



بررسی تحلیلی - تطبیقی شاخص‌های توسعه گردشگری الکترونیک در شهر اصفهان

امیر عباس یوسفی: دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی توریسم، دانشگاه آزاد اسلامی نجف‌آباد، نجف‌آباد، ایران
رضا مختاری ملک‌آبادی: استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام‌نور، تهران، ایران*
احمد خادم‌الحسینی: استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی نجف‌آباد، نجف‌آباد، ایران

وصول: ۱۳۸۹/۱۲/۷ پذیرش: ۱۳۹۰/۷/۲۳، صص ۱۵۰-۱۳۳

چکیده

شهر اصفهان علی‌رغم جاذبه‌های متنوع فرهنگی، تاریخی، مذهبی و اکوتوریستی، جایگاه شایسته‌ای در عرصه بین‌المللی از لحاظ درآمدهای حاصل از گردشگری ندارد. به طور کلی آمارها گویای جایگاه نازل صنعت توریسم در کشور و سهم یک درصدی ایران از سبد گردشگری جهانی است؛ که شهر اصفهان نیز از این قائده مستثنی نیست. بنابراین، با توجه به جایگاه نامناسب ایران و شهر اصفهان در صنعت گردشگری به نظر می‌رسد توسعه گردشگری مجازی و زیرساخت‌های وابسته به آن بتواند خلاء موجود را تا حدی جبران نماید. پژوهش حاضر، ترکیبی از دو شاخه تخصصی گردشگری و فناوری اطلاعات و ارتباطات است. روش غالب در این تحقیق، روش تحلیلی-میدانی است که با بهره‌گیری از مدل‌های کاربردی به امکان‌سنجی و چگونگی تحقق گردشگری مجازی به وسیله تکمیل دو نوع پرسشنامه (اول: بررسی شاخصهای شهروند الکترونیک در راستای تحقق گردشگری مجازی و دوم: بررسی میزان اعتقاد شهروندان به توسعه گردشگری مجازی) می‌پردازد. برای تلفیق شاخص‌ها از نرم افزار SPSS و روش‌های همبستگی استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان دهنده این مسأله است که مناطق ۱۲ و ۲ به ترتیب دارای بالاترین و پایین‌ترین سطح میانگین شاخص‌های شهروند الکترونیک در بین مناطق چهارده گانه هستند. اما اختلاف بین مناطق از این حیث چندان زیاد نیست که این موضوع نشان می‌دهد شهر اصفهان از نظر شاخص‌های سطح سواد الکترونیک در سطح متوسط قرار دارد. از طرف دیگر بررسی شاخصهای میانگین میزان اعتقاد به گردشگری مجازی نشان می‌دهد مناطق ۵ و ۶ بالاترین میانگین اعتقاد به توسعه گردشگری مجازی را دارند و در کل شهر ۵/۵ درصد شهروندان در سطح پایین، ۴۵/۲ در سطح متوسط و ۴۶/۲ درصد در سطح بالای اعتقاد به گردشگری مجازی قرار دارند.

واژه‌های کلیدی: مهارت‌های دیجیتال، جامعه مجازی، گردشگری مجازی، مناطق چهارده‌گانه شهر اصفهان

۱- مقدمه

برخوردار است. بر اساس گزارش سازمان جهانی جهانگردی، ایران رتبه دهم جاذبه‌های باستانی و تاریخی و رتبه پنجم جاذبه‌های طبیعی را در جهان دارا است و در سال ۲۰۰۸، در حدود ۲ میلیون

۱-۱ طرح مسأله

گردشگری ایران به عنوان یک صنعت از ظرفیت‌های بسیار بالایی برای رشد و توسعه

شهر اصفهان از بازار بی‌نهایت گردشگری، به نظر می‌رسد، توسعه گردشگری الکترونیک و مظاهر نوین آن می‌تواند تا حدود زیادی مشکلات موجود در این زمینه را مرتفع سازد و جایگاه شهر اصفهان را از لحاظ پتانسیلهای گردشگری در سطح بین‌المللی بهبود بخشد. بنابراین در این مقاله کوشش می‌شود که ویژگیهای این شهر تاریخی و زیر ساختهای آن در راستای امکان‌سنجی تحقق گردشگری مجازی در مناطق چهاردهگانه شهر اصفهان مورد بررسی و تجزیه و تحلیل آماری قرارگیرد.

۱-۲- اهمیت و ارزش تحقیق

مطالعه چگونگی به کار گیری فناوری اطلاعات و ارتباطات، در کلیه زمینه‌های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی جوامع، حائز اهمیت است. با توسعه شبکه‌های مخابراتی و رایانه‌ای، به ویژه در دو دهه اخیر، استفاده از فناوری اطلاعات در تمام عرصه‌های زندگی بشر رواج یافته است.

با استفاده از امکانات گردشگری مجازی در واقع می‌توان گفت که افق جدیدی پیش پای صنعت گردشگری که یکی از پردرآمدترین صنایع است گشوده شده است. با استفاده از این امکان، کشورها می‌توانند با هزینه کمتری برای آثار دیدنی خود به تبلیغات بپردازند. استفاده از فضای وب همچنین سبب کاهش اتلاف منابع انرژی، هزینه‌های حمل و نقل و... می‌شود.

علیرغم اینکه در عصر جدید، کشورهای مختلف دنیا سرمایه‌گذاری زیادی را در زمینه‌های مختلف توسعه گردشگری الکترونیکی انجام داده‌اند، این مسأله در کشور ما مورد غفلت واقع شده و کمتر برنامه ریزی و سرمایه‌گذاری بر روی آن انجام شده

گردشگر خارجی از ایران بازدید کرده‌اند و این در حالی است که در این سال ۸۴۲ میلیون جهانگرد در دنیا سفر کرده‌اند.

به نظر کارشناسان، این صنعت از توسعه‌ای که شایسته آن است برخوردار نبوده است. از دلایل آن می‌توان به آماده نبودن بسترهای اقتصادی مناسب در ایران برای جذب سرمایه‌گذاری در ساخت هتل و سایر صنایع جانبی این حوزه اشاره کرد. بی‌خبر بودن سرمایه‌گذاران از زمینه‌های موجود در ایران و تبلیغات ضعیف و نیز انتشار اخبار نادرست و منفی از ایران، از دیگر موانع در راه رشد صنعت گردشگری در ایران است.

در مقایسه با ایران، برخی کشورها توانسته‌اند کارنامه موفقی را در این زمینه از خود برجای بگذارند. به طور مثال تنها در سال ۲۰۰۷ میلادی، حدود ۱۵ میلیون گردشگر خارجی از شهر دبی در کشور امارات متحده عربی در جنوب خلیج فارس دیدار کردند. این در حالی است که کشور ایران با سهمی کمتر از یک پانزدهم تعداد گردشگران شهر دبی در سال مشابه، تنها کمتر از یک درصد سهم درآمد جهانی از صنعت توریسم را به خود اختصاص داده است (مختاری، ۱۳۸۹، ۲). با توجه موارد مذکور، متأسفانه یکی از دلایل عدم موفقیت کشور ایران و به تبع آن شهر زیبای اصفهان در زمینه جذب گردشگر، جدای از فراهم نبودن یکسری از زیرساختهای مرتبط با این صنعت، مربوط به تبلیغات سوء بیگانگان و رسانه‌های وابسته به آنها می‌باشد که ایران را کشوری ناامن با آداب و رسوم بسیار سخت و پیچیده و فاقد امکانات اولیه گردشگری نشان می‌دهند. در این راستا با توجه به مشکلات موجود و سهم ناچیز

پژوهش پرداختن به سیستم (CRS) یا نظام ذخیره جا می باشد که از نکات قابل توجه در زمینه توریسم الکترونیک می باشد. یکی دیگر از مواردی که این پژوهش بدان پرداخته مبحث مشتری مداری الکترونیکی است که رفتار مصرف کنندگان صنعت توریسم را در عصر فناوری اطلاعات و ارتباطات مورد تجزیه و تحلیل قرار می دهد.

