



نوع مقاله: پژوهشی

فصلنامه چشم انداز شهرهای آینده

www.jvfc.ir

دوره سوم، شماره اول، پیاپی (۹)، بهار ۱۴۰۱

صص ۱۸-۱

بررسی و ارزیابی زمینه های توسعه گردشگری الکترونیک (مورد مطالعه: استان گیلان)

مریم سجودی، دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

مجید یاسوری، استاد گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه گیلان، رشت، ایران.^۱

سیروس حجت، دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۰۸

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۲۳

چکیده

پژوهش حاضر برآن است تا به ارزیابی زمینه های توسعه گردشگری الکترونیک استان گیلان بپردازد. لذا پس از بهره گیری از روش اسنادی و کتابخانه ای، در بخش میدانی از روش پیمایش مبتنی بر تکمیل پرسشنامه با ملحوظ داشتن ۱۶ شهرستان استان گیلان به عنوان جامعه آماری در ابعاد گردشگری الکترونیک شامل اجتماعی- فرهنگی، دولتی و مدیریتی، زیرساخت (سخت افزار) و سیستمهای اطلاعاتی (نرم افزار) بهره گرفته شد. همچنین نمونه های آماری منتخب شامل دستگاه های اجرایی، بخش خصوصی و جامعه محلی بوده اند. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون T تک نمونه ای و جهت رتبه بندی شهرستانها در راستای ارزیابی وضعیت توسعه گردشگری الکترونیک از مدل تاپسیس بهره گرفته شده است. نتایج پژوهش نشان میدهد که شاخص فراگیرشدن استفاده از شبکه های اجتماعی مرتبط با گردشگری توسط گردشگران، با میانگین $34/70$ رتبه اول و شاخص سرعت دسترسی به اینترنت، با میانگین $56/60$ پایین ترین رتبه را به خود اختصاص داده اند. همچنین بعد اجتماعی- فرهنگی با میانگین $3/07$ در وضعیت مطلوب قرار داشته و سایر ابعاد در وضعیت نامطلوب قرار دارند. نهایتا شهرستانهای رشت، لاهیجان و بندرانزلی به ترتیب با ضرایب $0/636$ ، $0/578$ و $0/576$ در رتبه های اول تا سوم و مطلوب ارزیابی شدند و شهرستانهای املش با ضریب $0/349$ ، صومعه سرا با ضریب $0/335$ و رودبار با ضریب $0/311$ در وضعیت نامطلوب قرار گرفتند. همچنین یافته ها نشان میدهد که شهرستان رشت دارای وضعیت مطلوب و شهرستانهای واقع در شرق استان گیلان وضعیت مناسبتری نسبت به غرب و جنوب استان از لحاظ توسعه گردشگری الکترونیک قرار دارند.

واژگان کلیدی: گردشگری علایق خاص، گردشگری الکترونیک، توسعه گردشگری الکترونیک، استان گیلان.

مقدمه

نیازهای روز افزون انسان شهر نشین به محیط های تفریحی و استراحتگاهی و مهم تر از همه جابه جایی میلیون ها گردشگر در طول سال، لزوم و اهمیت پژوهش در جوانب صنعت گردشگری و امکانات آن را بیشتر می نماید (شکویی، ۱۳۵۴: ۱۷). و ویژگی های ملموسی چون جاذبه ها، امکانات رفاهی، ساختمان ها، مناظر و غیره را مورد تاکید قرار می دهد (Camilleri, 2018: 25). با این دیدگاه، توسعه صنعت گردشگری به ویژه برای کشورهای درحال توسعه که با معضلاتی همچون نرخ بالای بیکاری، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجه اند در اولویت قرار دارد (UNWTO, 2016). همچنین "براساس گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری^۱، چشم انداز آتی حوزه گردشگری ایران تا سال ۲۰۲۶ را رو به رشد ارزیابی کرده است. گفتنی است، رشد ۹/۴ درصدی این بخش حدود ۸/۱۴ میلیارد دلار برای اقتصاد ایران به همراه خواهد داشت" (دهدشتی و همکاران، ۱۳۹۶: رونقی و دهقانی، ۱۳۹۹: ۱). حال از گونه های مختلف گردشگری می توان به گردشگری تفریحی، ورزشی، گردشگری فرهنگی، گردشگری کسب و کارها، گردشگری تجاری، گردشگری کنفرانس ها، گردشگری ماجراجویانه، گردشگری کشاورزی، گردشگری الکترونیک، توریسم میراث، زیارتی، فضایی، زیست محیطی و گردشگری تاریک و... اشاره کرد (محمودی میمند و همکاران، ۱۳۹۲): که یکی از انواع نوین گردشگری، گردشگری الکترونیک است. فراگیر شدن ابزارهای دیجیتال و توسعه شبکه های مخابراتی و رایانه ای، شبکه های اجتماعی و افزایش میزان دسترسی افراد به اینترنت، امکان ارائه خدمات در هر زمان و مکانی را برای کاربران گردشگری فراهم کرده (Ukpabi & Karjaluoto, 2017: 4). و ارزش و اهمیتی که فناوری اطلاعات برای توسعه زیرساخت های گردشگری در دنیا ایجاد کرده است، بسیار جالب و تامل برانگیز است (پوراحمد و همکاران، ۱۳۹۱: ۲). بنابراین توسعه صحیح و پیگیرانه گردشگری الکترونیک به عنوان یکی از ابزارهای مهم توسعه اقتصادی در دنیای امروز، می تواند باعث رونق بسیاری از زیرساخت های اقتصاد هر کشوری شده و نقش بسزایی در افزایش سطح درآمد ناخالص ملی داشته باشد (نقوی و جمال آباد، ۱۳۹۲: ۲). حال استان گیلان با برخورداری از جاذبه های طبیعی، سابقه تاریخی کهن، آثار و بناهای تاریخی و... یکی از قطب های گردشگری در کشور است و هرساله حدود ۵ میلیون نفر از گردشگران از این استان دیدن می کنند (سازمان برنامه و بودجه استان گیلان، ۱۳۹۸). لذا با توجه به حضور گسترده گردشگران در این استان توجه به توسعه گردشگری الکترونیک می تواند از جمله اولویت های برنامه ریزی گردشگری در استان گیلان باشد و سازمان های و نهادهای مرتبط با گردشگری الکترونیک با بسترسازی و تقویت و توسعه زیرساخت های نرم افزاری و سخت افزاری، سیستم های اطلاعاتی و... دسترسی به این مهم را فراهم کنند. چرا که تحقق گردشگری الکترونیک در استان گیلان مزیت های بسیاری در زمینه تقویت اقتصاد و جذب سرمایه های بیشتر و توسعه تجارت الکترونیک به همراه خواهد داشت.

همچنین در رابطه با جنبه ی نوآوری پژوهش حاضر به طور مشخص و شفاف می توان گفت، پژوهش پیش رو زمینه های گردشگری الکترونیک در سطح استان گیلان را با توجه به لزوم بررسی و پرداختن به این موضوع مهم مورد مطالعه قرار داده است. همچنین این پژوهش به طور تخصصی جنبه های جغرافیایی و تحلیل پراکندگی ها (شاخص ها و ابعاد مورد بررسی در پژوهش) در توسعه ی گردشگری الکترونیک را با استفاده از نقشه های متعدد در سطح شهرستان های استان گیلان بیان می کند. لذا با توجه به اهمیت این موضوع پژوهش حاضر در پی پاسخ به این سوال است که در شهرستانهای استان گیلان تا چه حد پتانسیل توسعه گردشگری الکترونیک وجود دارد؟

حال در ادامه به برخی از مطالعات داخلی و خارجی صورت گرفته مرتبط با پژوهش اشاره می شود:

