

گردشگری الکترونیکی بسط دهنده گردشگری روستایی

سید محمد موسوی روزان

زهرآ بخش

سیدمحمودمحتشم خواه

چکیده

گردشگری در طول تاریخ هیچ وقت به اندازه امروز مورد توجه نبوده است عصری که صنایع و ماشین آلات رفاه را برای انسان به ارمغان آورده ، گسترش تکنولوژی و ضرب نفوذ آن در جوامع شهری و روستایی توجه به گردشگری الکترونیکی را به عنوان پیش زمینه ای تسهیل کننده برای گردشگری روستایی مورد توجه قرار داده است ، در این مقاله ضمن بررسی موضوعات مطروحه عوامل تاثیرگذار و گسترش دهنده و چند روستای الکترونیکی جهت آشنایی و ردگیری موضوع مورد توجه قرار گرفته است .

کلید واژه ها: گردشگری الکترونیکی، گردشگری روستایی، توسعه روستایی،

مقدمه

می خواند " (شکوئی، 1382: 30) و کامپیوترها با قابلیت های بسیار ، سریع و ارزان هستند ، نرم افزارها استاندارد شده اند و تعاملات و

ارتباطات را سهل تر ساختند. اینها همه باعث شده است که گردشگران به مقاصد جدید توریستی اشراف بیشتری داشته باشند. شیوه های نوینو استانداردهای جهانی متکامل تری شکل گرفته اند. امروزه یک بازار توریسم بسیار پیچیده، جدید و جهانی با انبوهی از مشتریان و شرکتها در پهنه ی گیتی در حال گسترش و شکل گیری است. به بیان دیگر جهانی شدن هم تنوع تقاضا و هم تنوع عرضه را افزایش داده، و هم طول و مقیاس عمل را بالا برده، و به واسطه ی آن استانداردهای جهانی بیشتری را نیز مطرح ساخته است. امروزه دیگر استقرار شرکت های توریستی در

مقصد و مکان گردشگری، در صنعت گردشگری دلیلی برای وجود صنعت گردشگری است ، مکان های سیاحتی مسافری را از فواصل یا مسافت های دور از بازار ارائه شان جذاب می کنند. گردشگری روستایی در برگرنده زمینه های مختلف فعالیتهای گردشگری است، از شکل سکونتگاهها تا برگزاری انواع جشنها و ورزشهای بومی و از محیط آرام و همگام با طبیعت تا انواع فعالیتهای اقتصادی ، همه از جاذبه های روستا هستند. این در حالی است که " ما هم اکنون در جهانی زندگی می کنیم که مارشال مک لوهان آن را دهکده ی جهانی

بر این اساس میتوان گردشگری روستایی را دربرگیرندهٔ زمینه های مختلف فعالیتهای گردشگری چون: سکونتگاهها، جشنواره ها، ورزشهای بومی و محلی و جز اینها دانست که در محیط روستا شکل میگیرند. گردشگری روستایی دارای اشکال و انواع مختلفی است، از جمله: توریسم کشاورزی، توریسم فرهنگی، اکوتوریسم، توریسم سبز و غیره. در توریسم کشاورزی، گردشگران، راهکارها و الگوها برای سازماندهی گردشگری روستایی در هر کشوری متفاوت است. در بعضی از کشورها، دولت یا سازمانهای تعاونی از منابع اصلی برای سرمایه گذاری در بخش گردشگری روستایی هستند.

در برخی دیگر از کشورها گردشگری روستایی توسط سازمانها و شرکتهای خصوصی دنبال میشود. در کشور اندونزی گردشگری روستایی عمدتاً در مسائل زراعت و کشاورزی در نواحی روستایی متمرکز شده است، در مناطق جاوه و سوماترا گردشگران در هتلها اقامت دارند، اما میتوانند فعالیتهای کشاورزی را از نزدیک مشاهده کنند (Syukur, 1998: 158)

گردشگری الکترونیک

ارتباط بین فناوری و تجارت به سالهای خیلی دور بر می گردد. در حدود 2000 سال قبل از میلاد، فینیقیان تکنیک ساخت کشتی را به کار بردند تا نخستین کسانی باشند که از دریای مدیترانه گذشته و به سرزمینهای دور دست یابند. با این پیشرفت برای اولین بار در تاریخ جهان مرزهای جغرافیایی برای انجام تجارت گسسته شد و تجارت با سایر اقوام و ملل شروع شد. امروزه نیز با ورود فناوری جدیدی تحت عنوان اینترنت به صحنه زندگی بشر، تجارتی موسوم به تجارت الکترونیکی رایج شده است.

