

گردشگری الکترونیکی



مژگان رضائی

(دانشجوی دکتری جغرافیا، برنامه ریزی شهری)

سرشناسه: رضایی، مژگان
عنوان و نام پدیدآور: گردشگری الکترونیک / مژگان رضایی

مشخصات نشر: تهران، آوای هدهد ۱۳۹۷

مشخصات ظاهری: ۱۴۰ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۷۱۲۰-۷-۶

وضعیت فهرست‌نویسی: قیفا

یادداشت: کتابنامه

موضوع: گردشگری الکترونیکی / گردشگری -- تکنولوژی اطلاعات

موضوع: Electronic tourism

موضوع: Tourism -- Information technology

رده‌بندی دهکده: ۳۸۵ / ۱۱، ۵۲، ۱۳۹۷، G۱۵۵/۱۱

رده‌بندی دیوین: ۳۳۸، ۳۳۹، ۳۸۵

شماره کتابشناسی بی: ۵۰۰۴۵۳۲

گردشگری الکترونیک

پدیدآورنده: مژگان رضایی

طراحی جلد: برف رنگی

نوبت چاپ: اول / ۱۳۹۷

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

قیمت: ۱۵۰.۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۷۱۲۰-۷-۶

انتشارات آوای هدهد

avayehodhod@yahoo.com

نشانی: مقابل دانشگاه تهران، ساختمان ۱۲۹۶ (ظروفچی)، واحد ۱۰

تلفن: ۰۹۳۵۵۴۵۷۹۱۰-۶۶۴۶۵۰۳۵

فهرست مطالب

۱۳	پیشگفتار
۱۵	مقدمه
۱۹	مفهوم گردشگری
۲۰	تعریف توریست یا گردشگر
۲۳	طبقه‌بندی انواع توریسم
۲۴	تأسیسات اقامتی
۲۷	انواع گردشگری
۲۸	اکوتوریسم (Eco Tourism)
۳۷	گردشگری فرهنگی (Cultural Tourism)
۳۸	انواع گردشگری فرهنگی
۳۸	۱- گردشگری میراث
۳۸	۲- گردشگری هنری
۳۸	۳- گردشگری خلاق
۳۹	۴- گردشگری شهری
۳۹	۵- گردشگری روستایی

۳۹	۶- گردشگری قومی یا بومی
۴۰	۷- گردشگری فرهنگی عامه‌پسند یا معاصر
۴۰	هدف سفرهای فرهنگی
۴۰	- گردشگری تجاری
۴۱	- سفر به روستاها (Rural Tourism)
۴۲	- گردشگری مذهبی و زیارتی (Religious Tourism)
۴۳	- سفرهای حادثه‌جویی (Adventure Tourism)
۴۳	- گردشگری سلامت (Health Tourism)
۴۴	- گردشگری ورزشی (Sport Tourism)
۴۷	زیست بوم گردشگری:
۴۹	عرضه‌کنندگان منفرد
۴۹	دفاتر خدمات مسافرتی
۵۰	دفاتر خدمات مسافرتی در لحظه آخر
۵۰	سازمان‌های مدیریت مقصد
۵۲	شهر الکترونیک
۵۲	ویژگی‌های شهر الکترونیک
۵۲	شهروند الکترونیک
۵۴	الزامات وب‌سایت‌های فعال در زمینه گردشگری الکترونیکی
۵۵	مهم‌ترین چالش‌های رو در روی شهر الکترونیک
۵۶	فعالیت‌های شهر الکترونیک
۵۷	شهرهای الکترونیک جهان
۵۷	فواید ایجاد شهرهای الکترونیک

۵۷	ملزومات جهت ایجاد شهر الکترونیک
۵۸	گردشگری الکترونیک یا ET
۵۸	تاریخچه گردشگری الکترونیک
۶۰	خدمات گردشگری الکترونیک
۶۰	ویژگی های گردشگری مجازی
۶۱	نیازهای گردشگری الکترونیکی
۶۳	اعتماد الکترونیکی
۶۴	امنیت ادراک شده
۶۴	وفاداری الکترونیک
۶۵	رضایت الکترونیک
۶۶	آشنایی بیشتر با مفاهیم گردشگری الکترونیک
۶۶	IMS (Property Management System)
۶۶	Channel Manager
۶۶	CRS (Central (Computerized) Reservation System
۶۶	GDS (Global Distribution System)
۶۷	OTA (Online Travel Agencies)
۶۷	مزایای استفاده از گردشگری مجازی
۶۸	گردشگری الکترونیک کارکردها و چالش ها
۶۹	بیمه الکترونیک گردشگری
۷۰	شروع یک سفر الکترونیکی
۷۲	گردشگری و بازاریابی الکترونیک
۷۳	چگونگی استفاده از سامانه های گردشگری در فضای مجازی