کازاندژیا و سانتانا^۱ (۲۰۱۹) در مقاله خود تحت عنوان "گردشگری الکترونیکی: تعریف، توسعه و چارچوب مفهومی" بیان داشته‌اند که گردشگری الکترونیکی به عنوان یک فرایند شناخته می‌شود و روش‌های تحقیق و رویکرد علمی مورد نیاز برای آن شامل: رویکرد اکتشافی نظری، رویکرد سیستماتیک و زمانی غربالگری سیستماتیک، تجزیه و تحلیل و ترکیب تجزیه و تحلیل محتوا، نتیجه تحقیق علمی، ساخت چارچوبی مفهومی (نظری) از سیستم گردشگری الکترونیکی، معرفی گروه‌های اساسی (زیر سیستم‌ها) و مولفه‌های یکپارچه و شناسایی تعاملات خاص بین آنها است. پانا^۲ (۲۰۱۷) در مقاله خود تحت عنوان "ادغام اروپا - واقعیت‌ها و چشم‌اندازها، اقدامات گردشگری الکترونیک" اشاره داشته‌است که گردشگری الکترونیک طی ۱۰ سال با نرخ نمایی توسعه یافته، فرصتی منحصر به فرد برای تعامل با محیط مجازی را فراهم می‌کند، جایی که بازار یک جعبه کنترل است که هم از طریق عرضه و هم از طریق تقاضا به آن دسترسی پیدا می‌کند. میهالسکو^۳ (۲۰۱۳) در مقاله خود تحت عنوان "تأثیرات و چشم‌اندازهای گردشگری الکترونیکی در سطح جهانی" بیان نموده‌است: امروزه گردشگری به یکی از بزرگترین صنایع در جهان تبدیل شده‌است و رقابت‌پذیری آن بیشتر توسط علم، فناوری اطلاعات و نوآوری هدایت می‌شود. محمد و مرادی^۴ (۲۰۱۱) در مقاله خود تحت عنوان "مدلی از عوامل رضایت گردشگری الکترونیکی برای گردشگران خارجی" معتقدند که استفاده از برچسب‌هایی مانند "استفاده از کارت اعتباری برای خرید"، "انتقال آسان پول"، "پرداخت آنلاین" و "بروزرسانی اطلاعات" مهمترین عوامل برای سیستم گردشگری الکترونیکی هستند. سرانجام، این تحقیق به مقامات گردشگری توصیه می‌کند که زیرساخت‌های گردشگری الکترونیکی را توسعه دهند تا بتوانند با رقابت این زمینه مطابقت داشته باشند. بیکاشکن و آگن^۵ (۲۰۱۱) در مقاله خود تحت عنوان "برنامه‌های سیستم هوشمند در گردشگری الکترونیکی" به این نتیجه رسیده‌اند که تغییرات اخیر در رفتار گردشگران و اهمیت روزافزون فناوری اطلاعات و ارتباطات به این معنی است که توجه بیشتری به گردشگری الکترونیکی لازم است. با تبدیل شدن اینترنت به گزینه رسانه‌ای مورد علاقه بسیاری از مسافران برای به دست آوردن اطلاعات سفر، آژانس‌های مسافرتی آنلاین و پیشنهادات آنها در سراسر جهان و همچنین در ترکیه اهمیت بیشتری پیدا می‌کنند. یآوری گهر و همکاران (۱۳۹۹) در مقاله خود تحت عنوان "مدل کسب و کار گردشگری الکترونیک" اشاره کرده‌اند که حضور در شبکه‌های اجتماعی بر عناصر مربوط به مشتریان بیشتر از عناصر مربوط به تأمین کنندگان اثر می‌گذارد. به سخن دیگر، عناصر مربوط به ارتباط با مشتریان، ساختار هزینه، ارزش پیشنهادی، و کانال‌های توزیع بیشتر از عناصر مربوط به جریان‌های درآمدی، منابع کلیدی، فعالیت‌های کلیدی و مشارکت‌های کلید تأثیر می‌پذیرند. مینایی و همکاران (۱۳۹۸) در مقاله خود تحت عنوان "مدل تأثیر گردشگری الکترونیک بر خرید خدمات گردشگری و سنجش مطابقت آن با رفتار گردشگران ایرانی" بیان داشته‌اند پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی که استفاده از آن با دسترسی به اینترنت موبایل فراگیر شده، از ارزشمندترین ابزار فناوری اطلاعات و ارتباطات است و با امکان تعامل کاربران و تبادل انواع محتوا، سبک جدیدی از زندگی و رفتار گردشگران را ایجاد نموده‌است. بازاریابان باید از مزایای شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و گردشگری الکترونیک برای افزایش توان رقابتی، سهم بازار و کسب سود با ارائه خدمات مطابق با خواست گردشگران اقدام نمایند. دهدشتی شاهرخ و شکبیا جمال‌آباد (۱۳۹۲) در مقاله خود تحت عنوان "مدل ساختاری جهت شناسایی مولفه‌های استراتژیک اثربخش بر نهادهای سازی گردشگری الکترونیک" مؤلفه‌های راهبردی اثربخش بر نهادهای سازی گردشگری الکترونیک را از دیدگاه مدیران فعال در این حوزه، با بکارگیری مدلی مفهومی مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار داده‌اند که در نهایت چهار فرضیه مورد پذیرش قرار گرفت که مؤلفه‌های پشتیبانی سازمانی و بهره

1 - Kazandzhieva and Santana

2 - Pauna

3 - Mihălcescu

4 - Mohamed and Moradi

5 - Ergun and Buyukozkan

وری مدیریتی با تأثیرگذاری بر متغیر ارزشهای استراتژیک ادراکی و عامل آمادگی الکترونیک درون سازمانی به صورت مستقیم بر پذیرش گردشگری الکترونیک مؤثر می باشد اما نهادینه سازی گردشگری الکترونیک به دلیل بی توجهی به راهکارهای پیاده سازی آن در این بخش به تکامل نرسیده است. روحانی و زارع رواسان (۱۳۹۲) در مقاله خود تحت عنوان "شناسایی و دسته بندی عوامل موثر بر ارتقاء گردشگری الکترونیکی در ایران" مدلی مفهومی در زمینه شناسایی عوامل موثر بر ارتقاء گردشگری الکترونیکی ارائه نموده اند. براساس نتایج تحلیل عاملی تاییدی، عوامل موثر بر ارتقای گردشگری الکترونیکی در کشور به ترتیب اولویت عبارتند از: سیاست های دولتی و مدیریتی، نرم افزارها و برنامه های کاربردی، سخت افزار و زیرساخت، عوامل فرهنگی و اجتماعی و در نهایت عامل سیستم های اطلاعاتی پشتیبان.

در پایان این بخش با توجه به آن چه در زمینه مطالعات خارجی و داخلی مرتبط با پژوهش می توان گفت که در مجموعه مطالعات این نوع از گردشگری را دارای بارمعنایی و ساختاری متفاوت با انواع پیشین آن دانسته اند که ما ناگزیر از بهره مندی آن به عنوان یک صنعت قدرتمند و یک شاخه اقتصادی و البته رقابتی نوین که متکی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات است، خواهیم بود. در پژوهش های اختصاص یافته به این موضوع، مواردی چون پتانسیل های گردشگری الکترونیک، برنامه های استراتژیک موثر در بهره وری آن، سیستم های پشتیبان، مدل های کسب و کار مرتبط با آن، فراهم سازی بستر های سخت افزاری و نرم افزاری الکترونیک و... مورد تاکید و توجه بوده است. بر این اساس پژوهش حاضر نیز در ادامه تحقیقات صورت گرفته بر آن است تا با توجه به ضعف های موجود در زمینه سیستم های اطلاعاتی موجود، ناکارآمدی زیرساخت ها و مدیریتی که به سبب نوپا بودن این شاخه از گردشگری وجود دارد؛ به بررسی و ارزیابی زمینه های توسعه گردشگری الکترونیک در سطح استان گیلان که دارای پتانسیل های بالقوه و بالفعل بسیاری در زمینه های طبیعی، فرهنگی، مردم شناسی، موقعیت ارتباطی ویژه با کشورهای حوزه دریای خزر و... می باشد؛ بپردازد.

مبانی نظری

گردشگری علایق خاص

با توجه به این که تغییرات بسیاری از زمان گردشگری سنتی انبوه تا گردشگری پست مدرن رخ داده است. شکل گیری مقاصد و تجربیات جدید، افزایش تنوع محصولات گردشگری، همگی با رویکرد پایداری و بعضاً در قالب گردشگری علایق خاص^۱ از مصادیق دنیای پست مدرن است (وئوقی، ۱۳۸۸: ۱۰۶). به تعبیری گردشگری علایق خاص شامل مواردی چون؛ لذت بردن از فعالیت در تماس با طبیعت، زیبایی یک منطقه طبیعی حفاظت شده، لذت بردن از تماشای جانوران در زیستگاه طبیعی خود، همچنین کاوش، کشف و یادگیری و غلبه بر موانع و احساس لذت بردن از غلبه بر آنها از مهم ترین ویژگی های آن می باشد (Kruja and Gjyzezi, 2011:80). در واقع گردشگری در دنیای امروز به عنوان یکی از پویا ترین فعالیت ها با اثرات پیچیده و متعدد است، که تابع طیف گسترده ای از فعالیت هاست که کشورهای متعددی پذیرای آن هستند (Hamović et al, 2010:57). در همین زمینه در کشورهای صنعتی توسعه ی گردشگری موجب تنوع درآمدها و کاهش ناهماهنگی در اقتصاد می گردد و در کشورهای در حال توسعه، فرصتی برای صادرات ایجاد می کند که نرخ رشد آن از اشکال سنتی صادرات بیشتر است (Stephen.F, 1994:475). بنابراین گردشگری منبعی قابل اتکا در بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه است که می تواند تأثیر فزاینده ای بر روی افزایش درآمد در سطح ملی و نیز افزایش فرصت های شغلی، افزایش دستمزدها و تحول و گسترش تولیدات و ... داشته باشد (جعفری مهرآبادی و سجودی، ۱۳۹۷). به خصوص پس از پایان آپارتاید (Koens and Frenzel, 2012:2). که گردشگری نقش مهمی در احیا و متنوع سازی اقتصادی جوامع ایفا داشته است، اما در عین حال می تواند باعث ایجاد تغییراتی در محیط اجتماعی، اقتصادی

1 -Special Interest Tourism

و فضای زیستی شود (Sharply . J and Richard, 1997:12). حال از آن جایی که گردشگری الکترونیک به عنوان بخشی نوظهور در گردشگری علایق خاص رو به پیشرفت است و به تعبیری ساده این نوع از گردشگری در چهارچوب فضای اینترنتی وسیله ای کارآمد است که با بکارگیری آن یک علاقمند به گردشگری می تواند در زمان کوتاه، با هزینه بهینه و با یک برنامه هدفمند و هدایتگر به مکانی خاص مسافرت کند (Alexis & Friederike, 2011). اهمیتی مضاعف می یابد. بدین منظور در ادامه به ارائه مفاهیم سازنده آن شامل گردشگری الکترونیک و مدیریت گردشگری الکترونیک پرداخته می شود.

