

عوامل موثر بر پذیرش فناوری اطلاعات در هتل های شهر شیراز

* محمود نادری بنی

** علی دلشاد

*** فاطمه محمدی

**** مرضیه ادیب زاده

چکیده

در دهه های اخیر، فناوری های اطلاعاتی تقریباً با تمام جنبه های زندگی ما به ویژه زندگی کاری و حرفه ای گره خورده است. کاربرد فناوری های اطلاعاتی در حوزه های مختلف و رشد سریع استفاده از رایانه در سازمان ها، اهمیت ویژه ای به بررسی عوامل مؤثر بر عدم پذیرش فناوری های اطلاعاتی در سازمان ها، بخشیده است. به رغم تمام مزیت های ذاتی فناوری های اطلاعاتی، هنوز بکارگیری و پذیرش آن با مقاومت کارکنان همراه است. بنابراین، هدف از این پژوهش بررسی عوامل مؤثر بر رفتار پذیرش فناوری های اطلاعاتی در میان کارکنان هتل است. روش تحقیق، توصیفی از نوع پیمایشی بوده و جامعه آماری آن، کارکنان هتل های شهر شیراز بوده است. برای تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده، از نرم افزار SPSS20 و Smart PLS 2 استفاده شده است. نتایج به دست آمده، نشان می دهد که عواملی چون نگرش، باورهای رایج نسبت به فناوری های اطلاعات و هنجارهای ذهنی، بر پذیرش و به کارگیری فناوری اطلاعات تأثیر مثبت و معنی داری دارند

واژگان کلیدی: فناوری اطلاعات، هتل، هنجارهای ذهنی، باورهای ادراک شده، نگرش.

* استادیار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه یزد

** مربی گروه مدیریت جهانگردی دانشگاه یزد (نویسنده مسئول) alidelshad@yazd.ac.ir

*** کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه یزد

**** کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه یزد

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۹/۲۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۱/۲۶

مقدمه

امروزه تحولات شگرفی در زمینه فناوری اطلاعات رخ داده و پیشرفت‌های آن فراگیر شده است. از جمله مهم‌ترین ویژگی‌های این فناوری می‌توان به سرعت زیاد در پردازش داده‌ها، دقت فوق‌العاده زیاد، سرعت بالای دسترسی به اطلاعات، به روز بودن، امکان مبادله الکترونیکی اطلاعات و کیفیت بالا است (لام و همکاران، ۲۰۰۷)^۱. فناوری اطلاعات یکی از عناصر اصلی عملیات صنعت هتلداری است. آمارها نشان می‌دهد که امروزه صنعت گردشگری و هتلداری در کشورهای در حال توسعه، توجه بیشتری به استفاده از ابزارهای الکترونیکی نشان می‌دهند (پون، لاو، ۲۰۰۵)^۲. برای نمونه، نتایج یک پژوهش نشان می‌دهد که ۹۹ درصد از هتل‌های چهار و پنج ستاره و ۷۸ درصد از هتل‌های سه ستاره کشور مالزی دارای وب‌سایت بوده، که از آن برای کارآیی و کارآمدی بیشتر در جذب گردشگران استفاده می‌کنند (هاشیم و همکاران، ۲۰۱۰)^۳.

مطالعات اخیر نشان دادند که صنعت هتلداری به طور گسترده‌ای بر فناوری اطلاعات برای افزایش بهره‌وری و کارایی کارکنان تکیه می‌کند و این امر خود موجب افزایش رضایت مشتریان شده است (بایرد و تورنر، ۲۰۰۱)^۴. امروزه هتل‌ها برای متمایز ساختن خود از رقبا، از اینترنت به‌عنوان کانال توزیع استفاده می‌کنند. همچنین مشتریان نیز با استفاده از منابع اطلاعاتی الکترونیکی به دنبال کاهش هزینه جستجو و پردازش اطلاعات موردنیاز هستند (کیم و همکاران، ۲۰۰۶)^۵. وب‌سایت‌های اینترنتی موجب رشد استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی در صنعت هتلداری شده است. خلق و توسعه اینترنت از ابتدا به‌عنوان یک روبرداد بزرگ به شمار می‌رفته و در حال حاضر نیز به‌عنوان مایه حیات صنعت گردشگری مطرح است (بوهالیس، ۲۰۰۳)^۶. برای نمونه نتایج حاصل از بررسی کاربرد فناوری‌های اطلاعاتی در هتل‌های کوچک اسکاتلند نشان می‌دهد که تقریباً ۸۰ درصد از هتل‌ها، از رایانه‌ها برای رونق کسب و کار اینترنتی خود و جذب بازار تقاضای مربوطه استفاده می‌کنند (بوئیک، ۲۰۰۳)^۷. اینترنت، پست الکترونیکی، رزرو اتاق به صورت اینترنتی، حسابداری و سیستم گزارش‌دهی مالی رایانه‌ای، سفارش محصولات غذایی و آشامیدنی

1. Lam et al.
2. Poon & Low
3. Hashim et al.
4. Byrd & Turner
5. Kim et al.
6. Buhalis
7. Buick

آنلاین، کنفرانس از راه دور، راهنمایی تعاملی برای میهمانان، ابزارهای کاربردی تلفن‌های همراه و به‌کارگیری کارت‌های اعتباری الکترونیکی، نمونه‌هایی از فناوری اطلاعات استفاده شده در هتل‌ها هستند.

ضرورت تحقیق و بیان مسأله

تمایل کارکنان، توانایی و پشتیبانی مدیران برخی از عواملی هستند که مانع از اجرای موفقیت آمیز فناوری اطلاعات در سازمان‌ها می‌شوند (باکر، ریلی، ۱۹۹۴)^۱. علاوه بر این، به‌طور معمول طراحی، توسعه و اجرای فناوری‌ها بدون توجه به نیازهای کارکنان و تاثیری که بر نیروی کار می‌گذارند، صورت می‌گیرد. به نظر می‌رسد که در رابطه با تاثیر تغییرات فناوری بر رفتار انسان، به میزان کافی مطالعه نشده‌است. همچنین محققان تنها به بررسی ماهیت و دانش فناوری اطلاعات به عنوان یک ساختار در صنایع تولیدی و خدماتی (برای نمونه: بانک) پرداخته‌اند.

در زمینه کاربرد فناوری‌های اطلاعاتی در صنعت هتلداری مطالعات اندکی صورت گرفته است. اگرچه صنعت هتلداری با مشغله کاری بسیاری روبرو است، اما مدیران هتل‌ها، به افزایش سرمایه‌گذاری در زمینه توسعه فناوری‌های اطلاعاتی تمایل دارند تا فشار بر بهره‌وری کارکنان افزایش یابد. با این حال، بی‌توجهی به ابعاد وجودی انسان، بر اثربخشی استفاده از فناوری اطلاعات تاثیر گذار خواهد بود (هوف و همکاران، ۱۹۹۵)^۲.

امروزه تحولات شگرفی در زمینه فناوری اطلاعات رخ داده و پیشرفت‌های آن فراگیر شده است. مهم‌ترین ویژگی‌های فناوری‌های اطلاعاتی، شامل سرعت زیاد در پردازش داده‌ها، دقت فوق‌العاده زیاد، سرعت بالای دسترسی به اطلاعات، به روز بودن، امکان مبادله الکترونیکی اطلاعات و کیفیت بالا است. از سویی دیگر، گسترش حجم عملیات و پیچیده‌تر شدن امور مربوط به کسب و کارها استفاده از این فناوری‌ها را اجتناب‌ناپذیر می‌سازد. با توجه به این عوامل، دیگر نیازی به توجیه استفاده از فناوری اطلاعات در دنیای امروز وجود نخواهد داشت.