فناوری اطلاعات، اصطلاحی است که مفهوم کاربردی فناوری در چرخه اطلاعات تولید، پردازش، بازیابی، اشاعه و... را در بر می گیرد و به نوعی کسب و پردازش اطلاعات به روش جدیدی است که باعث می شود کارهای غیر تکراری، به گونه ای مؤثرتر تحلیل شوند؛ مضاف بر اینکه بعضی از عدم قطعیتها و تنوع پذیریهها را نیز حذف می نماید. فناوری اطلاعات عبارت است از: گردآوری، سازماندهی، نشر و ذخیره اطلاعات (به صورت متن، تصویر یا اعداد) که به وسیله ابزارهای رایانه ای و مخابراتی انجام می گردد. (فهیمی 1383: 3)

محل های توریستی تازه کشف شده چندان به طول نمی کشد و در این میان یک موضوع مطرح است و آن اینکه کجا؟.

گردشگری روستایی

طبق تعریف سازمان جهانی جهانگردی (W.T.O) توریست یا جهانگرد کسی است که به سرزمین یا کشوری غیر از جایی که اقامت دائمی دارد، سفر کند و حد اقل یک شب و حد اکثر یک سال در آنجا بماند و دلیل مسافرتش اشتغال به کاری به منظور دریافت دستمزد نباشد (افقه و همکاران، 1380، ص 19). برابر تحقیقات به عمل آمده فعالیت جهانگردی متمرکز در پنج فضای متفاوت جغرافیایی است که در عین برخورداری از تفاوت های کالبدی، اجتماعی-اقتصادی و چشم اندازهای فیزیکی و فرهنگی دارای پوشش های مشترک بسیاری نیز هستند که نمی شود آنها را از یکدیگر به مفهوم کامل جدا نمود. این پنج فضا عبارتند از: دریا، کوه، روستا، شهر و گشت و گذار که البته فضای اخیر در واقع توالی دیدار از سرزمین های بسیاری است که می توانند نشان دهنده همان طبقات چهارگانه ی پیشین باشند (محلای، 1382، ص 221)

گردشگری روستایی طی سالهای 1970 در مناطق روستایی آلپ شکل گرفت. این نوع گردشگری شباهت زیادی به اکوتوریسم دارد؛ با این تفاوت که در یک محیط روستایی انجام می پذیرد و اهداف آن وسیعتر است. برای اولین بار در منطقه کوههای آلپ (فرانسه، آلمان و ایتالیا) به دنبال هجوم روزافزون گردشگرانی که به این مناطق آمدند و فشار روزافزونی را برای توسعه محیطهای روستایی وارد نمودند، گردشگری روستایی به عنوان یک گزینه برای توسعه مطرح شد که اهداف آن حل مشکل مهاجرت جوانان و عدم توسعه اقتصادی، خصوصاً تخریب منابع طبیعی و میراث فرهنگی آن نواحی بود. در دیگر نواحی مانند اسلواکی، علت اصلی سودآور نبودن تولید و مهاجرت روستاییان، دلیلی بر جهنگیری به سمت یک منبع ثانویه برای افزایش درآمد روستائیان بود (Lane: 2002, 56)

گردشگری روستایی عبارت است از: فعالیتهای و گونه های مختلف گردشگری در محیطهای مختلف روستایی و پیرامون آنها که دربردارندهٔ ارزشها و آثار متفاوتی برای محیط زیست روستا (طبیعی و انسانی) (Soteriades, 2002: 617)

می توانیم تمام فعالیت های گردش گری، همچون انتخاب منطقه مورد نظر و سرویس های ارائه شده در سفر (برنامه ریزی و مدیریت سفر)، بازدید از موزه ها، بناهای قدیمی، آثار باستانی و مناظر زیبای مناطق گوناگون را بدون طی نمودن جاده ها و صرف کمترین هزینه، انجام دهیم.