۱-۳- پیشینه پژوهش
با عنایت به جدید بودن موضوع گردشگری مجازی، کمتر در کشور ایران و شهر اصفهان مورد توجه برنامه ریزان قرار گرفته است. با این وجود از کارهای انجام شده پیرامون موضوع مذکور می توان به موارد زیر اشاره نمود:

۱-۳-۱- تحیری و محرر (۲۰۰۲) در مقاله ای با عنوان نقش فناوری اطلاعات در گسترش صنعت توریسم عمدتاً به رابطه بین گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات و سیستم توزیع جهانی (GDS) پرداخته و به این نکته اشاره می نمایند که با توسعه صفحات جهانی وب و گسترش مرزهای اطلاعات، بسیاری از محدودیت های سیستم توزیع جهانی در دنیای گردشگری برطرف شده و نظام نوینی تحت عنوان توریسم الکترونیک حاکم شده به نحوی که فناوری اطلاعات با طبقه بندی و دسته بندی اطلاعات حوزه گردشگری، امکان کار و فعالیت در حوزه گردشگری هم در خانه هم در محل کار را فراهم نموده است.

۱-۳-۲- پائولین جی شلدون (۲۰۰۴) در مقاله ای با عنوان گردشگری الکترونیک، راهکاری برای مدیریت استراتژیک گردشگری، به ارتباط بین برنامه ریزی مدیریت استراتژیک توریسم و فناوری اطلاعات و ارتباطات می پردازد. یکی از بحث های اصلی این

- دفتی شانکر (۲۰۰۸) در مقاله ای با عنوان فناوری اطلاعات و گردشگری، تهدیدها و فرصت ها که در سمینار توریسم الکترونیک در سال ۲۰۰۸ در کشور هندوستان ارائه گردیده به طور خلاصه به چالش ها و فرصت های حاصل از توریسم الکترونیک می پردازد. از نکات جالب توجه این مقاله پرداختن جامع به مباحثی چون اقتصاد الکترونیک، نقش سیستم اطلاعات جغرافیایی در توسعه توریسم، (DMS) نظام مدیریت مقصد، (CRS) نظام ذخیره جا، (GDS) نظام توزیع جهانی (CRM) نظام مدیریت مشتری است. نویسنده این مقاله توسعه توریسم مجازی را راهکاری ارزشمند برای مقابله با مشکلات فرهنگی و همچنین جلوگیری از تخریب آثار توریستی و اکوتوریستی می داند.

- دهقان، علیرضا (۱۳۸۷) در پژوهشی با عنوان تجربه گردشگری در فضای واقعی و مجازی، ضمن توجه به این نکته که مکان مهمترین عنصر در توسعه گردشگری است اذعان می دارد که مکان چه در شکل واقعی و چه در شکل مجازی اش، عنصری کلیدی در مبحث توریسم است و در واقع به بررسی این موضوع می پردازد که تجربه توریسم در جهان نسبتاً مجازی شده کنونی چه تفاوتی با جهان واقعی دارد.

در واقع این مقاله تجربیات توریستی در دو جهان واقعی و مجازی را به شکل تصویری مورد پردازش قرار می‌دهد.

- بمانیان و همکاران (۱۳۸۸)، در مقاله ای با عنوان ارائه مدل پیشنهادی جهت پیاده سازی گردشگری الکترونیک در طرحهای توسعه گردشگری روستایی، (بررسی تطبیقی و ارائه مدل پیشنهادی با توجه به شرایط معاصر ایران) با ارائه مدلی در گردشگری الکترونیک روستایی بر اساس چرخه دمینگ، به چهار محور: طراحی و برنامه ریزی، اجرا، بازرسی و کنترل و اقدام اصلاحی اشاره دارد که می تواند در شرایط معاصر ایران در توسعه گردشگری روستایی بسیار موثر باشد.

- مختاری و یوسفی (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان گردشگری مجازی و امنیت گردشگری، ضمن پرداختن به بخشی از ناآرامیهایی که در سطوح جهانی صنعت جهانگردی کشورهای مختلف را تحت تاثیر قرار داده، به اصول و مبانی جهانگردی مجازی و امکان سنجی زیربنایی آن در سطح شهر اصفهان پرداخته و این نوع جهانگردی را بعنوان راهکاری ارزشمند در راستای برطرف کردن مشکلات ناشی از ناامنی‌های داخلی و خارجی پیشنهاد می نمایند.

- عاملی (۱۳۸۸) در طرحی با موضوع مطالعات شهر مجازی تهران، رویکرد تحلیلی به فضاهاى عمومی به مطالعات فضای مجازی و زیرساختهای لازم آن در شهر تهران می پردازد. این طرح یک فصل را به طور کامل به لایه‌های گردشگری مجازی، صنایع دستی مجازی و... اختصاص داده است که درخور اهمیت است.

- راودراد و حاجی محمدی (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان تفاوت شناخت حاصل از گردشگری واقعی و گردشگری مجازی بر پایه نظریه روایت، عقیده دارند اگرچه گردشگری مجازی قادر است اطلاعات بسیار وسیعتر و کاملتری را نسبت به گردشگری واقعی در اختیار افراد قرار دهد، اما در عمل، فاقد حس حضور در مکان و تجربه زیستن است. به همین سبب اولاً، نوع شناختی که به دست می دهد، دستکاری شده و غیرواقعی است ثانیاً، این نوع گردشگری، صرفاً، نقش مکمل برای گردشگری واقعی دارد. نویسندگان اظهار می دارند آن نوع گردشگری که از فضای مجازی آغاز و به فضای واقعی ختم شود، آثار و نتایج مثبت هر دو نوع را در عرصه شناخت در بر خواهد داشت.

۱-۴- اهداف پژوهش

- بررسی تحلیلی - تطبیقی مناطق چهاردهگانه شهر اصفهان از لحاظ شاخصهای شهروند الکترونیک - بررسی و تجزیه و تحلیل آماری میزان اعتقاد شهروندان اصفهانی در ارتباط با پذیرش و فراهم سازی زیرساختهای صنعت گردشگری مجازی - بررسی شاخصهای گردشگری مجازی در شهر اصفهان و ارائه الگوی مناسب توسعه گردشگری مجازی در راستای ترسیم افق آینده گردشگری اصفهان

۱-۵- فرضیه‌های تحقیق

در راستای بررسی تحلیلی - تطبیقی مناطق، سه فرضیه به شرح زیر در این پژوهش مورد آزمون قرار گرفته است:

مدل‌های کاربردی به امکان سنجی و چگونگی تحقیق گردشگری مجازی بوسیله جمع آوری پرسشنامه پرداخته می‌شود که در تجزیه و تحلیل پرسشنامه‌ها از نرم افزارهای مختلف جغرافیایی از جمله SPSS استفاده شده است.

جامعه آماری تحقیق مورد نظر، شهروندان ساکن و گردشگران در مناطق چهاردهگانه شهر اصفهان بوده و روش نمونه برداری، تصادفی سیستماتیک می‌باشد که جهت برآورد تعیین حجم نمونه، از روش‌های متداول مانند فرمول کوکران (Cochran)، استفاده شده است.

۱- میزان آمادگی الکترونیکی شهروندان ارتباط مستقیمی با گسترش گردشگری مجازی در شهر اصفهان دارد.

۲- اکثریت شهروندان مناطق چهاردهگانه شهر اصفهان به توسعه گردشگری مجازی اعتقاد دارند.

۳- توسعه گردشگری مجازی، موجب رونق گرفتن سایر بخشهای اقتصادی مرتبط خواهد گردید.

۱-۶- روش تحقیق

روش غالب در این تحقیق، روش تحلیلی- میدانی و مبتنی بر آمار و اطلاعات جدید است که با استفاده از روشهای مختلف برنامه ریزی منطقه ای و

رابطه ۱ (حافظ نیا، ۱۳۸۷، ۱۴۰)

$$n = \frac{\frac{t^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{t^2 pq}{d^2} - 1 \right)} = \frac{\frac{(1.96)^2 (.7)(.3)}{(.5)^2}}{1 + \frac{1}{1791069} \left(\frac{(1.96)^2 (.7)(.3)}{(.5)^2} - 1 \right)} = 325$$

- پرسشنامه شماره دو: بررسی میزان اعتقاد شهروندان اصفهانی به توسعه گردشگری مجازی در مناطق چهارده گانه شهر اصفهان همچنین جهت ارتباط بین متغیرهای فناوری اطلاعات و ارتباطات در شهر اصفهان با متغیرهای گردشگری مجازی، از روش‌های همبستگی اسپرمن، پیرسون، کندال و سایر روش‌های تحلیلی استفاده شده است.