در گذشته، مدیران هتل‌ها در برابر کاربرد فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی برای تعامل با میهمانان مقاومت نشان می‌دادند. به‌طور کلی باور عمومی براین بود که بدون در معرض

1. Baker & Riley
2. Hoof et al.

خطر قرار گرفتن ویژگی‌های شخصی و فردی میهمانان، امکان ارائه خدمات مبتنی بر فناوری‌های اطلاعاتی وجود ندارد. علاوه بر این، عدم درک صحیح و مناسب مدیریت هتل‌ها از فناوری‌های اطلاعاتی و باور به عدم قطعیت اثربخشی سرمایه‌گذاری سازمانی در فناوری‌های اطلاعاتی، مانع از اجرایی شدن آن می‌شود. با این حال، امروزه، این نگرانی‌ها دیگر اعتباری ندارد. فناوری‌های اطلاعاتی یک دارایی استراتژیک مهم برای سازمان‌های مرتبط با صنعت هتلداری به شمار می‌روند که می‌توان از آن برای بهبود عملکرد سازمانی و رقابت راهبردی استفاده نمود. با این حال پذیرش و انتشار فناوری‌های اطلاعاتی، فرآیندهایی پیچیده هستند که تحت تاثیر تعدادی از عوامل داخلی و خارجی قرار می‌گیرند. در نتیجه، درک و فهم دقیق و مناسب از عوامل مؤثر بر رفتار پذیرش فناوری در سازمان‌های مرتبط با صنعت هتلداری، مانند: هتل، از اهمیت بالایی برخوردار بوده و به عنوان مسئله اصلی این تحقیق به شمار می‌رود.

مروری بر ادبیات تحقیق

تأثیر تغییرات فناوری‌های ارتباطی بر رفتار انسان در زمره موضوعاتی است که به نظر می‌رسد با توجه به نوین بودن مفاهیم و کاربرد فناوری‌های اطلاعاتی، به میزان کافی مورد مطالعه واقع نشده است. البته، محققان ماهیت و دانش فناوری اطلاعات را به عنوان یک ساختار در تولید و خدمات صنعتی (برای نمونه: بانک) مورد بررسی قرار داده‌اند. با این حال، مطالعات اندکی در زمینه صنعت هتلداری انجام شده است. در برخی از این مطالعات، مدل‌های نیت رفتاری یا نظریه‌های تصمیم‌گیری رفتاری، برای توضیح استفاده از سیستم‌های اطلاعاتی استفاده شده است. برای نمونه نتایج حاصل از مطالعات دیویس^۱ (۱۹۸۹)، بیانگر این است که نیت رفتاری، رابطه معنی‌دار و مثبتی با رفتار واقعی دارد. همچنین این یافته‌ها نشان می‌دهند که استفاده مؤثر از فناوری اطلاعات، به قصد و نیت مثبت نسبت به پذیرش فناوری اطلاعات وابستگی دارد. در تحقیقی دیگر، با عنوان پذیرش فناوری اطلاعات از سوی کاربران، با مقایسه دو مدل نظری این نتیجه کسب شد که پیش‌بینی، توضیح و افزایش پذیرش کاربران نیازمند درک علت پذیرش یا رد سیستم رایانه از سوی افراد است. بنابراین تحقیق فوق، توانایی پیش‌بینی پذیرش رایانه از سوی افراد را، با اندازه‌گیری عواملی، مانند: نگرش، هنجارهای ذهنی و سودمندی ادراکی مورد بررسی قرار داده

است. در نهایت نتایج تحقیق اشاره شده، سه دیدگاه اصلی در مورد عوامل تعیین کننده استفاده مدیران از رایانه را به شرح زیر ارائه داده است:

(۱) استفاده افراد از رایانه، به طور منطقی می‌تواند نیت آن‌ها را از استفاده پیش‌بینی نماید.

(۲) سودمندی ادراک شده، عامل اصلی تعیین کننده نیت مردم در استفاده از رایانه است.

(۳) سهولت استفاده، به عنوان عامل ثانویه در نیت افراد در استفاده از رایانه است. بسیاری از مطالعات به این نتیجه دست یافته اند که بهبود فرآیندهای کار، بهره‌وری، سودآوری و رضایت مشتریان از جمله مزایای استفاده از فناوری اطلاعات است. با این حال، نتایج حاصل از مطالعات محققان نشان می‌دهد که در صورت نادیده گرفتن عوامل انسانی، فناوری‌های جدید اطلاعاتی به طور کامل در سازمان‌های مرتبط با صنعت هتلداری پذیرفته نمی‌شوند (روپکی و همکاران، ۲۰۰۰، حسن، ۲۰۰۳).^۱ کسب و کارهای مرتبط با صنعت هتلداری، برای افزایش بهره‌وری و کارآیی کارکنان خود، بر فناوری‌های اطلاعاتی تکیه می‌کنند که به تبع آن رضایت مشتریان نیز افزایش می‌یابد (بوئیک، ۲۰۰۳). مطالعات پاراسکواس و بوهایس^۲ (۲۰۰۳)، نشان می‌دهد که هتلداران مستقل کوچک موافق این حقیقت هستند که کاربرد فناوری‌های اطلاعاتی در هتل‌ها دارای مزیت‌هایی است. لام و همکاران (۲۰۰۷)، اثر باورهای ادراکی فناوری اطلاعات، تناسب فناوری با کار، نگرش، خودکارآمدی و هنجارهای ذهنی بر نیت رفتاری پذیرش فناوری اطلاعات در هتل‌های چین و هانگ‌زو را مورد بررسی قرار دادند. جامعه آماری این تحقیق، کارکنان هتل‌های پنج ستاره و چهار ستاره در مناطق هانگ‌زو و هنگ‌کنگ بودند. این کارکنان از تجهیزات یا سیستم فناوری اطلاعات برای پشتیبانی از کار روزانه خود استفاده می‌کردند. نتایج حاصل از تحقیق فوق نشان می‌دهد که نگرش، خودکارآمدی و هنجار ذهنی، رابطه مثبتی با نیت رفتاری دارند. همچنین باورهای ادراکی فناوری اطلاعات، به صورت غیر مستقیم از طریق شکل‌گیری نگرش بر نیت رفتاری اثر می‌گذارد.

بیان فرضیات و ارائه مدل

باورهای ادراک شده نسبت به فناوری اطلاعات

1. Hassan, Roepke et al.
2. Paraskevas & Buhalis

بر اساس نتایج حاصل از مطالعات محققان سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت، باورهای اداری در زمینه سودمندی و سهولت استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی، تأثیر کلیدی بر رفتار پذیرش فناوری دارند. مدل پذیرش فناوری از مهم‌ترین مدل‌های استفاده شده در مطالعات پذیرش فناوری‌های جدید توسط افراد یا شرکت‌ها است. در این مدل، سودمندی و سهولت استفاده ادراک شده با نگرش مصرف‌کننده نسبت به پذیرش فناوری جدید در ارتباط است که به نوبه خود بر نیت پذیرش و پس از آن بر رفتار تأثیر می‌گذارد (شن، چیو^۱، ۲۰۱۰). این مدل در اصل برای توضیح و پیش‌بینی رفتار استفاده از رایانه بر اساس دو عقیده رفتاری خاص (سهولت استفاده ادراک شده و سودمندی ادراک شده) توسعه یافته است. سودمندی ادراک شده، میزان باور فرد در استفاده از سیستمی خاص است که منجر به بهبود عملکرد او می‌شود. سهولت استفاده ادراک شده، میزان باور فرد در استفاده از سیستمی خاص بدون تلاش زیاد است (چونگ و همکاران^۲، ۲۰۰۵). این دو عامل بر نگرش افراد نسبت به استفاده از فناوری تأثیر گذاشته، موجب تصمیم‌گیری برای استفاده از آن فناوری می‌شوند و در نهایت عمل استفاده صورت می‌گیرد (گوپتا و همکاران، ۲۰۰۸)^۳. بنابراین، براساس مطالب گفته شده، فرضیه زیر پیشنهاد می‌گردد:

فرضیه اول: باورهای ادراک شده از فناوری اطلاعات، تأثیر مثبت و معنی‌داری بر نگرش دارد.

