

گردشگری الکترونیکی روستایی و نقش آن در توسعه پایدار با تاکید بر روستایی

فصلنامه جمعیت. پاییز و زمستان ۹۱

عادل سلیمانی

• دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه خوارزمی تهران

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی



چکیده

امروزه به کارگیری ابزارهای نوین در ارتباطات و اطلاع رسانی، تغییر و تحول در فنون زندگی را اجتناب ناپذیر کرده است. یکی از مهمترین ابعاد کاربرد این ابزارها، دگردیسی در گردشگری و فرم جدید جاذبه‌های میراث فرهنگی و در واقع تولد گردشگری مجازی روستایی است که بازدید اینترنتی از میراث فرهنگی و تاریخی یک روستا، به همراه کلیه اطلاعات و آگاهی از امکانات مربوطه راه میسر کرده است. باتوجه به این که گردشگری روستایی پیش در آمد توسعه صنعت گردشگری تلقی می‌شود و گردشگری مجازی که آن را انقلاب گردشگری نامیده‌اند منشأ حرکت‌های اقتصادی و فرهنگی بالقوه به شمار می‌آید، بنابراین گردشگری مجازی روستایی می‌تواند با قابلیت‌های گسترده خود نقش مهمی در توسعه پایدار ایفا نماید. هدف از مقاله حاضر، بررسی ابعاد گردشگری مجازی روستایی و تشریح نقش آن در توسعه پایدار روستایی می‌باشد. این مقاله بر اساس روش مطالعه کتابخانه‌ای و مطالعه اسناد مدارک علمی، همچنین جستجوی گسترده اینترنتی در پایگاه‌های اطلاع رسانی انجام گرفته است.

واژگان کلیدی: گردشگری مجازی روستایی، توسعه پایدار روستایی و گردشگری، گردشگری و توسعه پایدار

مقدمه

دردنیای امروز که از آن به عصر ارتباطات و اطلاعات یاد می‌شود، صنایع مختلف بدون بهره‌برداری از فن‌آوری‌های دنیای مجازی و همسوس شدن با تحولات دیجیتال، نمی‌توانند به سادگی، راه‌پویایی و توسعه در اقتصاد پررقابت جهانی و حتی محلی را طی کنند و صنعت گردشگری نیز از این قاعده مستثنی نیست (مرندی، ۱۳۸۶). امروزه در عرصه گردشگری مجازی روستایی، توریسم الکترونیکی و اینترنت، نقش مهمی در رقابت‌های ملی و فراملی کشورها ایفا می‌کند و کیفیت و میزان بهره‌برداری از کاربردهای آن تا حد قابل توجهی در بازارهای رقابتی تاثیرگذار بوده و هر روز نقش این فن‌آوری با سرعت غیرقابل باوری در حال تعمیم و گسترش است. به استدلال آمارهای منتشر شده توسط سازمان جهانی توریسم^۱ در آینده‌ای بسیار نزدیک، کشورهای فاقد زیرساخت‌های مناسب الکترونیکی عملاً از چرخه رقابت‌های جهانی و منطقه‌ای گردشگری حذف خواهند شد (مرندی، ۱۳۸۶). با توجه به اینکه یکی از ۱۰ عامل مهم در عدم تمایل به سرمایه‌گذاری‌های خارجی در صنعت گردشگری ایران، فقدان یا ضعف ساختارهای گردشگری مجازی در کشور است و یکی از اصلی‌ترین موانع ورود گردشگران خارجی به ویژه در قشر گردشگران متمول، فقدان‌های تکنولوژیکی موجود است و با عنایت به این‌که، نظام توزیع الکترونیکی امکانات و خدمات گردشگری جهان، ۵۰ درصد گردش مالی توریسم جهانی را در برمی‌گیرد، گردشگری روستایی بدون پورتال گردشگری، ناشناخته باقی می‌ماند. بنابراین بدون زیرساخت‌های مناسب گردشگری مجازی و جاری و همه‌گیر شدن کاربردهای آن در تمامی بخش‌های صنعت، امیدی به برتری رقابتی و کسب سهم فراخور از اقتصاد توریسم جهانی و حتی منطقه‌ای در آینده نخواهد بود (خلیلی، ۱۳۸۴).

در عصر کنونی، به‌کارگیری گردشگری مجازی روستایی، دستیابی به اهداف اقتصادی، اجتماعی و محیطی توسعه پایدار روستایی را تسریع و تقویت می‌بخشد. هرچند، کاربردهای گسترده‌ی فن‌آوری‌های اطلاعات و ارتباطات در عرصه گردشگری مجازی روستایی و نقش آن در دستیابی به توسعه پایدار ناشناخته و مهجور مانده، بدون شک برای برون رفت از وضعیت کنونی تمامی اهالی گردشگری روستایی می‌بایست با درک شرایط جدید توریسم جهانی و میزان وابستگی آن به فن‌آوری‌های نو، انقلاب الکترونیکی در صنعت گردشگری روستایی را رقم بزنند، در این رهگذر قبل از هر چیز بسط فرهنگ عمومی گردشگری مجازی روستایی در میان جامعه بسیار حایز اهمیت است. در این راستا هدف از مقاله حاضر، آشنایی با ابعاد و مفاهیم گردشگری مجازی روستایی و بررسی نقش آن در توسعه پایدار روستایی است.

