

## برنامه‌ریزی گردشگری شهر شیراز با تأکید بر فناوری اطلاعات

دکتر مسعود تقوایی<sup>۱</sup>، دکتر محمدعلی فیروزی<sup>۲</sup> و مجید گودرزی<sup>۳</sup>

### چکیده

توسعه گردشگری، به ویژه در کشورهای کمتر توسعه یافته، عامل مؤثری در مقابله با فقر است و سبب افزایش درآمد قشرهای مختلف، کاهش بیکاری و رونق اقتصادی و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی می‌شود. گردشگری بزرگ‌ترین مولد اشتغال و ثروت در جهان و موتور اقتصادی برای ملل توسعه یافته و در حال توسعه است. حرفه گردشگری ۱۱ درصد از تولید ناخالص داخلی جهان را تشکیل می‌دهد، بیش از ۲۰۰ میلیون شغل را در سراسر جهان پشتیبانی می‌کند که ۸ درصد کل اشتغال را شامل می‌شود. از این رو شهر شیراز، با توجه به داشتن توان‌های خاص برای توسعه گردشگری، از جمله در زمینه‌های؛ اکو توریستی، تاریخی و فرهنگی می‌تواند نقش مهمی در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، با توجه به موقعیت جغرافیایی خود، ایفا نماید. بنابراین هدف از این پژوهش، برنامه‌ریزی گردشگری شهر شیراز با تأکید بر فناوری اطلاعات است. روش تحقیق در این پژوهش ترکیبی از روش‌های توصیفی - تحلیلی است. آزمون‌های فرضیات تحقیق با استفاده از آزمون پیرسون، تحلیل رگرسیون خطی ساده، تحلیل واریانس یک طرفه (Anova)، تحلیل میانگین دو جامعه (t-test) و کای اسکور صورت گرفته است. به علاوه، برای تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات و ارائه راهبردهای توسعه گردشگری، از مدل استراتژیک SWOT بهره گرفته شده است. تجزیه و تحلیل‌های آماری با استفاده از نرم‌افزار SPSS و EXCEL و ترسیم نقشه‌ها از طریق نرم‌افزار Arc GIS انجام شد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که دسترسی به امکانات ICT در مکان‌های گردشگری در میزان رضایت از جاذبه‌ها و در معرفی جاذبه‌های گردشگری شهر شیراز نقش داشته و فناوری اطلاعات در جذب گردشگر و نحوه اقامت آن تأثیر دارد. همچنین، نتایج تحلیل SWOT نشان می‌دهد که در مجموع تعداد ۲۴ نقطه قوت و فرصت به عنوان نقاط مثبت و ۲۹ ضعف و تهدید به عنوان محدودیت‌ها و تنگناهای پیش روی توسعه فناوری اطلاعات در گردشگری شهر شیراز قابل شناسایی و بررسی است؛ لذا می‌توان گفت که محدوده مورد مطالعه دارای نقاط ضعف و آسیب‌پذیری بالایی است که برای رفع آن‌ها نیاز به یک برنامه‌ریزی جامع، منطقی و مبتنی بر نقاط قوت و فرصت‌ها است.

کلیدواژگان: برنامه‌ریزی گردشگری، فناوری اطلاعات، گردشگری الکترونیک، شهر شیراز، مدل SWOT

۱. استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه اصفهان

۲. دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید چمران اهواز

۳. دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه اصفهان

## مقدمه و طرح مسئله

امروزه حرفه گردشگری در دنیا، یکی از منابع مهم درآمد و در عین حال، از عوامل مؤثر در تبادلات فرهنگی بین کشورهاست و به عنوان گسترده‌ترین حرفه خدماتی جهان حائز جایگاه ویژه‌ای است؛ از این رو، بسیاری از کشورها در رقابتی نزدیک و فشرده، در پی افزایش بیش از پیش منافع و عواید خود از این فعالیت بین‌المللی هستند (کاظمی، ۱۳۸۶: ۱). در بسیاری از کشورهای جهان مانند فرانسه، نروژ، سوئیس، ترکیه و بسیاری دیگر از کشورها حرفه گردشگری به عنوان منبع مهم برای توسعه سطح اقتصادی و اجتماعی مردم محسوب می‌شود (ماهنامه مناطق آزاد، ۱۳۸۶-۱۳۸۷: ۱۸). این حرفه، به ویژه اگر در کشورهای کمتر توسعه یافته مورد توجه قرار گیرد می‌تواند سبب افزایش درآمد قشرهای مختلف، کاهش بیکاری، توسعه سطح اقتصادی و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم شود. اما اگر حرفه گردشگری بدون ملاحظات زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی توسعه یابد، ممکن است در ابعاد مختلف اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و زیست محیطی آسیب‌های جدی و جبران ناپذیری را به وجود آورد. با توجه به این مسئله، اصطلاح توسعه پایدار مطرح می‌شود؛ «توسعه پایدار، توسعه‌ای است که تأمین مستمر نیازها و رضایتمندی افراد با افزایش کیفیت زندگی انسان مدنظر قرار می‌گیرد» (همان: ۱۲۶). در حال حاضر روش اساسی که در توسعه به کار می‌رود، نائل شدن به توسعه پایدار است. روش توسعه پایدار مستلزم این است که منابع طبیعی و فرهنگی و سایر منابع جهانگردی برای استفاده دائم در آینده حفظ شوند، در همین حال منافی برای جامعه داشته باشند. از اوایل دهه هشتاد میلادی نظریه توسعه پایدار در سطح بین‌المللی از اهمیت بیشتری برخوردار شده است (Reboratti, 1999: 207). روش توسعه پایدار در برنامه‌ریزی گردشگری حائز اهمیت است چرا که بیشترین توسعه جهانگردی متکی بر جاذبه‌ها و فعالیت‌هایی است که به محیط طبیعی، میراث تاریخی و الگوهای مناطق فرهنگی مربوط می‌شوند. اگر این منابع ضایع یا نابود شوند، مناطق سیاحتی نمی‌توانند جهانگردان را جلب کنند و جهانگردی موفق نخواهد بود (Holden, 2008: 532). به طور کلی، اکثر جهانگردان به دنبال مکان‌هایی هستند که از کیفیت محیطی بالایی برخوردار باشد. آن‌ها دوست دارند از جاهایی بازدید کنند که جذاب، تمیز، کم جمعیت و عاری از آلودگی باشد. همچنین این موضوع حائز اهمیت است که ساکنان مناطق سیاحتی نباید دچار خرابی محیط زیست و مشکلات اجتماعی