گردشگری الکترونیک

گردشگری یکی از حوزه های اقتصادی است که با سرعت فزاینده ای در حال پیشروی است و حجم قابل توجهی از درآمد، اشتغال و تولید ملی را به خود اختصاص داده است و فناوری اطلاعات نیز با سرعت روزافزونی در بخش های مختلف زندگی انسان نفوذ کرده (فلاح تفتی و همکاران، ۱۳۹۷، ۱۱۷). در همین راستا می توان گردشگری الکترونیک را حاصل پیوند میان گردشگری و فناوری اطلاعات دانست (تقوی فرد و اسدیان اردکانی، ۱۳۹۵، ۱۹). سازمان جهانی گردشگری، واژه گردشگری الکترونیک را اینگونه تعریف می کند: گردشگری الکترونیک به معنای کاربرد کسب و کار الکترونیک در مسافرت و گردشگری است. گردشگری الکترونیک یعنی دیجیتالی شدن تمام فرایندها و زنجیره های ارزش در گردشگری، مسافرت و میهمان پذیری و فراغت (Kiprutto Et al, ۲۰۱۱). بنابراین مفهوم گردشگری الکترونیک دربرگیرنده کلیه اجزای کسب و کار از قبیل کسب و کار الکترونیک، تحقیق و توسعه الکترونیک، تولید محتوای الکترونیک و ارائه خدمات الکترونیک در حوزه گردشگری میباشد (سید نقوی، ۱۳۹۲، ۴). لذا بکارگیری فن آوری های نوین ارتباطی و اطلاعاتی به منظور توسعه صنعت گردشگری را گردشگری الکترونیک^۱ می نامند. گردشگری الکترونیک، امکان ارائه اطلاعات دقیق و به روز و همچنین ارائه خدمات نوین به کاربران و گردشگران را می دهد (نجفی و همکاران، ۱۳۹۷، ۱). چرا که با ظهور ابزار های اینترنتی که جنبه زمان و مکان را از زندگی مردم حذف کرده، دیگر پیمودن مسافت بین کشورها فقط جهت شناسایی نقاط دیدنی و امکانات آن ارزشی نخواهد داشت و هر لحظه که اراده کنید از طریق اینترنت و دنیای مجازی می توانید به کشوری سفر کرده و از امکانات گردشگری آن به صورت مجازی بازدید کنید و اطلاعات مورد نظر خود را بدست آورید (خوش نیت، ۱۳۹۲، ۱۰۳-۱۰۴). همان گونه که پیداست این نوع از گردشگری؛ توسعه سریع فناوری اطلاعات، گسترش جهانی اینترنت و تجارت الکترونیک، ساختارهای صنعتی در جهان را مورد تحول قرار داده است. این تحول روی صنعت بزرگ گردشگری نیز بی تأثیر نبود و تمام بخش های آن را تحت تأثیر قرارداد (یادگاری و همکاران، ۱۳۹۴، ۱۳۱-۱۳۲). حال علیرغم آن چه در باب مزیت های این نوع از گردشگری بیان شد، می توان گفت، شبکه های اجتماعی باوجود نوپا بودن، از جنبه های تأثیرگذاری، محبوبیت، تنوع فعالیت ها و قدرت رسانه ای در شرایط بسیار مناسبی قرار دارند اما آنچه حائز اهمیت است این است که مدل های ارائه شده تاکنون بیشتر مربوط به مدل های کسب و کار در حیطه وب سایت های گردشگری و یا در حوزه گردشگری الکترونیک بوده اند که محدودیت ها، فرصت ها و توانمندی های موجود در شبکه های اجتماعی به طور کامل در آنها لحاظ نشده است (یاوری گهر و همکاران، ۱۳۹۹، ۲۲۳). لذا مهم ترین محدودیت ها و موانع آن ها را می توان به شرح زیر بیان کرد:

- تنش و عدم تعادل بین درخواستهای روز افزون مشتریان برای دریافت خدمات متناسب با نیازها و علایق آن ها و انتشار اطلاعاتی در اینترنت که موجب سوء استفاده گردیده و منجر به بی میلی در میان مصرف کنندگان برای استفاده از اینترنت می شود.

- ترجیح بسیاری از مشتریان به انجام تراکنش های پیچیده به صورت رو در رو و حضوری.

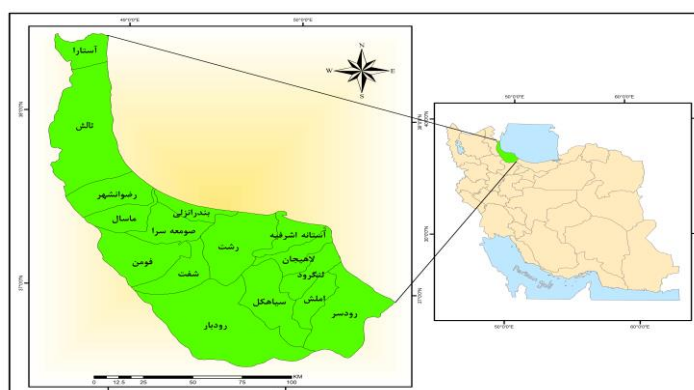
-جایگزین شدن گردشگری الکترونیک معادل با از دست دادن مشاغل حاصل از فعالیت آژانس های مسافرتی موجود است (دلشاد و همکاران، ۱۳۹۷: ۹۵).

مدیریت گردشگری الکترونیک

در عصر حاضر، بسیاری از برنامه ریزان و سیاست گذاران توسعه از گردشگری به عنوان رکن اصلی توسعه پایدار نام می برند (پازکی، ۱۳۸۷: ۱۳). لذا توسعه گردشگری در هر شهر و منطقه ای ایجاب می کند که همه نهادهای متولی گردشگری، علاوه بر تمایل به همکاری فی مابین که معمولاً بیانیه همه آنهاست، به صورت علمی و اجرایی نیز با همدیگر همکاری همه جانبه داشته باشند (Selin and Beason, 1991: 639). در واقع توسعه و دسترسی به فناوری اطلاعات برای ارتقای صنعت گردشگری ضروری به نظر می رسد (پوراحمد و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۸). و از آن جایی که مدیریت، عامل اصلی و حیات بخش هر سازمان و نهادی است؛ مقوله مدیریت بخش لاینفک هر نوع برنامه ریزی است و شاید رکن اصلی آن باشد. از این رو، می توان گفت که برنامه ریزی، سازماندهی، هدایت، هماهنگی، کنترل و اصلاح برنامه ها، عناصر اصلی چرخه مدیریت گردشگری محسوب می شوند (Elliot, 1977: 116). که در کشورها توسعه یافته به عنوان یک منبع مطمئن و در کشورهای در حال توسعه به عنوان یکی از محورهای ویژه برای نیل به توسعه اقتصادی و شهری به صورت ویژه ای مورد توجه مدیران شهری قرار گرفته است (شیخ کاظم، ۱۳۸۶: ۲۶۳). مدیریت گردشگری طیف وسیعی از مسائل را پوشش می دهد به عنوان مثال: ارزیابی پایداری محیط زیستی که شامل ارزیابی تأثیرات مستقیم از پروژه در محیط زیست با توجه به جایگزین ها و تلاش برای کاهش آثار زیان بار زیست محیطی است (Sutcliffe, et al., 2009: 6). در این راستا پایداری زیست محیطی بیانگر اقدامات مادی و غیر مادی است که اطلاعاتی کلیدی از آثار محیط زیست، رعایت مقررات، روابط ذینفعان و سیستم های سازمانی فراهم می آورد و نشان دهنده ی تعاریفی از اثربخشی و بهره وری اقدام های صورت گرفته در محیط زیست است (Henri & Journeault, 2008: 166). یا همچنان که جولی لئونز (۱۹۹۵) عقیده دارد که یکی از بزرگترین منافع حاصل از صنعت گردشگری در نواحی و مناطق مختلف ایجاد درآمد و دستمزد برای افرادی است که در آن اشتغال دارند و نیز تأکید می کند که اغلب این شاغلان را افراد محلی و بومی تشکیل می دهند (Leones, J., 1995: 16). به علاوه در حیطه مدیریت گردشگری زمانی از رضایتمندی گردشگران یا به نوعی رضایتمندی مشتری بحث می شود که یک مقصد به رقابت در بازار گردشگری (Wong and Law, 2003: 405). و کیفیت تجربه مشتری (Laws, 1998: 56) نیاز دارد. چرا که امروزه یکی از روشهای سنجش کارایی خدمات و تسهیلات موجود در یک مقصد گردشگری، ارزیابی نظر بهره برداران و استفاده کنندگان از این خدمات است (Rodriguez and et al, 2006: 667).

روشی شناسی

استان گیلان به دلیل برخورداری از پیشینه تاریخی، طبیعت بی نظیر و جنگل های انبوه با اهمیت جهانی، انواع غذاهای محلی و سنتی، صنایع دستی و... شهرت بسیار زیادی داشته و همواره مورد توجه گردشگران بسیاری از نقاط مختلف است. استان گیلان در شاخص توسعه فاوا (IDI) رتبه دهم کشوری را داراست و ضریب نفوذ فناوری اطلاعات و ارتباطات در این استان ۸۱.۳۶ درصد است. در حال حاضر گیلان رتبه چهارم کشور را زمینه نفوذ تلفن همراه به خود اختصاص داده و تمامی شهرهای استان از خدمات نسل سوم و چهارم تلفن همراه برخوردار هستند. همچنین بیش از ۹۸ درصد روستاهای بالای ۲۰ خانوار استان از ارتباط صوت و مکالمه تلفن همراه را بهره مند و دسترسی به اینترنت در حدود ۹۰ درصد از روستاهای بالای ۲۰ خانوار امکان پذیر است (اداره کل ارتباطات و فناوری اطلاعات استان گیلان، ۱۳۹۹).



شکل ۱: نقشه موقعیت استان گیلان در کشور. منبع: سازمان جغرافیایی، ۱۳۹۵

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و روش آن توصیفی-تحلیلی است. به منظور گردآوری اطلاعات در بخش نظری از روش اسنادی و کتابخانه‌ای و در بخش میدانی از روش پیمایش مبتنی بر پرسشنامه استفاده شده‌است. از طریق مرور منابع موجود از جمله کتب و مقالات (داخلی و خارجی) متعدد بخش نظری پژوهش تکمیل و در نهایت ابعاد و شاخص-های مورد استفاده بدست آمد (جدول ۱).