گردشگری روستایی

در زمینه‌ی گردشگری روستایی در بین صاحب‌نظران و متخصصان جهانگردی اتفاق نظر وجود ندارد و تعاریف مختلفی در این خصوص ارائه شده است. برخی صاحب‌نظران، جهانگردی را که در حومه‌ی شهرها اتفاق می‌افتد جهانگردی روستایی می‌دانند. در سال ۱۹۸۶ کمیسیون جوامع اروپایی، گردشگری روستایی را نه فقط گردشگری در مزارع یا گردشگری کشاورزی دانست، بلکه انواع فعالیت‌های گردشگری در نواحی روستایی را در تعریف گردشگری روستایی گنجانده. آبرمان نیز در تعریف گردشگری می‌گوید: «گردشگری روستایی به

1. WTO

فعالیت‌های مزرعه‌ای و غیر مزرعه‌ای گفته می‌شود که در جوامع و نواحی روستایی انجام می‌شود، اما فعالیت‌های تفریحی بیرونی مانند پارک‌های موضوعی و نواحی حیات و حش را شامل نمی‌شود» (سقای، ۱۳۸۵). به طور کلی گردشگری روستایی را می‌توان به کلیه فعالیت‌های تفریحی و گردشگری در مناطق روستایی که بر پایه‌ی کشاورزی، دامداری، ماهیگیری، هنرها و صنایع دستی، آداب و رسوم محلی، بافت سنتی، معماری بومی، شکار و... انجام می‌گیرد، نامید.

برخی از صاحب‌بنظران، گردشگری روستایی را از نظر نوع فعالیت به دو نوع تفکیک می‌نمایند:

الف) گردشگری روستایی با تاکید بر کشاورزی و در مزرعه: کشاورزی و دیگر فعالیت‌های مربوط به آن محور اصلی این نوع از گردشگری را تشکیل می‌دهد که به آن آگروتوریسم^۱ نیز اطلاق می‌شود و به طور کلی هدف از آگروتوریسم تمدد اعصاب، استراحت و در صورت تمایل، درگیر شدن در فعالیت‌های روزمره‌ی کشاورزی است.

ب) گردشگری روستایی بدون تکیه بر کشاورزی و خارج از مزرعه: محور فعالیت‌ها چیزی غیر از فعالیت‌های کشاورزی است، مثل شکار، گشت و گذار در طبیعت و حضور در روستاها، صعود از ارتفاعات، دوچرخه سواری، قاطر سواری، اسب سواری، شتر سواری و دیدن هنر عامه‌ی مردم روستایی.

بنابراین فعالیت‌های گردشگری روستایی بسیار متنوع است. از جمله دیدن مزارع و مناظر مناطق روستایی، کسب آرامش در محیط روستا، آشنا کردن مردم شهر با زندگی روستایی، گشت و گذار در طبیعت، داد و ستد با روستاییان، شکار، راهپیمایی و پیاده روی، کوهنوردی، قایقرانی، مطالعه‌ی طبیعت، دوچرخه سواری، مطالعه‌ی آداب و رسوم و سنن روستایی، گذران اوقات فراغت برای تمدد اعصاب در محیط روستا، شرکت در جشنواره‌های روستایی، خرید صنایع دستی، اسب سواری، شتر سواری و...

ارمغان گردشگری روستایی بخصوص آگروتوریسم برای گردشگران استفاده از غذای سالم، ورزش، تفریح، مشاهده‌ی رقص و موسیقی محلی، رسیدن به آرامش و تمدد اعصاب است، به علاوه از انواع تفریح کم هزینه به شمار می‌آید. ولی با این حال در ایران تاکنون از گردشگری روستایی به عنوان یک وسیله جهت رفع مشکلات روستاییان یا حفاظت از محیط زیست استفاده نشده و تنها تعداد معدودی از روستاها مانند ریجاب، پالنگان و... در طول سالهای اخیر مقصد گردشگران بوده است. لذا لازم است با توجه به ویژگی‌ها و قابلیت‌های روستاها برنامه‌ریزی‌های لازم به منظور توسعه‌ی گردشگری روستایی و در نتیجه توسعه و عمران روستایی صورت پذیرد. با توسعه گردشگری روستایی، ثروت‌ها به طور مستقیم به منازل روستائیان می‌رود و با این شرایط، چیزی به نام مهاجرت از روستاها به شهرها، دیگر وجود نخواهد داشت (سقای، ۱۳۸۵).

توسعه پایدار روستایی

در ابتدای گسترش مفهوم توسعه پایدار روستایی، کمیسیون بین‌المللی محیط زیست و توسعه (مشهور به کمیسیون برانت)^۲ بر حفظ منابع طبیعی تاکید داشت تا اینکه در سال ۱۹۸۷ این کمیسیون مفهوم توسعه پایدار را چنین تعریف کرد: «توسعه‌ای که نیازهای فعلی را بدون خدشه دار کردن توانایی نسل آینده برای برآورده ساختن نیازهای خود برآورده نماید». از آغاز دهه ۱۹۹۰ اندیشه سیستمی بر توسعه پایدار حاکم شد و تاثیر

1. Agrotourism

2. WCED(World Commission on Environment and Development)

متقابل اقتصاد، اجتماع و محیط زیست مورد توجه قرار گرفت. در این دیدگاه توسعه پایدار، توسعه‌ای بلند مدت است که نسل‌های آینده را نیز در برمی‌گیرد. کمیسیون جهانی محیط زیست و توسعه، اهداف کارکردی توسعه پایدار را وسیع و به شرح زیر دانسته است:

افزایش رشد، تغییر کیفیت رشد، رفع نیازهای ضروری برای اشتغال، غذا، انرژی، آب و بهداشت، کنترل جمعیت در یک حد پایدار، حفاظت و نگهداری منابع طبیعی، دگرگونی تکنولوژی، مد نظر قرار دادن توأم محیط زیست و اقتصاد در تصمیم‌گیری‌ها، دگرگون کردن روابط بین‌المللی اقتصاد، مشارکتی کردن توسعه. (پابلی یزدی و ابراهیمی، ۱۳۸۵).