با توجه به جمعیت شهر اصفهان (۱,۷۹۱,۰۶۹ نفر)، با استفاده از روش کوکران، حدود ۳۲۵ پرسشنامه مورد نیاز بود که با روش وزن دهی به مناطق توزیع و تکمیل پرسشنامه‌ها انجام گردید. لازم به ذکر است که هر شهروند به دو نوع پرسشنامه به شرح زیر پاسخ داده است :

- پرسشنامه شماره یک : بررسی شاخص‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات (درصد شاخصهای شهروند الکترونیک در مناطق چهارده گانه شهر اصفهان)

۲- ادبیات نظری تحقیق

۱-۲ جهانگردی (توریسم)

جهانگردی معادل سیاحت (عربی) و توریسم (فرانسه) است. سیاحت در عربی به معنای زیاد سفرکردن است و سیاح یا معادل فارسی آن جهانگرد، کسی است که زیاد سفر می‌کند. توریسم که واژه‌ای است فرانسوی، از دو جزء یعنی، Tour و Ism تشکیل شده است. Tour به معنای (سفر، مسافرت کردن و سیاحت) و Ism به معنای اصول، اصالت و مکتب است. پس با این تفسیر، توریسم یعنی مکتبی که پایه فکری آن سیاحت و سفر است و توریست کسی است که به مسافرت، سیاحت و جهانگردی می‌پردازد (شفیعی، ۱۳۸۵، ۱۵).

۲-۲ گردشگری

گردشگری مجموع پدیده‌ها در ارتباطات ناشی از کنش متقابل میان گردشگران، سرمایه، دولت‌ها و جوامع میزبان، دانشگاه‌ها و سازمان‌های غیردولتی، در فرایند جذب، حمل و نقل، پذیرایی و کنترل گردشگران و دیگر بازدید کنندگان است (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۶، ۱۲).

سازمان جهانی گردشگری (WTO) گردشگری را بدین گونه تعریف نموده است:

گردشگری شامل فعالیت‌هایی است که شخص و یا اشخاص با اقامت و یا عبور از محل زندگی به محل‌های خارج از محیط‌های روزمره خود جهت

گذران اوقات فراغت، تجارت و یا سایر اهداف در طول یک سال انجام می‌دهند (قره نژاد، ۱۳۸۶، ۳۲).

۲-۳ فناوری اطلاعات و ارتباطات^۱

فناوری اطلاعات شامل هرگونه تجهیزات و سیستم‌های اتصال داخلی (سیستم‌های فرعی) این تجهیزات که شامل هر اشکال فناوری استفاده شده در ایجاد، ذخیره، ساماندهی، مدیریت، جابجایی، نمایش، تعویض، تبادل، انتقال یا دریافت اطلاعات، به هر شکل ممکن آن می‌شود. اطلاعات ممکن است به اشکال مختلف از جمله: داده‌های تجاری، مکالمات همراه با صدا، تصاویر ثابت و متحرک، نمایش‌های چند رسانه‌ای و غیره باشد. اصطلاح ارتباطات به سیستمی از نمادها و مفاهیم مشترک که افراد را در یک گروه، جامعه یا فرهنگ متحد می‌کند، اطلاق می‌شود. لغت ارتباطات به فناوری اطلاعات افزوده شده تا مفهوم شبکه‌ای استفاده از فناوری اطلاعات را تداعی کند (مظلومی، حمید، ۱۳۸۳، ۱۵).

۲-۴ جامعه اطلاعاتی^۲

مفهوم جامعه اطلاعاتی در طی ۳۰ سال گذشته، به وسیله دانشمندان زیادی توصیف شده است:

لایک بل ۳ (۱۹۷۴)، تافلر ۴ (۱۹۸۰)، ماسودا ۵ (۱۹۸۱)، نایسبیت ۶ (۱۹۸۴) و کاستلز ۷ (۲۰۰۲)، هر

1- Information and Communication Technology (ICT)

2- Information Society

3- Like Bell

4- Toffler

5-Masuda

6- Naisbitt

7-Castells

8- W.j.Martin

9- E-Citizen

اطلاعات استفاده می‌کنند، شهروندان الکترونیکی هستند (فتحیان و مهدوی نور، ۱۳۸۵، ۲۳۷).

۲-۷ گردشگری الکترونیک

گردشگری مجازی یا (E-Tourism) را می‌توان مولفه‌ای اساسی و از انواع گردشگری همگام با تکنولوژی اطلاعات به شمار آورد که حداکثر دو دهه از ظهور آن نمی‌گذرد. گردشگری مجازی حضور در سرزمین دیجیتالی وب (Digital Web) و مشاهده داده‌های صوتی، متنی و تصویری از دنیای فیزیکی است که امکان سفرهای مجازی و غیر واقعی و بهره‌گیری از جاذبه‌های طبیعی مناطق هدف گردشگری، برای برخی کاربران که قصد مراجعه به این مکان هدف گردشگری هدف را دارند یا برای کسانی که از این امکان محروم می‌مانند فراهم می‌کند (بمانیان، پور جعفر و محمودی نژاد، ۱۳۸۸، ۲).

۲-۸ مزایای گردشگری مجازی

قابلیت دستیابی آسان، استطاعت پرداخت هزینه‌ها، قابلیت دسترسی برای همه اقشار، رفع موانع و محدودیتهای محیطی - فرهنگی و حذف واسطه‌ها، رفع محدودیتهای زمانی و کم‌رنج نمودن مرزهای جغرافیایی، تنوع اشکال و خدمات، تحقق توسعه پایدار (در راستای حفظ محیط زیست، جلوگیری از انواع آلودگیها و بیماریها، کاهش آسیب‌رسانی به آثار باستانی و میراث فرهنگی) از دیگر مزایای مجازی شدن می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

یک از جامعه اطلاعاتی تعاریفی ارائه نموده اند؛ اما بهترین و کامل‌ترین تعریف از جامعه اطلاعاتی، تعریف ویلیام مارتین ۸ است که معتقد است جامعه اطلاعاتی، جامعه‌ای است که در آن کیفیت و شیوه زندگی، همانند نمود تغییرات اجتماعی و توسعه اقتصادی، به میزان قابل توجهی به اطلاعات و بهره‌برداری از آن وابسته است (W.j.Martin, 1995, 3).

۲-۵ شهر الکترونیکی

در شهرهای سنتی، بخش عمده‌ای از وقت شهروندان صرف انجام فعالیت‌های تکراری و غیر مفید می‌شود. انتظار در صف‌ها، پیمودن مسافت‌های طولانی برای خرید کالا و دریافت خدمات و معطل شدن در ترافیک‌های سنگین، تنها بخشی از اتلاف وقت در این گونه شهرهاست؛ در حالی که در شهر الکترونیکی، به جای اینکه امور اداری توسط شخص چه حضوری و چه از طریق تلفن، در ساعات اداری انجام شود، با استفاده از شبکه‌های رایانه‌ای، تهیه کالا، ارائه خدمات و دستیابی به اطلاعات به صورت شبانه روزی و در کل ایام هفته، امکان پذیر است (فتحیان و مهدوی نور، ۱۳۸۵، ۲۳۶).

۲-۶ شهروند الکترونیکی

فردی که با فناوری اطلاعات آشنایی داشته باشد و بتواند از خدمات الکترونیکی یک شهر الکترونیکی استفاده کند، شهروند الکترونیکی نام دارد. به عبارت بهتر، شهروندان جامعه اطلاعاتی که از مزایای فناوری

۳- قابلیت اجرایی تحقق گردشگری مجازی در شهر اصفهان

۱-۳ بررسی میانگین شاخص‌های شهروند الکترونیک

با علم به این موضوع که اولین گام در راستای تحقق گردشگری الکترونیکی، آشنایی شهروندان به مظاهر نوین فناوری اطلاعات و ارتباطات است و در واقع گردشگری الکترونیک در فضای سایبر نیازمند شهروندانی الکترونیکی است. جدول شماره ۱ تعداد پرسشنامه مورد نیاز هر یک از مناطق را با توجه به وزن جمعیتی آنها نشان می‌دهد. جداول شماره ۲ و ۳ که از پرسشنامه شماره یک مستخرج شده‌اند، وضعیت شاخصهای شهروند الکترونیک را در مناطق چهارده گانه به تفکیک و به حالت تطبیقی نمایانگر می‌سازند.