اگر چه گردشگری الکترونیک در ایران و برخی کشورها، هنوز تازه و نوپاست، اما در بسیاری از کشورها از جمله کانادا و آمریکا، جای خود را پیدا کرده و از آن جا که سفرهای اینترنتی به هزینه و فرصت کمتری نیاز دارند، طرفداران فراوانی دارند.

گردش گری الکترونیکی، چیزی فراتر از ورود به یک سایت گردشگری و دیدن مناطق گوناگون دنیا از طریق اینترنت است. هدف از گردشگری الکترونیکی، فراهم آوردن زمینه های مناسب برای گردشگران، اعم از رفاه، آسایش و امنیت سفر، توسعه گردشگری و سرانجام، لذت از گردشگری است. (میرمحمدی، 1387: 28)

در سال 1997 صنعت جهانگردی و گردشگری مسؤول 20 تا 30 درصد از فروش های مجازی بوده و تا پایان سال 2002 این رقم به بیش از 30 میلیون دلار رسیده است. این امر کوشش کشورها و دولت ها را برای جذب سهم بیشتری از این بازار، سبب شده است. (کاظمی، 1384: 68)

توریسم الکترونیکی در ایران چون اغلب مناطق دنیا امری جدای از شهر الکترونیکی محسوب نمی شود. بسیاری از رویدادهای گردشگری یا از شهرها و یا به شهرها ختم می شود. از این رو وجود و حضور شهر الکترونیکی پایه و مبنای گردشگری الکترونیکی نیز محسوب می شود. در ایران پایه ی شهر الکترونیکی در سال 1379 آغاز شد. برخی از آگاهان امر براین عقیده اند که بنیانگذار این مفهوم در ایران دکتر علی اکبر جلالی است. وی در این زمینه چنین بیان می دارد که اولین شهر الکترونیک ایران در سال 1379 در کیش به عنوان یکی از گردشگرپذیرترین مناطق ایران مطرح شد. به عقیده ی وی تنها راه باقی مانده برای حل مشکلات کلان شهرها استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در قالب شهر الکترونیکی می باشد. (فلاح نژاد، 1388: 159).

ابزار الکترونیکی و اینترنت در تمام زنجیره توزیع خدمات گردشگری شامل: خطوط هوایی، مهمان پذیری، گردانندگان تور، آژانسهای مسافرتی و مقاصد سفر تغییرات شگرفی ایجاد کرده

بسیاری از شرکت ها فعالیت های تجاری خود را به خاطر استفاده از اینترنت تغییر داده اند، چنین فرایندی را تحول الکترونیکی (e-shift) نامیده اند و عمدتاً در سه حوزه ی خرید الکترونیکی (e-shopping)، آموزش الکترونیکی (e-learning) و شبکه ی الکترونیکی (e-networking) مطرح شده است (Starr, 2000, P.177).

مشابه این رویداد در مورد صنعت توریسم رخ داده است و ماحصل کار می تواند صنعت توریسم الکترونیکی (e-tourism) باشد. هم ارتباط ساده و کارا با شرکت ها (B2B) و هم ارتباط ساده و کارا با مشتری (B2C) برای صنعت توریسم بسیار مهم است. خرید الکترونیکی که تحت عنوان خرید تلفنی، خرید اینترنتی، دادوستد الکترونیکی مشتری یا تجارت الکترونیکی خانگی نیز شناخته می شود روند یاز خرید برای مصرف از طریق اینترنت محسوب می شود. در اغلب حالات ما بین بیشتر شرکت ها روند فروش کالا در قالب B2C به مانند B2B نمی باشد، چراکه مشتریان به شدت پراکنده هستند (Starr, 2000, P.179)

تجارت الکترونیکی رابطه ی تنگاتنگی با صنعت توریسم دارد، این بدان سبب است که خریداران (هم خریداران نهایی و هم واسطه ها) عموماً در مکانی به مراتب دورتر از محل تولید مستقراند و لذا ارایه ی خدمات به موقع برای آنها امری حیاتی به شمار می رود و کاهش فاصله ی جغرافیایی منجر به کاهش هزینه ها خواهد شد. صنعت توریسم B2C فرصت های تازه ای را برای توسعه و اجرای تکنیک های اجرایی مدیریت پیشرفته (از قبیل مدیریت مالی یا تولید) فراهم می نماید و این بدان سبب است که اطلاعات کاملاً به روز به سهولت قابل حصول می باشد. در حال حاضر، مؤلفه های سفر (مثل تهیه و عرضه ی بلیط شرکت های هواپیمایی) از مهم ترین کارهایی است که ارتباط ساده و کارآمد با مشتری را برقرار می سازد. کتاب، موسیقی، نرم افزار و سخت افزار، البسه و امکانات الکترونیکی در طی سفر سهم عمده ای از مسئولیت B2C را برعهده دارند (GolobandRang, 2000, P.88).

