



انشارات ادبیان روز

مقدمه‌ای بر گردشگری الکترونیک

دکتر مرتضی یادگاری

شیرین ریاحی

www.ketab.ir

سرشناسه:	یادگاری، مرتضی، ۱۳۶۲-
عنوان و نام پدیدآور:	مقدمه‌ای بر گردشگری الکترونیک/ دکتر مرتضی یادگاری، شیرین ریاحی
مشخصات نشر:	تهران: ادیبان روز، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری:	۱۶۶ ص.
شابک:	۹۷۸-۶۲۲-۶۱۵۶-۰۵-۹
وضعیت فهرست‌نویسی:	فیا
موضوع:	گردشگری - تکنولوژی اطلاعات
موضوع:	Tourism - Information technology
شناسه افزوده:	ریاحی، شیرین، ۱۳۶۷-
رده‌بندی کنگره:	۱۳۹۷ ی۲ آ/۱۵۵/۱ G
رده‌بندی دیویی:	۳۳۸/۷۷۹۱۰۲۸۵
شماره ثبت‌نمایی ملی:	۵۲۷۳۹۶۰

صدا آوا:	"م" ملانی زو
طراح جلد:	سحر بیگی
شمارگان:	۱۰۰ جلد
قیمت:	۱۷۰۰ تومان
تاریخ انتشار:	۱۳۹۷
نویت چاپ:	اول
چاپ و صحافی:	سرمدی

کلیه حقوق این اثر متعلق به انتشارات ادیبان روز می‌باشد و هرگز به هیچ‌کس داده از این کتاب (کپی، تکثیر، استفاده در کارگاه‌های آموزشی) بدون اجازه ناشر پیگردستی دارد.

آدرس: تهران، میدان انقلاب، خیابان ۱۲ فروردین، ساختمان ۲۸۶، طبقه اول، واحد ۵

تلفن: ۶۶۹۵۶۸۱۲-۱۵

خرید اینترنتی از طریق:

www.adibanbook.ir

Info@adibanbook.ir



انتشارات ادیبان روز



پیش از تولد اینترنت، تمام فعالیت‌های مربوط به گردشگری از طریق بازاریابی سنتی تبلیغ می‌شد و با استفاده از قابلیت آژانس‌های مسافرتی اجرایی می‌گردید. امروزه با ظهور ابزارهای اینترنتی که بعد زمان و مکان را از زندگی مردم حذف کرده، دیگر پیمودن مسافت‌های طولانی، صرفاً برای دیدن نقاط دیدنی و امکانات آن مقرون به صرفه نیست، چرا که می‌توانید هر لحظه که اراده کنید از طریق اینترنت و دنیای مجازی در کسری از ثانیه به یک کشور سفر کرده و از امکانات گردشگری آن به صورت مجازی بازدید کنید و اطلاعات مورد نظر خود را به دست آورید. به همین جهت، از جمله مباحثی که این روزها بسیار مورد توجه قرار گرفته، بحث «گردشگری الکترونیک» است.

این نوع «حصص گردشگری» به افراد امکان می‌دهد پیش از آنکه به صورت فیزیکی سفر خود را آغاز کند، به صورت الکترونیکی و از طریق ابزارهای اینترنتی وارد محل مورد نظرشان شده و با دسترسی به گزارشات، مقاله‌ها، کتاب‌ها و... درباره آن مکان، مزایا و معایب این سفر را دریابند و به راحتی در مورد این سفر تصمیم‌گیری کنند. واژه گردشگری الکترونیک چند سالی است که در کشور ما به عنوان «سفر مرسد ولی» در سایر نقاط جهان بیش از ۱۵ سال است که این واژه جایگاه ویژه‌ای را برای خود دست و پا کرده است.