۱-۱-۳ برآورد تقریبی تعداد پرسشنامه مورد نیاز

هر منطقه با توجه حجم نمونه

برای برآورد تعداد پرسشنامه مورد نیاز هر منطقه از روش وزن دهی بر اساس نسبت جمعیت آن منطقه استفاده شده که در جدول زیر نشان داده شده است.

این که فاصله، مانع انجام کار موسسات، همکاری‌ها و کنفرانس‌ها نگردد.

- به حداقل رساندن آمار بلایای فیزیکی از قبیل آتش‌سوزی‌ها، تصادفات، انفجار بمب‌ها و زلزله‌ها یا سایر حوادث مخرب، مانند اعتصاب‌ها؛ زیرا دیگر فعالیت‌ها در یک محوطه یا سازمان، متمرکز نیستند

- بهبود شاخص بهره‌وری در مقیاس فردی، سازمانی و اجتماعی

- کاهش هزینه‌های فضاهای اداری، خدماتی -

تفریحی و فرهنگی

- کاهش ترافیک و کاهش تقاضای سفرهای

شهری

- مزایای زیست محیطی؛ زیرا افراد کمتری در حال تردد به محل کار هستند.

- کیفیت و تسهیلات بیشتر برای مشتری و امکان

دریافت خدمات در هر زمان

- ایجاد تعادل در توزیع و بهره‌وری از فضاهای

خدماتی و - دسترسی یکسان همه اقشار جامعه

- امکان دسترسی به صورت روی خط در ۷ روز

هفته و ۲۴ ساعت در هر شبانه روز (۲۴*۷)

- ایجاد تنوع بیشتر در فضاهای خدماتی و تسهیل

اداره امور و مدیریت شهری

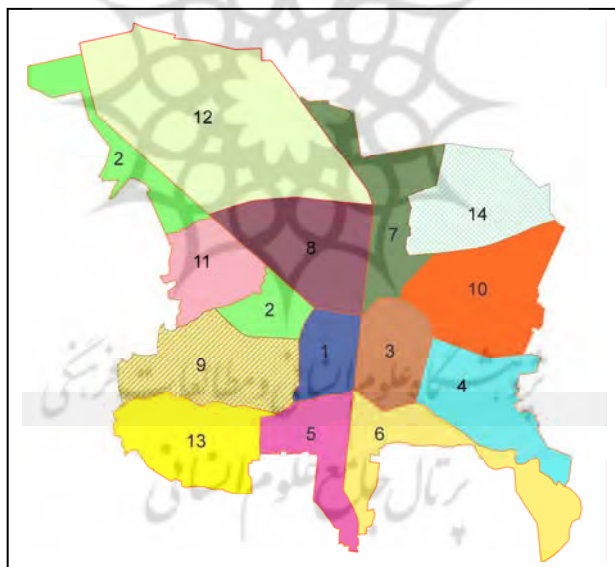
- امکان نظارت مؤثر بر عملکرد افراد و

سازمان‌ها (جلالی، ۱۳۸۳، ۲۵-۲۳).

جدول ۱- جمعیت سال ۱۳۸۹ و برآورد تعداد پرسشنامه مورد نیاز

منطقه	برآورد جمعیت سال ۱۳۸۹	درصد جمعیت هر منطقه به کل جمعیت	تعداد پرسشنامه مورد نیاز هر منطقه
۱	۷۴۱۳۰	٪۴/۱۳	۱۳
۲	۵۹۳۶۹	٪۳/۳۱	۱۲
۳	۱۱۱۹۳۶	٪۶/۲۴	۲۰
۴	۱۲۸۱۰۲	٪۷/۱۵	۲۳
۵	۱۶۳۱۱۹	٪۹/۱۰	۲۹
۶	۱۰۲۶۹۴	٪۵/۷۳	۱۹
۷	۱۵۸۶۰۰	٪۸/۸۵	۲۹
۸	۲۳۹۸۳۴	٪۱۳/۳۹	۴۳
۹	۷۱۶۷۶	٪۴	۱۳
۱۰	۱۹۸۹۱۸	٪۱۱/۱۰	۳۶
۱۱	۶۴۲۷۱	٪۳/۵۸	۱۲
۱۲	۱۳۱۲۷۳	٪۷/۳۳	۲۴
۱۳	۱۲۳۹۳۷	٪۶/۹۱	۲۲
۱۴	۱۶۳۱۱۰	٪۹/۱۰	۲۹
جمع کل	۱۷۹۱۰۶۰۹	٪۱۰۰	۳۲۴

منبع: سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۳۸۵ و تحلیل نگارندگان



شکل ۱- نقشه مناطق چهاردهگانه شهر اصفهان

جدول 2- بررسی میانگین شاخص‌های شهروند الکترونیک به تفکیک مناطق یک تا هفت
(شاخصهای مرتبط با گردشگری مجازی)

میانگین شهر	منطقه هفت	منطقه شش	منطقه پنج	منطقه چهار	منطقه سه	منطقه دو	منطقه یک	شاخص
3/83	3/8	4/4	3/64	3/69	3/77	3/66	2/23	میزان استفاده از تلفن، موبایل، بیجر و... در طول شبانه روز
	6	1	12	9	8	11	14	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
3/55	3/51	2/94	3/72	3/60	3/45	2/75	2/84	میزان کار با کامپیوتر
	9	13	4	8	10	14	2	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
3/38	3/62	2/84	3/48	3/17	3/41	2/66	3/84	میزان استفاده از شبکه اینترنت
	5	12	6	10	7	13	2	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
2/65	2/82	2/48	2/50	2/34	2/5	2/7	3	میزان استفاده از chat - E-mail
	2	9	7	11	8	4	1	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
3/09	2/65	3/05	2/48	2/43	2/25	3	3/1	میزان استفاده از کارت‌های اعتباری
	11	8	12	13	14	9	5	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
2/10	1/96	2/38	2/27	1/43	2/50	2/16	2/07	خرید الکترونیکی یا مجازی
	11	3	5	14	2	7	9	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
2/66	2/48	2/89	2/44	2/34	2/95	2/66	2/76	میزان استفاده از شبکه‌های الکترونیک بانکها و موسسات مالی
	10	5	11	13	3	7	6	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
2/88	3/2	1/94	3/10	2/86	2/55	2/66	3/15	گذران اوقات فراغت بوسیله کار با اینترنت
	2	14	5	8	12	10	4	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
3/51	4/06	3/63	3/17	3/39	3/75	3	3/23	برطرف کردن نیازهای علمی و تحقیقاتی و آموزشی از طریق اینترنت
	1	6	11	9	5	14	10	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
2/44	2/31	2/78	2/75	2/17	2/45	1/83	2/38	استفاده از دفاتر خدمات الکترونیک سازمانها و ارگانهای شهری
	10	2	3	13	7	14	9	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
2/29	1/85	2/31	2/03	2/21	2/15	1/75	2/65	استفاده از شبکه اینترنت و پرتال شهر اصفهان
	11	6	10	7	8	12	4	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
2/54	2/58	2/84	2/55	2/26	3/55	2/09	3/07	دیدن آموزش عمومی و ارتقای مهارت‌های دیجیتالی در 5 سال گذشته
	7	3	8	12	1	13	2	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
2/49	2/86	2/89	2/29	2/19	2/80	2/08	2/38	میزان استفاده از دفاتر خدمات ارتباطی، کافی نت و...
	3	1	8	11	4	12	7	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
2/28	2/44	1/78	2/34	1/86	2/55	2/08	2/30	میزان استفاده از فضاهای تفریحی مجازی (اتاقک‌های چت، کتابخانه‌های دیجیتال، سینمای مجازی و...)
	5	13	6	12	4	9	7	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
2/75	2/68	2/05	2/37	2/47	4	2/50	2/84	میزان دنبال کردن اطلاعات و رویدادهای مرتبط با نوآوریهای فناوری اطلاعات در جامعه
	7	14	13	11	1	10	6	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
2/45	2/44	2/15	2/35	2/34	2/60	1/91	2/76	مطالعه و مرور رخدادهای خبری بصورت online
	9	13	10	11	5	14	1	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
2/80	2/62	2/70	2/71	2/54	2/95	2/33	2/91	میانگین کل هر منطقه
	11	8	7	13	4	14	5	رتبه کل هر منطقه