ازکیا به نقل از رحمانی می‌گوید «درنهایت توسعه پایدار روستایی به معنی عدم تحمیل آسیب‌های اقتصادی، اجتماعی و یا زیست محیطی به نسل‌های آینده‌است» (ازکیا، ۱۳۸۱).

در این اهداف رشد اقتصادی در اولویت است، چرا که نظریه مناسب بارشد اقتصادی در توسعه پایدار آن است که فقر موجب بهره‌برداری شدید از محیط زیست و منابع طبیعی می‌شود. بنابراین رشد اقتصادی مهمترین عامل در رسیدن به توسعه پایدار است. در مقابل می‌توان گفت که امروزه تمایل به رشد اقتصادی بیشتر جهت فقرزدایی نه تنها حفظ منابع محیطی را در بر نداشته، بلکه سبب سودجویی بهره‌برداران و تخریب شدید محیط زیست و منابع آن گردیده است که از آن جمله می‌توان به نابودی پوشش جنگلی، آلودگی هوا، بهره‌برداری شدید از منابع سوخت فسیلی و غیره به‌ویژه در کشورهای جهان سوم اشاره کرد. معرفی اصول توسعه پایدار چهار فایده عمده زیر را دربر دارد: نگاه دقیق‌تر به تعاریف و مدل‌ها، دستیابی به شیوه‌های اندازه‌گیری آثار زیست‌محیطی، بازنگری سیاست‌ها و تبدیل شدن به یک نظریه فلسفی در راستای پیوند دهی کشورها (پابلی یزدی و ابراهیمی، ۱۳۸۵).

خط مشی گردشگری پایدار روستایی

خط مشی گردشگری پایدار، موارد زیر را شامل می‌شود که در یک پروژه گردشگری روستایی رعایت این نکات ضروری است و توجه به این اصول، چنین پروژه‌هایی را در درازمدت با موفقیت بیشتری توأم می‌نماید:

۱. برنامه ریزی به گونه‌ای باشد که یک دیالوگ همیشگی بین بخش دولتی، بخش خصوصی، جوامع محلی و علائق آنها در ارتباط با آینده برقرار نماید.
۲. تقویت و تشویق سرمایه‌گذاری‌های زیربنایی در بخش‌های حمل و نقل، اقامتی و پذیرایی، سرویس‌های عمومی، بازار یابی و اطلاع رسانی
۳. گردشگری پایدار احتیاج به منطقه‌ای آرام و با امنیت دارد.
۴. خط مشی ما باید بتواند نیروهای گروه‌های مختلف هنری، فرهنگی و زیست محیطی را در خدمت توسعه‌ی گردشگری قرار دهد.

۵. حفظ مناظر زیبا، میراث فرهنگی و تاریخی منطقه

۶. باید فعالیت‌های متنوعی را در برگیرد تا موجبات اشتغال همه‌ی ارکان اجتماع از جمله بانوان را فراهم کند.

۷. انجام آنالیز و تحقیقات منطقه‌ای شامل نیازهای منطقه از نظر اقتصادی، اکولوژیکی، فرهنگی و اجتماعی

۸. ایجاد زمینه‌ی مناسب به منظور مشارکت مردم در اجرای طرح‌های گردشگری روستایی

گردشگری روستایی با تأکید بر توسعه پایدار

گردشگری روستایی امروزه با توجه به این که صنعت کشاورزی اهمیت خود را به عنوان محور اصلی توسعه روستایی از دست داده است، رو به توسعه دارد. زیرا رشد جمعیت، افزایش بهره برداری ها و کاهش منابع طبیعی و در نتیجه آن تهدید محیط زیست انسانی، جوامع روستایی را برای ادامه حیات و تداوم رشد خود فکر کردن به منابع درآمدی دیگری وا داشته است. دولت ها و برنامه ریزان نیز سعی دارند تا از عرضه کنندگان بخواهند جریان گردشگری روستایی را به نواحی مختلف سوق دهند تا از این طریق علاوه بر رشد اقتصاد محلی، وضعیت خانواده‌های کشاورزان نیز بهبود یابد.

این رویکرد به گردشگری روستایی موجب آن شده تا راهکارهای توسعه مورد بررسی مجدد قرار گیرند و یک نگرش منطقه ای در تجمیع فعالیت‌های گردشگری روستایی برای به نتیجه رسیدن اهداف مورد نظر اخذ گردد تا با شناسایی مناطق مستعد و گونه‌های مختلف گردشگری روستایی به تبیین منطقه ای توسعه گردشگری پرداخته شود. این روند خود به پایداری و حفظ محیط روستا، احیا و ثبات اقتصادی جوامع روستایی و توسعه تجارت گردشگری در مقیاس کوچک به عنوان شیوه ای برای عمل، وابسته می‌باشد، که در چارچوب منطقه بندی زمینه‌های مناسبی را در تلفیق ترکیب شرایط مختلف فراهم می‌آورد (سقای، ۱۳۸۵).