ناگفته نماند گردشگری، خود یکی از بزرگ‌ترین صنعت‌های دنیاست که برای برخی کشورها به عنوان بزرگ‌ترین منبع درآمد و یک ثروت ملی به شمار می‌آید و این امر باعث شده تا تقریباً تمام کشورهای دارای این صنعت به مقوله الکترونیکی کردن آن نیز توجه خاصی داشته باشند. این صنعت ازجمله صناعی است که می‌تواند بسیار به رفاه و رشد کشورها کمک نماید. به خصوص برای آن دسته از کشورهایی که از مناطق گردشگری «تیره» و «غالی» برخوردار هستند. لذا این دسته از کشورها می‌توانند با به کارگیری ابزارهای جدید تکنولوژیک تلفات آنها با صنعت گردشگری به رونق هرچه بیشتر این صنعت کمک کنند. در کشور عزیز ما ایران نیز، جاذبه‌های تاریخی که برخی از آنها در نوع خود در سطح جهانی بی‌نظیر هستند و همچنین موهبت‌های طبیعی مانند روستاهای تاریخی، میراث غنی و تمدنی و... هر کدام به نوبه خود می‌توانند صنعت توریسم کشورمان را با تحولی بزرگ روبه‌رو سازد.

صفحات	عنوان
۱۳	فصل اول: گردشگری
۱۴	۱-۱- تعریف گردشگری و جهانگردی
۱۵	۲-۱- اهمیت گردشگری
۱۶	۳-۱- انواع گردشگری
۱۶	۴-۱- گونه‌های گردشگری
۲۲	۵-۱- وضعیت صنعت توریسم در جهان
۲۵	فصل دوم: گردشگری الکترونیک
۲۶	۱-۲- تعریف گردشگری الکترونیک
۲۷	۱-۱-۲- تاریخچه
۲۹	۲-۱-۲- مفاهیم و کاربردهای گردشگری الکترونیک
۴۵	فصل سوم: گردشگران و اعتماد آنان بر گردشگری الکترونیک
۴۶	۱-۳- اعتماد الکترونیکی و عوامل تاثیرگذار بر آن
۴۷	۱-۱-۳- فرآیند شکل‌گیری اعتماد الکترونیکی
۴۸	۲-۳- نتیجه‌گیری
۵۱	فصل چهارم: ابزارهای ارائه خدمات در گردشگری الکترونیک
۵۲	۱-۴- سیستم RSS

۵۲	۴-۲- وبسایت
۶۱	۴-۳- شبکه‌سازی مشترک و تاثیرات آن بر گردشگری
۶۳	فصل پنجم: نقش فناوری اطلاعات و آموزش آن در توسعه صنعت گردشگری
۶۴	۵-۱- فناوری اطلاعات و گردشگری
۶۶	۵-۲- ضرورت‌ها و مزایای فناوری اطلاعات در توسعه
۷۲	۵-۳- وبسایت: ابزار کارآمد در توسعه گردشگری مجازی
۷۳	۵-۴- سایت‌های گردشگری، دروازه مجازی جذب توریسم
۷۴	۵-۵- گردشگری الکترونیکی: موتور محرکه‌ی گردشگری الکترونیک
۷۵	۵-۶- تاثیرات اینترنت بر گردشگری الکترونیک
۷۸	۵-۷- جامعه مسافرت مجازی Virtual Travel
۸۳	فصل ششم: کاربردهای فناوری اطلاعات در صنعت گردشگری
۸۴	۶-۱- تأثیر متقابل تجارت الکترونیکی در صنعت گردشگری
۸۷	۶-۲- کاربردهای فناوری اطلاعات در صنعت گردشگری
۹۴	۶-۳- رابطه گردشگری الکترونیک و رشد اقتصادی
۱۰۰	۶-۴- بازاریابی در صنعت گردشگری
۱۰۲	۶-۵- گردشگری الکترونیک-تعامل بین فناوری اطلاعات و
۱۰۴	۶-۶- استفاده از گردشگری الکترونیک در توسعه گردشگری
۱۰۶	۶-۷- گردشگری الکترونیک و نقش آن در دولت الکترونیک