گردند (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۸۴: ۱۷). بنابراین برای جلوگیری از مشکلات زیست محیطی نیازمند استفاده از فن‌آوری جدید هستیم، در واقع رشد و توسعه تکنولوژی در دهه‌های اخیر بسیار شتابان شده است و زندگی ماشینی تأثیر بسیار زیادی بر تمام جوانب زندگی بشر گذاشته است (غازی، ۱۳۷۹: ۴۲). در سطح جهانی با استفاده از تکنولوژی، در تمام زمینه‌ها، بشر به سرعت در حال جهش به سمت جلو است. در دنیای امروز، به علت وجود کار و فعالیت بیش از حد، نیاز به سفر و تفریح نیز افزایش یافته است. بنابراین، توجه به گردشگری یکی از مهم‌ترین مواردی است که می‌باید مورد توجه قرار گرفته و با برنامه‌ریزی‌های اصولی و با تأثیر از فناوری اطلاعات و ارتباطات به گسترش آن اقدام نمود تا بشر از اوقات فراغت خود بهتر استفاده کند (فتاح پور، ۱۳۸۵: ۶۵-۶۴). گردشگری الکترونیک، به‌کارگیری فن‌آوری نوین برای ارائه سرویس‌های مورد نیاز گردشگران با استفاده از فن‌آوری اطلاعات، ارائه سرویس‌های مورد نیاز گردشگران به صورت ساده‌تر با کیفیتی بالاتر و هزینه‌ای کمتر است (Buhalis and Law, 2008: 609). در واقع گردشگری الکترونیکی، ارائه الکترونیکی کلیه سرویس‌هایی است که در گذشته گردشگران به صورت سنتی از آن‌ها استفاده می‌کردند، به‌علاوه سرویس‌هایی که به واسطه فن‌آوری اطلاعات میسر شده‌اند. سرویس‌هایی که در گردشگری الکترونیک مرسومند عبارتند از: اطلاع‌رسانی شفاف و دقیق و معتبر، انجام تشریفات اخذ ویزا، رزرو هتل‌ها و مراکز تفریحی، رزرو و اجاره وسایل نقلیه، اخذ بلیت هواپیما، اتوبوس، قطار و... خرید برنامه‌های سفر و تورهای مختلف و بسیاری سرویس‌های دیگر (Solon, McKevitt, and Curran, 2004: 33). از آنجا که اطلاعات کلیه سرویس‌های فوق به صورت مجتمع به گردشگر ارائه می‌شوند، همواره امکان مقایسه گزینه‌های مختلف و انتخاب گزینه بهتر برای گردشگر با توجه به معیارها و انتظارات او میسر است، به عبارتی دیگر در عرصه گردشگری الکترونیکی هر گردشگری امکان می‌یابد که برنامه‌ای برای سفر خود انتخاب کند که بیشترین مطلوبیت را برای او دارد (Rita, 2000: 434). اولین گام در بعد اطلاع‌رسانی در یک سایت فعال در گردشگری الکترونیکی، ارائه اطلاعات عمومی به گردشگران است. اطلاعاتی نظیر موقعیت جغرافیایی منطقه سفر، زبان‌های رسمی و محلی مورد استفاده، اختلاف زمانی و ساعت رسمی، واحد پولی و نرخ تبدیل ارزهای خارجی که بایستی با اتصال این بخش از سایت به یک موسسه معتبر نرخ‌های لحظه به لحظه ارائه شوند. کلیات آب و هوایی منطقه سفر نیز باید به صورت کلی در

بعد اطلاع‌رسانی موجود باشد (صدرخوانساری، ۱۳۸۱: ۱۴). در بخش مجزا در یک سایت گردشگری الکترونیکی معتبر باید لینک‌های سازمانی دولتی در ارتباط با توریست‌ها نظیر وزارت خارجه، سازمان‌های توریستی و ... قرار گیرد تا امکان جستجوی اطلاعاتی در سایت‌های رسمی توسط توریست مهیا باشد. همچنین امکان ارتباط با پلیس، تلفن‌های ضروری مورد نیاز در این بخش باید به گردشگران ارائه گردد (رحیمی‌مغانی، ۱۳۸۳: ۱۲). بنابراین در این پژوهش به دنبال شناخت و تأثیر فناوری اطلاعات در معرفی جاذبه‌های گردشگری، جذب گردشگر و همچنین نقش دسترسی به فناوری اطلاعات در مکان‌های گردشگری و میزان توسعه گردشگری هستیم.

### پیشینه پژوهش

پژوهش‌های خارجی: سینکلر و همکاران در سال ۲۰۰۳ در مقاله خود با عنوان «توسعه گردشگری پایدار در گوئیان» که در مجله بین‌المللی مدیریت مهمان یاری چاپ شده است، اساساً روی چالش‌های توسعه گردشگری در گوئیان متمرکز شده است. آنان در مقاله خود می‌گویند که: «کشورهای منطقه گوئیان در طی دهه‌های طولانی مستعمره کشورهای اروپایی بودند و در چند سال گذشته به دنبال راه‌هایی برای رهایی از اقتصاد وابسته هستند، بنابراین این کشورها با توجه به استعدادهایی که در زمینه گردشگری دارند، می‌توانند از این منابع برای توسعه درون‌زا استفاده کنند».

آلتین‌آی و حسین در مقاله خود با عنوان «توسعه پایدار گردشگری: مطالعه موردی قبرس شمالی» که در سال ۲۰۰۵ در مجله بین‌المللی مدیریت مهمان یاری چاپ شده است، تأثیرات منفی توسعه گردشگری را در قبرس شمالی مطالعه کرده‌اند. آنان توسعه پایدار گردشگری را نوعی از توسعه می‌دانند که بتواند بین محیط طبیعی، فرهنگی و انسانی تعادل ایجاد کند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که بیشترین تأثیر محیطی توسعه گردشگری در قبرس شمالی مربوط به انهدام زباله‌ها است.

شالم (۲۰۰۵) در مقاله خود با عنوان «توسعه پایدار گردشگری در دریای سرخ مصر، لیدیاته و کابانبان (۲۰۰۷) در مقاله خود با عنوان «برنامه‌ریزی گردشگری پایدار در پولابنگی جنوبی به مسائل مربوط به گردشگری پرداخته‌اند».

پژوهش‌های داخلی: کتاب برنامه‌ریزی توریسم در سطح منطقه‌ای و ملی (۱۳۷۹) که از انتشارات جهاد دانشگاهی واحد اصفهان است، تأکید زیادی را روی تأثیرات توسعه گردشگری بر محیط طبیعی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی می‌کند (رنجبران و زاهدی، ۱۳۷۹).

علیزاده (۱۳۸۲) در مقاله خود با عنوان «اثرات حضور گردشگران بر منابع زیست محیطی» را مورد بررسی قرار داده است.

کاظمی در کتاب خود با عنوان «مدیریت گردشگری» که در سال ۱۳۸۲ انتشارات سمت آن را منتشر کرده است، توجه به اصول توسعه پایدار را در برنامه‌ریزی گردشگری ضروری دانسته است.

نوری (۱۳۸۴) در پایان نامه دکترای تخصصی خود با عنوان «بررسی سیاست‌های دولت در حرفه گردشگری و ارایه الگوی توسعه پایدار گردشگری کشور» سیاست‌های دولت را در زمینه گردشگری بررسی کرده است.

تقوایی و اکبری در کتاب خود با عنوان «مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری شهری» که در سال ۱۳۸۸ انتشارات پیام علوی آن را منتشر کرده است، به بررسی برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری در شهرها پرداختند.

سلطانی (۱۳۸۸): در پایان‌نامه خود به تحلیل فضایی نقش ICT در گردشگری الکترونیکی شهر اصفهان پرداخته.

موسوی (۱۳۸۸) در پایان‌نامه خود به بررسی نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در کاهش تقاضای سفرهای شهری در شهر شیراز پرداخته است. در این پژوهش سعی بر این خواهد بود تا برنامه‌ریزی گردشگری شهر شیراز را با تأکید بر فناوری اطلاعات مورد بررسی قرار دهیم.

## اهداف تحقیق

هدف کلی

برنامه‌ریزی گردشگری شهر شیراز با تأکید بر فناوری اطلاعات و ارتباطات.

