

کاربردهای فناوری اطلاعات در گردشگری الکترونیکی (e-tourism)

زینب سادات سجادی، سید سعید آیت

دانشجوی دانشگاه پیام نور نجف آباد
zsajj@yahoo.com

استاد دانشگاه پیام نور مرکز نجف آباد
Saeed_ayat@yahoo.com

۱- مقدمه

یکی از ملزومات شهروند الکترونیکی در شهر الکترونیک، استفاده از خدمات گردشگری الکترونیکی با هدف برنامه ریزی بهتر به منظور استفاده مؤثرتر از زمان فراغت می باشد.

امروزه صنعت گردشگری به یکی از شکوفاترین صنایع جهانی تبدیل شده است. آمارها رشد سریع و توسعه پویای گردشگری جهانی را نشان می دهد. تعداد گردشگران در سال ۲۰۰۶ بیش از ۷۵۰ میلیون نفر بوده است. بر اساس پیش بینی های سازمان جهانگردی، تا سال ۲۰۲۰ تعداد جهانگردان به ۱۶۰۰ میلیون نفر بالغ خواهد شد و این صنعت نرخ رشد متوسط ۴/۱ درصد را تجربه خواهد کرد. رشد گردشگری جهانی از ژانویه تا آوریل ۲۰۰۷ با ۶ درصد رشد به ۲۵۲ میلیون گردشگر یعنی ۱۵ میلیون نفر بیشتر از مدت مشابه در سال ۲۰۰۶ رسیده است. [۱]

از طرفی نفوذ و گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات جهان پهناور ما را به صورت «دهکده جهانی» درآورده است. دهکده ای که زندگی در آن و خلق موقعیت ها و فرصت های جدید، نیازمند آگاهی و همراهی با این موج فناوری های نوین است و بدیهی است که اندکی سهل انگاری، فرصت ها را به دیگران خواهد سپرد.

یکی از مهمترین کاربردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات، صنعت گردشگری است و به دلیل نقش و اهمیتی که صنعت گردشگری خارجی می تواند در ابعاد مختلف از جمله ایجاد درآمدهای ارزی و افزایش تولید ناخالص داخلی، منبع درآمد برای دولت، منبع ایجاد اشتغال و بهبود خدمات اجتماعی داشته باشد، بنابراین برای ورود به بازار رقابتی جهان مجبور به تجهیز امکانات و بهره برداری از فناوری های نوین در قالب «گردشگری الکترونیکی» می باشیم.

بکارگیری فناوری های نوین ارتباطی و اطلاعاتی به منظور توسعه صنعت گردشگری را گردشگری الکترونیکی e-tourism می نامند. گردشگری الکترونیکی، امکان ارائه اطلاعات دقیق و به روز و همچنین ارائه خدمات نوین به کاربران و گردشگران را می دهد. این تسهیلات می تواند به گردشگران این امکان را بدهد که قبل از عملی کردن تصمیم سفر به نقطه ای خاص، به صورت مجازی و از طریق ابزارهای وب وارد محل مورد نظر شده و با مطالعه و مشاهده اطلاعات متنی، صوتی و تصویری، امکان سفر و مزایا و معایب این سفر را دریابند و به راحتی در مورد انجام این سفر تصمیم گیری کنند.

۲- کاربردهای فناوری اطلاعات در صنعت گردشگری

گردشگری الکترونیک از زمینه هایی است که در آن کارشناسان و متخصصان با بهره گیری از فناوری اطلاعات و ارتباطات در صنعت جهانگردی توانسته اند افق های جدید، بازارهای گسترده و رشد بی سابقه ای را نصیب کشورهای خود کنند. با استفاده از این خدمات، این امکان وجود دارد که کاربر به سادگی، با هزینه کمتر و با کیفیت بیشتر به اطلاعات و خدمات مورد نیاز خود دست یابد که در ادامه به برخی از کاربردها اشاره می شود.

۲-۱- اطلاع رسانی

اولین گام در بعد اطلاع رسانی در یک سایت فعال در ET¹ ارائه اطلاعات عمومی به گردشگران است. روز به روز به تعداد افرادی که به صورت برخط برای تعطیلات خود برنامه ریزی و تصمیم گیری می کنند، اضافه می شود.

