

## عنوان مقاله:

بررسی نقش بازاریابی الکترونیکی E-Marketing در جذب گردشگر و توسعه صنعت گردشگری (مطالعه موردی: استان همدان)

## محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

## نویسندگان:

داوود عباسی - دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی-برنامه ریزی آمایش کیفیت محیطی، دانشگاه آزاد اسلامی علوم و تحقیقات تهران

انسیه حبیبی - دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات همدان

مرضیه جعفری - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی تولیدات گیاهی، دانشگاه تربیت مدرس

## خلاصه مقاله:

گردشگری الکترونیک یا به عبارتی استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در این صنعت می تواند دریچه های نوینی از شناخت، توسعه و رشد اقتصادی را برای جوامع به همراه داشته باشد. بررسی انجام گرفته و تجربیات حاصله طی سالهای اخیر معلوم می سازد که موفقیت در این صنعت آنچنان موضوع سهل و آسانی نیست که بتوان بدون توجه به عوامل موثر آن را به دست آورد. از جمله عواملی که می تواند صنعت گردشگری الکترونیک همدان را توسعه بخشد بکارگیری ابزارها و پارامترهای موثر بازاریابی الکترونیکی است. پژوهش حاضر با این پیش فرض که بازاریابی الکترونیک می تواند بر توسعه گردشگری مقصد بیفزاید، سعی نموده است تا هدف خویش را برسی نقش بازاریابی الکترونیک دفاتر خدمات گردشگری از نگاه گردشگران به عنوان محدوده پژوهش قرار دهد، لذا روش مورد استفاده پیمایش و ابزار مورد استفاده پرسشنامه است. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران 383 نفر برآورد گردید و از نرم افزار SPSS جهت تحلیل داده ها استفاده شده است. یافته های پژوهش نشان می دهد فناوری اطلاعات و ارتباطات به صورت بالقوه نقش به سزایی در جذب گردشگر و معرفی شهر همدان به عنوان پایتخت تاریخ و تمدن ایران دارد که با برنامه ریزی و مدیریت دقیق از جانب سازمان های مربوطه به ویژه سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان و مدیران دفاتر خدمات گردشگری می توان بستر مناسبی برای توسعه گردشگری در منطقه فراهم ساخت.

## کلمات کلیدی:

فناوری اطلاعات و ارتباطات، بازاریابی الکترونیک، گردشگری الکترونیک، توسعه گردشگری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/413638>