## اهداف جزئی

- نقش فناوری اطلاعات در تبلیغات و جذب گردشگر شهر شیراز.
- نقش فناوری اطلاعات در ماندگاری گردشگران شهر شیراز.
- نقش فناوری اطلاعات در خدمات دهی به گردشگران شهر شیراز. - نقش فناوری اطلاعات در شناساندن مکان‌های گردشگری شهر شیراز. - نقش فناوری اطلاعات در شناساندن مراکز خدماتی گردشگری شهر شیراز.

## روش تحقیق و مراحل آن

روش تحقیق این پژوهش ترکیبی از روش‌های توصیفی-تحلیلی است که بخشی از اطلاعات از طریق مطالعات میدانی تهیه خواهد شد. جامعه آماری پژوهش مورد نظر شامل: ۱. گردشگرانی که در سال ۱۳۸۸ از مکان‌های توریستی شهر شیراز دیدن کرده‌اند. طبق اعلام اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شهر شیراز، حجم این جامعه آماری ۷۰۰۰۰۰ نفر است؛ ۲. کارشناسان و متخصصان حرفه گردشگری، کارشناسان و مسئولان سازمان‌ها و ادارات مربوطه در شهر شیراز (شهرداری، فرمانداری، اداره میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، اداره حفاظت محیط زیست و...). کل جامعه آماری متخصصان و کارشناسان ۱۰۰ نفر است. شیراز گردشگری‌ترین شهر ایران در نوروز ۱۳۸۹ است و در نوروز سال ۸۸ حدود پنج میلیون و دویست هزار نفر و در کل ساله ۸۸ حدود هفت میلیون گردشگر جذب کرده که از نظر تعداد گردشگران در ایران در رتبه یک قرار دارد ([www.megacity.blogfa.com](http://www.megacity.blogfa.com)). با محاسبه حجم نمونه از طریق روش کوکران، ۳۸۵ نمونه به‌دست آمد. در این پژوهش برای انتخاب نمونه در جامعه آماری گردشگران، از روش نمونه‌های در دسترس یا نمونه‌های اتفاقی استفاده شده است. اما در جامعه آماری کارشناسان، به دلیل حجم کم جامعه آماری، تمام جامعه آماری به عنوان نمونه انتخاب شدند و نمونه‌گیری انجام نشده است.

## روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیات پژوهش از آزمون پیرسون، تحلیل رگرسیون خطی ساده، تحلیل واریانس یک‌طرفه (ANOVA)، تحلیل میانگین دو جامعه (t-test) استفاده شده است. همچنین، برای تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات و آرایه راهبردهای توسعه گردشگری، از مدل استراتژیک Swot بهره گرفته شده است. تجزیه و تحلیل‌های آماری با استفاده از نرم‌افزار SPSS و EXCEL و ترسیم نقشه‌ها از طریق نرم‌افزار Arc GIS انجام شد.

### فرضیات پژوهش

- بین میزان دسترسی به امکانات ICT در مکان‌های گردشگری و میزان رضایت از جاذبه‌ها رابطه وجود دارد.
- به نظر می‌رسد فناوری اطلاعات در معرفی جاذبه‌های گردشگری شهر شیراز نقش داشته است.
- به نظر می‌رسد فناوری اطلاعات در جذب گردشگر و نحوه اقامت آن نقش داشته است.

### موقعیت جغرافیایی شهر شیراز

شیراز، مرکز استان فارس، در موقعیت ۵۲ درجه و ۳۲ دقیقه طول شرقی و ۲۹ درجه و ۳۶ دقیقه عرض شمالی و در ارتفاع ۱۴۸۶ متری از سطح دریا و در فاصله ۹۱۹ کیلومتری پایتخت قرار دارد. شیراز با مساحت ۳۴۰ کیلومترمربع سومین شهر ایران از نظر وسعت پس از تهران و مشهد است (سازمان برنامه و بودجه استان فارس، ۱۳۸۷: ۱).

شیراز با چهار شهر جهان دارای پیوند خواهرخواندگی است: ۱. دوشنبه (تاجیکستان)؛ ۲. نیکوزیا (قبرس)؛ ۳. چونگ‌کینگ (چین) و ۴. وایمار (آلمان) (شهرداری شیراز/ [www.eshiraz.ir](http://www.eshiraz.ir)).

### یافته‌های پژوهش

#### آمار توصیفی

با توجه به داده‌های استخراج شده، ۵۵/۳۲ درصد گردشگران مرد و ۴۴/۶۸ درصد نیز زن هستند. همان‌طور که ارقام نشان می‌دهد، اکثر پاسخ‌گویان به پرسشنامه، از جنس مرد هستند، همچنین

اکثر پاسخ دهندگان که همان گردشگران هستند در ردیف گروه سنی ۱۵ تا ۲۵ سال قرار دارند و ۲۸/۸۳ درصد از پاسخ دهندگان را تشکیل می‌دهند. یکی دیگر از شاخص‌های مهم در بخش گردشگری الکترونیک بحث سواد است. فراوانی سواد در جامعه آماری به این شرح است: زیردیپلم (۲۵)، دیپلم و فوق‌دیپلم (۱۱۱)، کارشناسی (۱۷۳) و کارشناسی‌ارشد و بالاتر (۷۶) درصد، بر این اساس تحصیلات مقاطع کارشناسی، دیپلم و فوق‌دیپلم به ترتیب بالاترین فراوانی سواد را در جامعه به خود اختصاص داده‌اند. بنابراین به نظر می‌رسد که وضعیت سواد جامعه از لحاظ آمادگی پذیرش این فناوری به صورت بالقوه در سطح نسبتاً مطلوبی قرار دارد. وضعیت توزیع گونه‌های شغلی در جامعه آماری نیز به این شرح است: کارمند (۱۲۲)، آزاد (۵۶)، بیکار (۱۱۱)، و سایر (۹۶) درصد. قابل ذکر است که زنان خانه دار و افراد جویای کار، در گروه شغلی بیکار قرار گرفته‌اند. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، بالاترین درصد فراوانی را جمعیت شاغل دولتی با ۳۱/۶۹ درصد تشکیل داده‌اند و گردشگران بیکار در قسمت تحصیلی با ۲۸/۸۳ درصد در رده بعدی قرار گرفته است.

### آمار استنباطی

در این بخش پس از شناسایی متغیرهای اصلی تحقیق به تجزیه و تحلیل آن‌ها پرداخته می‌شود تا نشان دهیم که کدامیک از متغیرهای مستقل با متغیر وابسته رابطه معناداری دارند.

### آزمون فرضیات

فرضیه اول: بین میزان دسترسی به امکانات ICT در مکان‌های گردشگری و میزان رضایت از جاذبه‌ها رابطه وجود دارد.

آزمون پیرسون: از آنجا که مقیاس متغیرهای این فرضیه (فاصله‌ای - فاصله‌ای) است، لذا جهت آزمون فرضیه از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است. با توجه به این آزمون، sig (سطح معناداری) ۰/۰۰۱ و از آنجا که این رقم کوچک‌تر از آلفای مورد نظر (۰/۰۵) است، فرض  $H_0$  رد و فرضیه پژوهش تأیید می‌شود. ضریب همبستگی نیز ۰/۱۶۶ است که یک همبستگی پایینی است. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که دسترسی به امکانات ICT در مکان‌های گردشگری در



میزان رضایت از جاذبه‌ها تأثیر دارد. (جدول شماره ۱) نتایج این آزمون را نشان می‌دهد.