جدول ۱: ابعاد و شاخص‌های قابل بررسی در زمینه گردشگری الکترونیک

بعد	کد	شاخص	منبع
فرهنگی-اجتماعی	A1	آشنایی مردم با مزایای فناوری اطلاعات	اصغری زمانی و همکاران (۱۳۹۳)
	A2	آشنایی به زبان انگلیسی برای استفاده موثر از خدمات گردشگری الکترونیکی	تفتی و همکاران، ۱۳۹۷
	A3	پذیرش بکارگیری فناوری های نوین توسط افراد جامعه	دهدشتی و شکبیا جمال آباد، ۱۳۹۲
	A4	میزان استفاده از دفاتر خدمات ارتباطی، کافی نت و...	اشگرف و همکاران، ۱۳۹۲
	A5	فراگیر شدن استفاده از شبکه های اجتماعی مرتبط با گردشگری توسط گردشگران	تفتی و همکاران، ۱۳۹۷
دولتی و مدیریتی	B1	برگزاری دوره های آموزش گردشگری الکترونیک (قوانین شیوه نامه ها)	روحانی و زارع رواسان، ۱۳۹۲
	B2	حمایت مالی سازمان های دولتی از پروژه های زیربنایی گردشگری الکترونیک	فرسادروح و توقعی، ۱۳۹۳
	B3	حمایت مدیران ارشد سازمان های مرتبط در پیاده سازی گردشگری الکترونیکی	قنبری و همکاران، ۱۳۹۹
	B4	استفاده از نیروی انسانی متخصص و آموزش دیده در حوزه گردشگری الکترونیک	تفتی و همکاران، ۱۳۹۷
	B5	آگاهی مدیران گردشگری از مسائل روز تکنولوژیکی	اصغری زمانی و همکاران (۱۳۹۳)
زیرساخت (سخت افزار)	C1	سرعت دسترسی به اینترنت	هاشمی و همکاران، ۱۳۹۲
	C2	کیفیت نرم افزارهای در دسترس	فکور ثقیه و حاج مندی، ۱۳۹۹
	C3	استقرار به کارگیری زیرساخت های سخت افزاری شبکه ای	اشگرف و همکاران، ۱۳۹۲
	C4	بودجه و تسهیلات اختصاص یافته جهت اجرای پروژه های گردشگری الکترونیک	فکور ثقیه و حاج مندی، ۱۳۹۹
	C5	تناسب خدمات اینترنتی با نیاز گردشگران	روحانی و زارع رواسان، ۱۳۹۲
سیستم های اطلاعاتی (نرم افزار)	D1	به روزرسانی پایگاه داده و اطلاعات	فرسادروح و توقعی، ۱۳۹۳
	D2	مکانیابی درست از جاذبه های گردشگری	کارمارین‌ها ^۱ و افسرمنش، ۲۰۰۸
	D3	به کارگیری سیستم های موقعیت یاب ماهواره ای در سامانه های مورد استفاده	تفتی و همکاران، ۱۳۹۷
	D4	به کارگیری سیستم های پشتیبانی از تصمیم و برنامه ریزی در گردشگری	باقری نژاد و ستاری، ۱۳۹۱
	D5	استفاده از سیستم های الکترونیکی ذخیره هتل ها و یا اقامتگاه و بهره گیری از خدمات	اشگرف و همکاران، ۱۳۹۲

منبع: یافته های پژوهش، ۱۴۰۰

قلمرو زمانی پژوهش سال ۱۳۹۹-۱۴۰۰ بوده و محدوده مطالعاتی آن شهرستان‌های (۱۶ شهرستان) استان گیلان است. جامعه آماری پژوهش به دلیل ازدیاد میزان نمونه‌ها و به جهت افزایش دقت کیفیت کار و اتکا به نظر متخصصین امر با استفاده از روش قضاوتی شامل ۱۴۶ نفر از کنشگران عرصه گردشگری و فعالیت‌های مربوط که به گونه‌ای انتخاب شده‌اند که تا حد امکان ویژگی‌های جامعه واقعی را نشان دهند در سه گروه: کارکنان دستگاه‌های اجرایی، بخش خصوصی و جوامع محلی که شامل افراد مطلع و فعال در زمینه گردشگری بودند؛ در سطح شهرستان‌های استان و به روش قضاوتی (هدفمند) به عنوان نمونه انتخاب شدند. جدول (۲) همچنین پرسشنامه با سوال‌های بسته (ساختاریافته) و در قالب طیف لیکرت (بسیار زیاد، زیاد، متوسط، کم، بسیار کم) تهیه و در اختیار پاسخگویان قرار داده شده است.

جدول ۲. گروه بندی پاسخگویان به سوالات پرسشنامه

ردیف	جامعه آماری	تعداد	درصد	شرح
۱	دستگاه اجرایی	۵۴	۳۶/۹۹	مدیران و کارکنان سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، کارمندان شرکت مخابرات
۲	بخش خصوصی	۴۹	۳۳/۵۶	پژوهشگران گردشگری، اماکن اقامتی و پذیرایی، آژانس‌های خدمات مسافرتی، راهنمایان تور و مجتمع‌های گردشگری
۳	جامعه محلی	۴۳	۲۹/۴۵	افراد مطلع و فعال در زمینه گردشگری
	مجموع	۱۴۶	۱۰۰	-

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰

برای سنجش سطح پایایی ابزار گردآوری داده‌ها (پرسشنامه) از روش آلفای کرونباخ استفاده شد که مقدار ۰/۷۱۵ به دست آمده بیانگر قابلیت اعتماد و پایایی آن است. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها و اطلاعات بدست آمده از طریق پرسشنامه از آزمون T تک نمونه‌ای، و جهت رتبه بندی شهرستان‌های استان در راستای ارزیابی وضعیت توسعه گردشگری الکترونیک از مدل تاپسیس استفاده شده است. همچنین در تحلیل داده‌ها نیز از نرم‌افزارهای Arc GIS، Excel و SPSS به ترتیب جهت ترسیم نقشه‌های موضوعی، ثبت داده‌ها و تجزیه و تحلیل بخشی از کار بهره گرفته شده است.

یافته‌های پژوهش

تحلیل ۲۰ شاخص مورد استفاده در پژوهش نشان می‌دهد که شاخص فراگیر شدن استفاده از شبکه‌های اجتماعی مرتبط با گردشگری توسط گردشگران با مجموع میانگین ۳۴/۷۰ بالاترین در رتبه اول، همچنین شاخص سرعت دسترسی به اینترنت با مجموع میانگین ۵۶/۶۰ پایین‌ترین و رتبه آخر (بیستم) را به خود اختصاص داده است. سایر شاخص‌های مورد بررسی همچون آشنایی مردم با مزایای فناوری اطلاعات با مجموع میانگین ۳۶/۱۰ و شاخص استفاده از سیستم‌های الکترونیکی ذخیره هتل‌ها و یا اقامتگاه و بهره‌گیری از خدمات با مجموع میانگین ۴۰/۶۰ به ترتیب در رتبه‌های دوم و سوم شاخص‌های مورد مطالعه در شهرستان‌های استان قرار گرفتند.

در ادامه جهت بررسی و ارزیابی ابعاد توسعه گردشگری الکترونیک در استان گیلان از آزمون T تک نمونه‌ای استفاده شده است. نتایج این آزمون در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار است. در جدول (۳) ارزیابی وضعیت ابعاد توسعه گردشگری الکترونیک نشان داده شده که طبق نتایج بعد اجتماعی-فرهنگی با میانگین ۳/۰۷ در وضعیت مطلوب قرار داشته و سایر ابعاد همچون زیرساختی، دولتی-مدیریتی و سیستم‌های اطلاعاتی با میانگین بدست آمده کمتر از میانگین ثابت عدد ۳ در وضعیت نامطلوب قرار دارند.

جدول ۳. نتایج مقایسه ابعاد مورد بررسی با استفاده از آزمون T تک نمونه ای

ابعاد	میانگین	مقدار T	درجه آزادی	تفاوت میانگین	معناداری (sig)	سطح اطمینان تفاوت ۰/۹۵	
						بالا	پایین
فرهنگی-اجتماعی	۳/۰۷۹۵	۹۹/۴۹۹	۱۴۵	۰/۳۷۳۹۷	۰/۰۰۰	۳/۱۴۰۶	۳/۰۱۸۳
زیرساختی	۲/۳۷۹۵	۶۸/۰۳۰	۱۴۵	۰/۴۲۲۶۲	۰/۰۰۰	۲/۴۴۸۶	۲/۳۱۰۳
دولتی-مدیریتی	۲/۱۴۵۲	۶۸/۱۰۹	۱۴۵	۰/۳۸۰۵۸	۰/۰۰۰	۲/۲۰۷۵	۲/۰۸۳۰
سیستم های اطلاعاتی	۲/۳۸۳۶	۸۷/۶۹۲	۱۴۵	۰/۳۲۸۴۳	۰/۰۰۰	۲/۴۳۷۳	۲/۳۲۹۸
مقدار ثابت: ۳							

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰

طبق نتایج بدست آمده در ارزیابی توسعه گردشگری الکترونیک استان گیلان، بعد اجتماعی- فرهنگی در وضعیت مطلوبی قرار دارد در این راستا، گسترش بیش از پیش و آشنایی اکثر شهروندان با مزایای فناوری اطلاعات و تاثیرات متعدد آن بر زندگی در بهبود وضعیت این بعد در سطح استان تاثیر بسزایی دارد. چنان که بسیاری از مردم در شهرها و روستاها خدمات بسیاری را از این طریق دریافت می کنند و به نوعی از سوی افراد جامعه مقبولیت زیادی دارا می باشد. این موضوع در راستای تقویت گردشگری الکترونیک در استان بسیار با اهمیت بوده به طوری که مشارکت حداکثری افراد جامعه در اجرای برنامه های متعدد گردشگری را بدنبال خواهد داشت. در سایر ابعاد مورد بررسی وضعیت نامطلوب ارزیابی شده، بعد سیستم های اطلاعاتی نسبت به دو بعد دیگر از میانگین بالاتری برخوردار است. بروز رسانی و تقویت داده ها و اطلاعات در گردشگری الکترونیک مقوله مهم و اثرگذاری است که نیازمند توجه بسیار است. ارائه اطلاعات دقیق و کافی به گردشگران و توسعه ظرفیت سیستم های اطلاعاتی و سیستم های پشتیبان مانند ذخیره و رزرواسیون (هتل ها، اقامتگاه ها و...) هم راستا با رونق گردشگری الکترونیک است. براساس نتایج آزمون T تک نمونه ای بعد زیرساختی نیز در وضعیت نامطلوب قرار دارد. باتوجه به پتانسیل های گردشگری موجود در استان جهت بهره برداری بیش از پیش از منافع اقتصادی و سرمایه های ورودی از طریق گردشگری الکترونیک نیز تقویت زیرساخت ها از اولویت ها است. چنانکه در ارزیابی شاخص های مورد بررسی نیز اشاره شد سرعت دسترسی به اینترنت در وضعیت نامناسبی قرارداشته که این موضوع نیازمند توجه بیش از پیش توسط سازمان های مربوطه است. ضعف زیرساخت ها و زیرساخت های شبکه ای بر روی سایر ابعاد و شاخص ها اثرگذار است. بعد مدیریتی و دولتی در بین ابعاد مورد بررسی نامطلوب ارزیابی شده و در مقایسه با سایر ابعاد نیز در وضعیت نامطلوب است. توجه هرچه بیشتر به زمینه تقویت زیرساخت ها و سیستم های اطلاعاتی مورد نیاز جهت توسعه گردشگری الکترونیک در سایه مدیریت منطقی و روش مند محقق خواهد شد. از این رو آگاهی هر چه بیشتر مدیران از مسائل روز تکنولوژیکی و همچنین افزایش حمایت های مالی دولت باعث بهبود وضعیت فعلی و حرکت در مسیر توسعه توسعه گردشگری الکترونیک استان گیلان خواهد بود. در ادامه جهت رتبه بندی شهرستان های استان گیلان در هریک از چهار بعد مورد بررسی (اجتماعی- فرهنگی، زیرساختی، دولتی-مدیریتی، سیستم های اطلاعاتی) از مدل تاپسیس (TOPSIS) استفاده شده است. به دلیل تعداد و حجم بالای جداول و داده های هریک از مراحل این مدل صرفا نتایج نهایی ارائه شده است. همچنین ضمن تشریح وضعیت ابعاد به صورت جداگانه در شانزده شهرستان جهت نمایش وضعیت کلی شهرستان ها در هریک از ابعاد نقشه پراکندگی تهیه و ارائه شده است.

