

تبیین رابطه توسعه گردشگری الکترونیک و رشد اقتصادی شهرهای ساحلی شمال ایران

مجتبی قلندر*

منطقه ۹ عملیات انتقال گاز ایران

چکیده

فعالیت گردشگری امروزه به عنوان یکی از مهمترین و پویاترین فعالیتها در جهان مطرح است، به طوری که شمار گردشگران خارجی و داخلی و میزان درآمدزایی آن در سطح جهانی پیوسته رو به افزایش است. بسیاری از کشورها به صورت فزاینده‌ای به این حقیقت واقفند که برای بهبود وضعیت اقتصادی خود باید ابتکار عمل به خرج دهند و درصدد یافتن راه‌های تازه‌ای برآیند. یکی از این روش‌ها که طی دو دهه اخیر اهمیت فراوانی پیدا کرده و توجه اکثر کشورهای جهان را به خود جلب کرده است، گردشگری الکترونیک (e-Tourism) است. از این رو با توجه به اهمیت این موضوع و تأثیر به سزای آن در رشد اقتصادی کشورها، مقاله حاضر به بررسی تأثیر توسعه گردشگری الکترونیک بر رشد اقتصادی شهرهای ساحلی شمال ایران می‌پردازد. در این مقاله پس از نگارش مقدمه، مفهوم گردشگری و گردشگری مجازی، به تاریخچه کاربرد فن‌آوری اطلاعات در صنعت گردشگری اشاره شده است، سپس مزایا و چالش‌های گردشگری مجازی بیان شده و راه‌های توسعه گردشگری الکترونیک به تفصیل شرح داده شده است. رشد اقتصادی و اثر گردشگری الکترونیک بر آن و رابطه این دو متغیر به صورت شماتیک و مدل مفهومی به همراه راهکارهای مناسب برای تحقق این امر در انتهای مقاله ارائه شده است.

واژگان کلیدی: گردشگری، گردشگری الکترونیک، رشد اقتصادی، گردشگری ساحلی

* کارشناس ارشد مدیریت دولتی - مالی Mojtaba.ghalandar20@gmail.com

مقدمه

گردشگری امروزه به عنوان یکی از مهمترین و پویاترین فعالیت‌ها در جهان مطرح است، به طوری که شمار گردشگران خارجی و داخلی و میزان درآمدزایی آن در سطح جهانی پیوسته افزایش است. امروزه توسعه گردشگری در تمامی عرصه‌ها، چه در سطح ملی و منطقه‌ای و چه در سطح بین‌المللی مورد توجه برنامه‌ریزان دولتی و شرکت‌های خصوصی قرار گرفته است. طی شصت سال اخیر، گردشگری از رشد پیوسته‌ای برخوردار بوده، به طوری که به یکی از بخش‌های اقتصادی با رشد بالا در جهان تبدیل شده است. گردشگری بین‌المللی با رشد سالانه ۶/۵ درصد، از ۲۵ میلیون گردشگر در سال ۱۹۵۰ به ۹۶۰ میلیون گردشگر در سال ۲۰۰۹ افزایش یافت. بر اساس پیش‌بینی‌های رسمی سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) تا سال ۲۰۲۰ تعداد گردشگر ورودی در سطح جهان به ۱/۵ میلیارد نفر خواهد رسید. (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۰۶) از این‌رو بسیاری از کشورها به صورت فزاینده‌ای به این حقیقت پی برده‌اند که برای بهبود وضعیت اقتصادی خود باید ابتکار عمل به خرج دهند و درصدد یافتن راه‌های تازه‌ای برای آیند. (لطفی، ۱۳۸۴: ۶۰) آگاهی جوامع از این که گردشگری منبع درآمدی ارزی بسیار مناسب و قابل ملاحظه‌ای در اختیار اقتصاد یک کشور قرار می‌دهد، باعث شده که گردشگری مفهومی بسیار گسترده در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی پیدا کند و به عنوان یک صنعت تلقی شود. (طهماسبی پاشا و مجیدی، ۱۳۸۴: ۳۸) بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی می‌دانند. اگر چه در مناطق مختلف، شرایط متفاوت است، گردشگری همواره عامل مهمی برای توسعه اقتصادی به حساب می‌آید. (ابراهیمی و خسروی، ۱۳۸۴: ۱۰۲)

یکی از مفاهیم نوینی که در عرصه گردشگری در دو دهه اخیر بسیار بدان اهمیت داده شده، گردشگری مجازی است. آمار ۶۶ درصدی گرایش کاربران اینترنتی به گردشگری الکترونیک، دلیل مستندی است برای پرداختن به موضوعی که ضرورت انکارناپذیر هزاره سوم بوده و برای پیشرفت و ارائه خدمات بهتر نیازمند تغییرات رفتاری اساسی است. امروزه گردشگری مجازی، یکی از بزرگترین بخش‌های اقتصادی در بسیاری از کشورها بشمار می‌رود. گردشگری و بالاخص گردشگری مجازی که فواید بسیاری دارد، برای شهرهای شمالی ایران که وابستگی شدیدی به درآمدهای کشاورزی دارند، می‌تواند به عنوان راهی برای رهایی از وابستگی به درآمد محصولات کشاورزی و خروج از اقتصاد تک‌محصولی باشد. (قرخلو و دیگران، ۱۳۸۸: ۲) از طرف دیگر درصد عمده‌ای از گردشگری مجازی را گردشگری مجازی متکی بر طبیعت تشکیل می‌دهد و بخش عمده‌ای از این فعالیت در سطح جهان در حال حاضر در نواحی ساحلی متمرکز شده است. گردشگری ساحلی به عنوان یکی از زیرشاخه‌های گردشگری مجازی به شمار می‌آید که رشد سریعی دارد و می‌تواند تأثیر زیادی بر رشد و توسعه اقتصادی بگذارد.

