

عنوان مقاله:

گردشگری الکترونیکی و چالشهای توسعه آن در ایران

محل انتشار:

سومین همایش ملی تجارت الکترونیک (سال: ۱۳۸۴)

تعداد صفحات اصل مقاله: ۲۰

نویسنده:

محمدرضا فرزین - عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبائی

خلاصه مقاله:

گردشگری یکی از پیشروترین صنایع و فعالیتهای اقتصادی جهان می باشد که بالغ بر ۱۰ درصد اشتغال و تولید ملی جهانی را به خویش اختصاص میدهد. این صنعت به دلیل دارا بودن روابط بسیار نزدیک با سایر فعالیتهای اقتصادی در بسیاری از مناطق، همچون بخش واسط فعالیتهای تجاری و صنعتی عمل می نماید. فن اوری اطلاعات یکی از عناصر اساسی محیط بیرونی (External Environment) در گردشگری و مسافرت است. در سالهای اخیر توسعه این فناوری باعث نوآوریهای در آن شده است. فن آوری اطلاعات یک شریک ضروری است که ارتباط بین مصرف کنندگان و عرضه کنندگان را در سطح جهانی برقرار می سازد. از طرف دیگر گردشگری نیز یک فعالیت اطلاعات محور (Information Intensive) است. در کمتر فعالیتی اهمیت خلق، جمع اوری، تجزیه و تحلیل و کاربرد امار و اطلاعات به اهمیت آن در گردشگری می باشد. خدمات لمس ناپذیر (Intangible) و متغیر گردشگری را نمی توان قبل از فروش بازرسی فیزیکی نمود و عدم محصولات آن به طور طبیعی قبل از زمان مصرف و دور از مکان مصرف خریداری میشوند. بنابراین محصولات گردشگری شدیداً وابسته به معرفی و توصیف و نمایش می باشند، یعنی ارائه اطلاعات به شکل مکتوب، صوتی یا تصویری. عموماً غالب این معرفی ها از طریق دوستان و نزدیکان و شرکتهای مسافرتی صورت می پذیرد و عرضه کنندگان خدمات گردشگری و مسئولین مقاصد گردشگران نقشی در آن ندارند. بنابراین تفکیک ابزار انتقال اطلاعات و برقراری ارتباطات از این صنعت غیر ممکن است.

کلمات کلیدی:

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/۳۲۶۲۶>