بعد اجتماعی- فرهنگی

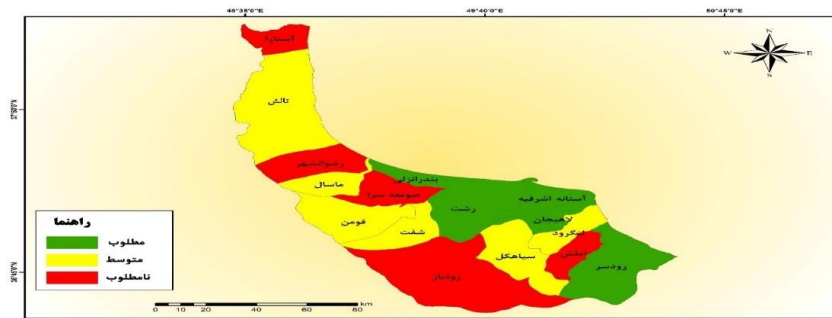
در جدول (۴) نتایج حاصل از رتبه بندی وضعیت شهرستان های استان گیلان در بعد اجتماعی- فرهنگی نشان داده شده است. در این بعد شهرستان رشت با ضریب ۰/۸۳۲ در رتبه اول و بهترین وضعیت و شهرستان رودبار با ضریب ۰/۳۰۹ در

رتبه ۱۶ و بدترین وضعیت قرار گرفته است. در شکل (۲) نقشه پراکندگی شهرستان ها در بعد اجتماعی-فرهنگی به نمایش درآمده است. که طبق آن شهرستان های رشت، بندرانزلی، لاهیجان، آستانه اشرفیه و رودسر در وضعیت مطلوب و شهرستان های آستارا، رضوانشهر، رودبار، صومعه سرا و املش در وضعیت نامطلوب قرار دارند.

جدول ۴. نتایج رتبه بندی شهرستان ها با استفاده از مدل TOPSIS در بعد اجتماعی-فرهنگی

شهرستان	آستارا	آستانه اشرفیه	املش	بندرانزلی	تالش	رشت	رضوانشهر	رودبار
ضریب	۰.۴۴۵	۰.۷۱۳	۰.۳۴۶	۰.۷۷۴	۰.۵۰۸	۰.۸۳۲	۰.۴۱۶	۰.۳۰۹
رتبه	۱۲	۵	۱۴	۳	۱۱	۱	۱۳	۱۶
شهرستان	رودسر	سیاهکل	شفت	صومعه سرا	فومن	لنگرود	لاهیجان	ماسال
ضریب	۰.۷۳۲	۰.۵۳۹	۰.۵۳۹	۰.۳۴۴	۰.۶۳۵	۰.۵۷۴	۰.۸۰۵	۰.۵۴۲
رتبه	۴	۱۰	۹	۱۵	۶	۷	۲	۸

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰



شکل ۲. نقشه پراکندگی شهرستان های استان گیلان در بعد اجتماعی-فرهنگی

ترسیم: نگارندگان، ۱۴۰۰

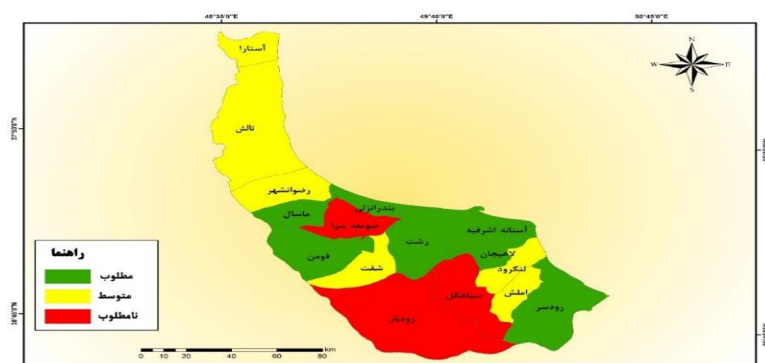
بعد دولتی-مدیریتی

طبق نتایج حاصل از رتبه بندی وضعیت شهرستان های استان گیلان در بعد دولتی-مدیریتی که در جدول (۵) نشان داده شده است. شهرستان رشت با ضریب ۰/۶۷۳ در رتبه اول و بهترین وضعیت بوده و همچنین شهرستان سیاهکل با ضریب ۰/۳۱۲ در رتبه ۱۶ و بدترین وضعیت قرار گرفته است. در شکل (۳) نقشه پراکندگی شهرستان ها در بعد دولتی-مدیریتی به نمایش درآمده است. براساس آن شهرستان های رشت، بندرانزلی، لاهیجان، آستانه اشرفیه، رودسر، فومن و ماسال در وضعیت مطلوب و شهرستان های صومعه سرا، سیاهکل و رودبار در وضعیت نامطلوب قرار دارند.

جدول ۵. نتایج رتبه بندی شهرستان ها با استفاده از مدل TOPSIS در بعد دولتی-مدیریتی

شهرستان	آستارا	آستانه اشرفیه	املش	بندرانزلی	تالش	رشت	رضوانشهر	رودبار
ضریب	۰.۴۹۶	۰.۶۰۳	۰.۴۵۰	۰.۶۴۲	۰.۵۲۱	۰.۶۷۳	۰.۴۹۲	۰.۴۱۰
رتبه	۱۰	۵	۱۳	۲	۹	۱	۱۱	۱۴
شهرستان	رودسر	سیاهکل	شفت	صومعه سرا	فومن	لنگرود	لاهیجان	ماسال
ضریب	۰.۵۹۹	۰.۳۱۲	۰.۴۹۱	۰.۳۹۶	۰.۶۱۰	۰.۵۵۱	۰.۶۲۹	۰.۶۰۳
رتبه	۷	۱۶	۱۲	۱۵	۴	۸	۳	۶

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰



شکل ۳. نقشه پراکندگی شهرستان‌های استان گیلان در بعد دولتی-مدیریتی
ترسیم: نگارندگان، ۱۴۰۰

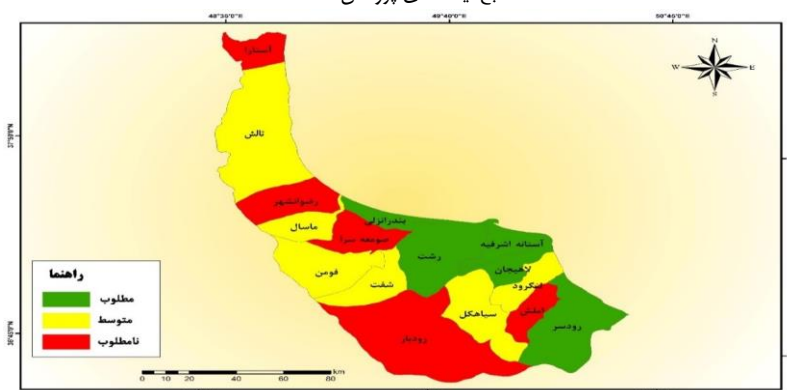
بعد زیرساخت

براساس نتایج حاصل از رتبه‌بندی وضعیت شهرستان‌های استان گیلان در بعد دولتی-مدیریتی که در جدول (۶) نشان داده شده است. شهرستان رشت با ضریب ۰/۴۹۸ در رتبه اول و بهترین وضعیت و شهرستان رودبار با ضریب ۰/۲۶۶ در رتبه ۱۶ و بدترین وضعیت قرار گرفته است. شکل (۴) نقشه پراکندگی شهرستان‌ها در بعد زیرساخت را نمایش می‌دهد که براساس آن شهرستان‌های رشت، بندرانزلی، لاهیجان، آستانه اشرفیه و رودسر در وضعیت مطلوب و شهرستان‌های آستارا، رضوانشهر، صومعه سرا، رودبار و املش در وضعیت نامطلوب قرار دارند.