وب سایت های مختلف گردشگری خدمات متفاوتی را در زمینه اطلاع رسانی انجام می دهند که نویسندگان مقاله براساس مطالعه و تحقیقات انجام شده در نظر گرفتن موارد زیر را برای طراحی بخش اطلاع رسانی وب سایت های گردشگری توصیه می کنند:

- ارائه اطلاعات کامل و دقیق از جاذبه های فرهنگی، تاریخی، طبیعی، تفریحی، اقتصادی جغرافیایی، ورزشی، علمی-آموزشی و..
- موقعیت جغرافیایی منطقه سفر
- ارائه اطلاعات در باره مناسبت ها، گرهمایی ها و جشنواره هایی که به زودی در منطقه مورد نظر برگزار خواهند شد.
- ارائه اطلاعات در باره فرهنگ و آداب و رسوم
- زبانهای رسمی و غیر رسمی محلی مورد استفاده
- اختلاف زمانی و ساعت رسمی و ساعات کاری
- واحد پولی و نرخ تبدیل ارزهای خارجی که باید با اتصال این بخش از سایت به یک موسسه معتبر نرخهای لحظه به لحظه ارائه شوند.
- معرفی سیستم اندازه گیری و واحدها برای گردشگران که به سیستمهای متفاوتی عادت دارند.
- کلیات آب و هوایی منطقه سفر و نیز اطلاعات پیش بینی بلند مدت
- یکی از مهمترین فاکتورهای تصمیم گیری برای سفر وضعیت آب و هواست. یک سایت معتبر ET باید علاوه بر ارائه کلیات آب و هوایی منطقه سفر، اطلاعات دقیق و لحظه ای آب و هوا را به همراه پیش بینی آب و هوا ارائه کند. برای این منظور راهکاری عمومی وجود دارد و آن ایجاد پیوند سایت های پیش بینی هوا در وب سایت می باشد.
- ارائه اطلاعات مربوط به صدور روادید: گردش کاری که مورد نیاز است تا گردشگر روادید اخذ کند، ارایه کلیه اطلاعات مورد نیاز، در دسترس قرار دادن کلیه فرم های مورد نیاز برای اخذ روادید، معرفی امکان استفاده از آژانسهای مختلف برای انجام خدمات روادید، هزینه های اینگونه عملیات، نشانی ها و تلفن های سفارتخانه ها، ... همه اطلاعاتی هستند که برای اخذ روادید باید به گردشگر عرضه شوند.
- ارائه اطلاعات تعطیلات رسمی و مناسبت های ویژه مورد علاقه گردشگران
- ارائه یک نقشه کامل از منطقه سفر با کلیه جزئیات و قابلیت بزرگ نمایی به گونه ای که همه اماکن سرویس دهنده به گردشگران مشخص بوده و گردشگر بتواند از طریق سایت تمامی مسیرها را دنبال کند و نیازهای خود را مرتفع کند.
- پیوندهای سازمانهای دولتی در ارتباط با گردشگران نظیر وزارت خارجه، سازمانهای گردشگری و ... تا امکان جستجوی اطلاعاتی در سایت های رسمی مهیا باشد.

۲-۲- روادید الکترونیکی: e-visa

ارائه روادید الکترونیکی یکی از مهمترین خدمات در زمینه

e-tourism است. ارائه خدمات روادید الکترونیکی نقش بسزایی در توسعه صنعت گردشگری و ترغیب گردشگران خارجی برای سفر دارد. e-visa در سطوح متفاوتی در جهان ارائه می شود. برخی کشورها، e-visa را در حد ارائه اطلاعات اخذ روادید از طریق اینترنت می دانند و برخی دیگر کل عملیات لازم برای اخذ روادید را به صورت الکترونیکی و از طریق اینترنت انجام می دهند. ارائه خدمات روادید به صورت برخط به همکاری و هماهنگی ارگان های گوناگون در دولت و آژانس های مسافرتی نیاز دارد. برای ارائه این گونه خدمات به گردشگران خارجی باید خدمات دولت و شهروند الکترونیکی در کشور مورد نظر نهادینه شده باشد. [۲]

۲-۳- سیستم های الکترونیکی ذخیره مکان و خدمات

یکی از حیاتی ترین خدماتی که در هر وب سایت ET کاربران را در برنامه ریزی سفر راهنمایی می کند، سیستم های ذخیره اینترنتی می باشد. وب سایت هایی که خدمات ذخیره اینترنتی ارائه کنند، باید به صورت دقیق، جامع، پویا و به روز کار برنامه ریزی بخش عمده ای از سفر کاربر را به صورت رایگان انجام دهند. این سایت ها بایستی خدمات مربوط به ذخیره و فروش الکترونیکی بلیط مؤسسات مختلف حمل و نقل (هوائی، دریایی،