در زمینه گردشگری روستایی، منطقه بندی می‌توانند مقاصد گردشگری را در یک منطقه جغرافیایی که شامل تعداد زیادی از عوامل اصلی و حیاتی توسعه می‌باشند را در بر بگیرد که در آن جاذبه‌های مناسب از نظر جذب بازدیدکنندگان غیر محلی وجود دارد. این گونه منطقه بندی گردشگری روستایی را می‌توان با توجه به شاخص‌هایی همچون جاذبه‌های گردشگری در محیط‌های روستایی و پیرامون آنها، راه‌های ارتباطی و سهولت دسترسی، مقدار تراکم جمعیت در واحد سطح و ظرفیت گردشگر پذیری، تاسیسات زیر بنایی اقتصادی، امکانات اقامتی، قابلیت‌های فرهنگی، پیامدهای گردشگری در اشتغال و سطح درآمد و بالاخره دست یابی به یک گردشگری پایدار انجام داد. برای به نتیجه رسیدن منطقه بندی گردشگری روستایی با توجه به شاخص‌های فوق الذکر لازم می‌آید تا از ابزارهای تسهیل کننده‌ای نظیر دنیای اینترنت با تأکید بر گردشگری مجازی روستایی بهره‌جست تا حول اهداف توسعه پایدار روستایی تسریع یابد و تقویت گردد تا در این راستا ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی گردشگری مجازی روستایی در چارچوب یک نگرش منطقه ای برای توسعه مورد بررسی قرار گیرد (سقای، ۱۳۸۵).

گردشگری مجازی روستایی

گردشگری مجازی، چیزی فراتر از ورود به یک سایت گردشگری و دیدن مناطق گوناگون دنیا از طریق اینترنت است. هدف از گردشگری مجازی، فراهم آوردن زمینه‌های مناسب برای گردشگران، اعم از رفاه، آسایش و امنیت سفر، توسعه گردشگری و سرانجام، لذت از گردشگری است.

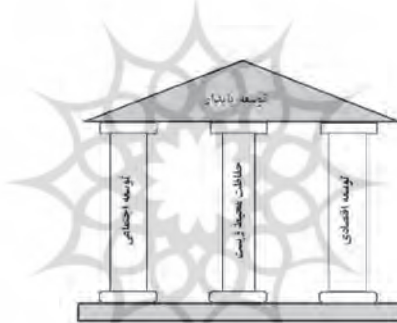
اگر گردشگری الکترونیکی را صرف نظر از سرویس‌های ارائه شده توسط سایتهای گردشگری، تنها منحصراً به دیدن تصاویر ارسالی از دوربینهای کار گذاشته شده در مناطق دیدنی و مرور تصاویر سه بعدی، روشهای رایانه‌ای و نقشهها بدانیم، آنگاه این نوع گردشگری برای استفاده از آب و هوای مناطق مختلف، لذت قدم زدن در سواحل،

شنا کردن، استفاده از عطر گیاهان بومی، طعم غذاهای محلی، ادویه‌های بازار، و دیدن کاهگل بناهای قدیمی، مناسب نخواهد بود.

این فناوری کاربرها را در عملکرد و انتقال اطلاعات تولیدشده کنار هم قرار می‌دهد، بطوری که میان هر گردشگری با گردشگر دیگر که آمیزه‌هایی از تجربیات ویژه، انگیزه‌ها و تمایلات متفاوت است تفاوت می‌گذارد، تا اندازه‌ای که هر مسافر جدید، به عنوان یک تجربه جدید به حساب می‌آید.

بهره‌گیری از فناوری اطلاعات و ارتباطات، از سال ۱۹۸۰ صنعت گردشگری را در جهان به کلی متحول ساخته و باعث شده که این صنعت به عنوان یک صنعت بین‌المللی و بزرگ‌ترین تولیدکننده مشاغل روی کره زمین در مقابل بسیاری از صنایع دیگر عرض‌اندام نماید. شتاب و برخورد بین فناوری و گردشگری در سال‌های اخیر دگرگونی‌های اساسی‌ای، هم در صنعت گردشگری و هم در درک ما از این صنعت پدید آورده است. لذا توجه به ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی توسعه پایدار روستایی در چهارچوب گردشگری مجازی روستایی در این تحقیق مورد بررسی قرار می‌گیرد.

تصویر شماره (۱): توسعه پایدار؛ تعادل سه بعد محیط زیست، اقتصاد و اجتماع در دستیابی به گردشگری مجازی روستایی



ابعاد اقتصادی گردشگری مجازی روستایی

گردشگری مجازی تلفیقی از تجارت الکترونیک و دولت الکترونیک است؛ زیرا با رونق بخشیدن به بازارهای رسمی و محلی کشورها و به مدد توسعه بازاریابی و تبلیغات، نیاز به تجارت الکترونیکی را بیش از پیش نموده، تجارت الکترونیک را در سطح داخلی و نیز بین‌المللی، افزایش خواهد داد. از سوی دیگر، با اثر غیرمستقیم بر سایر کارکردهای جامعه و پیشبرد آن به سمت استفاده بیشتر و بهینه‌تر از فناوری اطلاعات و ابزارهای الکترونیک، سبب پیشرفت اهداف دولت الکترونیک و تحقق آن در جامعه خواهد شد.