۱۰۹	فصل هفتم: نقش شهر الکترونیک در توسعه گردشگری الکترونیک
۱۱۰	۱-۷- تعریف شهر الکترونیک
۱۱۱	۲-۷- گام‌های تحقق شهر الکترونیکی
۱۱۲	۳-۷- مزایای شهر الکترونیک
۱۱۲	۴-۷- مهم‌ترین چالش‌های رودرروی شهر الکترونیک
۱۱۳	۵-۷- فعالیت‌های شهر الکترونیک
۱۱۴	۶-۷- فواید شهر الکترونیک
۱۱۴	۷-۷- ملزومات جهت ایجاد شهر الکترونیک
۱۱۷	فصل هشتم: رسانه‌های اجتماعی و ارتباط آن بر گردشگری الکترونیک
۱۱۸	۱-۸- رسانه‌های اجتماعی و تاثیرات آن بر گردشگری الکترونیک
۱۱۱	۲-۸- نقش شبکه اجتماعی در توسعه گردشگری
۱۲۲	۳-۸- بررسی جایگاه رسانه‌های اجتماعی در توسعه گردشگری
۱۲۳	۴-۸- یافته‌های تحقیق
۱۲۴	۵-۸- نتیجه‌گیری جدول آماری
۱۳۱	فصل نهم: گردشگری الکترونیک در ایران
۱۳۲	۱-۹- نیازمندی‌های ایران به جذب توریسم و گردشگری
۱۳۳	۲-۹- برنامه‌ها، سیاست‌ها و طرح‌های عملیاتی توسعه گردشگری

۱۳۵	۳-۹- ضرورت‌ها و نیازمندی‌های گردشگری الکترونیک در ایران
۱۳۵	۴-۹- چشم‌انداز گردشگری الکترونیک در فرآیند توسعه پایدار
۱۳۵	۵-۹- وضعیت گردشگری الکترونیک در ایران
۱۳۷	۶-۹- مقایسه وضعیت گردشگری الکترونیک ایران و جهان
۱۳۸	۷-۹- مشکلات گردشگری الکترونیک در ایران
۱۳۹	۸-۹- راهکارهای توسعه گردشگری الکترونیک در ایران
۱۴۲	۹-۹- پیش‌نیازهای توسعه گردشگری الکترونیک در ایران
۱۴۵	۱۰-۹- عوامل مؤثر بر گردشگری الکترونیک ایران
۱۵۱	فصل دهم: جمع‌بندی
۱۵۲	۱-۱۰- نتیجه‌گیری
۱۵۲	۱-۱۰- ملزومات اجرایی در راستای توسعه گردشگری الکترونیک
۱۵۵	فهرست واژگان (انگلیسی به فارسی)
۱۶۱	منابع و مأخذ
۱۶۵	چکیده انگلیسی

فهرست نمودارها

۲۳	نمودار ۱-۱- پیش‌بینی وضعیت صنعت توریسم تا سال ۲۰۳۰
۲۴	نمودار ۱-۲- آمار ورود گردشگران در سال ۲۰۱۵ جهان
۲۴	نمودار ۱-۳- آمار صادرات و درآمد حاصل از صادرات در سال
۸۵	نمودار ۶-۱- مکانیزم توزیع در صنعت گردشگری
۸۶	نمودار ۶-۲- نیازها و خواسته‌های اعضای کانال توزیع گردشگری
۹۳	نمودار ۶-۳- ارزیابی سیستم مدیریت مقصد
۱۰۴	نمودار ۶-۴- ارزیابی در صنعت گردشگری
۱۲۸	نمودار ۸-۱- محبوب‌ترین شبکه‌های اجتماعی در جهان بر اساس تعداد کاربران
۱۲۹	نمودار ۸-۲- محبوب‌ترین شبکه‌های اجتماعی در جهان بر اساس تعداد کاربران
۱۳۰	نمودار ۸-۳- نمودار میزان استفاده از چهار شبکه اجتماعی پرتعداد

فهرست جداول

۱۲۳	جدول ۸-۱- توزیع پاسخگویان برحسب میزان استفاده از
۱۲۵	جدول ۸-۲- کاربران شبکه تلگرام
۱۲۶	جدول ۸-۳- واتس آپ
۱۲۷	جدول ۸-۴- آمریکایی‌ها بیشترین استفاده‌کنندگان از فیس‌بوک
۱۲۷	جدول ۸-۵- بیشترین بازدیدکنندگان توئیتر