vol. 27 No. 3, pp. 425-478
31. Venkatesh, V. , & Bala, H. (2008). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision sciences*, 39 (2) , 273-315.
32. Van Raaij, E. M. , & Schepers, J. J. L. (2008). The acceptance and use of a virtual learning environment in China. *Computers & Education*, 50 (3) , 838e852.
33. Weerakkody, V. , Al-Shafi, S. , Irani, Z. and Lee, H. (2009) , “G-government adoption in Qatar: an investigation of the citizens’ perspective”, *DIGIT Proceedings*, 3-7 September.
34. Williams, M. D. , Rana, N. P. , & Dwivedi, Y. K. (2015). The unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT): a literature review. *Journal of Enterprise Information Management*, 28 (3) , 443-488.
35. Wymer, S. A. , & Regan, E. A. (2005). Factors influencing e-commerce adoption and use by small and medium businesses. *Electronic Markets*, 15 (4) , 438e453
36. Wang, X. , Li, X. R. , Zhen, F. , & Zhang, J. (2016). How smart is your tourist attraction?: Measuring tourist preferences of smart tourism attractions via a FCEM-AHP and IPA approach. *Tourism Management*, 54, 309-320.
37. Yao, Y. R. and Murphy, L. (2007) , “Remote electronic voting systems: an exploration of voters’ perceptions and intention to use”, *European Journal of Information Systems*, Vol. 16 No. 2, pp. 106-120.