جدول ۱: آزمون پیرسون جهت بررسی رابطه دسترسی به امکانات ICT در

مکان‌های گردشگری در میزان رضایت از جاذبه‌ها

نوع آزمون	تعداد	شدت همبستگی	سطح معناداری	آلفای موردنظر
پیرسون	۳۸۵	.۱۶۶	.۰۰۱	۰/۰۵

مأخذ: تحلیل نگارندگان

آزمون رگرسیون: در این پژوهش برای تحلیل دو متغیر دسترسی به امکانات ICT در مکان‌های گردشگری و رضایت از جاذبه‌ها، از تحلیل رگرسیون خطی ساده نیز استفاده شده است. با توجه به آزمون رگرسیون فرضیه، ضریب تعیین (RSquare) بین دو متغیر (دسترسی به امکانات ICT در مکان‌های گردشگری و رضایت از جاذبه‌ها) ۲/۵ درصد است. جدول شماره (۲)، دسترسی به امکانات ICT تنها ۲/۵ درصد تغییرات ایجاد شده در متغیر وابسته را پیش‌بینی می‌کند.

جدول ۲: ضریب همبستگی و ضریب تعیین رگرسیون

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعدیل شده	خطای معیار میانگین
۰/۱۶۶(a)	۰/۰۲۸	۰/۰۲۵	۰/۹۵۵۰

a. پیش‌بینی‌کننده: دسترسی به امکانات ICT - مأخذ: تحلیل نگارندگان

جدول تحلیل واریانس رگرسیون (جدول شماره ۳)، نیز خطی بودن رابطه بین دو متغیر دسترسی به امکانات ICT و رضایت از جاذبه‌ها را تأیید می‌کند، زیرا Sig کمتر از ۵ درصد است.

جدول ۳: تحلیل واریانس رگرسیون (ANOVA)

شرح	مجموع مجذورات	درجه	میانگین	توزیع	سطح معنی
رگرسیون باقی مانده	۹/۸۹۴	۱	۹/۸۹۴	۱۰/۸۵۵	۰/۰۰۱

متغیر وابسته: رضایت از جاذبه‌ها - مأخذ: تحلیل نگارندگان

با توجه به جدول شماره (۴)، رابطه معنادار این دو متغیر با سطح معناداری ۰/۰۰۱ تأیید می‌شود

که ضریب استاندارد شده (ضریب Beta) آن نیز ۰/۱۶۶ است که نشان می‌دهد به ازای هر واحد تغییری در متغیر مستقل، ۰/۱۶۶ در متغیر وابسته تغییر ایجاد می‌شود.

جدول ۴: تحلیل رگرسیون (تأثیر دسترسی به امکانات ICT در مکان‌های گردشگری بر رضایت از جاذبه‌ها)

مدل رگرسیون	ضریب استاندارد نشده		ضریب استاندارد	t	Sig
مقدار ثابت	B	خطای معیار	Beta	۴۵/۸۴۸	۰/۰۰۰۰
	۲/۶۳۴	۰/۰۵۷۰	۰/۱۶۶۰		
توسعه توریسم	۰/۰۱۹	۰/۰۰۶۰		۳/۲۹۵	۰/۰۰۱

مأخذ: تحلیل نگارندگان

**فرضیه دوم:** به نظر می‌رسد فناوری اطلاعات در معرفی جاذبه‌های گردشگری شهر شیراز نقش داشته است.

برای آزمون این فرضیه از آماره کای اسکوتر استفاده شده است که خروجی آن در جدول شماره (۵ و ۶) مشاهده می‌شود. (H<sub>0</sub>) عبارت است از: به نظر می‌رسد فناوری اطلاعات در معرفی جاذبه‌های گردشگری شهر شیراز نقش نداشته است. (H<sub>1</sub>) عبارت است از: به نظر می‌رسد فناوری اطلاعات در معرفی جاذبه‌های گردشگری شهر شیراز نقش داشته است.

در جدول شماره ۵، مقادیر فراوانی‌های مشاهده شده (c<sub>ij</sub>)ها و فراوانی تعداد مورد انتظار (o<sub>ij</sub>)ها، تحت فرض استقلال متغیرها یعنی c<sub>ij</sub>ها ثبت شده است.

جدول ۵: تعداد مشاهده شده و مورد انتظار گردشگران بر اساس رابطه بین فناوری اطلاعات و معرفی جاذبه‌ها

شرح	تعداد مشاهده شده (cij)	تعداد مورد انتظار (oij)	باقیمانده
ماهواره	91	48.1	42.9
کتاب	35	48.1	-13.1
روزنامه	46	48.1	-2.1
اینترنت	102	48.1	53.9
نمایشگاه	10	48.1	-38.1
رادیو تلویزیون	36	48.1	-12.1
پوستر	55	48.1	6.9
بروشور	10	48.1	-38.1
مجموع	385		

مأخذ: تحلیل نگارندگان

در جدول شماره (۶)، تحت‌عنوان آزمون فرض دوم، مقادیر کمیت مورد نظر به همراه درجه آزادی و سطح معنی داری آن ارائه شده است. سطر اول این جدول اندازه آماره خی دو است که از رابطه زیر به دست آمده است:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^n \frac{(o_i - e_i)^2}{e_{ij}}$$

جدول ۶: آزمون کای اسکوئر

نوع آزمون	مقدار	درجه آزادی (df)	سطح معناداری (Sig)
Chi-Square	۱۶۶/۶۲۶	۷	۰/۰۰۰
تعداد	۳۸۵		

مأخذ: تحلیل نگارندگان

طبق جدول شماره (۶)، از آنجا که مقدار (sig) یا سطح معناداری متناظر با این آماره کوچک‌تر از مقدار ( $p < 0/05$ ) است لذا فرض صفر دال بر: به نظر می‌رسد فناوری اطلاعات در معرفی جاذبه‌های گردشگری شهر شیراز نقش نداشته است، رد می‌شود. از سویی با توجه به جدول

شماره (۵)، ملاحظه می‌شود که ۵۴ نفر در استفاده از اینترنت بیشتر از حد انتظار ما بر استفاده از آن، تأکید دارند و این در حالی است که فراوانی مورد انتظار در موادی مانند بروشور و کتاب کمتر از حد مورد انتظار ما بوده است. با توجه به این که سطح معناداری آن که برابر با ۰/۰۰۵ است، لذا می‌توان نتیجه گرفت که فرض دوم این آزمون (به نظر می‌رسد فناوری اطلاعات در معرفی جاذبه‌های گردشگری شهر شیراز نقش داشته است)، با توجه به نظر گردشگران مورد تأیید قرار گرفته است.

فرضیه سوم: به نظر می‌رسد فناوری اطلاعات در جذب گردشگر و نحوه اقامت آن نقش داشته است.

از آنجا که مقیاس متغیرهای این فرضیه (اسمی - اسمی) است، لذا جهت آزمون فرضیه از آزمون همبستگی خی دو استفاده شده است. با توجه به این آزمون، sig (سطح معناداری) ۰/۰۰ و از آنجا که این رقم کوچک‌تر از آلفای مورد نظر (۰/۰۵) است، فرض  $H_0$  رد و فرضیه پژوهش تأیید می‌شود. مقدار کای اسکور نیز ۷۰۲/۶۶۷ است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که فناوری اطلاعات در جذب گردشگر و نحوه اقامت آن تأثیر دارد. جدول شماره (۸) نتایج این آزمون را نشان می‌دهد.