تناسب فناوری با وظایف

پذیرش فناوری به چگونگی تناسب میان فناوری جدید و وظیفه‌ای که از آن (توسط فناوری) حمایت می‌شود، بستگی دارد. وظایف، اقدامات انجام شده توسط افراد هستند که ورودی‌ها را به خروجی تبدیل می‌کنند. ویژگی‌های کار از نظر تنوع، دشواری و وابستگی متقابل ممکن است با اعتماد افراد به استفاده از فناوری در ارتباط باشد. اگر افراد دریابند که فناوری به عملکرد آنها کمک می‌کند، فناوری را به عنوان ابزاری مفید و مهم درک می‌کنند (گودهیو و همکاران^۴، ۲۰۰۰). در کسب و کارهایی، مانند هتل، تناسب وظیفه با فناوری، سطحی است که فناوری می‌تواند به کارمند در انجام نمونه کارها یا خدمات

1. Shen & Chiou
2. Cheung et al.
3. Gupta et al.
4. Goodhue et al.

کمک رسانی نماید (موریس، تورنر، ۲۰۰۱). سطح بالاتر تناسب، به عملکرد بهتر می-انجامد. به طور خاص، تناسب فناوری با وظایف، به انطباق میان ویژگی‌های کار، توانایی-های کارکنان و ویژگی فناوری در هتل‌ها مربوط می‌شود. بنابراین، براساس مطالب گفته شده، فرضیه زیر پیشنهاد می‌گردد:

فرضیه دوم: تناسب میان فناوری و وظیفه، تأثیر مثبت و معنی‌داری بر نگرش دارد.

نگرش

نگرش، بازتابی از شیوه احساس فرد نسبت به یک شی یا موضوع است (گودرزی، جباری، ۱۳۹۱). نگرش نسبت به یک پدیده، متأثر از برداشت ذهنی کاربر نسبت به آن پدیده است (احمدی، ۱۳۹۲). نگرش تابع باورهای رفتاری و ارزیابی نتایج است. به بیان دیگر نگرش ارزیابی مثبت یا منفی افراد از یک رفتار خاص، پس از ارزیابی نتایج ادراک شده از آن عمل ایجاد می‌گردد (هو و همکاران، ۲۰۰۹)^۱. در مدل تحقیق حاضر، نگرش به سیستم-های اطلاعاتی، حاصل جمع دیگر عوامل، نظیر: خودکارآمدی و باورهای ادراک سیستم-های اطلاعاتی بوده، به نحوی که منعکس‌کننده تمایل درونی نسبت به پذیرش فناوری است. در نتیجه، نگرش عامل تعیین‌کننده و تأثیرگذار بر نیت رفتاری است. بنابراین، براساس مطالب گفته شده، فرضیه زیر پیشنهاد می‌گردد:

فرضیه سوم: نگرش، تأثیر مثبت و معنی‌داری بر قصد استفاده از فناوری اطلاعات دارد.

خودکارآمدی

خودکارآمدی به باور افراد در توانایی برای سازماندهی و انجام موفقیت‌آمیز کارها با استفاده از سیستم‌های رایانه ای اطلاق شده است (لیان، لین^۲، ۲۰۰۸). بنابراین نقش مهمی در تأثیرگذاری بر انگیزش و رفتار افراد دارد. افرادی که اعتماد به نفس خود را در انجام کارها از دست می‌دهند، به راحتی دلسرد شده و شکست می‌خورند در حالی که، افرادی که در دستیابی به اهداف خود مطمئن هستند، حتی در مواقعی که عملکردشان ضعیف است، مقاوم هستند (لام و همکاران، ۲۰۰۷). در ادبیات تحقیق، از میان عوامل مختلف فردی، خودکارآمدی استفاده از رایانه به عنوان عامل اصلی استفاده از رایانه شناخته شده

است. اعتماد به نفس در رابطه با استفاده از رایانه، تنها بر ادراک فرد از توانایی هایش برای انجام وظایف رایانه تاثیر نمی گذارد، بلکه بر نیت وی در زمینه استفاده از رایانه در آینده نیز اثر گذار است. بنابراین، براساس مطالب گفته شده، فرضیه زیر پیشنهاد می گردد:

فرضیه چهارم: خودکارآمدی تأثیر مثبت و معنی داری بر قصد استفاده از فناوری اطلاعات دارد.

امید به عملکرد

امید به عملکرد، درجه و سطحی است که فرد معتقد است با استفاده از سیستم به بهبود عملکرد شغلی نائل می شود (ونکاتاش و همکاران، ۲۰۰۳)^۱. به عبارتی دیگر زمانی که فرد باور داشته باشد با استفاده از فناوری اطلاعات، وظایف خود را مؤثرتر و کارآمدتر از قبل انجام می دهد و امید دارد که عملکرد شغلیش بهبود پیدا کند، بر قصد استفاده از فناوری اطلاعات تأثیر خواهد داشت. بنابراین، براساس مطالب گفته شده، فرضیه زیر پیشنهاد می گردد:

فرضیه پنجم: امید به عملکرد تأثیر مثبت و معنی داری بر قصد پذیرش فناوری اطلاعات دارد.

هنجار ذهنی

هنجار ذهنی به فشار اجتماعی ادراک شده توسط فرد برای انجام یا ندادن رفتار مورد نظر اشاره دارد. افراد اغلب بر مبنای ادراکاتشان از آنچه دیگران (دوستان، خانواده، همکاران و ...) فکر می کنند باید انجام دهند، عمل می کنند (جابری و همکاران، ۱۳۹۲). به عبارتی، هنجارهای ذهنی تابعی از باورها، اما از نوعهای مختلف هستند، یعنی اعتقادات افراد یا گروههای خاص که فکر می کنند فرد باید کاری را انجام بدهد یا انجام ندهد (تالوکر، ۲۰۱۲).

هنجارهای اجتماعی، نشان دهنده فشار خارجی دریافتی برای استفاده یا عدم استفاده از سیستم است. افرادی که انتظار دیگران از آنها، برای استفاده از سیستم را می پذیرند، نمره بالاتری در نیت استفاده از سیستم خواهند داشت، حتی زمانی که ممکن است به شخصه

احساس مثبتی در مورد سیستم نداشته باشند. مطالعات ونکاتش^۱ (۲۰۰۰)، نشان داد که در پیش بینی پذیرش و استفاده سیستم توسط کاربر، متغیرهای سازمانی، مانند: هنجارهای اجتماعی، اهمیت بیشتری از ادراک کاربر از فن آوری اطلاعات دارند. بر این اساس، هنجار اجتماعی بر نیت رفتار تأثیر می گذارد. بنابراین، براساس مطالب گفته شده، فرضیه زیر پیشنهاد می گردد:

فرضیه ششم: هنجارهای ذهنی رابطه مثبت و معنی داری بر قصد استفاده از فناوری اطلاعات دارد.