مبانی نظری

گردشگری

بنظر می‌رسد در تعریف واژه گردشگری، نوعی گستردگی و ناساختاری وجود دارد. از نظر انجمن آماری سازمان ملل (۱۹۹۳) گردشگری شامل فعالیت‌های افراد از جمله مسافرت به مکان‌هایی خارج از محیط معمول زندگی و ماندن در آن جا برای کمتر از یک سال به منظور تفریح، تجارت و هدف‌های دیگر می‌شود. گردشگری از سه ویژگی اصلی برخوردار است که عبارتند از: ۱- ناملموس بودن خدمات؛ بدین معنی که در بیشتر اوقات، قبل از خرید، مشتری قادر به دیدن، لمس کردن و یا آزمودن محصول گردشگری (اقامت، تور و...) نیست. ۲- خدمت در محل خرید مصرف می‌شود و قابل انتقال و جابه جایی نیست. ۳- مردم و محل خدمت بخشی از آن خدمتند. از این‌رو گردشگری بسیاری از بخش‌های جامعه را دربرمی‌گیرد. این سه ویژگی نشان می‌دهند مردمی که در محلی خاص زندگی و کار می‌کنند، فقط کالا و خدمات تولید نمی‌کنند، بلکه بسیاری از آنها بخشی از کالا و خدمات تولیدی هستند. (اعرابی و ایزدی، ۱۳۸۷: ۶۹) گردشگری فعالیتی چن منظوره است که در مکانی خارج از محیط عادی گردشگر انجام می‌شود و هدف آن تفریح، تجارت و یا فعالیت‌های دیگر است. (W.T.O. 2005) از نظر اکثریت مردم عبارت گردشگری بر سفرهای تفریحی دلالت می‌کند و بیشتر به صورت مترادف تعطیلات به کار می‌رود. همچنین در کتاب‌های لغت از

گردشگری به عنوان مسافرت به منظور تفریح یاد می‌کنند. برعکس، سازمان‌های گردشگری و مراکز دیگری که در پی توسعه، بازاریابی و هماهنگی گردشگری در کشورشان هستند، تلاش می‌کنند دیدگاه وسیعتری در این مورد داشته باشند؛ از نظر آنها گردشگری یعنی مسافرت با اهداف مختلف به استثنای سفر به منظور کار، مهاجرت و فعالیت‌های محلی و منطقه‌ای.

گردشگری ساحلی

مفهوم گردشگری ساحلی طیف کاملی از گردشگری، فراغت و فعالیت‌های تفریحی است که در نواحی ساحلی و آب‌های نزدیک آن روی می‌دهد. بر این اساس عرضه محصولات گردشگری ساحلی شامل اسکان، پذیرایی، صنعت محصولات غذایی، خانه‌های دوم و زیرساخت پشتیبان توسعه ساحلی (مثل خرده‌فروشی‌ها، اسکله و تأمین‌کنندگان فعالیت‌ها) می‌شود. در واقع همان گونه که اداره ملی جو اقیانوس ایالات متحده اشاره می‌کند، در میان تمام فعالیت‌هایی که در نوار ساحلی و نزدیکی سواحل اقیانوس صورت می‌گیرد، هیچیک بیش از گردشگری و تفریح ساحلی از نظر حجم و تنوع در حال رشد نیست. ماهیت متغیر این بخش و حجم آن، لزوم توجه به برنامه‌ها، سیاست‌ها و طرح‌های دولتی مربوط به گردشگری در سواحل را مورد تأکید قرار دهد. در واقع تمام مسائل مربوط به سواحل به صورت مستقیم و غیرمستقیم بر گردشگری و تفریح در سواحل تأثیر می‌گذارند. (علیقلی زاده، ۱۳۸۶: ۵۶) با رشد فعلی گردشگری ساحلی، همه ساله به تعداد تفرجگاه‌های جدید در برخی از کشورهای منطقه اضافه می‌شود. این صنعت که اصولاً بر مبنای استفاده از منابع طبیعی، همچون سواحل ماسه‌ای، دریای شفاف، محیط دوست‌داشتنی و... پایه‌گذاری شده، اخیراً تغییر شکل یافته است. هم‌اکنون طیف گسترده‌ای از تسهیلات جدید به منظور ارائه اقامتی آسوده و لذت‌بخش از فعالیت‌های تفریحی متنوع در نواحی ساحلی ایجاد شده‌اند. این تسهیلات که با صرف سرمایه‌های هنگفت توسط انسان‌ها بوجود آمده‌اند، کیفیت گردشگری منطقه در امتداد کرانه دریا را افزایش می‌دهند. (پوروخشوری، ۱۳۸۰: ۱۷)

توریسم ساحلی از قدیمی‌ترین انواع گردشگری است. به طوری که سابقه برخی از تفرجگاه‌های ساحلی به قرن ۱۹ باز می‌گردد. در ابتدای امر این فضاها، مختص افرادی بود که تنها برای دیدار از سواحل دریا مراجعه می‌کردند، اما در دهه‌های اخیر بازار گردشگری ساحلی اغلب ترکیبات متنوعی از انواع اقامت و استفاده گردشگران - به ویژه در طول تابستان - تجربه کرده و با رقابتی فزاینده نیازمند سرمایه‌گذاری‌های عمده در زمینه زیرساخت‌ها و ایجاد تسهیلات و حفاظت منابع طبیعی اعم از دریا، سواحل، تالاب‌ها و سایر میراث طبیعی است. در حقیقت زمان ارضای گردشگر ساحلی، تنها با عواملی چون خورشید، دریا و ماسه سپری شده و گردشگر مدرن امروزی در جستجوی فعالیت‌ها و تجربیات متفاوتی است. (ترکیبی از فعالیت‌های ورزشی، تفریحی، فرهنگی و میراث طبیعی و...) از میان تمامی فعالیت‌هایی که در مناطق ساحلی انجام می‌گیرند، هیچکدام به گستردگی و تنوع توریسم و تفریحات ساحلی نیستند. به طوری که طبیعت پویای این بخش و وسعت تقاضا، اغلب طرح‌های مربوطه را در زمره طرح‌های ملی و منطقه‌ای قرار می‌دهد و کل سواحل به صورت مستقیم و غیرمستقیم تحت تأثیر آن قرار می‌گیرند. آب پاک، سکونتگاه‌های ساحلی سالم و محیطی ایمن و لذت‌بخش، نیازهای گردشگری ساحلی موفق است. به همین صورت آبریزان و منابع دریایی (ماهی‌ها، نرم-تنان، تپه‌های مرجانی و تالاب‌ها) نیز از اهمیت برخوردارند. (انوری و نساج، ۱۳۸۶: ۴)

گردشگری ساحلی مستلزم مسافرت از یک محل اقامت و تمرکز بر محیط‌های دریایی است. (Orams, 1999: 8) در این تعریف محیط دریایی از دو جهت مورد اشاره قرار می‌گیرد: از نظر بیولوژیکی در برگیرنده مناطقی است که دارای ویژگی‌های دریایی (آب شور، جذر و مد) است و از نظر بیولوژیکی در برگیرنده نقطه تلاقی خشکی و آب به عنوان نواحی ساحلی است که می‌توان آن را در چهارچوب شهرهای ساحلی در شمار آورد.