جدول ۷: تعداد مشاهده شده و مورد انتظار گردشگران بر اساس رابطه

بین فناوری اطلاعات در جذب گردشگر و نحوه اقامت آن

کل	فناوری اطلاعات										
	ماهواره	کتاب	روزنامه	اینترنت	نمایشگاه	تلویزیون و رادیو	پوستر	بروشور			
116	35	0	10	31	0	30	0	10	فرآوانی	هتل	نحوه اقامت
116	27.4	10.5	13.9	30.7	3.0	10.8	16.6	3.0	فرآوانی مورد انتظار		
71	10	0	0	0	0	6	55	0	فرآوانی	مسافرخانه	
71	16.8	6.5	8.5	18.8	1.8	6.6	10.1	1.8	فرآوانی مورد انتظار		
56	36	0	0	10	10	0	0	0	فرآوانی	کمپ	
56	13.2	5.1	6.7	14.8	1.5	5.2	8.0	1.5	فرآوانی مورد انتظار		
42	10	0	26	6	0	0	0	0	فرآوانی	منزل اقوام	
42	9.9	3.8	5	11.1	1.1	3.9	6.0	1.1	فرآوانی مورد انتظار		
100	0	35	10	55	0	0	0	0	فرآوانی	سایر	
100	23.6	9.1	11.9	26.5	2.6	9.4	14.3	2.6	فرآوانی مورد انتظار		
385	91	35	46	102	10	36	55	10	فرآوانی	کل	
385	91	35	46.0	102	10	36.0	55	10	فرآوانی مورد انتظار		

جدول ۸: آزمون کای اسکوئر

نوع آزمون	مقدار	درجه آزادی df	سطح معنی داری (Sig)
Chi-Square	۷۰۲/۶۶۷	۲۸	۰/۰۰۰
تعداد	۳۸۵		

مأخذ: تحلیل نگارندگان

## ارایه راهبردهای (برنامه‌ریزی گردشگری شهر شیراز با تأکید بر فناوری اطلاعات) با استفاده از مدل Swot

راهبردهای تهاجمی / رقابتی (SO)

در این راهبردها که بر نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی استوار می‌باشد، موارد زیر برای بهسازی فناوری اطلاعات در منطقه یا محدوده پژوهش پیشنهاد می‌شود:

- فراهم آوردن خدمات اینترنتی با کیفیت و سرعت بالا برای گردشگران: به وجود آوردن یک زیرساختار مناسب جهت اتصال به اینترنت و شبکه گسترده اطلاعات از مزایایی است که در طی فرایند گردشگری الکترونیک بدست می‌آید. این زیرساختارها شامل اجزای نرم‌افزاری و سخت‌افزاری لازم جهت برقراری ارتباطات و انتقال اطلاعات به صورت الکترونیکی می‌شود؛
- فراهم‌سازی کانال‌های آموزشی و محیط آموزشی همگانی برای گردشگران و اهالی حرفه گردشگری؛
- ارائه بهتر و بیشتر خدمات و تسهیلات به ساکنان مناطق گردشگری: از جمله آن‌ها می‌توان به دسترسی به آموزش مجازی، بانکداری الکترونیک و پرداخت قبوض و عوارض سالیانه، ورود به عرصه تجارت الکترونیک و فروش محصولات و فرآورده‌های محلی اشاره داشت؛
- ارائه خدمات یک مرحله‌ای به گردشگران و ساکنان مناطق گردشگری: با ایجاد ساختار مناسب ارتباطات به وسیله فناوری اطلاعات و همچنین الکترونیکی کردن دیگر نیازی به مراجعه پی‌درپی مردم به ادارات و سازمان‌های مختلف وجود ندارد، بلکه تمام فرایند تنها به یک فعالیت تقلیل خواهد یافت؛
- تقویت رقابت تجاری و ایجاد فرصت‌های تجاری بیشتر در بستر تجارت الکترونیک: ارتباط بهتر سازمان‌ها و ارگان‌های وابسته به حرفه گردشگری، ارتباط سازمان‌ها و بخش‌های مربوط با یکدیگر و تسهیل امر مکاتبات از طریق اینترنت، توسط زیرساختارهای الکترونیک ارتباط یکپارچه‌ای را بین سازمان‌های مرتبط با یکدیگر به وجود می‌آورد، چنانچه سازمان‌های و نهادهای وابسته به فرایند گردشگری می‌توانند در سریع‌ترین زمان ممکن به آخرین اطلاعات راجع به گردشگران، نحوه سکونت و ساماندهی فرایند اقامت

پیردازند و از این طریق، این امکان نیز فراهم می‌شود تا ارگان‌ها و نهادهای وابسته و مرتبط با گردشگری به منظور ارتقاء کیفی خدمات قابل ارائه و بررسی مشکلات موجود با هدف ایجاد رفاه بیشتر برای گردشگران و یا ساکنان محلی از این فناوری استفاده نمایند؛

- افزایش مشارکت‌های محلی و مداخلات مستقیم ساکنان در اداره امور محلی در ارتباط با مسایل گردشگری: از این طریق این امکان فراهم می‌شود تا ساکنان به عنوان بخشی از ذینفعان پروژه‌های گردشگری در فرایند تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری مداخله نمایند و به تدبیر امور محلی و یا بهبود و سازماندهی مسایل مرتبط با اداره امور شهری بپردازند؛
- دسترسی همگانی به خدمات شهری: از این طریق این امکان برای روستاییان مناطق هدف طرح گردشگری فراهم می‌شود تا به برخی خدمات و تسهیلات شهری دسترسی بلاواسطه داشته باشند، در عین حال که از مراجعه مستقیم آن‌ها به مناطق شهری که با صرف هزینه و زمان زیاد ممکن می‌شود، پرهیز نمایند؛
- ایجاد اشتغال برای ساکنین و افزایش درآمد خانوارهای ساکن در مناطق گردشگری: در طی این فرایند این امکان فراهم می‌شود تا خانوارهای ساکن در محدوده گردشگری خود به جذب و پذیرش گردشگران بپردازند؛
- صرفه‌جویی در زمان و هزینه: با افزایش استفاده از فناوری اطلاعات و در حوزه گردشگری این امکان فراهم می‌شود تا دو عامل زمان و هزینه، تا حد امکان تقلیل یابند. به این صورت که گردشگران قادر خواهند بود تا تنها با یک کلیک روی صفحه نمایشگر رایانه، نسبت به رزرو محل اسکان و نوع و چگونگی برنامه‌ریزی احتمالی برای سفر (در طول مسیر و یا حتی برنامه‌ریزی گذران اوقات فراغت در مناطق روستایی هدف) اقدام کنند، چنانچه این امر با تنها فشار دادن چند کلید روی صفحه کلید یا موشواره رایانه ممکن می‌شود و از مراجعات حضوری پیش از سفر یا بی‌برنامگی احتمالی در حضور در این مناطق می‌کاهد؛
- ایجاد ساختارهای لازم برای توسعه‌های آتی و گردشگری محلی: علاوه بر این مراحل، گردشگری یا تدبیر امور محلی در آینده نیازمند سیستم‌های تکاملی و استفاده از فناوری‌های جدید خواهد بود، چرا که هر فکر سلیمی این امر را اذعان می‌کند که با وجود گسترش فناوری اطلاعات و توسعه انفورماتیک لازم است تا این موارد در حرفه