به طور کلی گردشگری مجازی روستایی به گونه‌ای فزاینده، برای رقابت با سازمان‌ها، مقصدها و مکان‌های گردشگری، نقشی بحرانی بازی می‌کند. توسعه ماشین‌های جست‌وجو، سرعت شبکه‌ها و ظرفیت جابجایی اطلاعات بر روی تعداد مسافری که در سراسر دنیا از این فناوری برای برنامه‌ریزی مسافرت‌های خود استفاده می‌کنند تاثیر زیادی گذاشته و با تغییر مسیر کسب‌وکار به سمت بازاریابی، اساسا کارآمدی و طرز کار سازمان‌های گردشگری مجازی روستایی را به همان صورت که مشتری‌ها با سازمان‌ها ارتباط برقرار می‌کنند، تغییر داده است. این فناوری، فرآیند کسب‌وکار گردشگری را به سمت مهندسی مجدد، کشانیده و مشاهده می‌شود که تولیدات

تدریجی این صنعت تمایل به سمت یک الگوی جدید را دارند. این جریان، ساختار کل صنعت گردشگری را دگرگون کرده و دامنه کلی فرصت‌های شغلی را برای کلیه دست‌اندرکاران، توسعه بخشیده است. گردشگری مجازی روستایی، به طور فزاینده‌ای باعث می‌شود که مسافری به اطلاعات دقیق و با ثباتی دسترسی پیدا کنند و در یک مقطع زمانی رزرو انجام دهند و با روش‌های قراردادی، هزینه و نیازمندی‌هایشان را در اختیار داشته باشند. در بسیاری از سازمان‌هایی که برای ارتباط مستقیم با مشتریان از الگوی گردشگری مجازی روستایی استفاده می‌کنند، قیمت گذاری از موضوعات مهم صنعت گردشگری اینترنتی به شمار می‌رود.

در این صورت فقط کرایه‌ها، نرخ‌ها، تخفیف‌هایی که از کارفرماها گرفته می‌شود و پرداخت‌های پراکنده، در یک زنجیره مالی کوچک تعیین می‌شود. پژوهش‌ها نشان داده‌اند که قیمت بلیط‌های هواپیمای معتبر داخلی در آمریکا که بوسیله اینترنت ارائه می‌شود، متفاوت بوده و نسبت به قیمت متوسط بلیط‌هایی که از طریق آژانس‌های مسافرتی سنتی به فروش می‌رسند، ارزان‌تر است.

اینترنت هم اکنون روی رفتار مشتری‌ها در کشورهای در حال توسعه مثل چین تاثیر بسزایی دارد و به مشتری‌ها کمک می‌کند که انتخاب‌های بسیار زیادی داشته باشند. مشتری‌ها برای صرف وقت کمتر و کوتاه کردن زمان انتظار و برنامه ریزی و لذت بیشتر علاقه‌مند هستند که رزرو بلیط و دریافت آن را در خانه و از طریق وبسایت‌های گردشگری دریافت کنند.

از این گذشته، وقتی مشتری در خانه خریدهای خود را از طریق اینترنت انجام می‌دهد، فروش اینترنتی منطقه جغرافیایی وسیعی را در اختیار او قرار می‌دهد. در جایی که سرعت انجام کارها اهمیت زیادی یافته است متقاضیان دائمی، تمایلی به تاخیر و انتظار ندارند. کلید موفقیت این است که نیاز متقاضی به سرعت شناسایی شود و به نحو احسن خدمات و امکانات روزمرگی را به گونه‌ای که نیازمندی‌های آنها را ارضا نماید در اختیارشان قرار دهد. زندگی خیال‌انگیز متقاضیان در جهان توسعه یافته، تنها فرصت کوتاهی برای استراحت و اشتغال به فعالیت‌های مورد علاقه‌شان، در اختیار آنها قرار می‌دهد.

اینترنت رفتار متقاضیان گردشگری روستایی را به گونه‌ای حیرت‌انگیز تغییر داده است. مسافری آینده‌نگر تمایل به دستیابی مستقیم به هزینه‌ها از طریق کسب اطلاعات بیشتر، تهیه شده توسط سازمان‌های گردشگری، مهارت‌های شخصی و نیز به وسیله دیگر متقاضیان و مصرف‌کنندگان دارند. متقاضیان قادرند که از طریق اینترنت، جست‌وجوی اطلاعات مربوط به مسافرت از قبیل رزرو بلیط و اطاق و انجام سایر خریدها را مستقیماً خودشان انجام دهند. به واسطه عمومیت پیدا کردن تقاضاهای اینترنتی، بسیاری از سازمان‌های توریستی، مثل آژانس‌های مسافرتی با به کارگیری اینترنت به عنوان بخش مهمی از استراتژی‌های ارتباطی و بازاریابی متحول شده‌اند. جست‌وجوی اطلاعات که بخش مهمی از فرآیند تصمیم‌گیری خرید به حساب می‌آید، به عنوان دستاورد اینترنت تکامل یافته است. گردشگری مجازی روستایی نه تنها خطرات دریافت و تردید را کاهش می‌دهد، بلکه کیفیت مسافرت‌ها را نیز بالا می‌برد. ایجاد فعالیت‌های اقتصادی بلندمدت و مداوم باعث ایجاد منافع اقتصادی - اجتماعی برای تمامی ذی‌نفعانی می‌شود که به نحوی به این صنعت مرتبط هستند.

از جمله این منافع می‌توان به مواردی همچون استخدام دائم، درآمد ثابت و همچنین ایجاد خدمات اجتماعی برای جامعه میزبان اشاره کرد، که این موارد خود گامی در جهت کاهش فقر در جامعه محلی میزبان است.

ابعاد اجتماعی گردشگری مجازی روستایی

گردشگری مجازی روستایی می‌تواند در بهبود کیفیت خدمات، باری رساند و در رضایتمندی بیشتر مسافران و مهمانان سهم داشته باشد. این فناوری، کاربرها را در عملکرد و انتقال اطلاعات تولیدشده کنار هم قرار می‌دهد، به طوری که میان هر گردشگر دیگر با گردشگر دیگر که آمیزهایی از تجربیات ویژه، انگیزه‌ها و تمایلات مختلف است تفاوت می‌گذارد، تا اندازه‌ای که هر مسافر جدید، به عنوان یک تجربه جدید به حساب می‌آید.