جدول ۶. نتایج رتبه‌بندی شهرستان‌ها با استفاده از مدل TOPSIS در بعد زیرساخت

شهرستان	آستارا	آستانه اشرفیه	املش	بندرانزلی	تالش	رشت	رضوانشهر	رودبار
ضریب	۰.۲۸۰	۰.۴۳۳	۰.۲۷۶	۰.۴۵۵	۰.۳۶۲	۰.۴۹۸	۰.۲۷۷	۰.۲۶۶
رتبه	۱۳	۴	۱۵	۲	۸	۱	۱۴	۱۶
شهرستان	رودسر	سیاهکل	شفت	صومعه سرا	فومن	لنگرود	لاهیجان	ماسال
ضریب	۰.۴۲۰	۰.۳۵۷	۰.۳۴۲	۰.۳۰۴	۰.۳۶۶	۰.۳۷۶	۰.۴۳۹	۰.۳۴۵
رتبه	۵	۹	۱۱	۱۲	۷	۶	۳	۱۰

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰



شکل ۴. نقشه پراکندگی شهرستان‌های استان گیلان در بعد زیرساخت
ترسیم: نگارندگان، ۱۴۰۰

بعد سیستم‌های اطلاعاتی

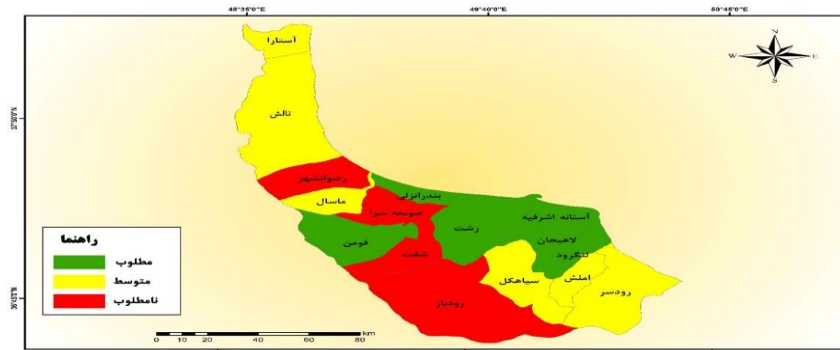
نتایج حاصل از رتبه‌بندی وضعیت شهرستان‌های استان گیلان در بعد سیستم‌های اطلاعاتی در جدول (۷) نشان داده شده است. شهرستان رشت با ضریب ۰/۵۴۱ در رتبه اول و بهترین وضعیت و شهرستان رودبار با ضریب ۰/۲۶۰ در رتبه

۱۶ و بدترین وضعیت قرار گرفته است. شکل (۵) نقشه پراکندگی شهرستان ها در بعد زیرساخت را نمایش می دهد که براساس آن شهرستان های رشت، بندرانزلی، لاهیجان، آستانه اشرفیه، لنگرود و فومن در وضعیت مطلوب و شهرستان های صومعه سرا، رضوانشهر، شفت و رودبار در وضعیت نامطلوب قرار دارند.

جدول ۷. نتایج رتبه بندی شهرستان ها با استفاده از مدل TOPSIS در بعد سیستم های اطلاعاتی

شهرستان	آستارا	آستانه اشرفیه	املش	بندرانزلی	تالش	رشت	رضوانشهر	رودبار
ضریب	۰.۳۴۷	۰.۴۲۵	۰.۳۲۵	۰.۴۳۵	۰.۳۶۵	۰.۵۴۱	۰.۳۰۰	۰.۲۶۰
رتبه	۱۰	۵	۱۲	۳	۸	۱	۱۳	۱۶
شهرستان	رودسر	سیاهکل	شفت	صومعه سرا	فومن	لنگرود	لاهیجان	ماسال
ضریب	۰.۳۸۲	۰.۳۳۵	۰.۲۸۶	۰.۲۹۷	۰.۴۲۱	۰.۴۲۹	۰.۴۴۱	۰.۳۶۰
رتبه	۷	۱۱	۱۵	۱۴	۶	۴	۲	۹

منبع: یافته های پژوهش، ۱۴۰۰



شکل ۵. نقشه پراکندگی شهرستان های استان گیلان در بعد سیستم های اطلاعاتی

ترسیم: نگارندگان، ۱۴۰۰

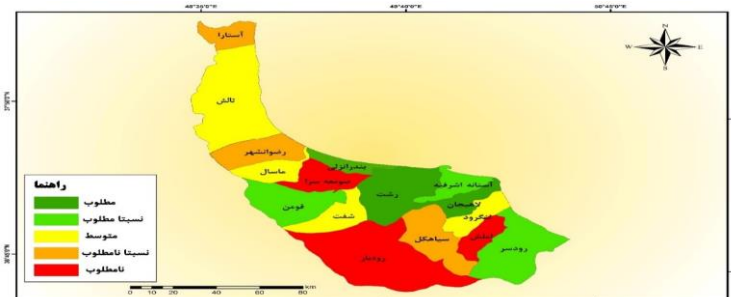
در نهایت رتبه بندی نهایی و وضعیت (مطلوب، نسبتا مطلوب، متوسط، نسبتا نامطلوب، نامطلوب) شهرستان های استان گیلان در زمینه گردشگری الکترونیک انجام شد که نتایج آن در جدول (۸) نشان داده شد است. طبق نتایج بدست آمده شهرستان های رشت، لاهیجان و بندرانزلی به ترتیب با ضرایب ۰/۶۳۶، ۰/۵۷۸ و ۰/۵۷۶ در رتبه های اول تا سوم و در وضعیت مطلوب ارزیابی شدند، همچنین شهرستان های آستانه اشرفیه با ضریب ۰/۵۴۴، رودسر با ضریب ۰/۵۳۳ و فومن با ضریب ۰/۵۰۸ در وضعیت نسبتا مطلوب قرار گرفتند. شهرستان های لنگرود با ضریب ۰/۴۸۲، ماسال با ضریب ۰/۴۶۲، تالش با ضریب ۰/۴۳۹، شفت با ضریب ۰/۴۱۴ در وضعیت متوسط و شهرستان های آستارا با ضریب ۰/۳۹۲، سیاهکل با ضریب ۰/۳۸۵، رضوانشهر با ضریب ۰/۳۷۱ در وضعیت نسبتا نامطلوب و در نهایت شهرستان های املش با ضریب ۰/۳۴۹، صومعه سرا با ضریب ۰/۳۳۵ و رودبار با ضریب ۰/۳۱۱ در وضعیت نامطلوب قرار گرفتند.

جدول ۸. رتبه بندی نهایی وضعیت گردشگری الکترونیک در شهرستان ها

شهرستان	ضریب	رتبه	وضعیت
آستارا	۰.۳۹۲	۱۱	نسبتا نامطلوب
آستانه اشرفیه	۰.۵۴۴	۴	نسبتا مطلوب
املش	۰.۳۴۹	۱۴	نامطلوب
بندرانزلی	۰.۵۷۶	۳	مطلوب
طوالش	۰.۴۳۹	۹	متوسط

مطلوب	۱	۰.۶۳۶	رشت
نسبتاً نامطلوب	۱۳	۰.۳۷۱	رضوانشهر
نامطلوب	۱۶	۰.۳۱۱	رودبار
نسبتاً مطلوب	۵	۰.۵۳۳	رودسر
نسبتاً نامطلوب	۱۲	۰.۳۸۵	سیاهکل
متوسط	۱۰	۰.۴۱۴	شف
نامطلوب	۱۵	۰.۳۳۵	صومعه سرا
نسبتاً مطلوب	۶	۰.۵۰۸	فومن
متوسط	۷	۰.۴۸۲	لنگرود
مطلوب	۲	۰.۵۷۸	لاهیجان
متوسط	۸	۰.۴۶۲	ماسال

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰



شکل ۵. نقشه پراکندگی شهرستان‌های استان گیلان در زمینه توسعه گردشگری الکترونیک

ترسیم: نگارندگان، ۱۴۰۰

همانطور که در شکل (۵) نشان داده شده شهرستان رشت که در مرکز استان واقع شده دارای وضعیت مطلوب و شهرستان‌های واقع در شرق استان گیلان به طور کلی وضعیت مناسب تری نسبت به غرب و جنوب استان از لحاظ توسعه گردشگری الکترونیک قرار دارند بین شهرستان‌های غرب استان، شهرستان‌های بندر انزلی و فومن به ترتیب مطلوب و نسبتاً مطلوب ارزیابی شده‌اند و مابقی در وضعیت متوسط، نسبتاً نامطلوب و نامطلوب هستند. حال با توجه به اهمیت گردشگری در استان گیلان و تاکید بر این نکته که اکثر شهرستان‌های استان از جاذبه‌های گردشگری متنوعی برخوردارند، از اهم دلایل ضعف و کاستی‌های موجود در رابطه با زمینه‌های توسعه گردشگری الکترونیک در شهرستان‌هایی که در وضعیت‌های متوسط، نسبتاً نامطلوب، نامطلوب قرار گرفته‌اند، علاوه بر آن چه از نتایج حاصل از شاخص‌ها استنباط می‌شود؛ می‌توان به عدم تمایل و آمادگی مردم و نهادهای مرتبط به شناساندن خودشان از طریق فضای مجازی، ضعف در وجود زیرساخت‌های گردشگری الکترونیک که ماهیتاً با گردشگری فیزیکی متفاوت است، اشاره کرد. بدین صورت که الزاماً رتبه بالایی شهرستانی در نوع متداول و فیزیکی گردشگری نمی‌تواند رتبه بالایی آن شهرستان را در گردشگری الکترونیک تضمین نماید و شواهد و یافته‌ها حاکی از این است که ارتباط معناداری بین این دو وجود ندارد و ممکن است این دو همسو نباشند، چرا که زمینه‌ها و زیرساخت‌های این نوع از گردشگری شدیداً متکی به سیستم‌های اطلاعاتی و اینترنتی است و گونه متفاوتی از سرمایه‌گذاری را طلب می‌نماید. اگر چه به عنوان مثال در شهرستان‌های برخورداری مانند رشت با توجه به مرکزیت و دسترسی بالاتر به منابع و امکانات توانسته است در زمینه گردشگری الکترونیک هم پیشرو تر از مابقی شهرستان‌ها باشد. اما بدیهیست شهرستان‌هایی که آمار بالایی گردشگر پذیر بودنشان تا حد زیادی متکی بر بکر بودن و جاذبه‌های طبیعی بوده است، به نسبت دور بودن از امکانات و زیرساخت‌های مجازی از این عرصه جا مانده‌اند. بنابراین همان گونه که اشاره شد یک دلیل مهم در این زمینه این است که در

مناطق دارای جاذبه گردشگری زمینه ها و امکانات لازم در عرصه الکترونیک فراهم نشده است؛ به عنوان مثال در بین شهرستان هایی که انتظار می رفت از رتبه های بالاتری برخوردار باشند؛ نتیجه ای خلاف آن به دست آمد مانداین که شهرستان های املش و تالش در زمینه اجتماعی - فرهنگی، صومعه سرا و رضوانشهر در زمینه های دولتی - مدیریتی و سیستم های اطلاعاتی و یا املش و آستارا در زمینه زیرساختی در مضیغه و تنگنا بوده اند و نتوانسته اند پتانسیل و ظرفیت های خود را در این شاخه از گردشگری به نمایش بگذارند.