ریلی و جاده‌ای) و امکان ذخیره دیگر خدمات‌ها از جمله امکان ذخیره جا در هتل‌ها و مراکز اقامتی، مجامع فرهنگی، هنری، ورزشی را دارا باشد. هنگامی که یک گردشگر به یک سایت ET مراجعه می‌کند باید قادر باشد تا از طریق همان سایت و همان واسط کاربری کلیه عملیات ذخیره و خرید بلیط خود را به انجام رساند. با توسعه امکانات مخابراتی و گسترش سیستم WAP تکنولوژی Mobile E-ticketing آینده سیستم‌های فروش الکترونیکی بلیط را رقم می‌زند.

وب سایت‌های ET عموماً برای ارائه خدمات ذخیره و فروش الکترونیکی بلیط خطوط هوایی بین المللی اطلاعات مورد نیاز گردشگر را از طریق سرویس دهندگان جهانی که با نام GDS^۲ شناخته می‌شوند تأمین می‌کنند.

در حالت خرید اینترنتی بلیط از آنجا که تعامل مستقیمی بین گردشگر و فروشنده بلیط وجود ندارد، بلیط بصورت الکترونیکی یا e-ticket عرضه می‌شود. به این معنا که گردشگر پس از خرید بلیط تنها یک کد شناسایی دریافت کرده و تا قبل از حضور در پایانه بلیط در دست نخواهد داشت و پس از مراجعه با مطابقت دادن اطلاعات موجود در بانک اطلاعاتی با کد شناسایی بلیط صادر و به وی تحویل می‌گردد. نکته بسیار مهم در این زمینه امکان ارتباط دادن این سیستم‌ها با یکدیگر است. به این معنا که سایت باید قادر باشد برای گردشگر یک برنامه پیوسته سفر مهیا کند. گردشگری علاقمند است بخشی از سفر خود را با هواپیما رفته سپس با قطار به شهر دیگر برود، از آنجا بوسیله کشتی به کشوری دیگر سفر کند و بعد از آن با اتوبوس سفر خود را ادامه دهد، در هتل مناسبی اقامت کرده و در نهایت مجدداً با هواپیما به شهر خود بازگردد، تمام طول این مسیر باید از طریق سایت در دسترس بوده و امکان ذخیره بلیط‌های همه سرویس دهندگان حمل و نقل مهیا باشد. به عبارت دیگر یک وب سایت ET بایستی امکان ذخیره و فروش بلیط به عنوان یک محل متمرکز برای تمامی خطوط هوایی، ریلی، جاده‌ای و دریائی در اختیار گردشگر قرار دهد تا به آن وسیله گردشگر کل سفر خود را از ابتدا ذخیره و برنامه‌ریزی کند.

۲-۴- تورهای مجازی

یکی از جذاب ترین خدمات گردشگری الکترونیکی، تورهای مجازی تحت وب می‌باشد. در این تورها گردشگر به کمک فناوری های چند رسانه ای و با تصاویر ویدئویی و عکس‌های سه بعدی، از مکان مورد نظر خود به صورت مجازی بازدید می‌کند. این قبیل تورها چشم‌اندازهای زیبایی را که از عکس‌های بسیار با کیفیت و همراه با جزئیات از مکان مورد نظر عرضه می‌کند تا تمایل فرد برای انجام این مسافرت افزایش یابد. برای تهیه این قبیل تصاویر، عکاس مجبور است که چند عکس را از قسمت‌های مختلف فضای مورد نظر تهیه کرده و آن‌ها را در کنار یکدیگر قرار دهد. امروزه لنزها و نرم‌افزارهای مخصوصی ساخته شده‌اند که تولید این قبیل عکس‌ها را تسهیل می‌کنند و به فرد امکان می‌دهند که تنها با گرفتن چند عکس به صورت پشت‌سرهم، چشم‌انداز وسیعی از یک مکان را در اختیار کاربران بگذارند.