گردشگران مناطق مختلف و عمده جهان، مسافران دائمی می‌شوند و مهارت‌های زبانشناسی و تکنولوژیکی پیدا می‌کنند و می‌توانند در کشورهای بیگانه و چند فرهنگی کار کنند. توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات و به ویژه اینترنت به گردشگر جدید اختیار عمل می‌دهد. این جست‌وجوگران علاقه چندانی به بسته‌های شلوغ ندارند و بیشتر به دنبال برنامه‌ریزی و انتخاب‌های خودشان هستند، زیرا بسته‌های حاوی اطلاعات تورها، از طریق تولید بسته‌های پویا که توسط شرکت‌های فعال به نفع تسهیلات گردشگری سازمان‌یافته مستقل تولید می‌شوند از دست می‌روند.

لذا جست‌وجوهای بیشتری درباره مسافرت انجام می‌گیرد و اطلاعات بیشتری در این زمینه کسب می‌گردد، می‌توان نیازمندی‌های مشتری را بهتر دریافت و خدمات مورد نیاز را به آنها ارائه داد. یک متقاضی آشنا و باتجربه قادر است با منابع محلی و فرهنگی ارتباط بهتری برقرار کند، محصولات و خدماتی را که برای نیازمندی‌های او ارائه می‌شود، بشناسد و از خدمات ویژه و تخفیف قیمت‌ها، امتیاز کسب نماید. جامعه مسافرت مجازی^۱، به طور باورنکردنی بر روی گردشگری تأثیر گذاشته است، به طوری که مشتری‌ها به اطلاعات همکاران خود بیش از پیام‌های بازاریابی اعتماد می‌کنند. بهترین و نخستین تعریفی که از جامعه مسافرت مجازی شده است به وسیله رینگلد^۲ در سال ۱۹۹۳ بوده است. با این تعریف «جامعه مسافرت مجازی گروهی از مردم هستند که ممکن است یکدیگر را رودررو ببینند یا نبینند و واژه‌ها و ایده‌هایی را از طریق شبکه‌ها یا بوردهای کامپیوتری با یکدیگر مبادله کنند.»

جامعه مسافرت مجازی تسهیلاتی را در اختیار مردم قرار می‌دهد که بتوانند با به دست آوردن اطلاعات مورد نیاز در برقراری ارتباط موثر و توسعه روابط و در نهایت تصمیم‌گیری‌های مربوط به گردشگری موفق باشند. به طور کلی عضویت و نگرش دو بعد آغازین رفتار مشتری در جوامع مجازی به حساب می‌آید، چون بسیاری از گردشگران علاقه‌مند هستند که تجربیات گردشگری خود را با دیگران به اشتراک گذاشته و به آنها پیشنهاداتی بدهند، برای این منظور، جامعه مسافرت مجازی یکی از فضاهای مطلوب برای ارائه خاطرات گردشگری آنها شده است.

از این گذشته گردشگران اینترنتی بسیار مشتاق هستند که با دیگر گردشگرانی که نگرش‌ها، تمایلات و شیوه زندگی مشابه آنها را دارند، دیدار کنند. به همین دلیل درک بهتر از انگیزه و رفتار کاربران، جوامع مجازی را قادر می‌سازد که به دست‌اندرکاران و برنامه‌ریزان گردشگری روستایی کمک کنند که در ایجاد، اجرا و حفظ این جوامع شیوه‌های مؤثرتری را ایفا نمایند که به نوبه خود بازاریابی ارتباطی را تسهیل می‌کند. به هر حال جوامع مسافرت مجازی اگر نتوانند رضایت خاطر مشتریان خود را از جهات محتوای طراحی و امنیتی برآورده کنند، ممکن است در

1. Virtual Travel Community
2. Rheingold

خطر از دست دادن مشتریان خود قرار گیرند. وب ۲ و گردشگری مجازی ظهور وب ۲،۰ یا گردشگری ۲،۰ مفهوم شبکه اجتماعی و جوامع مجازی را به هم آمیخت و آن را در اختیار صنعت گردشگری قرارداد. سایت راهنمای مسافرت^۱ یکی از موفقترین شبکه‌های اجتماعی، جامعه مجازی در امر گردشگری است که آسان‌سازی دسترسی به تمام هتل‌های سراسر جهان و گردآوری افراد برای بحث و گفت‌وگو را به عهده دارد. این سایت امکان بررسی مستقل کاربران را برای امور گردشگری و ارائه پیشنهادات کتبی به اعضای راهنمای مسافرت و همچنین ماهرسازی راهنمایان را فراهم می‌سازد و سکوی قدرتی برای برخورد بین افراد همسان فراهم می‌کند. باید توجه داشت که مهمترین فاکتور برای ارزشیابی سازمان گردشگری رضایت مندی کاربر است، لذا سازمانهای گردشگری می‌توانند با تجزیه و تحلیل محتوای جوامع گردشگری مجازی، نوع رفتار و میزان رضایتمندی مشتری‌هایشان را بفهمند و برای بهبود خدمات خود به فعالیتهای اصلاحی بپردازند. همچنین سطح آگاهی‌ها را بالا ببرند و بین دستیاران جوامع گردشگری مجازی همکاری‌های قوی‌تری به وجود آورند. اینترنت تعداد انتخاب‌ها را برای مشتریان در حد قابل توجهی افزایش داده است. تا پیش از پیدایش اینترنت، متقاضیان فقط می‌توانستند به مکان‌های مشهور و همچنین سازمان‌هایی که در مجاورتشان بود دسترسی داشته باشند. هم‌اکنون متقاضیان می‌توانند از طریق اینترنت انتخاب‌های بسیار زیادی برای جست‌وجو و خرید داشته باشند. این قابلیت خصوصاً برای معرفی نواحی روستایی دور افتاده که پتانسیل گردشگری بالایی داشته باشند دارای اهمیت زیادی است.