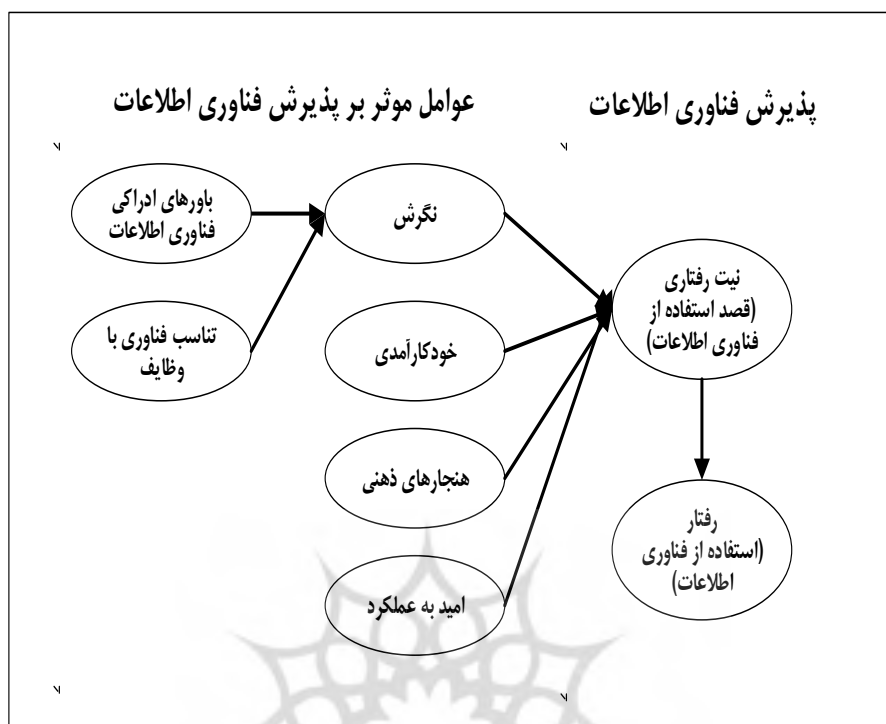
نیت رفتاری و رفتار

نیت رفتاری، بیانگر شدت نیت و اراده فردی برای انجام رفتار هدف است (موریس، دیلون^۲، ۱۹۹۷). نیت، رابطه قصد رفتاری با رفتار را نشان می دهد، افراد تمایل دارند در رفتارهایی درگیر شوند که قصد انجام آنها را دارند. بنابراین رفتار همیشه بعد از قصد رفتاری و متصل به آن است. بنابراین، براساس مطالب گفته شده، فرضیه زیر پیشنهاد می گردد:

فرضیه هفتم: قصد رفتاری تأثیر مثبت و معنی داری بر رفتار پذیرش فناوری اطلاعات دارد.

مدل تحقیق: مدل این تحقیق تلفیقی از مدل TAM^۳ است، بدین معنی که در مدل تام، عوامل هنجارهای ذهنی و امید به عملکرد گنجانده نشده اند. با توجه به مفاهیم و مطالب ذکر شده در ادبیات موضوع و تشریح فرضیات، هنجارهای ذهنی در محیط سازمانی به مانند هتل، که ممکن است کاربران تحت فشار اجتماعی برای استفاده از فناوری اطلاعات باشند، می تواند تأثیر گذار باشد. همچنین انتظار فرد از اینکه استفاده از سیستم های اطلاعاتی می تواند منجر به بهبود عملکرد شود، ممکن است بر رفتار پذیرش فناوری های اطلاعاتی اثر گذار باشد. بنابراین در این تحقیق علاوه بر عوامل موجود در مدل تام، اهمیت و تأثیر دو عامل هنجارهای ذهنی و امید به عملکرد بر رفتار پذیرش فناوری های اطلاعاتی در میان کارکنان هتل بررسی شده است. شکل ۱ مدل مفهومی پژوهش را نشان می دهد.

1. Venkatesh
2. Morris & Dillon
3. Technology Acceptance Model



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

روش‌شناسی تحقیق

روش تحقیق حاضر از نظر هدف، توصیفی-علی و از منظر نتیجه کاربردی است که با روش پیمایشی انجام می‌شود. جهت گردآوری داده‌های مورد نیاز تحقیق، از پرسشنامه مبتنی بر طیف لیکرت استفاده شده است.

ابزار گردآوری اطلاعات: جهت گردآوری اطلاعات مورد نیاز تحقیق، از روش تحقیق میدانی به وسیله پرسشنامه استفاده شده است. پرسشنامه مورد استفاده در این پژوهش، پرسشنامه تعدیل و تکمیل شده‌ای است که با در نظر گرفتن مؤلفه‌های به کار رفته در پژوهش‌ها و پرسش‌نامه‌های انجام گرفته محققان برجسته در این زمینه، طراحی شده است. در بخش اول پرسشنامه سؤالات جمعیت شناختی، مانند: سن، تحصیلات، جنسیت، وضعیت تأهل و میزان درآمد مطرح شده است. در بخش دوم پرسشنامه، سؤالاتی جهت سنجش متغیرهای تحقیق ارائه شده است. برای سنجش روایی پرسشنامه از روایی محتوا و سازه (روش بار عاملی، روایی همگرا و روایی واگرا) بهره گرفته شد. جهت سنجش پایایی، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی مورد استفاده قرار گرفت. مقدار آلفای کرونباخ

برای هر سازه پژوهش و برای کل ابزار اندازه گیری در جدول ۵ آورده شده است. همان طور که مشاهده می شود ضریب آلفای کرونباخ برای تمام سازه های پژوهش بیشتر از ۰/۷ است که نشان از اعتبار سنجیه های پژوهش دارد. در جدول شماره ۱ منبع سازه های پژوهش ذکر شده است.

جدول ۱- ساختار پرسشنامه

منبع	متغیرهای تحقیق
لام و همکاران (۲۰۰۷)	باورهای ادراکی فناوری اطلاعات
هو و همکاران (۲۰۰۹)	هنجارهای ذهنی
هو و همکاران (۲۰۰۹)	خودکارآمدی
لام و همکاران (۲۰۰۷)	نگرش
گویتا و همکاران (۲۰۰۸)	نیت رفتاری
گویتا و همکاران (۲۰۰۸)	امید به عملکرد
نکناش و بالا (۲۰۰۸)	رفتار
لام و همکاران (۲۰۰۷)	تناسب فناوری با کار

جامعه و نمونه آماری. جامعه آماری این پژوهش شامل کارکنان بخش اداری هتل - های شهر شیراز است و از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده شده است. از آنجا که واریانس جامعه نامعلوم بوده و از طیف پنج گزینه ای لیکرت در پرسشنامه استفاده می شود، لذا از فرمول زیر برای تخمین انحراف معیار جامعه استفاده شده است:

$$\sigma = \frac{MAX(Xi) - MIN(Xi)}{6} = \frac{5 - 1}{6} = 0.667$$

بنابراین با فرض سطح اطمینان ۹۵٪، تعداد نمونه ۱۵۶ نفر بوده که با کمک فرمول زیر برآورد شده است (مومنی و قیومی فعال، ۱۳۹۱):

$$n = \frac{N \times z_{\alpha_2}^2 \times \sigma^2}{\varepsilon^2(N - 1) + z_{\alpha_2}^2 \times \sigma^2} = \frac{203 \times (1.96)^2 \times (0.667)^2}{0.05^2 \times 202 + (1.96)^2 \times (0.667)^2} = 156$$

در رابطه فوق:

N: تعداد افراد جامعه بوده که در این پژوهش معادل ۲۰۳ است.

