



اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار

محل برگزاری دانشکده شهید مفتاح همدان

۳۰ آبان ۱۳۹۲



ارزیان محیط زیست علم‌آزاد

به نام خدای بزرگ

نگاهی اجمالی بر بازاریابی الکترونیکی در گردشگری الکترونیکی

*محمد صالح مزیدی^۱

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی دانشگاه علم و هنر یزد. ایمیل: m_saleh.mazidi@yahoo.com

تلفن همراه:

چکیده:

امروزه با ورود فناوری جدیدی تحت عنوان اینترنت به صحنه زندگی بشر، تجارتی موسوم به تجارت الکترونیکی رایج شده است. در عصر اطلاعات و اینترنت، گردشگری که به عنوان صنعت پاک در کنار صنایع نفت و خودروسازی مطرح است نیز به طور گسترده‌ای از این فناوری جدید که مهمترین و سریع‌ترین ابزار اطلاع‌رسانی است استفاده می‌کند. پیش‌بینی‌های سازمان جهانگردی مبنی بر اینکه تا سال ۲۰۲۰ تعداد جهانگردان به ۱۵۶۰ میلیون نفر بالغ خواهد شد خود مبین اهمیت و جایگاه این صنعت در دنیاست. صنعت گردشگری با تمرکز بر فن‌آوری و اینترنت نوعی از گردشگری را با نام گردشگری الکترونیکی ایجاد کرده که شاخه‌های مختلفی را در بر می‌گیرد و امکان ارائه خدمات نوینی را به کاربران و گردشگران را می‌دهد. بدلیل درآمدزایی بالای این صنعت، کوشش کشورها را برای جذب سهم بیشتری از این بازار، سبب شده است و تلاش برای بازاریابی به روش‌های مختلف را آغاز نموده‌اند. از مناسب‌ترین نوع بازاریابی در دنیای امروز بویژه برای گردشگری الکترونیکی، بازاریابی الکترونیکی است که متمرکز بر اینترنت و دنیای وب است. در این تحقیق با مروری بر صنعت گردشگری و جایگاه آن، به نوع گردشگری الکترونیکی پرداخته شده و با ذکر ویژگی‌ها به بخش مهمی از آن یعنی بازاریابی آنهم از نوع الکترونیکی توجه گردیده است. نقاط ضعف و الزامات این نوع بازاریابی و خصوصیات بارز آن برای گردشگری الکترونیکی در ادامه بیان و در پایان با برجسته‌سازی جایگاه و اهمیت این نوع گردشگری برای کشورمان ایران، بر ضرورت برنامه‌ریزی و ایجاد زیرساخت‌ها برای رونق این صنعت در کشور تاکید شده است.

واژگان کلیدی:

صنعت گردشگری، گردشگری الکترونیکی، بازاریابی الکترونیکی، گردشگری مجازی، کشور ایران