امروزه اثرات گردشگری ساحلی به عنوان یکی از عوامل مهم در رشد اقتصادی نواحی ساحلی و جزایر بشمار می‌رود. (رمضان-زاده و محمدی، ۱۳۸۷: ۵) برخورداری از حجم زیاد آب و منابع موجود در آن اهمیت سواحل را دو چندان می‌کند (Chawla, 2004: 127).

تاریخچه و اهمیت کاربرد فناوری اطلاعات در صنعت گردشگری

از زمانی که حمل و نقل هوایی گسترش یافت، فناوری‌های نوین ارتباطی نیز شکل گرفتند. سابقه فعالیت بازارهای الکترونیک به دهه ۱۹۶۰ بر می‌گردد. زمانی که شرکت‌های هواپیمایی آمریکایی سیستم‌های نگهداری جا را با هدف اعمال کنترل‌های ترافیکی مرتبط با مسافران مورد استفاده قرار دادند. بدین ترتیب استفاده از سیستم‌های کامپیوتری برای ذخیره جا در صنعت هواپیمایی، سبب تحولات گسترده و تعیین‌کننده در عرصه فعالیت‌های گردشگری شد. در ایران نیز با پیشرفت صنعت هواپیمایی و با تأسیس هواپیمایی ملی ایران (هما)، تأثیر فناوری‌های نوین در توریسم نمود پیدا کرد.

فعالیت گردشگری از سال ۱۹۵۰ میلادی با تحولات عظیمی همراه شد که برخی آن را «انقلاب گردشگری» نامیده‌اند. این تحول منجر به ظهور و گسترش «گردشگری انبوه» شد و در آینده نزدیک به «گردشگری کیفی» تبدیل خواهد شد. در حال حاضر گردشگری، فعالیتی قدرتمند و حرفه‌ای بزرگ در سطح جهان است. به نحوی که ابتدا قبل از نفت، آنگاه هم‌ردیف آن و سپس بالاتر از آن قرار گرفته است. در سال ۱۹۹۲ از هر ۱۵ نفر شاغل در جهان، ۱ نفر در بخش گردشگری فعال بوده‌اند و کل شاغلان این بخش در همان سال ۱۳۰ میلیون نفر بودند. در حال حاضر میزان ۱۰ درصد از شاغلان دنیا در مشاغل وابسته به بخش گردشگری فعالیت دارند. تعداد گردشگران در جهان در سال ۱۹۹۶ برابر ۵۹۲ میلیون نفر و درآمد حاصله از آن برابر ۴۲۳ میلیارد دلار بوده است. میزان درآمد فعالیت گردشگری از سال ۱۹۵۰ تا ۱۹۹۸، ۱۴۲ برابر شده و بنظر می‌رسد که در سال ۲۰۱۲ بیش از ۱۸۵ میلیون نفر در این بخش شاغل باشند. از سال ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۱ حدود ۵۰ میلیون شغل در این بخش ایجاد شده و از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۱ هر ساله ۸۵۰ میلیون نفر به گردشگری پرداخته‌اند.

مفاهیم و کاربردهای گردشگری الکترونیک

گردشگری الکترونیک (ET) عبارت از فن تلفیق متدهای کسب و کارهای الکترونیکی و فناوری اطلاعات در شیوه‌ها و ابزارهای تدارک، ارائه و پشتیبانی خدمات گردشگری برای ارائه خدمات مورد نیاز گردشگران با کیفیتی بالاتر و هزینه‌ای کمتر است. در واقع ET ارائه الکترونیکی تمامی خدماتی است که در گذشته گردشگران به صورت سنتی از آنها استفاده می‌کردند به علاوه خدماتی که به واسطه فناوری اطلاعات میسر شده‌اند. از نگاهی دیگر به طور عام، همه اجزای کسب و کار از قبیل تجارت الکترونیک، تحقیق و توسعه الکترونیک، تولید محتوا و ارائه خدمات به صورت الکترونیک در فضای مجازی یا ارتباطی را شامل می‌شود. همچنین گردشگری الکترونیک به مجموعه‌ای از پایگاه‌های اینترنتی (دولتی و خصوصی) و استانداردها و پروتکل‌های خاصی اطلاق می‌شود که با تولید و بازنشر اطلاعات در فرمت‌های مختلف از قبیل متن، تصویر، کاتالوگ و بروشور، تیزرهای تبلیغاتی و حتی خدماتی از قبیل رزرو هتل و خرید الکترونیکی، معنا می‌یابد. (حسنی، ۱۳۸۸: ۲)

ارزش گردشگری الکترونیک هنگامی آشکار شد که رویکردهای مبتنی بر Single Window به سایت‌های فعال در زمینه ET اضافه شد. مطابق رویکرد Single Window یک گردشگر هنگامی که به یک سایت ET وارد می‌شود، تنها از طریق همان سایت و استفاده از یک استاندارد خاص در آن کار و تمامی خدمات مورد نیاز خود را دریافت می‌کند. به این معنا که گردشگر نیازی ندارد که هر یک از سرویس‌های مورد نظر خود را از طریق یک سایت مجزا و با واسطه کاربری جدید مرتفع کند، بلکه تمامی سرویس‌های مورد نیاز را از طریق یک سایت مشترک و با واسطه کاربری یکسان دریافت کرده و اطلاعات مورد نیاز خود را آسان‌تر بدست می‌آورد. به واسطه این فناوری، گردشگر با مراجعه به یک سایت معتبر ET همه سرویس‌های مورد نیاز برای سفر خویش را دریافت کرده و با کیفیت، سرعت و قیمت مناسب به خواسته‌های خود دست می‌یابد.

