

عنوان مقاله:

نقش تجارت الکترونیک در صنعت گردشگری

محل انتشار:

دومین همایش ملی پژوهش های کاربردی در جغرافیا و گردشگری (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

علیرضا فضل زاده - استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه تبریز

لیلا کریمی زاده شقاقی - دانشجوی ارشد مدیریت بازرگانی بین الملل

خلاصه مقاله:

افزایش تعداد کاربران اینترنت و شبکه های بین المللی ارتباطی، بکارگیری فناوری ارتباطی نوین را جز لاینفک زندگی امروز کرده است. بدین ترتیب هر بنگاه تجاری-خدماتی موظف است تا پاسخگوی خیل عظیم این گروه از مشتریان و کاربران بدون در نظر گرفتن مرزهای جغرافیایی باشد. صنعت گردشگری ایران نیز با توجه به پتانسیل های موجود نیازمند استفاده هرچه بیشتر از تجارت الکترونیک می باشد تا ضمن اطلاع رسانی شفاف به بازدیدکنندگان داخلی و خارجی، مقدمات و امکانات شناخت بیشتر ایشان با جاذبه ها و شرایط توریستی ایران را فراهم نموده و باعث افزایش درخواست سفر به این نقاط را فراهم نماید. تجارت الکترونیک فضای اطلاع رسانی لازم همراه با امکان انتخاب مدیریت شده مسیر سفر برای خانواده ها و کاربران حرفه ای و امکان فروش و رزرواسیون خدمات و محصولات گردشگری را فراهم نموده است. استفاده از تجارت الکترونیک در زنجیره توریسم از زمان تصمیم گیری تا رضایت مندی پس از انجام سفر، نشان دهنده تاثیر این فناوری در تمام چرخه تولید و توزیع خدمات توریسم است.

کلمات کلیدی:

گردشگری، تجارت الکترونیکی، گردش الکترونیکی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/413615>