به زبان ساده، اگر به جای استفاده از روش معمولی سفر و پیمودن مسافت های جغرافیایی، از اینترنت و فناوری اطلاعات و ابزار های الکترونیک، مانند سی دی، تلفن همراه، نقشه، تصاویر سه بعدی، عکس و فیلم و شبیه سازی های کامپیوتری و ... در سفرهای خود استفاده کنیم، به این نوع مسافرت، مسافرت الکترونیکی یا گردشگری الکترونیکی می گوئیم. به این ترتیب،

ویزای الکترونیکی: دریافت اطلاعات مورد نیاز ویزا به صورت فرم‌های الکترونیکی (از طریق اینترنت)، پرداخت هزینه ویزا (از طریق کارت‌های اعتباری اینترنتی)، دریافت کد یا شماره ویزا، ارایه گذرنامه در ترمینال ورودی، صدور ویزا در مبدأ ورودی و سایر مراحل از جمله مواردی است که باید در این قسمت لحاظ گردد.

رزرو و فروش اینترنتی بلیت: یک سایت معتبر ارایه دهنده خدمات گردشگری الکترونیکی، می‌باید خدمات مربوط به رزرو و فروش الکترونیکی بلیت مؤسسات مختلف حمل و نقل هوایی، دریایی، ریلی و جاده‌ای را دارا باشد.

هتلداری الکترونیکی: یک سایت گردشگری الکترونیکی با ایجاد ارتباط با هتل‌های متعدد (در کیفیت خدمات و تفاوت قیمت) می‌تواند گزینه‌های مختلفی را برای گردشگر مهیا کند. در یک سایت معتبر، اغلب هتل‌های مناسب در منطقه‌ای که گردشگر برای سفر انتخاب می‌کند در دسترس می‌باشد و گردشگر می‌تواند آنها را انتخاب کند.

برنامه‌ریزی مقصد: یک سیستم کامل برنامه‌ریزی مقصد عبارت است از: یک سیستم هوشمند که با دریافت اطلاعات خاصی از گردشگر، بهترین برنامه سفر، متناسب با خواسته‌های او را ارایه می‌کند. سیستم‌های برنامه‌ریزی مقصد، بخش مهمی از سایت‌های معتبر گردشگری الکترونیکی را تشکیل می‌دهند. در واقع برنامه‌ریزی مقصد، معادل الکترونیکی توره‌های امروزی است که همانند آنها در سطوح متفاوتی ارایه می‌شود. (کاظمی، 1384: 69)

تمام موارد فوق، باید به زبان‌های مختلف بر روی سایت قرار گیرد؛ تا بدین ترتیب، امکان جذب گردشگران خارجی و ارایه سرویس‌ها به آنها نیز فراهم شود.

یکی از دشوارترین مشکلاتی که روش‌های مبتنی بر IT با آن دست به گریبان هستند، آماده‌سازی مردم برای مشاغل نوین و آموزش آنها در مورد وظایف و تولیدات جدید می‌باشد.

داشتن اطمینان به شرکتی مجازی که تقریباً هیچ‌گونه دارایی مشخصی ندارد، احتمالاً مشکل خواهد بود. به خاطر اینکه محدودیت‌های اقتصادی برای وارد و خارج شدن از این محیط دست کم در حال حاضر بسیار ناچیز است، بدین معنی که تقریباً هرکسی می‌تواند با حد اقل سرمایه وارد این بازار شده و یا

است. با توجه به آنچه مطرح شد ورود تجارت الکترونیک یک ضرورت انکارناپذیر می‌باشد و ما ناگزیر به استفاده از این فن‌آوری در صنعت گردشگری هستیم.