- گردشگری به عنوان حرفه برتر در آینده، مورد ملاحظه قرار داده شود؛
- سیستم جامع اطلاعات گردشگری: مهم‌ترین و برترین مزیت استفاده از فناوری اطلاعات، مدیریت و سازماندهی سیستم اطلاعات گردشگری است، چنانچه از این طریق می‌توان با معرفی اماکن توریستی و جاذبه‌های موجود طبیعی، تاریخی و فرهنگی این مناطق به جذب و نگه داشت گردشگران در مناطق گردشگری پرداخت. در ضمن این امکان نیز فراهم می‌شود تا نوع خدمات و تسهیلات رفاهی این مناطق و نقشه چگونگی استفاده از مناطق شامل: نقشه جغرافیایی و مکان قرار گیری جغرافیایی، نحوه دسترسی به این مناطق از طریق شریان‌ها و مسیرهای ارتباطی و علاوه بر این‌ها، چگونگی حرکت در مناطق گردشگری و نوع میزان و چگونگی ارائه خدمات و تسهیلات رفاهی (محل کمپینگ، دهکده‌های گردشگری، فروشگاه‌ها و رستوران‌ها، هتل‌ها و متل‌های محلی)، در اختیار گردشگران اکو توریسم و یا دیگر دوستداران طبیعت قرار داده شود؛
- مدیریت و نظارت واحد گردشگری: از این طریق می‌توان به تدوین چشم‌اندازهای بلند مدت و میان مدت در حرفه گردشگری شهری پرداخت. با استقرار سیستم‌های یکپارچه در گردشگری شهری از فعالیت‌های موازی، بی نظمی و اختلالات موجود جلوگیری می‌شود و تمام فعالیت‌ها تحت نظارت یک سیستم مدیریتی واحد در حوزه گردشگری صورت می‌گیرد. علاوه بر این، این امکان نیز فراهم می‌شود تا بتوان به برنامه‌ریزی کلان برای مناطق گردشگری هدف در طرح‌های گردشگری در انطباق با طرح‌های فرادست گردشگری (طرح‌های جامع گردشگری منطقه‌ای و ملی) و بسط‌سازی آتی برای توسعه و مراحل گسترش طرح‌های هدف پرداخت؛
- افزایش سطح آگاهی عمومی ساکنان و مداخله بیشتر آن‌ها در سرنوشت سیاسی، اقتصادی و اجتماعی مناطق طرح‌های گردشگری شهر شیراز: از این فرایند توسعه‌ای می‌توان برای افزایش سطح آگاهی عمومی ساکنان نسبت به آنچه در دنیای اطراف آن‌ها در حال وقوع است، استفاده کرد. شایان ذکر است که تنها از این طریق می‌توان ساکنان را به عنوان گروهی از افراد اجتماع تحت عنوان بازیگرانی جدید در عرصه فرایندهای تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری در رابطه با امور محلی و ملی وارد کرد و مشارکت‌های مردمی را افزایش داد که یکی از مهم‌ترین روش‌های توانمندسازی بشمار می‌رود.



### راهبردهای تنوع (ST)

این راهبردها بر نقاط قوت درونی و تهدیدهای بیرونی متمرکز می‌باشد و در این راهبردها سعی در تنوع بخشی در خدمات و امکانات برای جذب محرکان توسعه و حفظ ساکنان موجود صورت می‌گیرد.

- همگون‌سازی فعالیت‌های گردشگری و ظرفیت برد گردشگری شهر شیراز با پتانسیل‌های موجود: از این طریق این امکان فراهم می‌شود تا علاوه بر هدایت، راهبری و کنترل مدیریت گردشگری در مناطق هدف، این امکان نیز فراهم شود تا بتوان ظرفیت کل پذیرایی جهانگردان و گردشگران خاص که نیاز به اسکان و همکاری نزدیک با ساکنان دارد، فراهم شود که از این طریق از ورود گردشگران خارج از ظرفیت محلی ساکنان جلوگیری می‌شود؛

- تسریع در بر طرف کردن مشکلات احتمالی و ارتباط مستقیم با گردشگران: در طی این فرایند این امکان وجود دارد تا در صورت ایجاد مشکلات از پیش تعیین نشده و احتمالی، بتوان به سرعت مراتب امر را به گردشگران اطلاع داد و از ایشان خواست تا در زمان و در بستر شرایطی دیگر، نسبت به حضور در مناطق گردشگری شهری اقدام نمایند. این روش می‌تواند علاوه بر بهبود اشکالات موجود، باعث افزایش رضایت گردشگران و تسهیل امور، رفع مشکلات را نیز در بر گیرد؛

- مدیریت، هدایت و کنترل و راهبری بهتر گردشگری: استفاده از این روش و فناوری اطلاعات، این امکان را فراهم می‌کند تا بتوان به سازماندهی و کنترل و تدبیر بهتر امور مربوط به گردشگری پرداخت و در واقع به عنوان مرکزی برای برنامه‌ریزی محلی در توریسم عمل می‌کند. در طی این روش از اقدامات ناهماهنگ که می‌تواند نارضایتی گردشگران و یا ساکنان را در پی داشته باشد، پرهیز می‌شود و امکان سازماندهی و مدیریت مناسب طرح‌های گردشگری به صورت انفرادی یا گروهی در میان اجزاء حرفه گردشگری (تورها، آژانس‌ها و مراکز خدماتی و رفاهی محلی، محل‌های اسکان و هتل‌ها و سطوح خدماتی محلی) فراهم می‌شود؛

- جذب سرمایه‌گذاری مستقیم بومی و خارجی در حوزه فناوری اطلاعات؛

- ایجاد صندوق‌ها و بنگاه‌های سرمایه‌گذار مخاطره‌آمیز جهت کمک به ایده‌های نوآورانه

## فناوری اطلاعات؛

- ایجاد فضای رقابتی کسب و کار برای فعالان در حوزه فناوری اطلاعات گردشگری؛
- ایجاد نظام استانداردسازی و ارزیابی کیفی کالا و خدمات فناوری اطلاعات در بخش گردشگری؛
- برگزاری همایش‌ها و نمایشگاه‌ها و حمایت مالی و معنوی از فعالان در حوزه فناوری اطلاعات گردشگری؛
- برقراری ثبات، پایداری و امنیت مناسب فعالیت‌های اقتصادی در حوزه فناوری اطلاعات گردشگری؛
- نفی انحصار و رانت جهت ایجاد فرصت‌های مناسب و برابر، توأم با شفاف‌سازی اطلاعات برای فعالین اقتصادی در حوزه فناوری اطلاعات گردشگری؛
- سازماندهی اقتصادی - فنی صنایع پیشتاز فناوری اطلاعات در گردشگری کشور با رویکرد شبکه‌ای و خوشه‌ای؛
- سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و وضع قوانین مناسب برای حمایت از امنیت سرمایه‌گذاری در فناوری اطلاعات.

## راهبردهای بازننگری (WO)

- در راهبردهای بازننگری ضمن اینکه بر نقاط ضعف درونی تأکید می‌شود، سعی بر بهره‌گیری از فرصت‌های بیرونی در جهت رفع نقاط ضعف و مانع در فرآیند بهسازی منطقه می‌باشد؛ در واقع در این راهبردها سعی در بازننگری در فعالیت‌های قبلی است. با توجه به این مطالب می‌توان موارد زیر را پیشنهاد کرد:
- تعریف چشم‌اندازها، راهبردها، سیاست‌های گردشگری شهر شیراز در پیاده‌سازی گردشگری الکترونیک؛
  - مشخص کردن طرح‌های کاربردی و قابل اجرا برای گردشگری الکترونیک؛
  - تعریف پروژه‌های راهبردی مورد نیاز؛
  - آموزش نیروی متخصص و کاردان؛

- اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی همگانی؛
- بازننگری و مهندسی مجدد ساختار و فرایندهای فعالیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری؛
- وارد سازی فناوری اطلاعات در فرایندهای اجرایی سازمان‌های گردشگری؛
- تعریف ارتباط فعالیت‌های گردشگری با استفاده از سیستم‌های الکترونیکی؛
- اجرای پروژه‌های راهبردی؛
- آموزش گسترده شهروندان جهت استفاده و کاربری سیستم؛
- ارائه بخشی از خدمات و تسهیلات گردشگری به صورت الکترونیکی؛
- ارزیابی و بررسی نقاط قوت و ضعف مدیریت اطلاعات (به منظور کسب بازخوردهای حاصل از نواحی شهری)؛
- بازننگری و سازماندهی فرایندهای کسب‌وکار مبتنی بر کاربرد یکپارچه فناوری اطلاعات.