طی چند سال گذشته کیفیت، کارآمدی کیفیت و در دسترس بودن تورهای مجازی به میزان زیادی ارتقا یافته و در وب سایت های گردشگری همه گیر شده، به طوری که برخی وب سایت‌ها به کاربران اجازه می‌دهند، خود روند تور مجازی و نقشه‌ای که در اختیار آن‌ها قرار گرفته را کنترل کنند. این گونه از تور های مجازی تحت وب امروزه بیشتر بازدید از میراث فرهنگی کشورها نظیر بازدید مجازی از موزه‌ها، آثار باستانی تحت نظارت، ساختمان های تاریخی و ... را به صورت برخط هموار می‌کنند. توسعه این گونه از تورهای مجازی به ایجاد پایگاه داده های مناسب و استفاده از سیستم های چند رسانه ای قوی و البته فناوری GIS^۲ وابسته است. GIS یا همان سیستم اطلاعات جغرافیایی بستر مناسبی است که زمینه تجزیه و تحلیل و اکتشاف داده‌ها را به ما می‌دهد. [۳] به هر حال، با توجه به اینکه صنعت جهانگردی همانند دیگر صنایع دنیا با سرعت زیاد در حال رشد است، کارشناسان بر این باورند که تورهای مجازی در آینده نزدیک پررونق‌ترین بخش این صنعت محسوب خواهند شد و به این وسیله زندگی مردم را در سراسر جهان تحت تاثیر خود قرار خواهند داد.

۲-۵- هتلداری الکترونیک

یکی از مهمترین خدماتی که یک گردشگر در طول مدت سفر خود از کشور میزبان دریافت می‌کند، امکانات اقامتی برای گردشگران می‌باشد. در یک سایت ET هر چه امکانات و گزینه‌های بیشتری در مورد اقامت گردشگر وجود داشته باشد سایت موفق تر خواهد بود. خدمات هتلداری الکترونیک امروزه از معرفی هتل‌ها و ارائه اطلاعاتی نظیر تلفن و نشانی آنها فراتر رفته است. خدماتی که امروزه در سایت های ET عرضه می‌شوند شامل ارائه اطلاعات مورد نیاز کاربران، سیستم های ذخیره برخط، تور های مجازی مشاهده فضاها

و خدمات هتل‌ها و ... می‌باشد. طبقه‌بندی هتل‌ها در قالب‌های مختلف و امکان جستجو کردن هتل‌ها بر اساس قیمت، سرویس، رتبه (تعداد ستاره) حداقل امکانات لازم برای یک برنامه هتلداری الکترونیکی کامل است.

در چنین سیستمی گردشگر پس از مراجعه به سایت ET، لیستی از هتل‌های موجود را مشاهده کرده، و اطلاعات کاملی از نحوه خدمات هر هتل، تصاویر اتاقها، سالن‌ها، امکانات مختلف هتل، معرفی کامل خدماتی که هتل برای گردشگران مقیم در خود ارائه می‌کند، را دریافت می‌کند.

گردشگر پس از مشاهده خدماتی که در هر یک از هتل ها در دسترس او قرار می‌گیرند و مقایسه هزینه‌های هر یک، هتل موردنظر خود را انتخاب می‌کند. در اینجا ارتباط پویا میان وب سایت ET و هتل اهمیت پیدا می‌کند. اغلب سایت های ET در این مرحله یک تقویم که روی آن تعداد اتاق‌های خالی هتل در تاریخهای مختلف نمایش داده شده است را به گردشگر عرضه می‌کنند و گردشگر در هر تاریخی که مایل بود اتاق موردنظر خود را انتخاب کرده و ذخیره می‌کند. سایت و هتل باید امکان دسترسی به یک بانک اطلاعاتی مشترک را دارا باشد تا همزمان و به صورت بر خط اطلاعات را به هنگام کنند.

۲-۶- سیستمهای برنامه‌ریزی مقصد

خدماتی که در سیستمهای برنامه‌ریزی مقصد^۴ به گردشگران ارائه می‌شود، از خدمات کاربردی و نوینی است که در سال های اخیر توسعه یافته است. به دلیل زیرساختار پیچیده‌ای که ارائه خدمات برنامه‌ریزی مقصد نیاز است، تنها برخی از سایت‌های فعال در ET به ارائه آن می‌پردازند. سیستم های برنامه ریزی مقصد اینترنتی، تمام برنامه ریزی سفر را به صورت خودکار از آغاز تا پایان سفر برای کاربران انجام می‌دهند. می‌توان گفت که برنامه‌ریزی مقصد معادل الکترونیکی تورهای امروزی است. این خدمات که به صورت بسته‌های مسافرتی پویا (Dynamic Packages) عرضه می‌شوند یک برنامه سفر کامل با قابلیت تغییر متناسب با خواست گردشگر (دریافت اطلاعات از گردشگر و ارائه بسته ای مطابق با علایق گردشگر) ارائه می‌کنند. این سیستم با ارتباط دائمی به خطوط هوایی بین‌المللی و داخلی، شرکت های حمل و نقل ریلی، جاده‌ای و دریایی، اطلاعات هتل‌های موجود در شهرهای مختلف، مراکز دیدنی، بانک اطلاعات آب و هوایی و... کلیه مراحل سفر را از طریق بانکهای اطلاعاتی در اختیار دارد.

توسعه سیستم های بسته بندی برنامه سفر به صورت برخط و پویا شامل مراحل زیر است. ابتدا منابع داده گوناگون که شامل اطلاعات مختلف و ناهمگنی می‌باشند، در یک پایگاه داده مجتمع می‌شوند. سپس اطلاعات به کمک فناوری های تفسیر معنایی^۵ تجزیه و تحلیل شده نتایج به صورت پایگاه دانش^۶ درآمده و در پایان بسته های مسافرتی پویا ایجاد می‌شوند و کاربر و متصدیان تورهای گردشگری می‌توانند از این بسته ها مطابق با زمان، بودجه و علایق خود استفاده کنند.[۴]

برای مثال گردشگر می‌تواند تاریخ های آغاز و پایان و حدود قیمت مورد نظر خود را انتخاب کرده و سایت برنامه‌های مختلف مناسب برای سفر وی را به گردشگر معرفی کند و سپس از میان برنامه‌های ارائه شده برنامه مورد علاقه خود را انتخاب و اقدام به خرید آن کند. یک وب سایت کامل فعال در زمینه گردشگری الکترونیک، باید که همه خدماتی که گردشگر به آن نیاز دارد را یکجا و در یک وب سایت مجتمع در اختیار کاربر قرار دهد. به این ترتیب گردشگر با مراجعه به یک سایت معتبر ET کلیه خدمات مورد نیاز برای سفر خویش را دریافت کرده و با کیفیت، سرعت و قیمت مناسب به خواسته‌های خود دست می‌یابد.

۳- پژوهشی آماری بر استفاده از گردشگری الکترونیکی در یک نمونه دانشگاهی ایران

در تحقیقی آماری که با موضوع میزان استفاده از خدمات گردشگری الکترونیک در بین قشر دانشگاهی انجام شد نتایج جالبی بدست آمد که ضرورت ارتقای سطح کیفی خدمات ارائه شده در پایگاه‌های گردشگری الکترونیک ایران و همچنین کمبود تبلیغات در جهت آشنا کردن جامعه را با خدمات تجارت الکترونیک و دولت الکترونیک را نشان می‌دهد.

۳-۱- پرسشنامه

سوالات طرح شده در این تحقیق (که در زیر آمده است) از ۵۰ نفر از دانشجویان و اساتید رشته های مختلف در قالب فرم پرسشنامه ای، به عمل آمده است.

سوالات:

- ۱- در طول سال به طور متوسط چند بار به مسافرت می‌روید؟
 - ۱) دو بار یا کمتر
 - ۲) بیش از دو بار
 - ۳) به دلایل شغلی زیاد به مسافرت می‌روم.

۲- اطلاعات مورد نیاز برای مسافرت مانند اطلاعات شهر مقصد را بیشتر از چه طریقی بدست می‌آورید؟