بر حسب سیاست‌های سایت و میزان محدودیت یا گستره فعالیت‌های سایت ET، سرویس‌های ارائه شده به گردشگر متفاوت خواهد بود؛ به طور مثال، ممکن است یک سایت (ET) تنها به رزرو بلیط و ارایه تاریخ‌های سفر بپردازد؛ در حالی که سایت دیگری امکان اخذ ویزا، نمایش فهرستی از هتل‌ها و مراکز اقامتی و همچنین امکان مشاهده تصاویر اتاق‌ها، سالن‌ها و محوطه بیرونی هتل‌ها را نیز فراهم آورد؛ اما آن چه که در یک سایت گردشگری بسیار مهم است، فراهم آوردن امکان دسترسی گردشگر به همه سرویس‌های مورد نیاز او از طریق همان سایت است و به عبارت دیگر، گردشگر، هنگام ورود به یک سایت گردشگری، بایستی بدون نیاز به باز شدن پنجره‌های گوناگون و فارغ از لینک‌های متعدد، تبلیغات شلوغ و گیج‌کننده و لود یا بارگذاری طولانی تصاویر و نقشه‌های سفر، بتواند به راحتی و سادگی، سرویس‌های مورد نیاز خود را انتخاب کند. در حال حاضر، سایت‌های گردشگری به استفاده از فناوری (Single window) که به کاربر اجازه می‌دهد از طریق همان سایت ورودی و با یک استاندارد خاص و بدون نیاز به واسطه کاربری جدید، سرویس‌های خود را دریافت نماید، مجهز شده اند. (میرمحمدی، 1387: 29)

یک گردشگر یا مسافر الکترونیکی، پس از ورود به یک سایت گردشگری، انتظار دسترسی به سرویس‌ها و اطلاعات خاص منطقه مورد نظر را دارد. این سرویس‌ها و نیازمندی‌ها عبارتند از:

اطلاع‌رسانی الکترونیکی: اطلاعاتی نظیر موقعیت جغرافیایی منطقه سفر، زبان‌های رسمی و غیر رسمی مورد استفاده، اختلاف زمانی، ساعت رسمی، واحد پولی و نرخ تبدیل لحظه به لحظه ارزهای خارجی، معرفی سیستم اندازه‌گیری و واحدها، آب و هوای منطقه و پیش‌بینی وضعیت آب و هوا، ارایه اطلاعات در مورد راه‌های ارتباطی منطقه، معرفی آثار و بناهای تاریخی، نرخ مکالمات تلفنی بین مبدا و مقصد، لینک‌های مفید به سایر مراکز گردشگری؛ بهداشتی (برای اطلاع از بیماری‌های شایع و یا بومی یک منطقه). ارایه اطلاعاتی در مورد لهجه‌های محلی یک منطقه خاص

- ایجاد رقابت سالم روستاها در جهت نمایان کردن قابلیت‌های خود و همچنین در زمینه هتل داری و اقامتگاه ها و بهبود سرویس دهی و امکانات رفاهی مکان های تفریحی و گردشگری.
- مناسب بودن برای کشورهای کمتر توسعه یافته، به دلیل عدم نیاز به هزینه های احداث و توسعه مراکز گردشگری و سرویس های سفر.
- عدم نیاز به راهنمای آموزش دیده برای معرفی مکان ها و مناطق گردشگری.
- سودمند بودن برای محققان و پژوهشگران، به دلیل بررسی موردی یک موضوع خاص.
- کاهش ترافیک و تردهای غیرضروری و کاهش و تغییر هزینه های سفر.
- حفاظت از میراث فرهنگی
- اما چالش هایی هم در برابر گردشگری الکترونیک وجود دارد که تعدادی از آنها عبارتند از:
 - فقدان زیرساخت های تکنولوژیکی لازم
 - فقدان سواد الکترونیکی لازم در روستاها
 - امنیت و حریم درگاههای اینترنتی وابسته به صنعت گردشگری

هر چند تعداد روستاهایی که رویکرد گردشگری الکترونیک دارند بسیار کم است و یا بسیار نامنظم است در اینجا به نمونه هایی از آن اشاره می شود