نتیجه گیری

امروزه دنیای ارتباطات و فناوری های نوین اطلاعاتی به موتور محرکی برای صنعت پر رونق گردشگری در دنیا تبدیل شده است. بدین منظور در پژوهش حاضر که به دنبال بررسی و ارزیابی زمینه های توسعه گردشگری الکترونیک در استان گیلان بوده است، اعتقاد بر این است که استان گیلان با برخورداری از جاذبه های طبیعی، سابقه تاریخی کهن، آثار و بناهای تاریخی و... یکی از قطب های گردشگری در کشور است و توجه به توسعه گردشگری الکترونیک می تواند از جمله اولویت های برنامه ریزی گردشگری در استان گیلان باشد چرا که تحقق گردشگری الکترونیک در استان گیلان مزیت های بسیاری در زمینه تقویت اقتصاد و جذب سرمایه های بیشتر و توسعه تجارت الکترونیک به همراه خواهد داشت. بدین منظور که ابعاد گردشگری الکترونیک شامل اجتماعی - فرهنگی، دولتی و مدیریتی، زیرساخت (سخت افزار) و سیستم های اطلاعاتی (نرم افزار) بوده است. همچنین جامعه آماری منتخب شامل دستگاه های اجرایی، بخش خصوصی و جامعه محلی بوده است. که نتایج تحقیق تحلیل ۲۰ شاخص مورد استفاده در پژوهش نشان می دهد که شاخص فراگیر شدن استفاده از شبکه های اجتماعی مرتبط با گردشگری توسط گردشگران با مجموع میانگین $34/70$ بالاترین و رتبه اول، همچنین شاخص سرعت دسترسی به اینترنت با مجموع میانگین $56/60$ پایین ترین و رتبه آخر (بیستم) را به خود اختصاص داده اند. لذا در تایید نتیجه حاصل از پژوهش یابوری گهر و همکاران لازم است تاکید و یادآوری شود که حضور در شبکه های اجتماعی بر عناصر مربوط به مشتریان بیشتر از عناصر مربوط به تأمین کنندگان اثر می گذارد. سایر شاخص های مورد بررسی همچون آشنایی مردم با مزایای فناوری اطلاعات با مجموع میانگین $36/10$ و شاخص استفاده از سیستم های الکترونیکی ذخیره هتل ها و یا اقامتگاه و بهره گیری از با مجموع میانگین $40/60$ به ترتیب در رتبه های دوم و سوم شاخص های مورد مطالعه در شهرستان های استان قرار گرفتند. در نهایت رتبه بندی نهایی شهرستان های استان گیلان در زمینه گردشگری الکترونیک انجام شد که طبق نتایج بدست آمده شهرستان های رشت، لاهیجان و بندرانزلی به ترتیب با ضرایب $0/636$ ، $0/578$ و $0/576$ در رتبه های اول تا سوم و در وضعیت مطلوب ارزیابی شدند، همچنین شهرستان های آستانه اشرفیه با ضریب $0/544$ ، رودسر با ضریب $0/533$ و فومن با ضریب $0/508$ در وضعیت نسبتاً مطلوب قرار گرفتند. در این زمینه می توان مانند پژوهش محمد و مرادی به مقامات گردشگری توصیه نمود زیرساخت های گردشگری الکترونیکی را توسعه دهند تا بتوانند با رقابت این زمینه مطابقت داشته باشند که با نگاهی کلی تر می توان گفت شهرستان رشت که در مرکز استان واقع شده دارای وضعیت مطلوب و شهرستان های واقع در شرق استان گیلان به طور کلی وضعیت مناسب تری نسبت به غرب و جنوب استان از لحاظ توسعه گردشگری الکترونیک قرار دارند. بدین منظور تلاش برای توسعه یکپارچه گردشگری الکترونیک در تمام شهرستان های استان می تواند مزیت های بسیاری در زمینه تقویت اقتصاد و جذب سرمایه های بیشتر و توسعه تجارت الکترونیک را به همراه داشته باشد.

نهایتاً می توان با توجه به پتانسیل ها و توان های بالقوه و بالفعل استان گیلان در زمینه های طبیعی، فرهنگی، اجتماعی، مردم شناسی و... گردشگری الکترونیک را به خوبی برای این استان باز تعریف نمود.

- نهایتاً می‌توان پیشنهادات زیر را بر اساس یافته‌های پژوهش جهت فراهم آمدن زمینه‌های توسعه گردشگری الکترونیک در استان گیلان مطرح نمود:
- پیگیری مشارکت حداکثری افراد جامعه در اجرای برنامه‌های گردشگری با توجه به زمینه‌های فرهنگی متنوع در استان
 - توجه ویژه بر شهرستان‌هایی که دارای قابلیت‌های طبیعی و مردم‌شناسی متنوعی هستند اما در زمینه گردشگری الکترونیک نتوانسته‌اند حضور فعالی داشته باشند.
 - با توجه به خارج شدن بسیاری از زمین‌های کشاورزی از کاربری کشاورزی در سال‌های اخیر و همچنین اهمیت گردشگری در رشد اقتصادی و همچنین بررسی تاثیر به‌سزای فناوری‌های نوین بر این صنعت، می‌توان با تقویت سیستم‌های گوناگون فناورانه و تاکید و بارور کردن پتانسیل‌ها و جاذبه‌های گردشگری طبیعی و بکر استان گیلان روند اقتصادی جدیدی را برای آن رقم زد.
 - با توجه به ظرایف و حساسیت‌های این نوع از گردشگری و اهمیت بکارگیری هرچه بهتر و خلاقانه‌تر تکنولوژی‌های نوین به نظر می‌رسد حمایت از بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در این حوزه می‌تواند ضمن تسریع در اطلاع‌رسانی، از شیوه‌های متنوع‌تری نیز بهره‌گرفت.
 - توجه و تاکید بر ابعادی همچون زیرساختی، دولتی-مدیریتی و سیستم‌های اطلاعاتی که رتبه‌های قابل‌قبولی را به دست نیاورده‌اند.
 - بهره‌مندی از حاشیه‌ی دریای خزر و همسایگی با کشور‌های حاشیه‌ی خزر، موقعیت خاص و ویژه‌ای را برای استان گیلان رقم زده است؛ لذا ضرورت دارد از نگاه امنیتی به گردشگران بین‌المللی پرهیز شود و توجه به ابعاد اقتصادی (اشتغال و درآمدزایی) فرهنگی (تبادلات فرهنگی) سیاسی (ترویج صلح و ایجاد فضای سیاسی بین بین‌المللی) در این گونه نوین از گردشگری داشته باشیم.
 - توجه به شهرستان‌های غرب و جنوب استان از لحاظ توسعه گردشگری الکترونیک در وضعیت ضعیف‌تری نسبت به مرکز و شرق داشته‌اند.

منابع

۱. اشگرف، سجاد؛ مختاری ملک‌آبادی، رضا گندمکار، امیر (۱۳۹۲). بررسی ضرورت‌ها و نیازهای ارائه خدمات گردشگری مجازی (مطالعه موردی: شهر شهرکرد)، اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار، همدان.
۲. پاژکی، معصومه (۱۳۸۲). تحلیل عملکرد فضایی کشت گل و جایگاه آن در توسعه پایدار روستایی (مطالعه موردی: شهرستان پاکدشت)، رساله دکتری تخصصی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران.
۳. پوراحمد، احمد؛ فرهودی، رحمت‌الله؛ برادران نیا، آیدا (۱۳۹۶). ارزیابی نقش فناوری اطلاعات در ارتقای صنعت گردشگری جزیره کیش، نشریه گردشگری شهری، دوره ۴، شماره ۴، ۱۳-۳۴.
۴. پوراحمد، احمد؛ حسینی، علی؛ اروچی، حسن؛ علی‌زاده، محمد (۱۳۹۲). اولویت‌سنجش راهبردهای توسعه گردشگری فرهنگی در منطقه الموت قزوین، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۴۵(۳)، ۱-۱۷.
۵. فلاح تفتی، حامد؛ اسعدی، میر محمد؛ ممیزی مهرجردی، حمیرا (۱۳۹۷). طراحی مدل زیرساخت محو در توسعه گردشگری الکترونیک با استفاده از رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری (مورد مطالعه: استان یزد)، برنامه ریزی و توسعه گردشگری، ۷(۲۵)، ۱۱۷-۱۳۵.
۶. تقوی فرد، محمد تقی؛ اسدی‌ان اردکانی، فائزه (۱۳۹۵). ارائه مدل توسعه گردشگری الکترونیکی با رویکرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری، مدیریت گردشگری، سال ۱۱، شماره ۳۳، ۱۹-۳۹.

