

عنوان مقاله:

چگونگی توسعه گردشگری الکترونیکی جنوب شرق کشور بر اساس تحلیل ساختار اطلاعاتی

محل انتشار:

نخستین همایش منطقه ای فناوری اطلاعات (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

مهدی جمالی نژاد - دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری

جعفر کریمی - دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی

رسول حیدری - کارشناس ارشد حقوق عمومی

خلاصه مقاله:

گردشگری به عنوان یکی از بزرگ ترین صنایع دنیا علاوه بر اشتغالزایی باعث تحصیل ارز، تامین آرامش، توزیع عادلانه ثروت، تبادل فرهنگها و نزدیکی ملل به یکدیگر می شود و در کنار جذابیت ها از زیرساختها نیز باید نام برد که از مهم ترین آنها ساختار اطلاعاتی و داشتن یک راهبرد اساسی در تبلیغات و اطلاع رسانی می باشد. این روش بر اساس روشی تحلیلی-توصیفی و بهره گیری از منابع موجود در داخل و خارج و استفاده از دو مدل تحلیل عاملی و خوشه ای با استفاده از نرم افزار spss می باشد به بررسی ساختار اطلاعاتی و آگاهی رسانی در زمینه گردشگری در جنوب شرق کشور پرداخته است. بر اساس نتایج حاصل از این پژوهش چنین برآورد گردید که در بین ایرانیان بهترین ابزار تبلیغاتی در درجه اول تبلیغات رسانه ملی یعنی تلویزیون با میزان وزن 0.895569 نقش مهمی را در اینمیان بازی می کند و می تواند مسببات توسعه گردشگری جنوب شرق را سبب گردد و از طرفی در مرحله بعدی که به نظر نگارنده مهم تر از اولی می باشد تبلیغات دهان به دهان بوده که این امر مستلزم فراهم نمودن و ارائه تسهیلات و خدمات زیرساختی گردشگری در راستای ایجاد خاطرات شیرین و به یادمانی در ذهن گردشگران برای دعوت از دوستان و دیگران جهت سفر به منطقه می باشد که خود بهترین ساختار اطلاعاتی به دنبال دیگر ساختار اطلاعاتی مهم همچون تلویزیون و وب سایت می باشد

کلمات کلیدی:

گردشگری، اطلاعات، تبلیغات، تلویزیون، دهان به دهان، تحلیل عاملی، جنوب شرق

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/239517>