گفته می شود 6500 روستا در ایران به صورت الکترونیک آماده سازی شده اند (همشهری: 1387/6/25) اما در دنیای مجازی نمودی نداشته و رویکرد گردشگری ندارند، در روستای قرن آباد اولین مرکز جامع خدمات کاربردی فناوری اطلاعات و ارتباطات روستایی کشور در سال 1383 راه اندازی شده است اما مشهورترین روستای الکترونیک ایران روستای شاهکوه است این روستا در ارتفاع 2000 متری از سطح دریا واقع شده است با شهرهای شاهرود و گرگان بوسیله راه شوسه در ارتباط است، به دلیل زمستانهای سرد مردم این منطقه به شهرهای گرگان یا شاهرود مهاجرت میکنند و در فصل بهار و به خصوص در تابستان جمعیت روستا فزونی می یابد در سال 1379 وبسایت روستا مورد بهره برداری قرار گرفت ، این روستا به عنوان اولین روستای ایرانی متصل به شبکه جهانی شهرت یافت . این وبسایت علاوه بر اینکه گردشگری روستایی را توسعه داد . با عرضه

از آن خارج شود، محیط آن را با انبوهی از شرکت های ناشناخته و جدید بی آنکه چیز قابل توجهی را از دست بدهد، اشباع نماید

فعالیت یک شرکت مجازی تورسیم در محیط الکترونیکی درست نوعی بازی برد-برد (کسی در آن مغبون نیست) است که شفافیت و همکاری تنها رموز آن هستند.

بزرگترین مزیت تورهای الکترونیکی این است که می تواند محصولات مختلفی در زمینه صنعت جهانگردی در سراسر کشور با هزینه ای بسیار اندک در اختیار متقاضیان و مسافران قرار داده، حذف هزینه های سربار مرتبط به دفاتر فروش بلیت و ذخیره

مزایای گردشگری الکترونیکی، در همه ابعاد آن بسیار حائز اهمیت بوده، ما را به استفاده از آن، ترغیب خواهد نمود. این ویژگی ها و مزایا عبارتند از:

- کمک به توسعه اقتصادی مناطق کمتر توسعه یافته، به مدد بازاریابی و تبلیغات در جهت جذب گردشگر، فروش صنایع دستی و استقرار منابع در آن مناطق.
- نشر فرهنگ و شاخصه های فرهنگی بومی مناطق روستایی
- افزایش سطح آگاهی های عمومی روستاییان و مداخله بیشتر آنها در سرنوشت سیاسی ، اقتصادی و اجتماعی مناطق روستایی هدف گردشگری روستایی
- عدم نیاز به پیمودن مسافت های طولانی و خسته کننده و صرفه جویی در زمان
- ایجاد ساختارهای لازم برای توسعه به واسطه گردشگری روستایی
- انجام بازدید های علمی و همایش های مختلف با کمک ابزار های الکترونیکی؛ همچون ویدئو کنفرانس و عدم نیاز به سفر به آن مناطق و در نتیجه، حذف خطر جاده و کاهش هزینه های دانشگاه.
- کاهش صف های طویل تهیه بلیط و راهم آمدن امکان خرید اینترنتی از مراکز خرید صنایع دستی و در نتیجه رونق تجارت الکترونیک و کمک به تولید و راه اندازی کارگاه های کوچک و بزرگ صنایع دستی و محلی.
- اشتغال زایی برای جوانان روستایی و افزایش سطح درآمد خانواده ها

جوانان مشتاق روستایی که علاقمند به مدیریت هستند برگزار گردد و درعین حال سیاست های تشویقی برای سوق دادن تورهای مختلف به نواحی روستایی اتخاذ گردد تا تکمیل کننده هر دو بحث عرضه و تقاضا در بازار گردشگری باشد.

همچنین پیشنهاد میگردد وبسایت جامعی تحت مدیریت دولت جهت نمایش لیست و برنامه های روستاهای الکترونیک ایجاد شود که قابلیت بروزرسانی آخرین ها را داشته باشد تا از این طریق روستاهای فعال در سطح کشور مطرح گردند و دست رنج تلاش خود را ببینند.

پیشنهاد می گردد دولت محترم به جز در تهیه سرورهای لازم برای میزبانی از دامنه های ایجاد شده توسط روستاهای الکترونیک و همچنین آموزش های لازم جهت بهره برداری از سامانه وبسایت ها هیچ گونه مالی به روستاها نکند تا روستاها بتوانند به دنیای جدید وارد شوند و به صورت مصنوعی هدایت نشوند.