جدول ۳ بررسی میانگین شاخص‌های شهروند الکترونیک به تفکیک مناطق هشت تا چهارده (شاخص‌های مرتبط با گردشگری مجازی)

میانگین شهر	منطقه هشت	منطقه نه	منطقه ده	منطقه یازده	منطقه دوازده	منطقه سیزده	منطقه چهارده	شاخص
۲/۸۳	۳/۶۰	۴/۱۵	۳/۸۱	۳/۷۵	۳/۷۹	۴	۴/۳	میزان استفاده از تلفن، موبایل، بیجر و... در طول شبانه روز
	۱۳	۳	۵	۹	۷	۴	۲	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
۳/۵۵	۳/۶۹	۳/۷۰	۳/۳۰	۳/۴۱	۳/۹۵	۳/۷۷	۲/۶۸	میزان کار با کامپیوتر
	۶	۵	۱۲	۱۱	۱	۳	۷	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
۳/۳۸	۳/۳۵	۳/۶۶	۳/۰۵	۳/۲۵	۴	۳/۶۸	۳/۳۲	میزان استفاده از شبکه اینترنت
	۱۴	۴	۱۱	۹	۱	۳	۸	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
۲/۶۵	۲/۶۶	۲/۴۱	۲/۲۵	۲/۰۹	۲/۷۹	۲/۱۸	۲/۶۵	میزان استفاده از chat - E-mail
	۵	۱۰	۱۲	۱۴	۳	۱۳	۶	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
۳/۰۹	۲/۸۱	۳/۰۸	۳/۱۷	۳/۳۳	۳/۴۱	۳/۰۹	۳/۵۸	میزان استفاده از کارت‌های اعتباری
	۱۰	۷	۴	۳	۲	۶	۱	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
۲/۱۰	۲/۰۶	۱/۷۶	۱/۸۲	۲/۱۶	۲/۵۴	۲/۳۶	۲/۰۶	خرید الکترونیکی یا مجازی
	۱۰	۱۳	۱۲	۶	۱	۴	۸	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
۲/۶۶	۲/۶۵	۲/۳۸	۲/۱۹	۲/۹۱	۳/۳۷	۳/۰۹	۲/۶۲	میزان استفاده از شبکه‌های الکترونیک بانکها و موسسات مالی
	۸	۱۲	۱۴	۴	۱	۲	۹	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
۲/۸۸	۲/۹۷	۲/۷۶	۲/۵۸	۲/۴۱	۳/۳۷	۳	۳/۱۳	گذران اوقات فراغت بوسیله کار با اینترنت
	۷	۹	۱۱	۱۳	۱	۶	۳	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
۲/۵۱	۳/۴۲	۳/۴۱	۳/۱۶	۳	۳/۸۷	۳/۹۵	۳/۸۲	برطرف کردن نیازهای علمی و تحقیقاتی و آموزشی از طریق اینترنت (مراکز علمی مجازی)
	۷	۸	۱۳	۱۲	۳	۲	۴	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
۲/۴۴	۲/۳۰	۲/۲۳	۲/۴۱	۲/۵۰	۲/۵۷	۲/۵۰	۲/۸۰	استفاده از دفاتر خدمات الکترونیک سازمانها و ارگانهای شهری
	۱۱	۱۲	۸	۵	۶	۴	۱	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
۲/۲۹	۲/۰۷	۱/۶۱	۲/۸۰	۱/۶۶	۲/۹۵	۲/۶۸	۲/۴۱	استفاده از شبکه اینترنت و پرتال شهر اصفهان
	۹	۱۴	۲	۱۳	۱	۳	۵	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
۲/۵۴	۲/۰۲	۲/۳۸	۲/۵۲	۲/۵۸	۲/۶۲	۲/۶۸	۲/۴۸	دیدن آموزش عمومی و ارتقای مهارت‌های دیجیتالی در ۵ سال گذشته
	۱۴	۱۱	۹	۶	۵	۴	۱۰	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
۲/۴۹	۲/۲۵	۱/۹۲	۲/۸۸	۲	۲/۲۹	۲/۷۲	۲/۵۸	میزان استفاده از دفاتر خدمات ارتباطی، کافی نت و...
	۱۰	۱۴	۲	۱۳	۹	۵	۶	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
۲/۲۸	۱/۹۵	۲/۱۶	۲/۵۸	۱/۵۸	۲/۵۸	۲/۰۴	۳/۰۳	میزان استفاده از فضاهای تفریحی مجازی (اتاقکهای چت، کتابخانه‌های دیجیتال، سینمای مجازی و...)
	۱۱	۸	۳	۱۴	۲	۱۰	۱	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
۲/۷۵	۲/۴۰	۳/۲۳	۲/۸۶	۲/۵۰	۲/۵۰	۳/۳۱	۳/۱۰	میزان دنبال کردن اطلاعات و رویدادهای مرتبط با نوآوریهای فناوری اطلاعات در جامعه
	۱۲	۳	۵	۹	۸	۲	۴	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
۲/۴۵	۲/۲۸	۲/۴۶	۲/۵۲	۲/۶۶	۲/۷۰	۲/۴۵	۲/۷۵	مطالعه و مرور رخدادهای خبری بصورت online
	۱۲	۷	۶	۳	۴	۸	۲	رتبه شاخص در بین کل مناطق چهاردهگانه
۲/۸۰	۲/۶۵	۲/۷۰	۲/۷۳	۲/۶۲	۲/۹۶	۳/۰۷	۳/۰۱	میانگین کل هر منطقه
	۱۰	۹	۶	۱۲	۳	۱	۲	رتبه کل هر منطقه

ماخذ: محاسبات میدانی نگارندگان با استفاده از آزمون CSPP

منطقه ۲ دارای پایین‌ترین سطح میانگین شاخص‌های شهروند الکترونیک در مناطق چهارده گانه شهر می‌باشند. اما اختلاف ما بین مناطق از این حیث چندان

بررسی میانگین شاخص‌های شهروند الکترونیک در راستای تحقق گردشگری مجازی در شهر اصفهان نشان می‌دهد که منطقه ۱۲ دارای بالاترین میانگین و

میانگین سطح بندی کلی سطح سواد الکترونیک در مناطق چهاردهگانه شهر اصفهان بیانگر این موضوع است که اکثریت شهروندان در وضعیت متوسط قرار دارند.

زیاد نیست و مناطق اختلاف بسیار ناچیزی با هم دارند (رتبه مناطق در جداول ۱ و ۲ قابل مشاهده است).

جدول ۴- بررسی شاخص سطح سواد الکترونیک در سه سطح پایین، متوسط و بالا (کل شهر)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	سطح پایین	122	37.5	37.8	37.8
	سطح متوسط	175	53.8	54.2	92.0
	سطح بالا	26	8.0	8.0	100.0
	Total	323	99.4	100.0	
Missing	System	2	.6		
	Total	325	100.0		

در راستای مقایسه تحلیلی تطبیقی میزان اعتقاد شهروندان اصفهانی به توسعه گردشگری مجازی از مقایسه ۲۰ شاخص به شرح زیر استفاده شده است: (جداول مربوط به مقایسه به دلیل افزایش حجم مقاله در اینجا نیامده است)

تحلیل شاخص‌های بیست گانه نشان داد که از بین ۲۰ شاخص مذکور شاخص شماره بیست با عنوان دیدگاه کلی شهروندان به توسعه گردشگری مجازی با میانگین ۹/۳۳ بالاترین و شاخص دهم: نقش فناوری اطلاعات در افزایش توانمندی مدیران حوزه‌های گردشگری با میانگین ۷/۵۴ پایین‌ترین رتبه را به خود اختصاص داده‌اند. (جدول ۵ رتبه سایر مناطق را نشان می‌دهد) این آمار نشان می‌دهد که دیدگاه کلی شهروندان نسبت به توسعه گردشگری مجازی در سطح مناطق چهاردهگانه مثبت است.