- ۱) توصیه دوستان و آشنایان
- ۲) تبلیغات رسانه های جمعی
- ۳) تورهای گردشگری
- ۴) وب سایت های اینترنتی
- ۵) بیشتر به شهرهایی سفر می کنم که خودم یا یکی از همراهانم قبلا به آنجا سفر کرده ایم و نیازی به کسب اطلاع مجدد نیست.
- ۳- تاکنون از کدامیک از خدمات «گردشگری الکترونیک» که در ادامه آمده است، استفاده کرده اید؟
 - ۱) نرم افزارهای چند رسانه ای که به معرفی جاذبه های گردشگری می پردازند.
 - ۲) کسب اطلاعات در مورد مقصد سفر از طریق موتورهای جستجو و سایت های اینترنتی (مانند معرفی جاذبه های گردشگری، مشاهده عکس هایی از مقصد، نقشه های راهنما، وضعیت آب و هوایی مقصد و ...)
 - ۳) کسب اطلاعات در مورد مقصد سفر از طریق پیام کوتاه تلفن همراه
 - ۴) مشاهده اطلاعات هتل ها، پروازها یا ساعت حرکت قطار و یا رزرو هتل یا بلیط هواپیما یا قطار از طریق اینترنت
 - ۵) کسب اطلاعات در مورد ویزای کشورهای خارجی
 - ۶) هیچ کدام

۴- اگر از خدمات ذکر شده در سوال ۳ استفاده کرده اید، ارائه دهندگان این خدمات داخلی بوده است یا خارجی؟

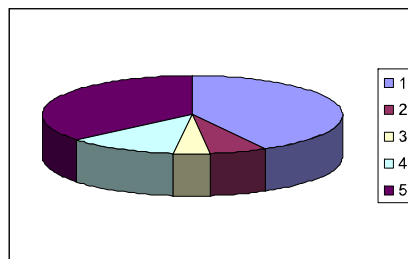
- ۵- اگر از خدمات ذکر شده در سوال ۳ استفاده کرده اید، کیفیت این خدمات را چگونه ارزیابی می کنید؟
 - ۱) ضعیف
 - ۲) نیازهای مرا برآورده کرده است
 - ۳) خوب

۶- اگر از خدمات «گردشگری الکترونیک» ذکر شده در سوال ۳ استفاده نکرده اید، دلیل این امر به نظر شما چیست؟

- ۱) از ارائه این خدمات اطلاع نداشتیم
- ۲) روش های سنتی خدمات گردشگری را ترجیح می دهم
- ۳) به اطلاعات و خدمات ارائه شده در اینترنت اعتماد ندارم
- ۴) قبلا از این خدمات استفاده کرده ام اما به دلیل کیفیت پایین، در دفعات بعدی از آن ها استفاده نکرده ام.

۲-۲- نتایج

طبق نتایج بدست آمده از سوال دوم که در جدول ۱ و شکل ۱ ثبت شده است، ملاحظه می شود که درصد قابل توجهی از سوال شوندهگان (۷۸٪) آنها یعنی گزینه های ۱ و ۵) با توصیه اطرافیان یا در اثر تجربه قبلی و بدون هیچ گونه کسب اطلاعات به مسافرت می روند و تنها ۱۲٪ از افراد برای کسب اطلاع از مقصد خود از اینترنت استفاده می کنند.



شکل (۱): نمودار پرسش دوم

طبق نتایج بدست آمده از سوال سوم که نتایج آن در جدول شماره ۲ قابل مشاهده است، خدمات گردشگری الکترونیک در بین ۵۴٪ از افراد

مصاحبه شونده بیگانه است. نتایج بدست آمده از سوال چهارم که در جدول ۳ به نمایش در آمده است، نشان دهنده این واقعیت است ۷۳ درصد از کاربران از وب سایت های داخلی گردشگری الکترونیکی استفاده می نمایند.

جدول (۳) نتایج پرسش چهارم

داخلي	خارجی	هر دو	جمع کل
۱۱	۲	۲	۱۵
٪۷۳	٪۱۳.۵	٪۱۳.۵	٪۱۰۰

طبق نتایج بدست آمده از سوال پنجم که در جدول ۴ ثبت شده است، ملاحظه می شود که ۴۶ درصد از سوال شوندهگان کیفیت خدمات را ضعیف ارزیابی کرده اند و ۴۶ درصد نیز اعتقاد داشته اند که این خدمات نیازهای آنان را برآورده ساخته است.