سرویس‌هایی که در گردشگری الکترونیک مرسومند عبارتند از:

- اطلاع‌رسانی شفاف، دقیق و معتبر
- انجام تمام تشریفات اخذ ویزا

- رزرو هتل‌ها و مراکز تفریحی - سیاحتی
- رزرو و اجاره وسایل نقلیه
- اخذ بلیت هواپیما، اتوبوس و قطار و ...
- خرید برنامه‌های سفر و تورهای مختلف

اجزاء گردشگری الکترونیک درجات مختلفی دارد که می‌تواند از ساده‌ترین کارها مانند دریافت کاتالوگ یک منطقه توریستی و یا خرید الکترونیکی بلیت شروع شود و تا سفری در دنیای مجازی ادامه یابد. تقریباً تمام کارهای مورد نیاز یک سفر را می‌توان به صورت الکترونیکی انجام داد؛ مانند گرفتن ویزا از یک سفارتخانه خارجی که به آن روادید الکترونیکی می‌گویند. ویزای الکترونیکی یکی از سرویس‌های بسیار مشهور در زمینه گردشگری الکترونیک است و کشورهایی که خدمات ویزا را به صورت الکترونیکی ارائه می‌کنند، آن را یکی از شاخص‌های پیشرفت در زمینه فناوری اطلاعات و دولت الکترونیک می‌دانند.

مزایای گردشگری الکترونیک در شهرهای ساحلی شمال ایران

از آنجا که در فرایند گردشگری الکترونیک، اکثر فعالیت‌های وابسته به آن به صورت الکترونیکی و با بهره‌گیری از فناوری اطلاعات انجام می‌شود، بر این اساس مزایای بسیاری را می‌توان برای آن بر شمرد:

- 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 فرایند گردشگری الکترونیک بدست می‌آید.
- فراهم‌سازی کانال‌ها و محیط آموزشی همگانی برای گردشگران و اهالی صنعت گردشگری: ابزارهایی که فناوری اطلاعات در اختیار گردشگران قرار می‌دهد، باعث تسهیل فرایند رزواسیون، ذخیره جا و اخذ پذیرش، انتخاب مکان‌های هدف گردشگری و راه‌های رسیدن به مقصد و مسافرت و برنامه‌ریزی بهتر و بیشتر گردشگران در استفاده از جاذبه‌های تاریخی، طبیعی و زیست‌محیطی این مکان‌ها می‌شود.
- افزایش و بهبود کیفیت زندگی مردم شهرهای ساحلی شمال ایران: در این ساختار توزیع خدمات و تسهیلات رفاهی به‌طور متناسب و عادلانه میان ساکنان شهری و روستایی، صورت می‌گیرد که در نتیجه موجب بهبود سطح رفاه اجتماعی و بسترسازی گسترش و بسط عدالت اجتماعی در ساختار جامعه می‌شود.
- ارائه خدمات یک مرحله‌ای به گردشگران و مردم شهرهای ساحلی شمال ایران: با ایجاد ساختار مناسب ارتباطات به‌وسیله فناوری اطلاعات و همچنین الکترونیکی کردن، دیگر نیازی به مراجعه پی در پی مردم به ادارات و سازمان‌های مختلف نخواهد بود. بلکه تمام فرایند تنها به یک فعالیت تقلیل خواهد یافت.
- ارتباط بهتر سازمان‌ها و ارگان‌های وابسته به صنعت 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 هم بوجود می‌آورد.
- صرفه‌جویی در زمان و هزینه: با افزایش استفاده از فناوری اطلاعات 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 در زمان بسیار کمی از طریق اینترنت نسبت به رزرو محل اسکان و نوع و چگونگی برنامه‌ریزی احتمالی برای سفر اقدام کنند.
- 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 مکان‌های توریستی و جاذبه‌های موجود طبیعی،

تاریخی و فرهنگی این مناطق به جذب و حفظ گردشگران در مناطق گردشگری پرداخت. (بمانیان و دیگران، ۱۳۸۸: ۷۳-۷۶)

چالش‌های گردشگری الکترونیک در شهرهای ساحلی شمال ایران

در فرایند تحقق گردشگری الکترونیک و بهره‌مندی از منافع آن، چالش‌های اساسی وجود دارد که باید مورد توجه قرار گیرد و برای رفع آنها برنامه‌ریزی‌های مربوط صورت گیرد. این چالش‌های اساسی عبارتند از:

- فقدان سخت‌افزار و نرم‌افزارهای رایانه‌ای: در راستای توسعه گردشگری الکترونیک در مناطق شهری و روستائی و با توجه به شرایط اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی ایران به راحتی دریافت می‌شود که فقدان بستر سازی زیرساخت‌های گردشگری الکترونیک (سخت افزار و نرم افزار) از مهمترین چالش‌های موجود در برابر توسعه و مراحل گسترش آن بشمار می‌رود.
- فقدان سواد اطلاعاتی در بین گردشگران و مردم شهرهای ساحلی شمال ایران: آشکار است که در صورت وجود زیرساختار الکترونیک (شبکه‌های مخابراتی و کانال‌های ارتباطی)، لازم است تا کاربران و گردشگران بتوانند از آنها استفاده کنند و به همین دلیل نیاز به سواد اطلاعاتی و توانمندی گردشگران در استفاده از رایانه و اینترنت مطرح می‌شود.
- فقدان زیرساختار الکترونیکی در شهرهای ساحلی شمال ایران: در عین حال غیر از موارد فوق می‌توان به کمبود کانال‌های مخابراتی، مجاری انتقال و خطوط مخابراتی و زیرساخت‌های گردشگری در شبکه مخابراتی و ارتباطاتی ایران اشاره داشت که بدون فراهم‌سازی و تدارک آنها یا گسترش شبکه مخابراتی و الکترونیکی، نمی‌توان انتظار داشت تا فرایند توسعه گردشگری الکترونیک از رشد قابل قبولی برخوردار شود.
- دسترسی به اینترنت و شکاف دیجیتالی: طبق آمار تا پایان سال ۲۰۱۰ میلادی بین ۸۰۰ تا ۱۰۰ میلیون نفر در سراسر جهان به اینترنت دسترسی داشته‌اند که از این تعداد نزدیک به ۵۰ درصد آنها در ایالات متحده آمریکا و کانادا زندگی می‌کردند، در حالی که سهم خاور میانه و آفریقا بسیار کم برآورد شده است.
- امنیت و حریم درگاه‌های اینترنتی وابسته به صنعت گردشگری در ایران: یکی از نگرانی‌های اساسی که در مورد اینترنت و فضای سایبر وجود دارد، حفظ و پاسداشت امنیت و حریم شخصی افراد (گردشگران، کاربران و تورها و سایت‌های خدمات‌دهنده گردشگری) است که باید راهکارهایی مناسب جهت برای آنها، انتخاب و اجرا شود.
- آموزش در توسعه گردشگری الکترونیک: در توسعه گردشگری الکترونیک، آموزش از دو بعد اساسی مورد بررسی قرار می‌گیرد: اول اطلاع رسانی عمومی و آماده سازی مردم و شهروندان برای استفاده از خدمات شهر الکترونیک یا گردشگری مجازی، و دیگری تربیت و فراهم سازی نیروی انسانی مورد نیاز برای ایجاد، توسعه و اداره گردشگری الکترونیکی.
- چالش‌های فرهنگی و اجتماعی: اصلی‌ترین چالش گسترش فناوری اطلاعات، به‌ویژه در شهرهای ساحلی شمال ایران، ایجاد مشکلات فرهنگی و چالش‌های اجتماعی است. هجوم گسترده فرهنگ‌های گوناگون و امکان دسترسی عامه به اطلاعات گسترده در درگاه‌های گوناگون موجود در اینترنت، برخی ناهنجاری‌ها را در روابط فرهنگی و اجتماعی مردم این مناطق بوجود می‌آورد. (همان منبع، ۷۷-۷۸)