۷. جعفری مهرآبادی، مریم؛ سجودی، مریم (۱۳۹۷). گردشگری زاغه ها: گونه ای از گردشگری علایق خاص در جهان، نخستین کنفرانس ملی شهر ایرانی اسلامی، پژوهشکده فرهنگ و هنر جهاد دانشگاهی.
۸. خوش نیت، محمد (۱۳۹۲). بررسی مفهوم و ماهیت گردشگری الکترونیکی و توسعه پایدار، سپهر، دوره ۲۲، شماره ۸۵، ۱۰۲-۱۰۹.
۹. دلشاد، علی؛ ابوهاشم آبادی، فرزانه؛ قاسمیان صاحبی، ایمن؛ اجلی، مهدی (۱۳۹۷). تحلیلی بر موانع توسعه گردشگری الکترونیک در ایران، رویکرد مدل سازی ساختاری تفسیری فازی، کاوشهای مدیریت بازرگانی، سال ۱۰، شماره ۱۹، ۱۸۹-۲۱۲.
۱۰. دهدشتی شاهرخ، زهره؛ شکبیا جمال آباد، غدیر (۱۳۹۲). مدل ساختاری جهت شناسایی مولفه های استراتژیک اثر بخش بر نهادهای سازی گردشگری الکترونیک، مطالعات مدیریت گردشگری سال ۸، شماره ۲۲، ۱۶۳-۱۹۰.
۱۱. دهدشتی شاهرخ، زهره، سلیمانزاده، امید و شاهمیزی، وحیدرضا (۱۳۹۶). تأثیر تطابق هویت مشتری با برند بر ارزش ویژه برند در خدمات هتلداری، مطالعات مدیریت گردشگری، دوره ۱۲، شماره ۴۰.
۱۲. روحانی، سعید؛ زارع رواسان، احد (۱۳۹۲). شناسایی و دسته بندی عوامل مؤثر بر ارتقاء گردشگری الکترونیک در ایران، برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال ۲، شماره ۵، ۱۸۴-۲۰۶.
۱۳. رونقی، محمدحسین؛ دهقانی، مسعود (۱۳۹۹). ارائه چارچوب پذیرش گردشگری الکترونیک با استفاده از روش فراترکیب. گردشگری و توسعه، دوره ۹، شماره ۴، ۴۹-۶۲.
۱۴. سیدنقوی، میرعلی و شکبیا جمال آباد، غدیر (۱۳۹۲). مؤلفه های مؤثر بر اعتماد گردشگران در حوزه گردشگری الکترونیک، مطالعات مدیریت گردشگری، سال ۸، شماره ۲۱.
۱۵. شکویی، حسین (۱۳۵۴)، مقدمه ای بر جغرافیای جهانگردی، تبریز، انتشارات دانشگاه تبریز.
۱۶. شیخ کاظم، محمد رضا (۱۳۸۶). بررسی تأثیرات متقابل گردشگری شهری بر زمینه های توسعه پایدار اقتصادی- اجتماعی در شهرها، مجموعه مقالات همایش منطقه ای جغرافیا، گردشگری و توسعه پایدار، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اسلامشهر.
۱۷. فلاح تفتی، حامد؛ اسعدی، میر محمد؛ ممیزی مهرجردی، حمیرا (۱۳۹۷). طراحی مدل زیرساخت محور در توسعه گردشگری الکترونیک با استفاده از رویکرد مدل سازی معادلات ساختاری (مورد مطالعه: استان یزد)، برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال ۷، شماره ۲۵، ۱۱۷-۱۳۵.
۱۸. قرخلو، مهدی؛ میرجلیلی، مهدی غلامرضا مهدی (۱۳۹۲). بررسی لزوم توسعه صنعت گردشگری الکترونیک در ایران، همایش ملی توسعه صنعت گردشگری با تأکید بر پارک های ملی و تالاب ها با محوریت استان گلستان، گالیکش، دانشگاه پیام نور گالیکش.
۱۹. کیانی، اکبر (۱۳۹۰). «شهر هوشمند ضرورت هزاره سوم در تعاملات یکپارچه شهرداری الکترونیک (ارائه مدل مفهومی - اجرایی با تأکید بر ایران)»، آمایش محیط، دوره ۴، شماره ۱۴، ۳۹-۶۴.
۲۰. مینایی، رضا؛ نمایان، فرشید؛ معروفی، فخرالدین؛ مرادی، علیرضا (۱۳۹۸). مدل تأثیر گردشگری الکترونیک بر خرید خدمات گردشگری و سنجش مطابقت آن با رفتار گردشگران ایرانی، مطالعات اجتماعی گردشگری، سال ۷، شماره ۱۴، ۲۱۸-۲۳۵.
۲۱. محمودی میمند، محمد؛ مقدمی، امیر و قنبری، راحله (۱۳۹۲). مدیریت نوین توریسم جهانی: شناخت مفاهیم، اصول و بازاریابی توریسم، تهران، انتشارات مهکامه، چاپ سوم.
۲۲. نجفی، عباس؛ پوته ریگی، محمد؛ حسین زهی زمانه، فرامرز (۱۳۹۷). گردشگری الکترونیک، نخستین کنفرانس ملی تحقیق و توسعه در مدیریت و اقتصاد مقاومتی، تهران.
۲۳. وثوقی، لیلا (۱۳۸۴). گردشگری تلخ (با تأکید بر گردشگری جنگ)، مطالعات جهانگردی، شماره ۱۰، ۱۲-۱۰۵.
۲۴. یادگاری، مهدی؛ محمدی، شهریار؛ یارمحمدی سامانی، پیمان (۱۳۹۴). الگوی اعتماد در گردشگری الکترونیکی، مطالعات مدیریت گردشگری، سال ۱۰، شماره ۲۹، ۱۲۹-۱۴۸.

۲۵. هاشمی، سید سعید؛ محبوب فر، محمد رضا؛ خاکی، ندا؛ مختاری، فیروزه (۱۳۹۲). تحلیل توامل مؤثر در برنامه ریزی توسعه گردشگری الکترونیک با استفاده از مدل راهبردی SWOT مورد مطالعه: کشور ایران، مدیریت گردشگری، سال ۲، شماره ۲، ۷۳-۸۴.
۲۶. یآوری گهر، فاطمه؛ حنفی زاده، پیام؛ حاجی احمدی فرمهینی، ترانه (۱۳۹۹). «مدل کسب و کار گردشگری الکترونیک». مطالعات اجتماعی گردشگری، سال ۸، شماره ۱۵، ۲۲۱-۲۴۸.
27. Alexis, P., Friederike, K. (2011). *Exploring the adoption and processing of online holiday reviews: A grounded theory approach*. Tourism Management, 32(2), 215-224.
28. Camarinha-Matos, L. M., & Afsarmanesh, H. (Eds.). (2008). Collaborative Networks: Reference Modeling. Springer Science & Business Media.
29. Buyukozkan, Gulcin ; Ergun ,Buse.۲۰۱۱, Intelligent system applications in electronic tourism, Expert Systems with Applications. 38 , 6586-6598.
30. Elliott, J. (1977), Tourism, politics and public Sector Management, London: Routledge.
- Environmental sustainability&18-Furtado, J. I. (2000), Economic development.
31. Frenzel, F. and Koens, K. (2012) Slum Tourism: Developments in a young field of interdisciplinary tourism research. *Tourism geographies*, 14 (2). pp. 195-212. ISSN 1461-6688 Available from: <http://eprints.uwe.ac.uk/15921>
32. Hamović. Vladana. Subić. Jonel. Bošković. Desimir, . (۲۰۱۰) Special Interest Tourism with Exceptional Emphasis on Istriana Region and Kolubara District. Petroleum-Gas University of Ploiesti BULLETIN. Vol. LXII No. 2/2010. 57 – 66
33. Henri, J., & Journeault, M. (2008), Environmental performance indicators: An empirical study of Canadian manufacturing firms, *Journal of Environmental Management*, 87, PP.165-176
34. Kazandzhieva, Velina ; SantanaY.Hristina.۲۰۱۹. E-tourism: Defi nition, development and conceptual framework ,tourism Vol. 67/ No. 4/ 2019/ 332 – 350
35. Kruja, Drita.Gjyzezi. Albana. (۲۰۱۱). The Special Interest Tourism Development and the Small Regions. TURIZAM. Volume 15, Issue 2. 77-89
36. Kiprutto, N., Kigio, F. W., & Riungu, G. K. (2011). Evidence on the adoption of E-Tourism Technologies in Nairobi. *Global Journal of business research*, 5(3), 55-66.
37. Laws, Eric, (1998), Conceptualizing visitor satisfaction management in heritage settings: an exploratory blueprinting analysis of Leeds Castle, Kent. *Tourism Management*, Vol. 19, No. 6, pp. 42-91.
38. Mihălcescu , Cezar .۲۰۱۳.THE IMPACT AND PERSPECTIVES OF THE E-TOURISM AT A GLOBAL LEVEL. Romanian Economic and Business Review – Special issue 2013. pp289-296.
39. Mohamed. Ibrahim and Moradi Leila. ۲۰۱۱.A Model of E-Tourism Satisfaction Factors for Foreign Tourists. Australian Journal of Basic and Applied Sciences, 5(12): 877-883, 2011.ISSN 1991-8178
40. Pauna ,Dan.۲۰۱۷.European Integration - Realities and Perspectives. Proceedings.E-Tourism.*Performance and Risks in the European Economy*.pp280-290.
41. Quattron, G (2002), Urban Development Strategies: The Tourism City Network Institute di pianificazione e Gestion Del Territorio, Turin
42. Rodriguez. I, Jesus. C, Hector. S (2006), Determinants of Economic and Social Satisfaction in Manufacturer–Distributor Relationships, *Industrial Marketing Management*.
43. Selin, S & Beason, J (1991): Interorganizational relation in tourism, *Annals of tourism research*.
44. Sharply, Richard and Julia, (1997), Rural Tourism: An Introduction, International Thomson Business Press, London.
45. Stephen F. Austin. (۱۹۹۴). Minutes of the Board of Regents. Nacogdoches, Texas April 27, Volume 129
46. Sutcliffe, L., et al. (2009), Development of a framework for assessing sustainability in new product development, International conference on engineering design, Stanford university, stanford, CA, USA.

47. Ukpabi, D. C., & Karjaluoto, H. (2017). "Consumers' acceptance of information and communications technology in tourism: A review". *Telematics and Informatics*, 34(5), 618-644.
48. UNWTO (2016). *UNWTO Tourism Highlights*. UNWTO
49. Wong, J., & Law, R. (2003), "Difference in shopping satisfaction levels: A study of tourists in Hong Kong", *Tourism management*, 24.