- ۷۵..... راهکارهای توسعه گردشگری مجازی
- ۷۷..... اینترنت ابزاری مفید برای گردشگری الکترونیکی
- ۷۸..... قابلیت‌های وب‌سایت
- ۷۹..... ویژگی‌های وب‌سایت مناسب گردشگری الکترونیکی
- ۸۰..... گردشگری مجازی، صنعت هزاره سوم
- ۸۳..... رابطه گردشگری الکترونیک و رشد اقتصادی
- ۸۴..... اثر مستقیم
- ۸۴..... اثر غیرمستقیم
- ۸۵..... محورهای توسعه گردشگری الکترونیکی
- ۸۷..... گردشگری در جهان
- ۹۲..... گردشگری در شهر الکترونیک تورنتو
- ۹۴..... جهانگردی مجازی و کشورهای آسیایی و اروپایی
- ۹۴..... جهانگردی مجازی در اروپا
- ۹۴..... جهانگردی مجازی دولت بریتانیا انگلیس
- ۹۵..... جهانگردی مجازی و کشورهای آسیایی
- ۹۵..... ایران و گردشگری الکترونیک
- ۹۸..... راهکارهای توسعه گردشگری مجازی
- ۹۹..... تحول در گردشگری الکترونیک از سال ۲۰۱۶ با واقعیت مجازی
- ۹۹..... واقعیت مجازی چیست؟
- ۱۰۰..... واقعیت مجازی در گردشگری
- ۱۰۲..... ظرفیت گردشگری هنری ایران و فرصت‌های پیش روی آن
- ۱۱۲..... ژئوپلیتیک گردشگری؛ کلید صلح منطقه

- ۱۱۴..... بررسی نقش UGC ها در انتخاب مقصد سفر
- ۱۱۵..... تغییر در روش های بازاریابی
- ۱۱۶..... نقش جریان دوطرفه اطلاعات
- ۱۱۷..... اهمیت برند گردشگری
- ۱۲۰..... ابزارهای ارائه خدمات در گردشگری الکترونیکی
- ۱۲۱..... وب سایت
- ۱۳۱..... شبکه سازی مشترک و تأثیرات آن بر گردشگری
- ۱۳۲..... تأثیر برندارک گردشگری
- ۱۳۲..... تأثیرات پادسینگ بر برانزهای گردشگری
- ۱۳۳..... تأثیرات پدکستینگ بر برندارک گردشگری
- ۱۳۳..... وبلاگ ها
- ۱۳۶..... سیستم های توزیع جهانی
- ۱۳۹..... منابع و مآخذ

پیشگفتار

گردشگری مجازی، یعنی معرفی ظرفیت‌ها و قابلیت‌های صنعت توریسم، از طریق ابزارهای هوشمندانه و مالیات‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) که ظرفیتی، فرصت‌آفرین و تا حد زیادی، ارزش‌آفرین می‌باشد. توجه به گردشگری مجازی، باید مد نظر کشورهای با پتانسیل بالای گردشگری مانند ایران باشد. ایران، یک کشور مهم در عرصه گردشگری جهان است. کم‌تر کشوری در دنیا سراغ داریم که ۴ فصل سال را بتوان، در هر زمانی، مشاهده کرد و هوا و فضای ۴ فصل را تجربه نمود. ایران با ۱٫۶ میلیون کیلومتر مساحت، ظرفیت‌های گردشگری بسیاری را در سرزمین پهناور و خشک خود، در اختیار دارد که توجه به این قابلیت‌های بکرو فوق‌العاده و بعضاً بی‌نظیر در سطح بین‌المللی، می‌تواند ایران را از صادرات نفت خام، برای همیشه بی‌نیاز کند. نور خورشیدی که در سرزمین بزرگ پارس از دیرباز تاکنون می‌تابد، یک فرصت فوق‌العاده برای اشتغال‌زایی در عرصه فناوری‌های تولید انرژی‌های پاک و هم‌چنین، ظرفیت‌سازی برای توسعه گردشگری در منطقه چهارفصل ایران زمین هست. باید قبول کنیم که چنین فرصت گردشگری موجود در اقلیم ایران، موقعیتی خاص در منطقه و حتی جهان است که بسیاری از کشورهای جهان در اختیار داشتن چنین پتانسیل منابع طبیعی، برای رونق گردشگری و درآمدزایی مولد در راستای توسعه پایدار هستند. این ثروت بزرگ را باید قدر دانست و برای بازیابی و توسعه آن، همانند فازهای پارس جنوبی در عسلویه بوشهر، برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری کرد. تفاوت سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری با دیگر