جدول ۴ که به وسیله ترکیب ۱۶ شاخص مرتبط با سنجش سطح سواد الکترونیک در مناطق چهارده گانه و تعیین سه سطح پایین، متوسط و بالا بدست آمده است، نشان می‌دهد که حدود ۵۳/۸ درصد شهروندان در سطح ۲ یا سطح متوسط شهروند الکترونیک قرار دارند. این در حالی است که ۳۷/۵ درصد شهروندان در سطح ۱ یا سطح پایین و حدود ۸ درصد شهروندان نیز در سطح بالای شهروند الکترونیک قرار دارند.

بنابراین، می‌توان گفت شهر اصفهان از لحاظ شاخص‌های شهروند الکترونیک در سطح متوسط قرار دارد.

۴- مقایسه تحلیلی - تطبیقی میزان اعتقاد شهروندان اصفهانی به توسعه گردشگری مجازی در مناطق چهارده گانه شهر اصفهان

جدول ۵- میانگین شاخص‌های بیست گانه توسعه گردشگری مجازی

رتبه میانگین	میانگین شاخص در کل شهر	شاخص
۱۳	۷/۹۵	شاخص اول: اعتقاد شهروندان به کتابخانه الکترونیک، فرهنگسرای مجازی و خدمات تفریحی مجازی.
۱۵	۷/۹۳	شاخص دوم: نقش فناوری اطلاعات در تنوع بخشی به فضاهای گردشگری.
۱۴	۷/۹۴	شاخص سوم: نقش فناوری اطلاعات در دسترسی عادلانه شهروندان به خدمات گردشگری.
۱۲	۷/۹۶	شاخص چهارم: نقش فناوری اطلاعات در بالا رفتن سطح فرهنگ افراد در استفاده از فضاهای تفریحی
۱۱	۷/۹۷	شاخص پنجم: نقش فناوری اطلاعات در افزایش مشارکت شهروندان در امور شهری.
۱۰	۷/۹۸	شاخص ششم: نقش فناوری اطلاعات در صرفه جویی زمان و مکان و فضا
۹	۷/۹۸	شاخص هفتم: نقش فناوری اطلاعات در امکان دسترسی آنلاین ۲۴ ساعته به خدمات گردشگری مجازی
۸	۷/۹۹	شاخص هشتم: نقش فناوری اطلاعات در کاهش ترافیک و تقاضای سفرهای مرتبط با گردشگری.
۱۸	۷/۸۸	شاخص نهم: نقش فناوری اطلاعات در تغییر روند برنامه ریزی و سیاستهای مرتبط با گردشگری.
۲۰	۷/۵۴	شاخص دهم: نقش فناوری اطلاعات در افزایش توانمندی مدیران حوزه‌های گردشگری.
۱۷	۷/۹۱	شاخص یازدهم: نقش فناوری اطلاعات در کاهش هزینه‌های استفاده از مراکز گردشگری
۱۶	۷/۹۲	شاخص دوازدهم: نقش فناوری اطلاعات در کاهش خستگی و دلزدگی استفاده از فضاهای گردشگری واقعی
۶	۸	شاخص سیزدهم: نقش فناوری اطلاعات در تمرکززدایی از مراکز ترافیک گردشگری
۷	۷/۹۹	شاخص چهاردهم: نقش فناوری اطلاعات در افزایش ساعات کار در خانه (دورکاری)
۵	۸/۲۲	شاخص پانزدهم: نقش فناوری اطلاعات در افزایش اوقات فراغت شهروندان
۳	۸/۵۱	شاخص شانزدهم: نقش فناوری اطلاعات در استفاده تعداد بیشتری از شهروندان از جاذبه‌های گردشگری.
۲	۸/۹	شاخص هفدهم: نقش فناوری اطلاعات در کاهش میزان آسیب‌رسانی به جاذبه‌های گردشگری
۱۹	۷/۷۴	شاخص هجدهم: نقش فناوری اطلاعات در تسهیل امور مربوط به صدور روادید و ویزا...
۴	۸/۴۵	شاخص نوزدهم: نقش گسترش فناوری اطلاعات در افزایش امنیت وابسته به گردشگری.
۱	۹/۳۳	شاخص بیستم: بطور کلی دیدگاه شیمان نسبت به توسعه گردشگری مجازی در شهر اصفهان چگونه است؟

منبع: شاخص سازی و تحلیل توسط نگارندگان

۳/۹۸۳۳	منطقه یازده
۳/۵۷۱۷	منطقه دوازده
۳/۷۳۷۵	منطقه سیزده
۳/۵۲۲۲	منطقه چهارده
۳/۸۲۱۳	میانگین کل

مأخذ: محاسبات نگارندگان با استفاده از تحلیل پرسشنامه‌ها

جدول ۶ نشان می‌دهد که از بین مناطق چهاردهگانه شهر اصفهان، مناطق ۵ و ۶ به ترتیب بالاترین میانگین را بین مناطق دارا است و مناطق ۱۴ و ۲ دارای پایین ترین میانگین بین مناطق هستند.

جدول ۶- میانگین هر منطقه از نظر اعتقاد شهروندان

۵- تجزیه و تحلیل فرضیات تحقیق

۱-۵ فرضیه ۱: میزان آمادگی الکترونیکی شهروندان ارتباط مستقیمی با گسترش گردشگری مجازی در شهر اصفهان دارد.

در راستای اثبات این فرضیه با استفاده از ضرایب همبستگی پیرسون، اسپرمن و کندال، ضریب همبستگی ۲ شاخص ترکیبی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

به گردشگری مجازی

میانگین	منطقه محل سکونت
۳/۸۵۳۸	منطقه یک
۳/۶۰۰۰	منطقه دو
۳/۷۲۰۰	منطقه سه
۳/۷۲۵۰	منطقه چهار
۴/۱۳۹۷	منطقه پنج
۴/۲۳۹۵	منطقه شش
۳/۹۲۰۷	منطقه هفت
۳/۸۶۹۰	منطقه هشت
۳/۸۷۵۰	منطقه نه
۳/۷۳۹۷	منطقه ده

همین روش تبدیل به یک شاخص شده و سپس ارتباط بین این دو شاخص ترکیبی محاسبه شده است.

شاخص ترکیبی اول متشکل از ۱۶ شاخص زیر مجموعه بوده که با استفاده از روش compute variable به یک شاخص تبدیل شدند و شاخص ترکیبی دوم متشکل از ۲۰ شاخص زیر مجموعه با

جدول ۷- محاسبه ضریب همبستگی پیرسون

		شاخص ۱	شاخص ۲
شاخص ۱	Pearson Correlation	1	.036
	Sig. (2-tailed)		.571
	N	263	255
شاخص ۲	Pearson Correlation	.036	1
	Sig. (2-tailed)	.571	
	N	255	314

جدول ۸- محاسبه ضریب همبستگی اسپرمن و کندال

		شاخص ۱	شاخص ۲
Kendall's tau_b	شاخص ۱	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	263
	شاخص ۲	Correlation Coefficient	.013
		Sig. (2-tailed)	.763
		N	255
Spearman's rho	شاخص ۱	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.751
		N	263
	شاخص ۲	Correlation Coefficient	.020
		Sig. (2-tailed)	.751
		N	255

جدول ۶ نشان داد که اکثر شهروندان مناطق چهارده گانه شهر اصفهان با نسبت بسیار بالا اعتقاد به توسعه گردشگری مجازی دارند. همچنین جدول ۹ نشان می‌دهد که ۶۶٫۲ درصد شهروندان در سطح بالای اعتقاد به توسعه گردشگری قرار دارند. که این آمارها نشان از تأیید فرضیه ۲ است.

نتایج نسبت همبستگی دو مجموعه شاخص‌ها نشان می‌دهد که ارتباط مستقیم و مثبت بین بالارفتن شاخص‌های آمادگی الکترونیک و میزان اعتقاد به گردشگری مجازی وجود دارد. بنابراین، فرضیه مذکور تأیید می‌گردد.