توسعه گردشگری الکترونیک

فناوری اطلاعات توانسته است در سال‌های اخیر در صنعت گردشگری تحولاتی را پدید آورد و مفهوم جدیدی را تحت عنوان گردشگری الکترونیکی ابداع کند. به عبارت دیگر گردشگری الکترونیک نقطه عطفی بین گردشگری و فناوری اطلاعات است. طبق آمار در سال ۲۰۱۰ در آمریکا ۴۰ درصد از افراد جامعه برای کسب اطلاعات از مقصد سفر از اینترنت استفاده و همچنین ۷۰ درصد

از این افراد خدمات مسافرتی خود را به صورت الکترونیکی خریداری کرده اند. (Cardoso, 2007: 56) گردشگری الکترونیک نوعی فعالیت مبتنی بر فناوری‌های نوین و در امتداد ساختار و روش‌های سنتی است.

با وجود مزایا و ویژگی‌های خاص گردشگری الکترونیک در مقایسه با گردشگری سنتی، به غیر از برخی کشورهای توسعه‌یافته هنوز در سطح جهان بسیاری از کشورها از آن بی‌بهره هستند و با کاربرد ناچیز و یا نامناسب از فناوری اطلاعات و ارتباطات، تنها به داشتن وبسایت‌های ابتدایی برای به تصویر کشیدن جاذبه‌های گردشگری خود، فروش الکترونیکی بلیط و خدماتی از این دسته بسنده کرده‌اند و ایران نیز از این امر مستثنی نیست. اگرچه این کشور به جهت تنوع اقلیمی و زیستی جزء ۵ کشور برتر جهان است و از نظر تاریخی و فرهنگی بین ۱۰ کشور برتر جهان قرار دارد (Chatterjee et al, 2009: 92) با این حال آمارهای سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۱۰ حکایت از آن دارد که سهم ایران از درآمد گردشگران خارجی در سال ۲۰۰۹ کمتر از ۱/۵ میلیارد دلار بوده، در حالی که مقدار سرمایه خارج شده از کشور به دلیل فرستادن جهانگردان ایرانی فقط در همین سال بیش از ۶ میلیارد دلار بوده است. (UNWTO, 2006)

گردشگری الکترونیک امکان خرید الکترونیکی از مراکز صنایع دستی و در نتیجه رونق تجارت الکترونیکی را به همراه دارد، به تولید و راه‌اندازی کارگاه‌های کوچک و بزرگ صنایع دستی و محلی کمک می‌کند، همچنین هزینه‌های سفر برای گردشگران را کاهش می‌دهد. این نوع گردشگری ضمن اشتغال‌زایی، در زمینه هتلداری و اقامتگاه‌ها و بهبود سرویس‌دهی و امکانات رفاهی مراکز تفریحی و گردشگری رقابت ایجاد می‌کند. (UNWTO, 2006) کشورهای کمتر توسعه یافته، به دلیل عدم نیاز به هزینه‌های احداث و توسعه مراکز گردشگری و سرویس‌های سفر می‌توانند به خوبی از گردشگری الکترونیک بهره‌مند شوند. (Pease & Cooper, 2007: 28)

رشد اقتصادی

تاریخ اقتصاد به ما می‌آموزد که رشد، فرآیندی آهسته و بطئی نیست، بلکه مقوله‌ای است که فرآیند بهره‌گیری از ابداع و اختراعات و گسترش فناوری‌ها شتاب آن را در بستر زمان تغییر می‌دهد. با بررسی شواهد آماری و تجربی کشورها ملاحظه می‌شود که هر چند بسیاری از کشورهای در حال توسعه در مسیر رشد اقتصادی حرکت می‌کنند، نرخ رشد اقتصادی و پایداری آن به عنوان عامل توسعه اقتصادی مطرح می‌شود، و تفاوت آشکار بین کشورهای در حال توسعه و عقب‌مانده به حساب می‌آید. "رشد اقتصادی"، مفهومی کمی است و به تعبیر ساده عبارت است از افزایش تولید (کشور) در یک سال خاص در مقایسه با مقدار آن در سال پایه. در سطح کلان، افزایش تولید ناخالص ملی (GNP) یا تولید ناخالص داخلی (GDP) در سال مورد نیاز به نسبت مقدار آن در یک سال پایه، رشد اقتصادی محسوب می‌شود. منابع مختلف رشد اقتصادی عبارتند از افزایش بکارگیری نهاده‌ها (افزایش سرمایه یا نیروی کار)، افزایش کارایی اقتصاد (افزایش بهره‌وری عوامل تولید) و بکارگیری ظرفیت‌های احتمالی خالی در اقتصاد. نخستین دلیل توسعه صنعت گردشگری در اغلب کشورها، بهره‌برداری از منافع اقتصادی آن است؛ اگر چه دلایل دیگری نیز در این مورد ارائه می‌شود. (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۷۹: ۱۵۸-۱۵۹)

رابطه گردشگری الکترونیک و رشد اقتصادی

گردشگری الکترونیک عبارت است از فن تلفیق متدهای کسب و کار الکترونیکی و فناوری اطلاعات در شیوه‌ها و ابزارهای تدارک و ارائه و پشتیبانی خدمات گردشگری برای ارائه خدمات مورد نیاز گردشگران با کیفیتی بالاتر و هزینه‌ای کمتر. از طرف دیگر، رشد اقتصادی معمولاً به منزله افزایش در ظرفیت‌های تولیدی هر کشور یا افزایش پایداری در تولید ناخالص داخلی (GDP) سرانه در طول زمان تعریف می‌شود.