#### راهبردهای تدافعی (WT)

این راهبردها به تأکید بر رسیدگی به نقاط ضعف درونی برای کاهش آسیب‌پذیری در برابر تهدیدهای ناشی از مشکلات فناوری اطلاعات می‌پردازد:

#### راهکارهای کلان فناوری اطلاعات شهر شیراز

- طراحی و استقرار یک طرح جامع فناوری اطلاعات و ارتباطات در کشور، با فراهم کردن کلیه زیرساخت‌های مورد نیاز در شهرهای بزرگ و کلان شهرها؛
- فرهنگ‌سازی و تهیه برنامه‌های آموزشی، پیرامون فناوری اطلاعات و ارتباطات، به‌خصوص در سطوح دانشگاهی یا حداقل از مقاطع پایین آموزشی به جهت تحکیم و درونی شدن، از اهمیت زیادی در این زمینه برخوردار است که باید مورد توجه جدی قرار گیرد؛
- یکی از ضرورت‌های اساسی توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات، کاهش تصدی‌گری دولت در ارائه خدمات مخابراتی و پستی، و ارائه آن به بخش‌های خصوصی جهت ارائه بهتر خدمات است؛
- ایجاد بسترهای قانونی لازم به همراه ضمانت، یکی از پیش نیازهای اساسی توسعه فناوری

- اطلاعات و ارتباطات در کشور است. تجربه سایر کشورها در این زمینه راهکارهای مناسبی را پیش روی مسئولان مربوطه قرار خواهد داد؛
- یکی از الزام‌های توسعه این فناوری، ایجاد و گسترش فرصت‌های آموزش تخصصی و عمومی در زمینه فناوری اطلاعات است. - جلب اعتماد عمومی در زمینه کارایی دولت در استفاده از فناوری اطلاعات و عدم سوءاستفاده از تسهیلات فراهم شده، یکی دیگر از زمینه‌هایی است که دولت باید به آن اهتمام ورزد؛
  - آموزش ادارات دولتی و مؤسسه‌های بخش خصوصی، در زمینه مسائل مرتبط با فناوری اطلاعات و ارتباطات؛
  - حمایت از تحقیقات در زمینه توسعه این فناوری جهت پاسخگویی بهتر به شهروندان؛
  - تأکید بر نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات، در جهت روان‌سازی عبور و مرور؛
  - توسعه شبکه‌های اطلاعاتی از طریق نوآوری در خدمات، کاربردها و فناوری‌ها؛
  - افزایش بهره‌برداری از فناوری اطلاعات، توسط بخش‌های دولتی، خصوصی و عمومی، در جهت دسترسی شهروندان به این خدمات.

#### راهکارهای خرد فناوری اطلاعات شهر شیراز

- لزوم بازنگری در تهیه طرح‌های مختلف توسعه شهری و به روز نمودن این طرح‌ها و همگام نمودن آن‌ها با توسعه تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطی و حرکت به طرف مجازی شدن بعضی از کاربری؛
- تغییر نگرش مدیران و مسئولین در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات و به روز کردن مدیران به فناوری‌های روز دنیا؛
- توسعه و گسترش زیر ساخت‌های مرتبط با فناوری اطلاعات و ارتباطات در شهر شیراز (گسترش پهنای باند اینترنتی، توسعه و گسترش مراکز ارتباطی در سطوح مختلف شهر، راه اندازی مراکز اینترنت رایگان در مناطق مختلف شهر)؛
- آموزش صحیح کارشناسان و مدیران در زمینه توسعه فناوری‌های ارتباطی (ICT)؛
- ایجاد زیرساخت‌ها و بسترهای جدید همگام با نیازهای جدید جامعه اطلاعاتی از جمله:

- توسعه قوانین الکترونیک و پلیس مجازی و افزایش ضمانت اجرایی آن‌ها؛
- توزیع متعادل خدمات الکترونیک در سطوح مختلف شهر با توجه به نیاز شهروندان؛
- ایجاد زیرساخت‌های موردنیاز در جهت حرکت به سمت ارائه خدمات الکترونیکی توسط سازمان‌های و نهادهای مختلف شهری؛
- گسترش هر چه بیشتر حیطه عملکردی سایت‌های خدمات‌رسان شهری جهت ارائه خدمات الکترونیکی و افزایش سطوح رضایت شهروندان؛
- توزیع و گسترش مراکز خدمات‌رسان ICT در سطح شهر و توسعه عملکرد آن‌ها در راستای کاهش مراجعات حضوری شهروندان به ادارات و سازمان‌ها؛
- ملزم نمودن مدیران و کارکنان ادارات و سازمان‌های مختلف به یادگیری و آموختن ICD؛
- ترغیب و تشویق شهروندان به استفاده از شیوه‌های مجازی در خرید و فروش؛
- توسعه هر چه بیشتر حیطه عملکردی سایت‌های خدمات‌رسان شهری جهت ارائه بهتر خدمات و بالا بردن رضایت شهروندان و جلب اعتماد آن‌ها در جهت استفاده از شیوه‌های مجازی جهت انجام کارهای خود؛
- با توجه به نقاط ترافیکی مشخص شده در سطح شهر اقدام به تغییر کاربری‌های موجود نمایند (چون بعضی از کاربری‌ها متقاضی و جاذبه زیادی دارد)؛
- افزایش کاربری‌های خدماتی در سطح محلات مختلف شهر؛
- مکان‌یابی درست دفاتر ارتباطی (عدم راه اندازی آن‌ها در نقاط پرتردد شهر با توجه به نقشه نقاط ترافیکی شهر)؛
- نصب و راه‌اندازی کیوسک‌هایی که سیستم رایگان اینترنت در آن‌ها نصب باشد، تا مردم بتوانند کار خود را از این طریق انجام دهند و از میزان سفرهای حضوری کاسته شود؛
- الزامی کردن انجام اکثر کارها از طریق سیستم‌های اطلاعاتی و ارتباطی.