صنایع، در پاک بودن، مولد بودن و از همه مهم‌تر، فرصت آفرین بودن آن می‌باشد. کشوری که گردشگری قوی و قابل قبولی دارد، معمولاً کشورهای مختلف دنیا، دید و تصور بهتری از ملت و حکومت و زندگی آنان دارند و این قضیه، تأثیر مستقیم و غیرمستقیمی بر توسعه روابط اقتصادی، سیاسی، تجاری و حتی علمی خواهد داشت. اکنون دنیا، کشوری مانند قبرس را در بسیاری جهات، بیش‌تر از استان‌های بعضاً تاریخی و چند هزارساله ایران، می‌شناسد. باید تلاش کرد تا با توسعه ظرفیت‌های گردشگری و استفاده از فناوری اطلاعات، ارتباطاتی روز، موجی از گردشگران را در عصر پسا تحریم، وارد ایران کرد. باید از گردشگران درآمد بیشتری که در شغل‌های زیادی در این عرصه ایجاد نمود.

مقدمه

جهان به واسطه اثرات قابل مشاهده و فزاینده گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات به مرحله جدیدی گام نهاده است. به واسطه این تحولات تغییرات عمده‌ای در حوزه اهداف، مفاهیم و شیوه‌های گردش کار مشاهده می‌شود. امروز انقلابی عظیم در فنون ارتباطی و اطلاعاتی مشکل‌گیری یک نظام جدید مبنای بر زبان دیجیتالی بنیادهای مادی جهان را چنان دگرگون کرده است که هیچ‌گونه انزوای ذهنی و کناره‌گیری را برنمی‌تابد. این دوره که عصر اطلاعات نام گرفته نیازهای جدیدی را بوجود آورده است بطوری که دیگر اداره و مدیریت بخش‌های مختلف به‌ویژه حوزه گردشگری، ریحانه‌های توریستی با روش‌های سنتی مربوط به زمان گذشته لطمات جبران‌ناپذیری به همراه دارد و جوابگوی انتظارات بشر امروزی نیست. بررسی‌های اخیر فناوری اطلاعات را یکی از عوامل تولید دانسته، به منزله دارائی محسوب می‌کند بطوری که هزینه‌های مرتبط بران نوعی سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود و حتی برخی آن را جزء اصلی عوامل تولید می‌دانند. عوارض دیگر، فناوری اطلاعات را منبعی برای افزایش توان و بهینه‌سازی عواملی چون نیروی انسانی، ابزار و سرمایه تلقی می‌کنند و نتیجه‌گیری می‌کنند که ... تمدن حاصل فعالیت‌های آموزش و پرورش است و در جنبه مثبت آن بیش از آنکه به زمین، سرمایه و ماده اولیه متکی باشد پرنیروی خلاقیت بشری، نبوغ و ابتکار او متکی است. سال‌هاست حرکت جوامع صنعتی به‌سوی جامعه اطلاعاتی آغاز گشته و از اوایل دهه ۹۰ به بعد شتابی فزاینده یافته به‌گونه‌ای که سرعت این حرکت در کشورهای کمتر توسعه‌یافته،