سؤالی که در اینجا مطرح می‌شود، این است که آیا تجارت الکترونیک می‌تواند به رشد اقتصادی کمک کند؟ روشن است که پیشرفت‌های سریع فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی به همراه رشد سریع گسترش آنها و تأثیر آن بر گردشگری و ایجاد مفهوم گردشگری الکترونیک، به کاهش هزینه‌ها و رفع موانع استفاده از امکانات منجر شده است. همه این عوامل از طریق کاهش هزینه‌ها و قیمت‌ها باعث افزایش رشد اقتصادی می‌شود. همچنین استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در صنعت گردشگری این امکان را به گردشگران می‌دهد که فعالیت‌های گردشگری خود را در هر زمان و هر مکانی که کامپیوترهای شخصی با اتصال به اینترنت موجود باشد، به انجام برسانند. همه آنچه گفته شد به ترسیم این چشم انداز می‌انجامد که گردشگری الکترونیک (ET) به ارتقاء کارایی اقتصادی و افزایش رشد اقتصادی بلندمدت منجر می‌شود.

در دو دهه اخیر رشد معناداری در فناوری اطلاعات و ارتباطات ملاحظه می‌شود. گسترش بهره‌گیری از این فناوری‌ها به رشد سریع «گردشگری الکترونیک» به منزله فعالیت اقتصادی منجر شده است. استفاده فزاینده مؤسسات گردشگری از ICT توان بالقوه‌ای را برای ارتقاء معنادار بهره‌وری از طریق تسهیل تبادل اطلاعات فراهم می‌آورد، به علاوه گردشگری الکترونیک یکی از مهمترین موانع یعنی فواصل جغرافیایی را حذف می‌کند. به نظر "اوه"¹ (۲۰۰۵)، صنعت گردشگری می‌تواند تأثیر مهمی بر افزایش اشتغال، درآمدهای مرتبط با مکان‌های اقامتی، امور تفریحی و نیز درآمدهای دولتی کشورها داشته باشد. از این رو، گردشگری به دو صورت مستقیم و غیر مستقیم بر رشد اقتصادی تأثیر می‌گذارد.

اثر مستقیم

هر چه تعداد ورود گردشگران به یک شهر افزایش یابد، درآمد حاصل از آن نیز افزایش می‌یابد. از آنجائی که گردشگری یکی از صنایع خدماتی است، درآمد حاصل از آن صنعت بخشی از تولید ناخالص داخلی کشور میزبان محسوب شده و مستقیماً بر رشد اقتصادی آن کشور تأثیر می‌گذارد. از این رو صنعت گردشگری و بالاخص گردشگری الکترونیک که در دو دهه اخیر رشد فزاینده‌ای داشته است، می‌تواند راهکار مناسبی برای کسب درآمدهای ارزی سرشار برای شهرها و در نتیجه رشد اقتصادی بالاتر باشد. به عنوان نمونه در سال ۱۹۹۹ گردشگری بین المللی حدود هشت درصد از کل درآمدهای جهان و ۳۷ درصد از صادرات بخش خدمات را به خود اختصاص داده است. (Rahbari, 2005: 6) همچنین بر اساس پیش‌بینی‌های رسمی سازمان جهانی گردشگری، درآمد حاصل از گردشگری در سطح جهان تا سال ۲۰۲۰ به ارزش تقریبی دو تریلیون دلار در هر سال خواهد رسید. (یاوری و دیگران، ۱۳۸۹: ۲۲۲)

اثر غیر مستقیم

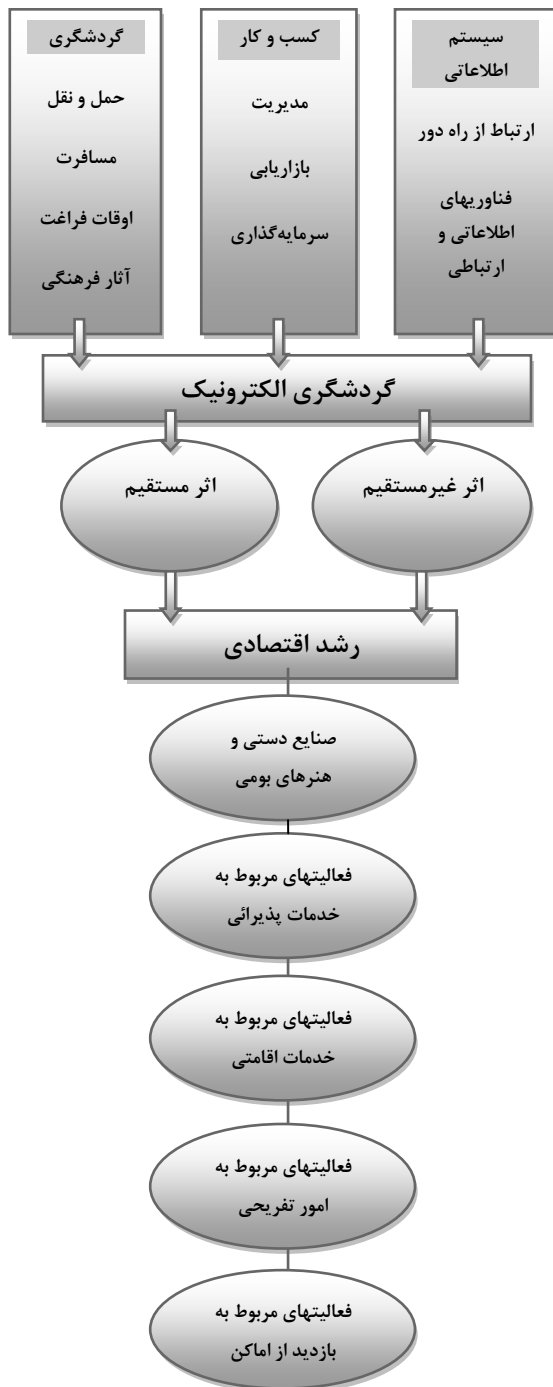
گردشگری به صورت غیر مستقیم نیز بر رشد اقتصادی تأثیر می‌گذارد و نشان‌دهنده اثر پویایی بر کل اقتصاد به شکل اثرات سرریز و یا دیگر آثار خارجی است. (Marin, 1992: 678) به این صورت که اگر گردشگری به دلیل تعامل زیاد با دیگر فعالیت‌های اقتصادی، دچار رونق شود، آن دسته از فعالیت‌هایی که به آن کالا یا خدمت می‌دهند و یا محصول آن را مصرف می‌کنند، همراه با آن حرکت خواهند کرد. یعنی گردشگری می‌تواند به عنوان موتور برای رشد اقتصادی عمل کند و سایر فعالیت‌ها را نیز به دنبال خود رو به جلو هدایت کند.

از سوی دیگر، رشد اقتصادی نیز بر توسعه گردشگری مؤثر است. رشد اقتصادی، با توسعه تسهیلات و زیربنای گردشگری از جمله توسعه حمل و نقل و راه‌ها، گسترش پول الکترونیک، توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)، توسعه مکان‌های اقامتی، رستوران‌ها و هتل‌ها، توسعه بهداشت عمومی و همچنین توسعه تسهیلات تفریحی و امور رفاهی، موجب توسعه صنعت گردشگری می‌شود. (یاوری و دیگران، ۱۳۸۹: ۲۲۲)

¹ Oh

مدل مفهومی

با توجه به مطالبی که تاکنون در این مقاله به آنها اشاره شد و با توجه به ادبیات موجود در این زمینه رابطه بین گردشگری الکترونیک و رشد اقتصادی در شهرهای شمالی ایران به صورت مدل مفهومی نوآورانه ارائه می‌شود تا بتوان به سادگی رابطه این دو متغیر (گردشگری الکترونیک و رشد اقتصادی) را نشان داد و برای ارائه راهکارهای مناسب از آن استفاده کرد.



ارائه راهکار

نگاهی سریع به آنچه گفته شد، نمایان می‌سازد که گردشگری الکترونیک و همچنین گردشگری ساحلی به عنوان یک صنعت پول‌ساز و زیربنائی در اقتصاد امروز جایگاه بسیار با اهمیتی دارد، حوزه‌ها و کارکردهای مختلفی را پوشش می‌دهد و توسعه مناسب آن می‌تواند زمینه گسترش روابط فرهنگی و توسعه اقتصادی کشورها را فراهم سازد و لازمه این مسئله تعامل صحیح بخش دولتی و خصوصی است. (حسنی، ۱۳۸۸: ۴)

به این ترتیب برای ارتقاء صنعت گردشگری الکترونیکی ایران زمین، بالاخص شهرهای ساحلی شمال ایران باید به گردشگری مجازی توجه زیادی شود. توسعه پایدار، ارتقاء درآمد ملی و افزایش حداکثری دانش جهانی از توانمندی و پتانسیل فرهنگی، علمی و بومی ایران، با گردشگری به بهترین شکل ممکن امکان‌پذیر خواهد بود. پیشنهادهایی که در اینجا برای توسعه گردشگری مجازی در شهرهای ساحلی شمال کشور می‌توان ارائه کرد به شرح زیر است:

- ایجاد طرح جامع "فناوری اطلاعات" در گردشگری ایران، بالاخص گردشگری ساحلی
- ایجاد نهادی تحت عنوان مرکز گردشگری مجازی در سازمان ایرانگردی ایران
- بازبینی، اصلاح و مدیریت سایت‌های اطلاع‌رسانی مراکز گردشگری ساحلی در اینترنت
- دخالت دادن گردشگری مجازی و گردشگری ساحلی در چشم انداز گسترش صنعت گردشگری در ایران
- ایجاد و تدوین دوره‌های آموزش الکترونیکی توسعه گردشگری در مراکز دانشگاهی کشور بالاخص مراکز دانشگاهی شمال ایران
- توجه به اطلاع‌رسانی گسترده پتانسیل‌های گردشگری شهرهای ساحلی شمال ایران در رسانه‌های ایران و جهان
- اختصاص بودجه‌ای خاص از صندوق ذخیره ارزی کشور برای گسترش گردشگری ساحلی
- جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی برای سرمایه‌گذاری در شهرهای ساحلی شمال ایران
- بهبود زیرساخت‌های حمل و نقل در شهرهای ساحلی شمال ایران جهت رفاه حال گردشگران
- ایجاد کارت‌های الکترونیکی اعتباری برای استفاده از مراکز گردشگری شهرهای ساحلی شمال ایران
- توجه بیشتر به آثار تاریخی و فرهنگی این مناطق و تلاش برای ساماندهی و مدیریت آن

نتیجه‌گیری

گردشگری الکترونیک، واقعیتی غیر قابل انکار است. وقتی ما به شهروند الکترونیک، دولت الکترونیک، تجارت الکترونیک، بانکداری الکترونیک و آموزش الکترونیک در قالب جامعه اطلاعاتی معتقدیم، باید زمینه‌های گردشگری الکترونیک را نیز فراهم کنیم. گردشگری الکترونیک تنها شامل تورهای مجازی نمی‌شود، بلکه ابزاری است که توسط آن، یک گردشگر بتواند در کمترین زمان، با حداقل امکانات و با کمترین هزینه و دانش، ظرفیت‌های گردشگری یک کشور را شناسایی و با یک برنامه هدفمند و طرح هدایت‌گر، از سوی دولت و آژانس‌ها و مراکز مربوطه، به مکانی خاص مسافرت کند.

امروزه توسعه گردشگری در تمامی عرصه‌ها، چه در سطح ملی و منطقه‌ای و چه در سطح بین‌المللی مورد توجه برنامه‌ریزان دولتی و شرکت‌های خصوصی قرار دارد. در کشورهایی مانند ایران، درآمدهای نفتی، یک نوع رانت اقتصادی تلقی می‌شود که فاقد هرگونه اثرات القایی مستقیم از لحاظ افزایش سطح تولید در اقتصاد است؛ در حالی که صنعت گردشگری به صورت زنجیروار با بعضی از فعالیت‌های اقتصادی، وابستگی دوجانبه دارد و رونق آن، از لحاظ افزایش درآمد در اقتصاد کشور میزبان تأثیر بسزایی

دارد. در نتیجه توسعه گردشگری مخصوصاً گردشگری الکترونیک که دارای مزایای بسیاری است، اقتصاد کشور را از حالت تک-محصولی خارج می‌کند و رشد اقتصادی را به علت ثبات در درآمدهای ناشی از جذب گردشگر برای کشور به همراه خواهد داشت.

منابع

- ابراهیمی، علیرضا و خسرویان، محمدرضا (۱۳۸۴) "عوامل مؤثر بر رشد و توسعه صنعت توریسم در استان مازندران". مجموعه مقالات اولین همایش سراسری نقش صنعت گردشگری در توسعه استان مازندران. صفحه ۱۰۲.
- اعرابی، سید محمد و ایزدی، داوود (۱۳۷۸) مدیریت جهانگردی: مبانی، راهبردها و آثار. تهران. دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- انوری، آریا و نساچ، مینا (۱۳۸۶) "بررسی و تبیین نقش صنعت گردشگری در توسعه فضای شهری". همایش منطقه‌ای جغرافیا و گردشگری توسعه پایدار. صفحه ۴.
- بمانیان، محمدرضا، پور جعفر، محمدرضا و محمودی نژاد، هادی (۱۳۸۷) "ارائه مدل پیشنهادی جهت پیاده‌سازی گردشگری الکترونیک در طرحهای توسعه گردشگری روستائی". فصلنامه مدیریت شهری. شماره ۲۳. صفحه ۷۳-۷۸.
- پوروخشوری، سیده زهرا (۱۳۸۰) "راهکارهای توسعه بهینه زیست محیطی در گردشگری ساحلی". انتشارات سازمان حفاظت محیط زیست. تهران. صفحه ۱۷.
- حسنی، فرنود. گردشگری الکترونیک، کارکردها و چالش‌ها. ۱۳۸۸. صفحه ۲-۴. <http://daneshnameh.roshd.ir>
- رضانزاده، مهدی و محمدی، آتوسا (۱۳۸۷) "گردشگری ترکیبی پایدار، پتانسیلی نهفته برای توسعه جزایر خلیج فارس (مورد: قشم)". اولین سمینار بین‌المللی خلیج فارس، بنیاد ایران شناسی. صفحه ۵.
- رنجبریان، بهرام و زاهدی، محمد (۱۳۷۹) شناخت گردشگری. تهران: نشر چهارباغ.
- طهماسبی پاشا، جمعی و مجیدی، روفیا (۱۳۸۴) "چشم انداز گردشگری سواحل جنوبی دریای خزر و آثار آن بر توسعه شهرها و روستاهای منطقه (مطالعه موردی: شهرستان تنکابن)". مجموعه مقالات اولین همایش سراسری نقش صنعت گردشگری در توسعه استان مازندران. صفحه ۳۸.
- علیقلی زاده، ناصر (۱۳۸۶) "توسعه گردشگری روستائی با رویکرد پایداری". پایان نامه دکترا دانشکده جغرافیا. دانشگاه تهران. صفحه ۵۶.
- قرخلو، مهدی، رمضان زاده، مهدی و گلین شریف دینی، جواد (۱۳۸۸) "اثرات زیست محیطی گردشگری بر سواحل شهر رامسر". فصلنامه پژوهشی جغرافیای انسانی. سال اول. شماره سوم. صفحه ۲.
- لطفی، صدیقه (۱۳۸۴) "نگرش سیستمی لازمه پایداری گردشگری در مازندران". مجموعه مقالات اولین همایش سراسری نقش صنعت گردشگری در توسعه استان مازندران. صفحه ۶۰.
- یآوری، کاظم، رضا قلی زاده، مهدیه، آقائی، مجید و مصطفوی، سید محمد حسن (۱۳۸۹) "تأثیر مخارج توریسم بر رشد اقتصادی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی". مجله تحقیقات اقتصادی. شماره ۹۱. صفحه ۲۲۲.

- Cardoso, Jorge (2007) "A Framework for Assessing Strategies and Technologies For Dynamic Packaging in E-tourism", Information Technologies and Tourism Journal. Vol.9. pp.56.

- A. Chatterjee, A.Tiwari, MohanT Misra, S.G.Dhande (2009) "Designing Handicrafts using Information Communication Technology", Indian Journal of Export. Vol.12. pp. 92.
- Chawla, romila (2004) "Coastal tourism and development". Sonali. New Dehli. Vol.2. pp.127.
- Marin, D (1992) "Is the export-led hypothesis valid for industrialized countries? Review of Economics and Statistics". No.74. pp.678–688.
- Orams, Mark (1999) "Marine Tourism London". Journal of E-tourism. Vol 6. pp. 8.
- Pease, W, Rowe, M and Cooper, M (2007) "Information and Communication Technologies in Support Of the Tourism Industry". Idea Group publishing. ISBN: 9781599041599. pp.28.
- Rahbari, Mehdi, (2005) "Tourism & Sustainable Development, Symposium on the Role of Tourism in Development of Mazandaran Province". Resanesh Publications. No.8. pp. 6.
- The United Nations World Tourism Organization (UNWTO) Sixty years of an organization serving world tourism (1946- 2006). www.unwto.org. 2006.
- World Tourism Organization; (2005), Tourism Highlights 2006 editions.

Determination the Relation between E-tourism and Economic Growth in the Northern Coastal towns

Mojtaba Ghalandar

Abstract

Today, tourism activity is as one of the most important dynamic activities in the world which the number of domestic and foreign tourists and the revenue amounts of this tourism are steadily increasing in worldwide. In many countries, they increasingly realize that in order to improve the economic status, they should take and seek the initiative new ways to follow. Using Electronic tourism (E-tourism) has been one of the methods over the past two decades that have gained much attention worldwide. Thus, considering the importance of issue and its effective role on economic growth of countries, the paper tries to explain the relationship between these two variables (E-tourism and economic growth) in the northern towns of Iran. In fact, the main hypothesis of this article is the topic itself topic that we can pay attention in this article as main hypothesis: "there is a significant relationship between the development of e-tourism and economic development in the Caspian Sea coastal towns." The paper is based on descriptive-review method that has been performed on the basis of similar research and the new study results given by referring to the previous study results. So, the current finding of the paper is innovative conceptual model to draw the main hypothesis with its details and also provide a new model that can be tested in future research in various aspects.

Keywords: Tourism, E-tourism, Economic growth, Coastal tourism