۲-۵ فرضیه ۲: اکثریت شهروندان مناطق چهارده‌گانه شهر اصفهان به توسعه گردشگری مجازی اعتقاد دارند.

جدول ۹ سطح بندی کل شهر از نظر اعتقاد شهروندان به گردشگری مجازی

سطح بندی کل شهر		فراوانی	درصد
سطح پایین	1.00	18	5.5
سطح متوسط	2.00	147	45.2
سطح بالا	3.00	150	46.2
	Total	315	96.9
Missing	System	10	3.1
Total		325	100.0

مأخذ: محاسبات نگارندگان

گرفتن سایر بخش‌های اقتصادی در کشور گردد. لازم به ذکر است که گسترش بدون برنامه این فناوری، ممکن است موجب از رونق افتادن برخی از فعالیت‌های اقتصادی و یا حتی بیکاری در جامعه شود.

۶- جمع بندی و نتیجه گیری

۶-۱ با توجه به نتایج حاصل از پرسشنامه‌های شماره یک، ۳۷/۵ درصد شهروندان، از نظر شاخص‌های سطح سواد الکترونیک در سطح پایین، ۵۳/۸ درصد در سطح متوسط و ۸ درصد، در سطح بالا قرار دارند.

۶-۲ در واقع بررسی میانگین شاخص‌های شهروند الکترونیک در راستای تحقق گردشگری مجازی در شهر اصفهان نشان می‌دهد که منطقه ۱۲ دارای بالاترین میانگین و منطقه ۲ دارای پایین‌ترین سطح میانگین شاخص‌های شهروند الکترونیک در مناطق چهارده گانه شهر هستند. اما اختلاف ما بین مناطق از این حیث چندان زیاد نیست و مناطق اختلاف بسیار ناچیزی با هم دارند. این آمارها نشان می‌دهد که وضعیت شاخص‌های سطح سواد الکترونیک در سطح متوسط قرار دارد.

۳-۵ فرضیه ۳: توسعه گردشگری مجازی، موجب رونق گرفتن سایر بخش‌های اقتصادی مرتبط خواهد گردید.

اگر مهمترین موانع موجود در توسعه صنعت توریسم کشور را کمبود امنیت، نارسایی خدمات زیربنایی، عدم شناخت کامل و معرفی جاذبه‌های اکوتوریستی، عدم سهولت در تهیه ویزا، روادید، شکاف فرهنگی، تخریب آثار توریستی و... فرض کنیم، فناوری اطلاعات و ارتباطات با توسعه زیرساخت‌های تحت وب، مدل سازی (DMS) نظام مدیریت مقصد، (CRS) نظام ذخیره جا، (GDS) نظام توزیع جهانی (CRM) نظام مدیریت مشتری مداری و استفاده از ابزارها و فناوری‌هایی چون GIS و یا توسعه گردشگری مجازی می‌تواند بر بیشتر مشکلات موجود غلبه نماید و زمینه توسعه پایدار را موجب شود، چرا که توسعه پایدار مستلزم این است که آثار و جذابیت‌های توریستی برای نسل‌های آینده حفظ شوند که این مهم در گرو توسعه فناوری‌های نوین است.

نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که، مدل سازی و ابزارهای زیر مجموعه فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌تواند بخش زیادی از مشکلات موجود در این زمینه را رفع نماید و موجب رونق

۷- پیشنهادها و راهکارها

بنابراین، در راستای توسعه گردشگری مجازی و بهبود روشهای گذران اوقات فراغت موارد زیر پیشنهاد می‌گردد:

۱-۷ تهیه طرح جامع گردشگری مجازی در اصفهان و ایجاد نهادی تحت عنوان مرکز گردشگری مجازی در سازمان ایرانگردی ایران: طراحی و استقرار یک طرح جامع ICT در گردشگری، یکی از الزامات مهم در توسعه زیر ساخت‌های گردشگری کشور با استفاده از فناوری اطلاعاتی روز است. این طرح می‌تواند با تعیین چشم اندازی مشخص، ماموریت مراکز مختلف کشور را برای گسترش بهینه توانمندی‌های گردشگری کشور با قابلیت آی تی فراهم کند. در این راستا می‌توان از تجربیات کشورهای موفق و مطالعات تقریباً مشابه به آسانی بهره برد.

۲-۷ فرهنگ سازی و تهیه برنامه‌های آموزشی بخصوص در سطوح دانشگاهی از اهمیت زیادی در این زمینه برخوردار است که باید مورد توجه جدی قرار گیرند.

۳-۷ اطلاع رسانی ظرفیت‌های فرهنگی، تاریخی و گردشگری کشور در سطح جهانی از طریق کانال‌های مجازی و توجه به اطلاع رسانی الکترونیکی رسمی پتانسیل‌های گردشگری ایران در رسانه‌های جهان

۴-۷ تجهیز و هماهنگی نیروهای مستعد بخش آی تی کشور و ایجاد بسترهای کاربردی موثر جهت راهنمایی آنلاین کاربران وب نسبت به اماکن گردشگری ایران

۳-۶ از طرف دیگر بررسی شاخصهای میانگین میزان اعتقاد به گردشگری مجازی در مناطق چهاردهگانه شهر اصفهان نشان می‌دهد که ۵/۵ درصد شهروندان در سطح پایین، ۴۵/۲ در سطح متوسط و ۴۶/۲ درصد در سطح بالای اعتقاد به گردشگری مجازی دارند.

۴-۶ بررسی میانگین شاخصهای اعتقاد به توسعه گردشگری الکترونیک نیز نشان داد که مناطق ۵ و ۶ دارای بالاترین میانگین اعتقاد می‌باشند.

۵-۶ طبق آمار موجود، شهر اصفهان از لحاظ شاخص‌های فناوری اطلاعات و زیر ساخت‌های مرتبط با این فناوری در وضعیت مطلوبی قرار دارد.

۶-۶ امروزه با همه گیر شدن استفاده از اینترنت و سایر خدمات مجازی، این امکان برای شهروندان وجود دارد که به راحتی بتوانند از امکانات گردشگری مجازی، استفاده نمایند.

۷-۶ طبق بررسی انجام شده وضعیت سواد اطلاعاتی (شاخص‌های شهروند الکترونیکی)، در وضعیت نسبتاً مطلوبی می‌باشد.

۸-۶ شهروندان ساکن در مناطق چهاردهگانه (بیش از ۹۰ درصد شهروندان) با سطح اختلاف بسیار کمی، تمایل زیادی به توسعه گردشگری مجازی دارند؛ به نحوی که اکثر شهروندان، اعتقاد به کاهش هزینه‌ها، کاهش ترافیک و تقاضای سفر شهری، صرفه جویی در زمان، فضا و مکان و تنوع بخشی فضاها، در توسعه گردشگری مجازی دارند - با توجه به نتایج حاصله، به طور کلی می‌توان به توسعه گردشگری مجازی در شهر اصفهان امیدوار بود.

پاپلی یزدی، محمد حسین و سقایی، مهدی، (۱۳۸۵)، گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، انتشارات سمت، تهران.

جلالی، علی اکبر، (۱۳۸۳)، شهر الکترونیک، انتشارات دانشگاه علم و صنعت ایران.

حافظ نیا، محمد رضا، (۱۳۸۷): مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، سمت.

دهقان، علیرضا (۱۳۸۷) تجربه گردشگری در فضای واقعی و مجازی، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره ۴.

راودراد، اعظم و حاجی محمدی، علی (۱۳۸۹)، تفاوت شناخت حاصل از گردشگری واقعی و گردشگری مجازی بر پایه نظریه روایت، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره سوم، شماره ۲.

سر شماری عمومی نفوس و مسکن، سال ۱۳۸۵ شفیع، محمد رضا (۱۳۷۵) بررسی توانهای جهانگردی در شهرستان فارس و اثرات آن بر توسعه شهرستان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده علوم زمین.

عاملی، سعیدرضا، (۱۳۸۸) مطالعات شهر مجازی تهران، رویکرد تحلیلی به فضاهای عمومی، جلد ۱، شهرداری تهران.

فتحیان، محمد و مهدوی نور، سید حاتم، (۱۳۸۵)، مبانی و مدیریت فناوری اطلاعات، انتشارات دانشگاه علم و صنعت ایران.