$Z/2$: مقدار متغیر نرمال استاندارد بوده که با توجه به سطح اطمینان ۹۵ درصدی مورد نظر در این پژوهش معادل ۱/۹۶ است.
 : سطح خطا است که در این پژوهش (با توجه به سطح اطمینان ۹۵٪ فوق) معادل ۰/۵ است.

E : خطای استاندارد است که ۰/۰۵ در نظر گرفته شده است.
 σ : انحراف معیار جامعه است که ۰/۶۶۷ در نظر گرفته شده است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها و یافته‌های تحقیق

توصیف جمعیت شناختی. دربخش یافته‌های توصیفی، به ویژگی های جمعیت شناختی جامعه مورد بررسی پرداخته شده است که در جدول ۲ مشاهده می‌شود. براساس این نتایج، ۸۱ نفر (۵۲/۹ درصد) پاسخگویان مرد و ۷۲ نفر (۴۷/۲ درصد) زن هستند. سایر جزئیات را می‌توان در جدول ۲ و ۳ مشاهده کرد.

جدول ۲. یافته‌های جمعیت شناختی

ابعاد	فراوانی	درصد فراوانی
سپس	مرد	۵۳/۲
	زن	۴۶/۸
رده سن	۲۵ و کمتر	۳۷/۲
	۲۶-۳۰	۳۳/۳
	۳۱-۴۰	۲۵
	۴۱ و بالاتر	۴/۵
تحصیلات	دیپلم و کمتر از دیپلم	۱۴/۴
	فوق دیپلم و لیسانس	۶۹/۹
	فوق لیسانس و بالاتر	۱۶/۷
کارمندان هتل	۵ ستاره	۳۱/۴
	۴ ستاره	۳۸/۵
	۳ ستاره	۱۶
	۲ ستاره	۱۴/۱

۸/۳۳	۱۳	۵ سال و کمتر	سابقه خدمت در هتل
۲۱/۸	۳۴	۶-۱۰ سال	
۳۳/۳۴	۵۲	۱۱-۱۵ سال	
۲۰/۵۱	۳۲	۱۶-۲۰ سال	
۱۰/۸۹	۱۷	۲۱-۲۵	
۵/۱۳	۸	۲۵ سال و بالاتر	

جدول ۳. اسامی هتل

تعداد اتاق	تعداد ستاره	نام هتل
۱۵۸	۵	هتل بزرگ شیراز
۱۰۴	۵	هتل بین المللی پرسپولیس
۱۸۸	۵	هتل بین المللی پارس
۲۵۰	۵	هتل چمران
۷۵	۵	هتل زندیه
۲۳۲	۵	هتل هما
۱۰۰	۴	هتل جام جم
۱۲۶	۴	پارک هتل
۷۵	۴	الیزه
۷۱	۴	آریو برزن
۶۱	۴	هتل پارسیان
۷۲	۴	هتل پارسه
۱۲۶	۴	هتل پارک
۴۸	۴	هتل ستارگان
۵۲	۴	هتل پارک سعدی
۴۸	۴	هتل ستارگان

۵۰	۳	هتل اپارتمان هدیش
۹۲	۳	هتل ارم
۴۲	۳	هتل ارگ
۳۸	۳	هتل جهانگردی شیراز
۵۳	۳	هتل تالار
۵۱	۳	هتل کریم خان
۵۱	۲	هتل صدرا
۲۲	۲	هتل اناهیتا
۵۰	۲	هتل کوثر
۱۲	۲	هتل اپارتمان تجر
۲۳	۲	هتل سستی نیایش
۳۳	۲	هتل رودکی
۴۷	۲	هتل اطلس
۱۸	۲	هتل شایان
۳۴	۲	هتل ساسان

تحلیل استنباطی مدل

در مدل سازی مبتنی بر حداقل مربعات جزئی (PLS)، ابتدا مدل اندازه گیری (مدل بیرونی) از طریق تحلیل های روایی و پایایی و تحلیل عاملی تأییدی مورد بررسی واقع، در مرحله دوم، مدل ساختاری (مدل درونی) به وسیله برآورد مسیر بین متغیرها بررسی شد (هولاند، ۱۹۹۹).

الف) برازش مدل بیرونی

ضریب بار عاملی

بارهای عاملی از طریق محاسبه مقدار همبستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه محاسبه می‌شوند که اگر این مقدار برابر و یا بیشتر از مقدار ۰/۴ شود (هولاند، ۱۹۹۹)، مؤید این مطلب است که واریانس بین سازه و شاخص‌های آن از واریانس خطای اندازه‌گیری آن سازه بیشتر بوده و پایایی در مورد آن مدل اندازه‌گیری قابل قبول است. نتایج ضریب بارعاملی در جدول ۴ به نمایش درآمده است. بر اساس نتایج جدول ۴، در ابتدا ضریب بارعاملی محاسبه شد و با توجه به اینکه ملاک عدد ۰/۴ است، سؤالات ۳ و ۴ بعد باورهای ادراکی فناوری اطلاعات و ۳ و ۵ بعد نگرش و سؤال ۳ بعد تناسب فناوری با کار حذف گردید.

با توجه به اینکه مقدار مناسب برای آلفای کرونباخ ۰/۷، برای پایایی ترکیبی ۰/۷ و برای میانگین واریانس استخراجی ۰/۵ است و لازم است سؤال‌هایی که دارای بارعاملی کمتر از ۰/۵ هستند حذف گردند بنابراین به ناچار سؤال‌های ۲، ۹ و ۱۰ مربوط به ابعاد تناسب فناوری با کار و همچنین سؤال ۱ بعد نگرش حذف گردید. مطابق با یافته‌ها تمامی این معیارها در مورد متغیرهای مکنون مقدار مناسبی اتخاذ نموده‌اند، پس می‌توان مناسب بودن وضعیت پایایی و روایی همگرایی پژوهش حاضر را تأیید ساخت.

جدول ۴- ضریب بار عاملی

سازه	شاخص	بار عاملی	سازه	شاخص	بار عاملی
باورهای ادراکی	b1	۰/۸۹	هیچ‌کدام از شاخص‌های سازه	H1	۰/۴۳
	b2	۰/۶۴		H2	۰/۸۶
	b3	۰/۶۵		H3	۰/۷۵
تناسب تکنولوژی با کار	T1	۰/۶۶	امید به عملکرد	H4	۰/۵۳
	T4	۰/۶۱		O1	۰/۷۷
	T5	۰/۷۴		O2	۰/۸۰
	T6	۰/۷۹	O3	۰/۷۸	
	T7	۰/۶۱	بند رفتاری	NI1	۰/۷۵
	T8	۰/۶۱		NI2	۰/۸۲

۰/۶۹	N13		۰/۷۰	N2	۳ ۳
۱	R	رفتار	۰/۵۳	N4	
			۰/۸۷	N5	
			۰/۷۹	K1	
			۰/۷۵	K2	
					خودکارآمدی

روایی و پایایی

در پژوهش حاضر، جهت تعیین پایایی پرسشنامه از دو معیار (ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی مرکب) استفاده شده است ضرایب آلفای کرونباخ تمامی متغیرها در این تحقیق از حداقل مقدار (۰/۷) بیشتر است. در جدول ۵ نتایج پایایی و روایی همگرا ابزار سنجش به طور کامل آورده شده است. همچنین جهت تأیید روایی ابزار اندازه گیری از روایی همگرا و روایی واگرا استفاده شده است. روایی همگرا به این اصل بر می گردد که شاخص های هر سازه با یکدیگر همبستگی میانه ای داشته باشند. طبق نظر فورنل و لارکر (۱۹۸۱)، معیار روایی همگرا بودن این است که میانگین واریانس های خروجی (AVE) بیش تر از ۰/۵ باشد.