معرفی روستاهای دارای پتانسیل گردشگری و امکانات آنها توسط اینترنت به دلیل ارزان قیمت بودن هزینه مسافرت به روستاها بی‌شک طرفداران بیشتری را در بر می‌گیرد. از مشکلات مطرح شده در کسب اطلاع از طریق اینترنت، داشتن انتخاب‌های بسیار زیاد آن است، هنگامی که کاربران نوآور اینترنت برای کسب اطلاعات گردشگری جست‌وجو می‌کنند، تمایل دارند که چندین وب‌سایت را بگردند که این امر اغلب نتیجه شروع جست‌وجوی اطلاعات در موتورهای جست‌وجو از نوع گوگل است.

لازم است یک سیستم پیشنهادی در فرآیند اجتماعی برای نشان دادن شاخص‌ها یا دریافت اطلاعات، به افراد کمک کند و مشخص کند که در جست‌وجوی یک مورد خاص برای افراد خاص چه انتخابی بهتر است، زیرا می‌تواند اطلاعات ارزشمندی ارائه دهد که برای فرآیند تصمیم‌گیری به مشتری‌ها کمک کند تا انتخاب مناسبتری داشته باشند. اینترنت همچنین مکانیزم‌های مؤثری را برای مشتریانی که از گردشگری روستایی شکایت داشته‌اند فراهم کرده است.

در گذشته کمتر از ۵ درصد مشتریانی که ناراضی بودند شکایت‌های خود را ابراز می‌کردند. سازمان‌های گردشگری برای مشتریان شاکی باید کانال‌هایی فراهم نمایند. این امر با پیاده‌سازی بخش شکایت‌های الکترونیکی بر روی وب‌سایتها و ایجاد یک کانال عمومی برای ارتباطات بین مدیریت و مشتری‌های ناراضی محقق شده است. بنابراین، با پیشرفت سریع گردشگری مجازی روستایی، هم‌اکنون کاربران می‌توانند به آسانی شکایت‌های خودشان را ابراز نمایند، که به نوبه خود می‌تواند تاثیر مشخصی روی خدمات ارائه شده توسط شرکت‌ها داشته باشند.

1. www.tripadvisor.com

ابعاد زیست محیطی و گردشگری مجازی روستایی

یکی از ضروریات مسافرت به مناطق روستایی جهت گردشگری، آگاهی و اطلاع کلی در مورد وضعیت جغرافیایی و اقلیمی منطقه، به همراه آگاهی از وضعیت آب و هوای منطقه مورد نظر است که سایت‌های گردشگری به صورت آنلین و ۲۴ ساعته وضعیت آب و هوایی و پیش‌بینی چند روز آینده را خیلی ساده گزارش می‌دهد.

گردشگری مجازی روستایی از نظر زیست محیطی در موارد ذیل، می‌تواند اطلاع‌رسانی مفیدی ارائه نماید:

۱. مدیریت صحیح بین بخش گردشگری و محیط زیست و روابط فی ما بین.
۲. محدود کردن آن دسته از فعالیت‌ها که موجب ضربه زدن به منابع و موجودیت آینده‌ی روستاها می‌شود.
۳. فعالیت‌های پیشنهادی در جهت جلوگیری از تخریب و آلودگی محیط زیست روستایی.
۴. ایجاد تعادل بین نیازهای جهانگردان، ساکنین محلی و مکان گردشگری.
۵. استفاده از منابع انرژی تجدید شونده و وسایل کم مصرف.

جدول ۱) ارتباط دستاوردهای گردشگری مجازی روستایی با مؤلفه‌های توسعه‌ی پایدار روستایی

مؤلفه‌های توسعه‌ی پایدار روستایی	دستاوردهای گردشگری مجازی روستایی
اقتصادی	ایجاد یک منبع ثابت درآمد از طریق ایجاد سیستم گردش پول افزایش بهره‌وری ایجاد اشتغال کاهش هزینه صرفه‌جویی در وقت و انرژی
اجتماعی	فراهم آوردن خدمات با کیفیت و سرعت بالا توزیع عادلانه خدمات فراهم آوردن محیط ۲۴ ساعته خدمت رسانی تسهیل هویت بخشی به روستاها افزایش مشارکت مردمی در امورات گردشگری بستر سازی برای مدیریت روستایی
محیط زیستی	کاهش ترافیک کاهش آلودگی هوا و منابع طبیعی

مزایای گردشگری مجازی روستایی

مزایای گردشگری الکترونیکی، بسیار حائز اهمیت بوده، ما را به استفاده از آن، ترغیب خواهد نمود. این ویژگی‌ها 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.
- * عدم نیاز به پیمودن مسافتهای طولانی و خسته‌کننده که در نتیجه، برای افراد مسن، بیمار و کودکان که تحمل طی مسافتهای طولانی را ندارند، قابل استفاده است.
- * بسیاری از نوجوانان، جوانان و دختران، بدون حضور والدین و با امنیت خاطر، می‌توانند با کمک گردشگری الکترونیکی، به سفر بپردازند.
- * امکان سفر به مناطق مختلف جهان، بدون نگرانی از مسائل فرهنگی، اجتماعی، مذهبی و سیاستهای بین

دو کشور.