منابع

1. محلاتی، صلاح الدین (1380) درآمدی بر جهانگردی، تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
2. شکوئی، حسین (1382)، فلسفه های محیطی و مکتب های جغرافیایی، تهران: مؤسسه جغرافیایی و کارتوگرافی گیتاشناسی.
3. فهیمی، مهدی، 1383: کاربردهای فناوری اطلاعات در تجارت الکترونیک، ماهنامه خبری-اقتصادی اقتصاد آسیا.
4. میرمحمدی، رضوان، 1387: گردشگری الکترونیک، نشریه پرسمان شماره 68
5. کاظمی، مصطفی، 1384: موانع استفاده از فناوری اطلاعات در صنعت گردشگری ایران، شماره 2
6. فلاح نژاد، حسین، 1388: جهانی شدن، شهر و توریسم الکترونیک و سرمایه گذاری در دنیای مجازی، مطالعه موردی ایران، علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه تبریز « شماره 27
7. Soteriades, M. (2002), "Tourism and environment in rural", Available on the website: www.fund.Acbe/prelude, p617
8. Loic Rousseau (1998), French rural tourism: Clientele, offer and development policy, FFTC international seminar on rural tourism. National Agricultural Cooperative Federation, Korea Korean Academy of Tourism Agriculture, Chounchun, Korea, June, 23-26
9. Syukur Iwantoro (1998), Case study on rural tourism in Indonesia. FFTC international seminar on rural tourism. National Agricultural Cooperative Federation, Korea Korean Academy of Tourism Agriculture. Chounchun, Korea, June, 23-26;

محصولات روستاییان در وبگاه و همچنین دریافت کمکهای دولتی و غیردولتی از طریق وبگاه باعث توسعه روستا شد.

بحث

گردشگری الکترونیکی در واقع تسهیل کننده گردشگری روستایی به شمار میرود چرا که با استفاده از امکانات شهری راهی را برای پیشرفت نواحی روستایی فراهم میکند. اما روستاهای کشور دارای زیرساختهای لازم چه از نظر فنی و چه از نظر انسانی برای انجام اینگونه طرح های گردشگری نیستند، چرا که از عمر اولین وبسایت الکترونیک روستایی کشور بیش از 10 سال می گذرد، اما هنوز تعداد روستاهای فعال علی رقم آمار بالایی که اشاره شد بسیار کم است و نمود بسیار اندکی در جامعه مجازی دارند، به هر حال نکته اینجاست که باید با برنامه ریزی مناسب و مشخص کردن اهداف، شناخت و تعیین اهداف، شامل حفظ آثار سنتی در روستاها، اشتغالزایی در مناطق روستایی، ایجاد تنوع اقتصادی در روستاها، فراهم آوردن امکانات و خدمات مناسب تفریحی، توسعه خدمات عمومی و غیره همسویی لازم را هدفهای برنامه ریزی منطقه ای و ملی را برقرار کرد تا در تدوین ساختار مدیریت گردشگری روستایی، تحقیق در زمینه شناسایی و دسته بندی زمینه های مربوط به گردشگری و توسعه آن در مناطق روستایی برقرار شود. این توانها میتواند در زمینه های طبیعی، فرهنگی، زیرساختهای موجود، الگوها و شیوه های گردشگری روستایی (یعنی اینکه چه نوع گردشگری روستایی در منطقه میتواند موفق باشد)، امکانات موجود، جاذبه ها، وجود سازمانهای دولتی و یا خصوصی مرتبط با این فعالیت و از همه مهمتر، در نحوه مشارکت مردم روستایی و جمع آوری دیدگاهها و عقاید ساکنان محلی باشد؛ به گونه ای که برای گردشگری روستایی پایدار باید روش جامعه محوری را سرلوحه کار قرار داد.

راهکارها

با توجه به اینکه خود روستاها باید عهده دار مدیریت و توسعه خویش باشند و دولت و دیگر نهادها نقش برنامه ریز و تشویقی دارند. پیشنهاد میشود دوره های ویژه ی مدیریت اطلاعات برای

10. Starr, M.K(2000) POM and E-shift First conference on Production and Operation Management . pp. 177-186