جدول ۵. آلفای کرونباخ، ضریب پایایی ترکیبی ، میانگین واریانس استخراجی (روایی همگرا)

عنوان در مدل	متغیرهای مکنون	ضریب الفای کرونباخ	ضریب پایایی ترکیبی	میانگین واریانس استخراجی
bavarhaye edraki IT	باورهای ادراکی فناوری اطلاعات	۰/۶۹	۰/۷۷	۰/۵
hanjare zehni	هنجارهای ذهنی	۰/۷۳	۰/۷۸	۰/۶۴
khod karamadi	خودکارآمدی	۰/۶۸	۰/۷۴	۰/۵۹
Negaresh	نگرش	۰/۷۱	۰/۷۸	۰/۵۵
niat raftari	نیت رفتاری	۰/۷۲	۰/۸	۰/۵۷

۰/۶۱	۰/۸۳	۰/۶۹	امید به عملکرد	omide amalkard
۱	۱	۱	رفتار	Rafter
۰/۶۵	۰/۸۳	۰/۷۶	تناسب فناوری با کار	tanasobe it ba kar

روایی واگرا

معیار مهمی که با روایی واگرا مشخص می‌گردد، میزان رابطه‌ی سازه با شاخص‌هایش در مقایسه رابطه آن سازه با سایر سازه‌ها است؛ به گونه‌ای که روایی واگرای قابل قبول یک مدل حاکی از آن است که یک سازه در مدل تعامل بیشتری با شاخص‌های خود تا با سازه‌های دیگر دارد (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲). جدول ۶ نتایج این بررسی را در تحقیق حاضر نشان می‌دهد.

جدول ۶. روایی واگرا (روش فورنل لارکر)

تناسب فناوری با کار	رفتار	امید عملکرد	نیت رفتاری	نگرش	خود کارآمدی	هنجار ذهنی	باورهای ادراکی فناوری	
							۰/۷۱	باورهای ادراکی فناوری
						۰/۸	۰/۰۵	هنجار ذهنی
					۰/۷۷	۰/۲۲	۰/۱۵	خود کارآمدی
				۰/۷۴	۰/۲۰	-۰/۰۹	۰/۳۷	نگرش
			۰/۷۵	۰/۲۶	۰/۴۷	۰/۲۹	۰/۳۳	نیت رفتاری
		۰/۷۸	۰/۴۵	۰/۲۱	۰/۴۵	۰/۳۸	۰/۱۲	امید

								عمکرد
	۱	۰/۳۷	۰/۴۴	۰/۴۲	۰/۰۶	۰/۰۸	۰/۲۰	رفتار
۰/۸۲	۰/۱۹	۰/۱۴	۰/۳۳	۰/۴۱	۰/۱۷	۰/۱۵	۰/۲۶	تناسب فناوری باکار

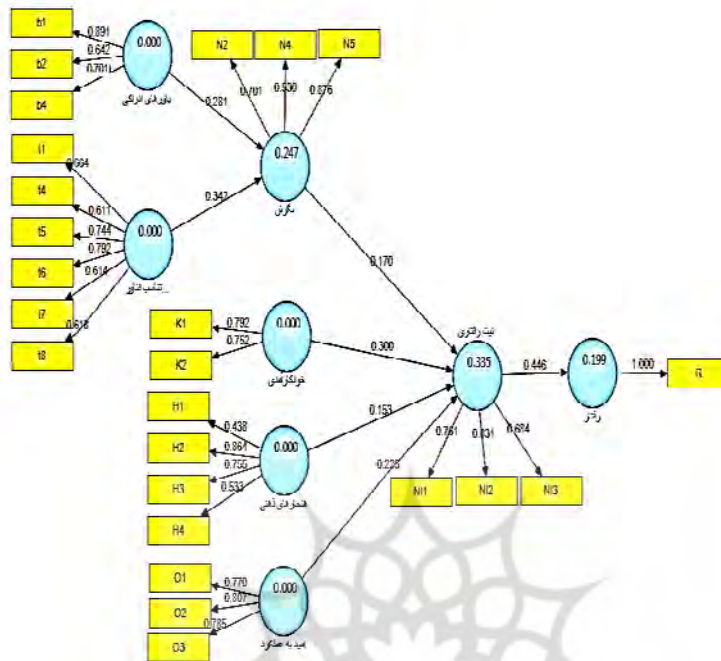
مطابق با جدول ۶، مقدار جذر AVE تمامی متغیرهای مرتبه اول از مقدار همبستگی میان آنها بیشتر است که این امر روایی و اگرای مناسب و برازش خوب مدل های اندازه گیری را نشان می دهد.

ب) برازش مدل درونی (ساختاری) پژوهش پس از تأیید مناسب بودن مدل اندازه گیری باید به قابلیت اتکای مدل ساختاری اشاره کرد که دو شاخص و برای این منظور به کار گرفته می شود (جدول ۷).

جدول ۷. برازش مدل ساختاری

متغیر	$R^2 > 0.19$	$Q2 > 0.15$
نگرش	۰/۲۵	۰/۳۲
نیت رفتاری	۰/۳۳	۰/۴۵
رفتار	۰/۱۹۹	۰/۲۱

برای محاسبه معنی دار بودن مسیرهای مدل، روش های متفاوتی وجود دارد، از جمله روش Z (مقادیر t-values) که در این روش برای تأیید معنی دار بودن مسیر، مسیر بین متغیرها بایستی رقمی بیشتر از ۱/۹۶ داشته باشد تا بتوانیم صحت مسیر و همچنین معنادار بودن تمامی سؤالات و روابط متغیرها را در سطح ۹۵٪ تأیید کنیم پس از رسم مدل مفهومی و تحلیل PLS اولیه، مدل مفهومی تحقیق در حالت ضرایب استاندارد در شکل ۲ به نمایش درآمده است.



شکل ۲. مدل مفهومی در حالت ضرایب استاندارد

بررسی فرضیه های تحقیق

ملاک تأیید فرضیه‌های این پژوهش به این صورت است که ضرایب مسیر مثبت و آماره t بالاتر از ۱/۹۶ باشد که در جدول ۸، نتایج بررسی فرضیه‌ها ارائه شده است.

جدول ۸. نتایج بررسی فرضیه‌ها

نتیجه آزمون	آماره t	ضریب مسیر	فرضیات
پذیرش فرضیه	۳/۰۶	۰/۲۸	۱. باورهای مثبت ادراک شده نسبت به فناوری اطلاعات، بر نگرش تأثیر مثبت و معناداری دارد.
پذیرش فرضیه	۴/۱۹	۰/۳۴	۲. تناسب میان فناوری و وظیفه، بر نگرش نسبت به پذیرش فناوری اطلاعات تأثیر مثبت و معناداری دارد.

پذیرش فرضیه	۲/۳۶	۰/۴۵	۳. نگرش، بر قصد استفاده از فناوری اطلاعات تأثیر مثبت و معناداری دارد.
پذیرش فرضیه	۳/۴۴	۰/۳۰	۴. خودکارآمدی، بر نیت رفتاری نسبت به پذیرش فناوری اطلاعات تأثیر مثبت و معناداری دارد.
پذیرش فرضیه	۲/۴۴	۰/۲۲	۵. امید به عملکرد، بر نیت رفتاری نسبت به پذیرش فناوری اطلاعات تأثیر مثبت و معناداری دارد.
پذیرش فرضیه	۱/۹۷	۰/۱۵	۶. هنجارهای ذهنی، بر نیت رفتاری نسبت به پذیرش فناوری اطلاعات تأثیر مثبت و معناداری دارد.
پذیرش فرضیه	۵/۱۹	۰/۴۴	۷. نیت رفتاری، بر رفتار پذیرش فناوری اطلاعات تأثیر مثبت و معناداری دارد.

بحث و نتیجه گیری

ضرورت بررسی عوامل غالب موثر در پذیرش فناوری‌های جدید با توجه به مطالعات مختلف و متعدد روشن است. پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش فناوری اطلاعات در میان کارکنان هتل انجام شده است. برداشت ذهنی از مفید بودن فناوری اطلاعات هم به عنوان متغیر مستقل و هم به عنوان متغیر وابسته مطرح است. هنگامی که متغیر برداشت ذهنی از مفید بودن، تحت تاثیر متغیر برداشت ذهنی از سهولت استفاده قرار می‌گیرد، نقش متغیر وابسته را دارد و هنگامی که بر متغیر نگرش نسبت به استفاده از فناوری اطلاعات و استفاده از آن تأثیر می‌گذارد، به عنوان متغیر مستقل مد نظر است. بر اساس تئوری عمل منطقی، طرز نگرش کارکنان، تمایل رفتاری آنان را پیش‌بینی می‌کند. طبق یافته‌های پژوهش، باورهای مثبت ادراک شده نسبت به فناوری اطلاعات، ۲۸ درصد اثر مثبت بر نگرش نسبت به پذیرش فناوری اطلاعات کارکنان دارد که با نتایج مطالعات لی (۲۰۰۴) و گوپتا و دیگران (۲۰۰۸) مشابه است. بنا بر نظر گوپتا و همکاران، باورهای مثبت ادراک شده نسبت به فناوری اطلاعات، بر نگرش افراد نسبت به استفاده از فناوری تأثیر می‌گذارد و موجب تصمیم‌گیری برای استفاده از آن فناوری می‌شود. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که تناسب میان فناوری و وظیفه بر نگرش نسبت به پذیرش فناوری اطلاعات، ۳۴ درصد تأثیر مثبت دارد. یافته‌های این پژوهش با یافته‌های گودیپو و همکارانش (۲۰۰۰) همسویی دارد. به عبارتی اگر افراد دریابند که فناوری با وظایف آن‌ها

در یک راستا است، فناوری را به عنوان ابزاری مفید و مهم درک می کنند. نتایج آزمون فرضیات حاکی از آن است که نگرش اثر مثبت و معناداری بر قصد استفاده از فناوری اطلاعات دارد، به گونه ای که یک واحد افزایش در نگرش، منجر به ۴۵ درصد افزایش در قصد استفاده از فناوری اطلاعات می شود. همچنین خودکارآمدی بر نیت رفتاری نسبت به پذیرش فناوری اطلاعات، به میزان ۳۰ درصد اثر مثبت دارد که با نتایج پژوهش لام و همکاران (۲۰۰۷) همسو است. نتیجه این پژوهش مبنی بر اثر گذاری امید به عملکرد بر پذیرش فناوری اطلاعات با مطالعات ونکناش و همکاران (۲۰۰۳) مشابه است و با توجه به اینکه امید به عملکرد ۲۲ درصد اثر مثبت بر پذیرش فناوری اطلاعات دارد می توان گفت که امید به عملکرد تاثیر مهمی بر پذیرش فناوری اطلاعات دارد. بنا بر نتایج این پژوهش، هنجارهای ذهنی بر نیت پذیرش فن آوری اطلاعات، ۱۵ درصد تأثیر مثبت و معناداری دارد که با یافته ی ونکناش (۲۰۰۰) هماهنگی دارد و در نهایت بنا بر یافته های آزمون فرضیات می توان گفت که نیت رفتاری بر رفتار پذیرش فناوری اطلاعات تأثیر مثبت و معنی داری دارد، به عبارت دیگر، به ازای یک واحد افزایش در نیت رفتاری، به میزان ۴۴ درصد افزایش در رفتار پذیرش فناوری اطلاعات وجود خواهد داشت که با مطالعات موریس و دیلون (۱۹۹۷) مشابه است. بنابراین، نیت رفتاری، بیانگر شدت نیت و اراده فردی برای انجام رفتار هدف است. به طور کلی می توان این گونه نتیجه گرفت که در چنین محیط کسب و کار رقابتی، فناوری اطلاعات به یک منبع مهم از مزیت رقابتی پایدار و یک سلاح استراتژیک برای سازمان تبدیل شده است و به کارگیری فناوری اطلاعات منجر به کاهش هزینه ها، داشتن مزیت رقابتی، صرفه جویی در زمان و کسب و به اشتراک گذاری اطلاعات می شود. بنابراین کاربرد فناوری اطلاعات، اثرات شگرفی بر کارکرد عملیاتی هتلها خواهد داشت.

پیشنهاد های کاربردی و مدیریتی

نتایج مطالعه حاضر نشان داد ارتباط مستقیمی از نوع مثبت و مستقیم بین دو متغیر برداشت ذهنی از مفید بودن فناوری اطلاعات و نگرش نسبت به استفاده از آن وجود دارد و کارکنان با تمایل قوی تر در زمینه استفاده از فناوری اطلاعات، طرز نگرش مثبت تری نسبت به رفتار استفاده از فناوری اطلاعات دارند. با توجه به اینکه میزان این تأثیر ۲۸ درصد است، بنابراین، می توان پیشنهاد کرد که نقش متغیر برداشت ذهنی از مفید بودن و آسانی استفاده

از فناوری اطلاعات در نگرش کاربران و پذیرش فناوری اطلاعات توسط آنها، به عنوان یک مؤلفه اساسی مد نظر مدیران، برنامه‌ریزان، طراحان سیستم‌های اطلاعاتی و سایر دست‌اندرکاران قرار گیرد و به طراحان سیستم‌های مرتبط با فناوری اطلاعات توصیه می‌شود که سیستم‌هایی را طراحی کنند که علاوه بر مفید بودن، یادگیری آن‌ها برای استفاده آسان باشد.

با توجه به اینکه تناسب میان فناوری و وظیفه، ۳۴ درصد اثر مثبت بر نگرش نسبت به پذیرش فناوری اطلاعات دارد، به مدیران هتل‌ها پیشنهاد می‌شود سعی نمایند تا سیستم‌های فناوری اطلاعاتی را به کار گیرند که متناسب با نیازها و وظایف کارکنان باشد.

از آنجا که متغیر نگرش به میزان ۴۵ درصد تاثیر، نقش مهمی در قصد استفاده از فناوری اطلاعات دارد. توصیه می‌شود که با ارائه‌ی آموزش‌های ساده و مناسب با کارکنان در زمینه‌ی استفاده از فناوری اطلاعات، نگرش مثبت در کارکنان برای استفاده از این گونه سیستم‌ها را تقویت کرد.