- * کاهش ساخت و سازهای بیمورد جهت سکونت مسافران.
- * انجام بازدیدهای علمی و همایش‌های مختلف با کمک ابزارهای الکترونیکی؛ همچون ویدئو کنفرانس و عدم نیاز به سفر به آن مناطق و در نتیجه، حذف خطر جاده و کاهش هزینه‌ها.
- * کاهش صف‌های طویل تهیه بلیط.
- * فراهم آمدن امکان خرید اینترنتی از مراکز خرید صنایع دستی و در نتیجه رونق تجارت الکترونیک و کمک به تولید و راه‌اندازی کارگاه‌های کوچک و بزرگ صنایع دستی و محلی.
- * اشتغال‌زایی.
- * ایجاد رقابت در زمینه هتل‌داری و اقامتگاه‌ها و بهبود سرویس‌دهی و امکانات رفاهی مکان‌های تفریحی و گردشگری.
- * مناسب بودن برای کشورهای کمتر توسعه یافته، به دلیل عدم نیاز به هزینه‌های احداث و توسعه مراکز گردشگری و سرویس‌های سفر.
- * عدم نیاز به راهنمای آموزش دیده برای معرفی مکانها و مناطق گردشگری.
- * سودمند بودن برای محققان و پژوهشگران، به دلیل بررسی موردی یک موضوع خاص.
- * کاهش ترافیک و تردد‌های غیرضروری.
- * کاهش و تغییر هزینه‌های سفر.
- * صرفه‌جویی در وقت.
- * حفاظت از میراث فرهنگی، به دلیل عدم ارتباط مستقیم با آثار و...

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

گردشگری مجازی روستایی، دور دنیا با یک کلیک تنها نیست، بلکه ابزاری است که توسط آن، یک گردشگر بتواند در کم‌ترین زمان، با کم‌ترین امکانات و با کم‌ترین هزینه، و با کم‌ترین دانش، ظرفیت‌های گردشگری یک روستا را شناسایی و با یک برنامه هدفمند و طرح هدایت‌گر، از سوی دولت و آژانس‌ها و مراکز مربوطه، به مکانی خاص مسافرت کند. از طرف دیگر، منظور از توسعه پایدار روستایی، تنها حفاظت از محیط زیست نیست، بلکه مفهوم جدیدی از رشد اقتصادی و اجتماعی است که با بهره‌گیری از قابلیت‌هایی نظیر گردشگری مجازی روستایی می‌توان بستری را فراهم کرد که متولیان امر برای بهبود بخشیدن ارتباطشان با یکدیگر و با مشتریان، شرایط مناسبی را در جهت توسعه پایدار روستایی فراهم نمایند. از آنجایی که اصول پایداری به ابعاد محیطی، اقتصادی و اجتماعی توسعه گردشگری می‌پردازد، برای تداوم بلندمدت این پایداری می‌بایستی بین این سه بعد، تعادل موردنیاز به وجود بیاید. در نهایت، برای گسترش گردشگری مجازی روستایی به‌عنوان ابزاری جهت نیل به توسعه پایدار موارد ذیل توصیه می‌گردد: افزایش آگاهی افراد در زمینه‌ی محافظت از محیط زیست در دنیای مجازی، متعادل نگه داشتن پیوندهای محیط شهری و روستایی برای تقویت توسعه پایدار از طریق اینترنت و معرفی طبیعت و آداب و رسوم سنتی مربوط به روستاها.

فهرست منابع:

۱. ازکیا، مصطفی. **جامعه‌شناسی توسعه**. تهران، مؤسسه نشرکلمه، ۱۳۸۱.
۲. ازکیا، مصطفی. **جامعه‌شناسی توسعه و توسعه نیافتگی روستایی ایران**. تهران، انتشارات اطلاعات، ۱۳۷۸.
۳. ازکیا، مصطفی. **مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی توسعه روستایی**. تهران، انتشارات اطلاعات، ۱۳۷۴.
۴. بروج، اشکان. **گردشگری فرهنگی طبیعی؛ گزینه‌ای برای توسعه پایدار**. قابل دسترس در سایت:
<http://www.iran-tourism.ir/index.php/sep/maghalat/category/-1farsi>
۵. پابلی یزدی، محمدحسین، محمدامیر ابراهیمی. **نظریه‌های توسعه روستایی**. تهران، انتشارات سمت، ۱۳۸۵.
۶. دعایی، حبیب‌الله، علیرضا قوامی. **گردشگری الکترونیکی**. ۱۳۸۴. قابل دسترس در سایت:
<http://www.iran-tourism.ir/index.php/sep/maghalat/category/-1farsi>
۷. رحمانی، فریده. **توسعه پایدار از تئوری تا عمل**. اطلاعات سیاسی اقتصادی، ۱۳۷۲. شماره ۶۹-۷۰.
۸. خلیلی، سعید. **ICT و ضرورت انقلاب فناوری در گردشگری**. ۱۳۸۴. قابل دسترس در:
<http://www.iran-tourism.ir/index.php/sep/maghalat/category/-1farsi>
۹. سقایی، مهدی. **گردشگری پایدار**. ۱۳۸۵. قابل دسترس در:
<http://touristy.blogfa.com/cat17-.aspx>
۱۰. سقایی، مهدی. **گردشگری روستایی و توسعه**. ۱۳۸۵. قابل دسترس در:
<http://touristy.blogfa.com/cat17-.aspx>
۱۱. مرندی. **نقش ICT در صنعت گردشگری**. بانک اطلاعات گردشگری. ۱۳۸۶. قابل دسترس در:
<http://www.iran-tourism.ir/index.php/sep/maghalat/category/-1farsi>

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی