

عنوان مقاله:

بررسی روابط بین کیفیت وب سایت و صنعت گردشگری (مطالعه مورد: گیلان)

محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین المللی علوم مهندسی و تکنولوژی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

نادر حلاج پور - دانشجوی کارشناسی ارشد تجارت الکترونیک

محسن محمدنوربخش لنگرودی - دکترای مدیریت مالی موسسه غیرانتفاعی مهرآستان، آستانه اشرفیه

خلاصه مقاله:

امروزه تجارت الکترونیک جایگاه ویژه ای دارد، توجه به استراتژی های این مبحث در محیط رقابتی و متغیر امروز بسیار مهم است. در واقع تجارت الکترونیک شامل خرید و فروش، بازاریابی و خدمات رسانی برای محصولات، خدمات و اطلاعات از طریق اینترنت و سایر شبکه ها است. از عوامل مهم و تاثیرگذار در تجارت الکترونیک و بازاریابی طراحی و امکانات وب سایت می باشد که امروزه سهم بسزایی در اینترنت دارد. از دلایل مهم استفاده از آن، شناسایی عوامل موثر برای مصرف کنندگان و تصمیم گیری آنها به ویژه در فضای کسب و کار اینترنتی و استراتژی های بازاریابی در صنعت های مختلف از جمله صنعت هتلداری و گردشگری که موضوع مورد بحث این مقاله می باشد است. از آنجایی که سهم کشور ایران در زمینه تجارت الکترونیک در سال 1382 تقریباً صفر بوده، به این معنی است که تجارت الکترونیک در کشور ما مفهوم نو بنیادی محسوب می شود و زیرساخت های مناسب فنی، فرهنگی، فقدان زمینه های حقوقی لازم و هزینه ها، فرهنگ سازی و حمایت مصرف کنندگان باعث ایجاد چالش های در این زمینه شده است. عوامل مختلفی در کیفیت وب سایت و رتبه بندی آن موثر است که از پارامترهای بسیار مهم برای شهرت وب سایت های هتل رتبه در گوگل و الکسا و از بین پارامترهای امکانات هتل، تعداد اتاق و هزینه اتاق دو تخته موثرترین عوامل از نظر کاربران در نظرسنجی ها بوده است.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، وب سایت هتل، رزرو آنلاین، کیفیت وب سایت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/758262>