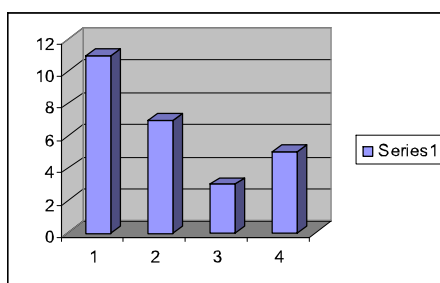
جدول (۴) نتایج پرسش پنجم

ضعیف	نیازهایی را برآورده کرده	خوب	جمع کل
۷	۷	۱	۱۵
٪۴۶	٪۴۶	٪۶	٪۱۰۰

جدول (۱): نتایج پرسش دوم

۱- توصیه دوستان و آشنایان	۲- تبلیغات رسانه های جمعی	۳- تورهای گردشگری	۴- وب سایت های اینترنتی	۵- نیازی به کسب اطلاع مجدد نیست.	جمع کل
۲۱	۳	۲	۶	۱۸	۵۰
٪۴۲	٪۶	٪۴	٪۱۲	٪۳۶	٪۱۰۰

نتایج بدست آمده از سوال ششم که در جدول ۵ و شکل ۲ به نمایش در آمده است، نشان می دهد که ۴۲٪ از افراد از ارائه شدن این خدمات اطلاع نداشته اند که این امر ضرورت تبلیغات برای این گونه خدمات را طلب می کند. همچنین ۱۹ درصد از افراد از استفاده از این خدمات در اولین مراجعه راضی نبوده و در دفعات بعدی از خدمات گردشگری الکترونیکی استفاده ننموده اند.



شکل (۲): نمودار پرسش ششم

۴- نتیجه گیری

فناوری اطلاعات و کاربردهای آن در گردشگری الکترونیکی از جدیدترین و ضروری ترین زمینه های زندگی در دنیای جدید است که می تواند منجر به افزایش ارزش افزوده و رفاه شهروندان و همچنین شاخصی برای توسعه کشور به خصوص از منظر دیگر کشورها باشد. گردشگری الکترونیکی حلقه مفقوده صنعت گردشگری در ایران است که با توسعه و بازنگری در سیاست ها و فعالیت های پراکنده گذشته، می توان گام بلندی برای توسعه این صنعت برداشت و از فواید بی شمار آن بهره مند شد. متمرکز کردن تلاش های گروهی متخصصان و کارشناسان بر روی توسعه پرتال جامع گردشگری ایران، ارائه خدمات کارآمد، به روز و حیاتی نظیر تورهای مجازی و روایید الکترونیکی به متقاضیان سفر، توجه به میراث دیجیتالی

با توجه به وجود آثار بی شمار فرهنگی ایران و اطلاع رسانی شفاف، دقیق و به موقع می تواند ما را حائز رتبه مناسبی در بین کشورهای جهان نماید. در این مقاله پس از بررسی کاربردهای فناوری اطلاعات در گردشگری مجازی به تحلیلی پیرامون پژوهشی آماری در این زمینه پرداخته شد که لزوم پرداختن به این مساله را بیشتر آشکار می سازد.

جدول (۲) نتایج پرسش سوم

جمع کل	۶- هیچ کدام	۵- ویزای کشورهای خارجی	۴- رزرو هتل یا بلیط هواپیما یا قطار از طریق اینترنت	۳- پیام کوتاه تلفن همراه	۲- طریق موتورهای جستجو و سایت های اینترنتی	۱- نرم افزارهای چند رسانه ای
۵۰	۲۷	۲	۲	۲	۱۲	۵
%۱۰۰	%۵۴	%۴	%۴	%۴	%۲۴	%۱۰

جدول (۵) نتایج پرسش ششم

جمع کل	۴- در دفعات بعدی استفاده نکرده ام.	۳- اعتماد ندارم	۲- روش های سنتی را ترجیح می دهم	۱- اطلاع نداشتم
۲۶	۵	۳	۷	۱۱
%۱۰۰	%۱۹	%۱۱	%۲۷	%۴۲

مراجع

- [1] UNWTO World Tourism Barometer, Volume 5-No,2-Jun 2007-p1&12
- [2] Viborg Andersen, Kim, Zinner Henriksen, Helle, *Reorganizing Government: Bhutan Visa Online*, p2&3, 39th Hawaii International Conference on System Sciences – IEEE 2006.
- [3] Yiwei , Cao, *Spatiotemporal Thematic Maps for Sustainable Development of Heritage Site Tourism*, p3&5&7 InterCarto – InterGIS Berlin, IEEE 2006
- [4] Cardoso, j, *E-tourism: creating dynamic packages using semantic web processes*, Departamento de Matemática e Engenharias Universidade da Madeira, 2005

geographical information system ^٢
Destination Guide ^٣
Semantic annotation ^٤
Knowledge database ^٥