مطابق یافته‌ها خودکارآمدی بر نیت رفتاری پذیرش فناوری اطلاعات ۳۰ درصد اثر مثبت دارد. از این‌رو، پیشنهاد می‌شود که با آموزش کارکنان و توانمندسازی آنان افرادی را تربیت نمایند که در دستیابی به اهداف خود مطمئن باشند. در نهایت مطابق با یافته‌های پژوهش، در صورتی که نیت رفتاری کارکنان یک واحد افزایش یابد، ۴۴ درصد منجر به افزایش میزان پذیرش فناوری اطلاعات می‌شود، بنابراین پیشنهاد می‌شود که مدیران هتل، کارکنان خود را متقاعد نمایند که چگونه می‌توانند با استفاده از فناوری اطلاعات، عملکرد خود را بهبود ببخشند و عوامل مؤثر بر نیت رفتاری و تمایل استفاده از فناوری اطلاعات را تقویت نمایند تا به افزایش میزان پذیرش فناوری اطلاعات منجر شود.

منابع

- جابری، اکبر. سلیمی، مهدی. خزانی پول، جواد. (۱۳۹۲) بررسی تأثیر انگیزش های درونی و بیرونی بر تسهیم دانش کارکنان در سازمان های ورزشی (مطالعه موردی کارمندان ادارات تربیت بدنی استان اصفهان). *مدیریت ورزشی* (۱۴)، ۷۵-۵۵.
- داوری، علی، رضازاده، آرش، (۱۳۹۲)؛ *مدل سازی معادلات ساختاری با نرم افزار PLS، نمونه سازی معادلات ساختاری- نرم افزار*، تهران، انتشارات جهاد دانشگاهی.
- مؤمنی، منصور و قیومی فعال، علی. (۱۳۹۱). *تحلیل های آماری با استفاده از SPSS*. تهران: منصور مؤمنی.
- یعقوبی، نورمحمد. شاکری، رویا. (۱۳۸۷). مقایسه تحلیلی مدل های پذیرش فناوری با تأکید بر پذیرش بانکداری الکترونیک. *فصلنامه علوم مدیریت ایران* (۱۱)، ۴۴-۲۱.
- Baker, M., Riley, M., (1994). New perspectives on productivity in hotels: some advances and new direction. *International Journal of Hospitality Management* 13 (4), 297-311.
- Buick, I., (2003). Information technology in small Scottish hotels: is it working? *International Journal of Contemporary Hospitality* 15 (4/5), 243-247.
- Byrd, T.A., Turner, E.T., (2001). An exploratory examination of the relationship between flexible IT infrastructure and competitive advantage. *Information and Management* 39, 41-52.
8. Buhalis, D., (2003). *E. tourism: information technology for strategic tourism management*. London. Financial times practise Hall.
9. Chang, H. H., & wong, K. H. (2010). Adoption of e-procurement and participation of e-marketplace on firm performance: trust as a moderator. *Information & Management*, 47(5/6), 262-270.
- Davis, F. D (1989) User Acceptance Of Computer Technology: A Comparison Of Two Theoretical Model. *Management Scienc*, (8) 35,982-1003.
- Gupta, B., Dasgupta, S., Gupta, A., (2008). Adoption of ICT in a government organization in a developing country: An empirical study. *Journal of Strategic Information Systems* 17, 140-154
- Gon Kim, Woo. Ma, Xiaojing. Jin Kim, Dong (2006) Determinants of Chinese hotel customers 'e-satisfaction and purchase. *Tourism Management*-27,890-900.
- Goo Kim, Tae .Hyoung Lee, Jae .Law, Rob . (2008). An empirical examination of the acceptance behaviour of hotel front office.

- systems: An extended technology acceptance model. *Tourism Management*, 29, 500-513.
- Hasan, B., (2003). The influence of specific computer experiences on computer self-efficacy beliefs. *Computers in Human Behavior* 19, 443-450.
- Hoof, H.B.V., Collins, G.R., Combrink, T.E., Verbeeten, M.J., 1995. Technology needs and perceptions. *Cornell Hotel and Restaurant Administration*, 64-69.
- Huang, S. M., Wei, C. W., Yu, P. T., & Kuo, T.Y. (2004). An empirical investigation on learners' acceptance of e-learning for public unemployment vocational training. Retrieved on September 21, 2007 .
- Hulland, J. (1999). Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: a review of four recent studies. *Strategic management journal*, 20(2), 195-204.
- 18.Hyang Jin Huh and et., (2009). A comparison of competing theoretical models for understanding acceptance. *International Journal of Hospitality Management*. ۱۳۴-۱۲۱, (۲۸)
- Kim, T. G., Lee, J. H., & Law, R. (2008). An empirical examination of the acceptance behaviour of hotel front office systems: An extended technology acceptance model. *Tourism Management*, 29, 500-513.
- Kripanont, N. (2006). Using a technology acceptance model to investigate academic acceptance of internet. *Journal of Business System, Governance and Ethics*, 1(2), 13-28.
- Lam, Terry. Cho, Vincent. Qu, Hailin. (2007). A study of hotel employee behavioral intentions towards adoption of information technology. *Hospitality Management* , 26, 49-65.
- Law, R., Jogaratnam, G., (2005). A study of hotel information technology applications. *International Journal of Contemporary Hospitality* 17 (2-3), 170-180.
- Lee, Y. C. (2006). An empirical investigation into factors influencing the adoption of an e-learning system. *Online Information Review*, 30(5), 517-541.
- Lian, J.W., Lin, T.M., (2008). Effects of consumer characteristics on their acceptance of online shopping: Comparisons among different product types, *Computers in Human Behaviour*, 24, 48-65
- Moon, J.W., & Kim, Y.G. (2001). Extending the TAM for a World Wide Web context. *Information & Management*, 38(4), 217-230.
- Morris, M.G., & Dillon, A. (1997). How user perceptions influence software use. *IEEE Software*, 14(4), 58-65.

- Nanayakkara, C. (2005). A model of user acceptance of learning management systems: A study within tertiary institutions in New Zealand. Retrieved on September 27, 2007.
- Pai FY & Huang KI. (2011), Applying the Technology Acceptance Model to the introduction of healthcare information systems. *Technological Forecasting and Social Change*; 78(4): 650-60.
- Paraskevas, A., Buahlis, D., 2003. Outsourcing IT for small hotels: the opportunities and challenges of using application service providers. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 43 (2), 27–39.
- Poon, V.C., & Low, K.L., (2005). Are travellers satisfied with Malaysian hotels? *International journal of contemporary Hospitality management*, 17 (2/3), 11-20.
- Roepke, R., Agarwal, R., Ferratt, T.W., 2000. Aligning the IT human resource with business vision: the leadership initiative at 3M. *MIS Quarterly* 24 (2), 327–353.
- Ross, J.W., Beath, C.M., Goodhue, D.L., 1996. Develop long-term competitiveness through IT assets. MIT Sloan. Siguaw, J.A., Enz, C.A., 1999. Best practices in information technology. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 40 (5), 58–71.
- Talukder, M. (2012). Factors affecting the adoption of technological innovation by individual employees: An Australian study . *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 40, 52 – 57.
- Vainio, H. M. (2006). Factors influencing corporate customers' acceptance of internet banking: Case of Scandinavian trade finance customers. Retrieved on September 25, 2007 from www.pafis.shh.fi/graduates/hanvai03.pdf.
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision sciences*, 39(2), 273-315.
- Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B., Davis, F.D., 2003. User acceptance of information technology: toward a unified view. *MIS Quarterly* 27 (3), 425–478.
- Vin-Cent Chang, P. (2004). The validity of an extended technology acceptance model (TAM) for predicting internet/portal usage. Retrieved on September 24, 2007 from www.etd.ils.unc.edu/8080/dspace/bitstream/1901/78/1/draft25.pdf.
- Wang, Yucheng. Qualls, William. (2007). Towards a theoretical model of technology adoption in hospitality organizations. *Hospitality Management* (26), 560–573.