از جمله ایران، به خوبی نمایان است. اصطلاحاتی همچون تجارت الکترونیکی، دولت الکترونیکی، آموزش الکترونیکی، جامعه الکترونیکی و... به گوش مردم آشناست. چنین چشم اندازی لزوم به کارگیری فناوری اطلاعات در زمینه های مختلف را بیشتر می کند. در سال های اخیر انقلابی مشابه انقلاب صنعتی جهان را وارد عصر اطلاعات ساخته و بسیاری از جنبه های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی حیات بشر را دستخوش تحول عمیقی کرده است به گفته امنلسون و واریان (۲۰۰۲) چشم انداز جهان با بهره گیری از فناوری اطلاعات بسیار متفاوت از زندگی امروزی است. فرزندان که در این قرن متولد خواهند شد شهروندان جامعه اطلاعاتی نامیده می شوند. امروزه صنعت جهانگردی به یکی از شکوفاترین صنایع جهانی تبدیل شده است، گردشگری امروزه سعی بر این دارد بسته های مسافرتی بسیار متنوع و جذاب را ارائه دهد. این بسته ها باید با یک برنامه سفر کامل مطابقت داشته باشد با قابلیت تغییر مناسب با خواست گردشگر و علائق گردشگر. تورسیم الکترونیک یا «E-tourism» بخشی از تجارت الکترونیک است که دربرگیرنده استفاده از فناوری های رو به توسعه سریع؛ مانند ارتباطات، منابع اطلاعاتی و همچنین برنامه ریزی های راهبردی، مهمان نوازی، مدیریت و بازاریابی است. فعالیت های ویژه تورسیم الکترونیک باید به متصدیان گردشگری، آژانس های گردشگری، دیگر سازندگان که مستقیماً با استفاده از وب سایت های تخصصی، به گردشگر مجازی علاقه مندند، تکیه نماید. این پدیده (تورسیم الکترونیک)، هم مصرف کنندگان و هم تولید کنندگان کالاها و خدمات گردشگری را در چرخه خود وارد می نماید. بر اساس مطالعات دقیق اروپایی نهاد بین المللی (IPK)، در سال ۲۰۱۴ بالغ بر ۴۵ میلیون اروپایی برای برنامه ریزی مقاصد گذران تعطیلاتشان از اینترنت استفاده کرده اند و حدود ۱۲ میلیون نفر نیز به صورت آنلاین (با استفاده از اینترنت) بلیت های خود را رزرو کرده اند. تا پایان سال ۲۰۲۰ درآمد جهان از طریق تورسیم الکترونیک به بالای ۶۰ بلیون یورو رسیده است. یکی از اساسی ترین کاربردهای فناوری اطلاعات در بخش خدمات است در سال ۱۹۹۷ صنعت جهانگردی و گردشگری مسئول ۲۰ تا ۳۰ درصد از فروش های مجازی بوده است و این رقم به ۳۰ میلیون دلار رسیده است. گردشگری مجازی چیست؟ نوعی فعالیت مبتنی بر

فناوری‌های نوین و در امتداد ساختار و روش‌های سنتی است نوعی کاربرد کسب و کار الکترونیکی در مسافرت و گردشگری است و سه مجموعه متمایز مدیریت کسب و کار، نظام‌های اطلاعاتی و مدیریت و گردشگری را شامل می‌شود. تعاریف زیادی از گردشگری الکترونیکی ارائه شده است. یکی از آن‌ها که از دانشنامه رشد در سال ۱۳۸۷ ارائه شد، می‌گوید: این نوع گردشگری عبارتست از به‌کارگیری فن‌آوری نوین برای ارائه سرویس‌های مورد نیاز گردشگران. با استفاده از فن‌آوری اطلاعات و ارائه سرویس‌های مورد نیاز گردشگران، کیفیتی بالاتر و هزینه‌ای کمتر. فضای مجازی گردشگری، روشی نوین با توانایی مایش سه‌بعدی همزمان با اراده کاربر و ارتباط مستقیم با تأثیرگذاری زیاد است که با هزینه به مراتب کمتر از عمل شده است. فضای مجازی با کاربردهای بسیار همچون شبیه‌سازی مکان‌های نفیس، ساختمان‌ها، شهرک‌ها، فروشگاه‌ها، کارخانه‌ها و... آموزش با قابلیت اتصال به محیط واقعی و ثبت وقایع محیط به صورت همزمان در فضای مجازی و کاربردهای آدرس‌دهی و کنش‌یابی قبل از سفر و حتی کاربردهای تبلیغاتی و فرهنگ‌سازی اکنون ابزاری بسیار قدرتمند برای تبلیغ شده است. راه‌اندازی تورهای مجازی از بارزترین وجوه گردشگری مجازی است. ارزش و اهمیتی که فناوری اطلاعاتی و ارتباطی برای توسعه زیرساخت‌های گردشگری در دنیا ایجاد کرده است بسیار جالب و قابل تأمل است. وقتی یک گردشگر بتواند اطلاعات گردشگری مربوط به بناهای تاریخی یک کشور را در پهنه جهانی وب ملاحظه کند و درباره آن‌ها اطلاعات صوتی تصویری و متنی خوبی به دست آورد نسبت به آن مشتاق می‌شود.