## کتاب‌شناسی

۱. تقوایی، مسعود و محمود اکبری (۱۳۸۸)، مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری شهری، چاپ اول، انتشارات پیام علوی، اصفهان؛
۲. حافظ‌نیا، محمدرضا (۱۳۸۶)، مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، چاپ سیزدهم تهران، انتشارات سمت؛
۳. رحیمی‌مغانی، بهنام (۱۳۸۳)، تحلیل جغرافیایی پتانسیل‌های توریستی شهر فیروزآباد، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، استادان راهنما: دکتر حمیدرضا وارثی و دکتر مسعود تقوایی، دانشگاه اصفهان؛
۴. رنجبریان، بهرام و محمد زاهدی (۱۳۷۹)، برنامه‌ریزی توریسم در سطح ملی و منطقه‌ای، چاپ اول، انتشارات جهاد دانشگاهی واحد اصفهان، اصفهان؛
۵. رنجبریان، بهرام و محمد زاهدی (۱۳۸۴)، شناخت گردشگری، اصفهان، انتشارات چهار باغ؛
۶. سازمان برنامه و بودجه استان فارس (۱۳۸۷)، گزارش اقتصادی - اجتماعی استان فارس؛
۷. سازمان جهانی جهانگردی (۱۳۸۴)، برنامه‌ریزی ملی و منطقه‌ای جهانگردی، ترجمه محمود عبدالله‌زاده، چاپ دوم، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی؛
۸. سلطانی، مرضیه (۱۳۸۸)، تحلیلی فضایی نقش ICT در گردشگری الکترونیکی شهر اصفهان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا، گروه جغرافیا دانشگاه اصفهان؛
۹. صدر خوانساری، حسین (۱۳۸۱)، جهانگرد کیست، کتاب‌سرای تندیس، تهران؛
۱۰. صنایعی، علی (۱۳۸۳)، تجارت الکترونیک در هزاره سوم، انتشارات جهاد دانشگاهی واحد اصفهان؛
۱۱. علیزاده، کتابیون (۱۳۸۲)، اثرات حضور گردشگران بر منابع زیست محیطی (مورد: بخش طرقله در شهرستان مشهد)، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیایی، شماره ۴۴؛
۱۲. غازی، ایران (۱۳۷۹)، نگرشی بر مدل تکامل فضایی در برنامه‌ریزی، مجله علمی - پژوهشی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه اصفهان، شماره ۲۲ و ۲۳؛
۱۳. فتاح پور، داراب (۱۳۸۵)، بررسی اثرات توسعه گردشگری بر تعادل ناحیه‌ای در استان چهارمحال بختیاری، فصلنامه تخصصی بنیاد مسکن انقلاب اسلامی، شماره ۱۱۶؛
۱۴. قنبری، حسن (۱۳۸۴)، بررسی عوامل مؤثر بر استنباط گردشگران خارجی در مورد وجهه ایران به عنوان یک مقصد گردشگری، راهنما: بهرام رنجبریان، مشاور: سعیده کتابی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی؛
۱۵. کاظمی، مهدی، ۱۳۸۶، مدیریت گردشگری، چاپ دوم، تهران، انتشارات سمت؛

۱۶. لاودن کنت‌سی و لاودن جین پی (۱۳۸۰)، فناوری اطلاعات، مفاهیم و کاربردها، ترجمه حمید محسنی، نشر کتابدار؛
۱۷. لو مسدن، لس (۱۳۸۰)، بازاریابی گردشگری، ترجمه محمد ابراهیم گوهریان، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ اول؛
۱۸. ماهنامه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی مناطق آزاد (اسفند ۱۳۸۷ و فروردین ۱۳۸۷)، سال پانزدهم، شماره ۱۸۴؛
۱۹. مبارکی، امید (۱۳۸۶)، برنامه‌ریزی فضایی شهرستان ملکان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، استاد راهنما: دکتر بیک‌محمدی، دانشگاه اصفهان؛
۲۰. مظلومی، حمید (۱۳۸۳)، بررسی آثار و پیامدهای ICT بر تعامل بین دولت و جامعه، وزارت ارتباطات و فناوری- اطلاعات، شورای عالی اطلاع‌رسانی، مؤسسه روشنگران اندیشه؛
۲۱. موسوی، سیدچمران (۱۳۸۸)، فناوری اطلاعات و ارتباطات و نقش آن در کاهش تقاضای سفرهای شهری (مطالعه موردی: شهر شیراز)، دانشگاه اصفهان؛
۲۲. میرزایی، اکبر و اکرم میرزایی (۱۳۸۴)، مدیریت انگیزه پیش شرط توسعه صنعت توریسم در ایران، مجموعه مقالات اولین همایش علمی منطقه‌ای «توریسم، موانع و پیامدها»، انتشارات معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد فلاورجان؛
۲۳. نجیمی، نجیم (۱۳۸۵)، بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر رضایت‌مندی گردشگری، مطالعه موردی: گردشگران خارجی شهر شیراز، پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم اجتماعی گرایش جامعه‌شناسی، دانشگاه اصفهان؛
۲۴. نوری، نورالدین (۱۳۸۴)، بررسی سیاست‌های دولت در صنعت گردشگری و ارایه الگوی توسعه پایدار صنعت گردشگری در کشور، پایان‌نامه دکترای تخصصی رشته مدیریت گرایش سیاست‌گذاری، استاد راهنما: منوچهر شجاعی، دانشگاه تهران؛
25. Altinay Mehmet, Hussain Kashif (2005), Sustainable tourism development: a case study of North Cyprus, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Volume:17 Issue:3 pp:272 – 280;
26. Buhalis, D. & Law, R. (2008), Progress in information technology and tourism next term management: 20 years on and 10 years after the Internet - The state of eTourism research, *Tourism Management*, 29, 609-623;
27. Garcia Ramilo , Pi Villanueva, (2001), Issues , Policies and outcomes :Are ICT Policies Addressing Gender Equality? Expert Group Meeting to Review ICT Policy from a Gender Perspective, Economic and Social Commission for Asia and The Pacific (ESCAP), December;
28. Holden, A. (2008), *Tourism and environment* (2nd ed.). London: Routledge. Inskip, E. (1991), *Tourism planning: an integrated and*

- sustainable development approach. New York: Van Nostrand Reinhold, 532-551;
29. Karcher, K. (1997), *Reinventing the Package Holiday Business: New information and communication*;
  30. Martin, W, j (1995), *The Global Information Society*. Hampshire: Aslib Grower.Pacific, December 2001;
  31. Reboratti, C. E. (1999), *Territory, scale and sustainable development*. In: E. Becker, & Th. Jahn(Eds.), *Sustainability and the social sciences: A cross-disciplinary approach to integrating environmental considerations into theoretical reorientation* (pp. 207-222);
  32. Rita Paulo (2000), *Tourism in the European Union*, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*; Volume: 12 Issue: 7, pp: 434-436;
  33. Secretariat, Information, Communication and Space Technology for Meeting Development Challenges, Economic and Social Commission for Asia and the Pacific, Special Body on Least Developed and Landlocked Developing Countries, Seventh session, 10-11, Bangkok, May 2005;
  34. Shaalem Ihab Mohamed (2005), *Sustainable tourism development in the Red Sea of Egypt threats and opportunities*, *Journal of Cleaner Production*, Volume 13, Issue 2, Pages 83-87;
  35. Sinclair Donald (2003), *Developing indigenous tourism: challenges for the Guianas*, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*; Volume: 15 Issue: 3;pp: 140-146;
  36. Solon, A., McKevitt, P., & Curran, K. (2004), *TeleMorph: Bandwidthdetermined mobile multimodal presentation*. *Information Technology & Tourism*, 7(1), 33-47;
  37. Steiner, Thomas (1995), *Information Technologies and Destination Management in technologies*. DUV, Wiesbaden, Germany;
  38. Teh Lydia, Cabanban Annadel S(2007), *Planning for sustainable tourism in southern Pulau Banggi: An assessment of biophysical conditions and their implications for future tourism development*, pp:151-173;
  39. Teodoro, L. M. and Francisco, M. L.: *City benchmarking: a methodological proposal referring specifically to Granada, Cities*, Vol 22, No 6, 2005;
  40. [www.eshiraz.ir](http://www.eshiraz.ir);
  41. [www.megacity.blogfa.com](http://www.megacity.blogfa.com).