

## عنوان مقاله:

بررسی نقش مخرب متاورس در مدیریت گردشگری و بازاریابی دیجیتال

## محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی پژوهش های کاربردی در مدیریت، حسابداری، اقتصاد و مهندسی صنایع (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

## نویسندگان:

علیرضا محمودی فرد - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی (و مدرس دانشگاه ها)، گروه مدیریت صنعتی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه شاهد، تهران، ایران

علی ملکی - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی برق مخابرات، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

با توسعه زیربنای ارتباطات و فناوری اطلاعات، بحث ها درباره گردشگری دیجیتال در محققان بیشتر شده است. تغییرات دینامیکی ناشی از جنبه های تکنولوژیکی گوناگون، سبب ایجاد تحولات مختلف در صنعت گردشگری گردیده است؛ در نتیجه، این پژوهش با هدف بررسی و تحلیل زیربنای علمی توسعه موضوعات گردشگری دیجیتال از راه رویکرد تحلیل کتاب سنجی انجام گردیده است؛ در مجموع، ۸۰ نشریه مختلف از تحقیقات گردشگری دیجیتال از پایگاه داده Scopus بین سال های ۲۰۰۱ تا ۲۰۲۱ به منظور تجزیه و تحلیل کتاب سنجی بهتر گرفته شد؛ یافته های مهم، بیشترین استناد نشریات گردشگری دیجیتال، سهم گردشگری دیجیتال توسط نویسندگان، موسسات، کشورها، تجزیه و تحلیل هم استنادی، پیوند کتاب شناختی و وقوع همزمان برای روندهای اصلی گردشگری دیجیتال را توصیف می نمایند؛ برای صنعت گردشگری، همه گیری COVID-۱۹ با ایجاد راهحلهای جدید و نوآورانه، که مدیریت، امور مالی و برنامه ریزی را متحول کرده و راه های جدیدی را به منظور معرفی فناوری های نوآورانه فروش و بازاریابی باز کرده است، به عنوان شتاب دهنده انقلاب صنعتی چهارم عمل نموده است. همچنین این مقاله بر پدیده اخیرا پدیدار شده و به ندرت درک شده «گردشگری رایگان دیجیتال ۲» تمرکز کرده و انگیزه های شرکت کنندگان را به منظور پرهیز داوطلبانه یا محدود کردن استفاده از فناوری در سفرهایشان بررسی می کند؛ این یافته ها با شناسایی چهار عامل اصلی که گردشگران را به منظور مشارکت در DFT انگیزه می دهند از جمله، فرار، رشد شخصی، سلامت و رفاه، روابط و همچنین به نظریه مربوطه کمک می کند و چندین موضوع فرعی اکتشافی زیربنایی این انگیزه ها را برجسته می نماید. با در نظر گرفتن DFT نه به عنوان یک مشکل کوچک، بلکه یک انتخاب سفر، این پژوهش می تواند به پزشکان کمک کند تا DFT را به عنوان یک محصول گردشگری بهتر تبلیغ نمایند؛ این موضوع در به حداکثر رساندن مزایای مرتبط و تجربیات مثبت شرکت کنندگان در آزمون DFT هم اثرگذار می باشد

## کلمات کلیدی:

انگیزه ها، سم زدایی دیجیتال، رفاه، گردشگری هوشمند، متاورس، DFT

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1804696>

