

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات بر آمیخته بازاریابی خدمات گردشگری

محل انتشار:

دومین همایش ملی گردشگری، سرمایه های ملی و چشم انداز آینده (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

نویسنده:

باقر عسگرنژاد - اردبیل دانشگاه دانشگاه محقق اردبیلی دانشکده علوم انسانی گروه مدیریت و اقتصادی

خلاصه مقاله:

امروزه به واسطه پدیده جهانی شدن و گسترش روز افزون و برگشت ناپذیر فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی و با ایجاد مولفه هایی همچون ابزارهای اطلاعاتی، حذف مرز صنایع، تنوع محصولات و روش های نوین توزیع، کانال های جدید تبلیغ و فرصت ها و مدل های تجاری جدید، مدیران قصد دارند تا در انجام کارآمد و اثربخش وظایف سازمانی از جمله فعالیت های بازاریابی از فرصت های بوجود آمده توسط این فناوری ها استفاده نمایند. یکی از این فرصت ها خدمات گردشگری می باشد که در ردیف صنعت های پردرآمد، پاک و کم هزینه دنیا قرار دارد. فناوری های نوین ارتباطی و اطلاعاتی که از آن به عنوان کلید اصلی در توسعه یاد می کنند، از این جهت برای صنعت گردشگری مهم هستند که با هدف برآورده ساختن بهتر و سریع تر نیازهای گردشگران به منظور ایجاد رضایت بیشتر آنها، با امکانات فناورانه و دیجیتالی سعی در به نمایش گذاردن و معرفی امکانات و توانایی های کشور میزبان به گردشگران خارجی و همچنین سهولت رفت و آمد آنان دارند. در واقع به واسطه تحولات مرتبط با فناوری اطلاعات و ارتباطات، تغییرات عمده ای در حوزه اهداف، مفاهیم و شیوه های خدمات گردشگری به وجود آمده است. بر این اساس در پژوهش حاضر نیز تلاش شده است تا تاثیر ابزارهای مرتبط با فناوری اطلاعات و ارتباطات بر آمیخته بازاریابی خدمات گردشگری شامل عناصر محصول، مکان و زمان، فرآیند، بهره وری و کیفیت، اشخاص، تبلیغات پیشبردی و آموزش، شواهد فیزیکی، قیمت و سایر هزینه های خدمات مورد بررسی قرار گیرد

کلمات کلیدی:

آمیخته بازاریابی خدمات، فناوری اطلاعات و ارتباطات، گردشگری، گردشگری الکترونیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/431482>