قره نژاد، حسن (۱۳۸۶)، مقدمه بر توسعه گردشگری و مهمانپذیری، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد.

مختاری، رضا و یوسفی، امیر عباس (۱۳۸۸) گردشگری مجازی و امنیت گردشگری،

۵-۷ تبلیغ و معرفی پایگاه‌های دیجیتالی گردشگری ایران (مثل سایت موزه‌ها و غیره) در رسانه ملی

۶-۷ اختصاص بودجه ای خاص از صندوق ذخیره ارزی کشور برای گسترش گردشگری در راستای آی تی مداری

۷-۷ یکی از اساسی ترین نیازهای صنعت گردشگری موجود در کشورمان در برخورد با چالشهای تکنولوژیکی ورود و فعال کردن نظامهای بهتر توزیع جهانی (S.D.G) با ورود و پیاده سازی استانداردهای جدید مدیریت روال گردش اطلاعات در نظامهای هتلداری و گردشگری است.

۸-۷ ایجاد نهادی تحت عنوان مرکز گردشگری مجازی در سازمان ایرانگردی ایران

۹-۷ دخالت دادن وزن گردشگری مجازی در چشم انداز گسترش صنعت گردشگری اصفهان

۱۰-۷ تدوین لایحه e-tourism در هیات دولت آینده و استقرار نظام جامع توسعه گردشگری در قالب طرح تکفا

۱۱-۷ دخیل کردن ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات در کلیه مراکز گردشگری رسمی و غیر رسمی ایران در برنامه پنجم توسعه

منابع

بمانیان، محمدرضا، پور جعفر، محمدرضا و محمودی نژاد، محمدرضا (۱۳۸۸)، ارائه مدل پیشنهادی جهت پیاده سازی گردشگری الکترونیک در طرح‌های توسعه گردشگری روستایی، (بررسی تطبیقی و ارائه مدل پیشنهادی با توجه به شرایط معاصر ایران)، فصلنامه مدیریت شهری، شماره ۲۳.

مظلومی، حمید، (۱۳۸۳)، بررسی آثار و پیامدهای ICT بر تعامل بین دولت و جامعه، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، شورای عالی اطلاع رسانی، مؤسسه روشنگران اندیشه.

Tahayori, H, Moharrer, M, (2002) E-Tourism: The Role of ICT In Tourism Industry, Innovations and Challenges, Shiraz University, Department of Computer Science and Engineering, Shiraz, Iran.

Pauline J. Sh (2004), e-Tourism: Information Technology for Strategic Tourism Management, Annals of Tourism Research, Vol. XX, and No. XX, University of Hawaii, USA.

Deepthi, Sh (2008), ICT and Tourism: Challenges and Opportunities, Conference on Tourism in India – Challenges Ahead, Part I – Tourism Strategy, 15-17 May 2008, IIMK 57.

Martin, W, j. (1995) the Global Information Society. Hampshire: Alsip Grower.

بررسی و امکان‌سنجی در شهر اصفهان، مجموعه مقالات همایش امنیت پایدار گردشگری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد.

مختاری ملک آبادی، رضا (۱۳۸۶) تاثیر فناوری

اطلاعات و ارتباطات بر کاربری‌های فرهنگی

تفریحی در شهر اصفهان، پایان‌نامه دکتری

جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، به راهنمایی

ضرابی، اصغر و تقوایی، مسعود، دانشگاه اصفهان.

مختاری ملک آبادی، رضا (۱۳۸۹)، فناوری اطلاعات

و ارتباطات، محور مدل‌سازی و توسعه پایدار

اکوتوریسم، اولین سمینار فناوری اطلاعات و

ارتباطات و توسعه صنعت اکوتوریسم، مهندسی

برق و کامپیوتر، شهرکرد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

The Analytical – comparative investigation of E-Tourism development indicators in Isfahan

A. A. Yousefi. R. Mokhtari Malekabadi. A. Khadem Al-Husseini

Received: February 26, 2011 / Accepted: October 15, 2011, 37-40 P

Extended Abstract

1- Introduction

Tourism in Iran as an industry has very high capacity for growth and development. According to the World Tourism Organization, Iran ranked tenth in archaeological and historical attractions and fifth in natural attractions in the world. In 2008, about 2 million foreign tourists visited Iran, while in this year a total of 842 million tourists have traveled all over the world. According to experts' viewpoints, development of tourism in Iran has not achieved what it deserves. Iranian financiers' ignorance of the current tourism status, weak advertising and false and negative news of Iran are obstacles to the growth of tourism in Iran.

So, due to exist problems in the field of tourism in Iran and Isfahan city, it seems that e-tourism and development of new forms of tourism can largely overcome the problems in this field and improve the status of Isfahan in terms of tourism potential in the international level. So, this article makes an attempt to study the feasibility of virtual tourism in 14 regions of Isfahan.

2- Methodology

This Study is a combination of two technical branches, tourism and information technology (IT). Thus, it examines the impact of IT on tourism in the city of Isfahan to find the practical results of the implementing virtual tourism infrastructure.

The predominant method used in this study is analytical method based on statistics and new information. In this method, two questionnaires were used to

Author(s)

A. A. Yousefi

M.A. Student of Tourism Planning, Islamic Azad University, Najaf Abad, Iran

R. Mokhtari Malekabadi (✉)

Assistant Professor of Geography and Urban Planning, Payam Noor University, Tehran, Iran

e-mail: mokhtaryus@yahoo.com

A. Khadem Al-Husseini

Assistant Professor of Geography and Urban Planning, Islamic Azad University, Najaf Abad, Iran

consider the use of applied models in the feasibility and implementation of virtual tourism (The first one examined indicators of e-citizen in the implementation of virtual tourism and the second one examined the amount of citizen's belief in virtual tourism development). To integrate these indicators, SPSS software, Spearman and Pearson correlation were used.

3- Discussion

The main benefits of Virtual Tourism can include:

- Easy availability
- Ability to pay costs
- Accessible to all people
- Overcoming environmental - cultural obstacles and limits
- Elimination of the intermediary
- Elimination of time constraints and geographical boundaries
- Variety of forms and services
- Achieving sustainable developments (in line with environmental protection, prevention of infections and diseases, reducing damage to ancient monuments and cultural heritage)

Other benefits of virtualization can be the following:

- Minimizing physical disasters such as fire, the crashes, explosions, bombs and destructive earthquakes.

The following were calculated for Isfahan city:

- Operational capability of the virtual tourism in Isfahan
- The average indicator of e-Citizen

On the other hand, the investigation of mean indicator of belief in virtual tourism in 14 regions in Isfahan show that 5.5% of citizens are in the low level, 45.2% are in the average level and 46.2% are in the high level of belief in virtual tourism.

4- Conclusion

The results showed that the regions 12 and 2 respectively have the highest and the lowest average of e-citizen indicators among the 14 regions of Isfahan. But the difference between these regions in this case is not very much. It shows that the city of Isfahan indicators is at the intermediate level in terms of the electronic literacy. On the other hand, the examination of the average amount of citizen's belief in virtual tourism in Isfahan shows that regions 5 and 6 have the highest average belief to the development of virtual tourism and in the entire city 5.5 percent of citizens are in the low-level, 45.2 percent in the average-level and 46.2 percent in the high-level of belief in virtual tourism.

Keywords: digital skills, virtual community, virtual tourism, 14 regions of Isfahan

References

- Ameli, S, (2009), the study of Tehran Virtual City, analytical approach to public spaces, Volume 1, Tehran Municipality.
- Bemanyan, poor Jaafar, M, Mahmoudinejad, M (2009), Provide a model for implementation of e-tourism in rural tourism development

- projects, (comparative study of the proposed model, according to contemporary conditions of Iran), *Journal of Urban Management*, No. 23.
- Dehghan, A (2008) experience in tourism, real and virtual space, *Journal of Cultural Studies*, the first year, number 4.
- Deepthi, Sh (2008), ICT and Tourism: Challenges and Opportunities, Conference on Tourism in India – Challenges Ahead, Part I – Tourism Strategy, 15-17 May 2008, IIMK 57.
- Fathian, M, Mahdavi Noor, S. Hatam, (2006), *Fundamentals of Information Technology Management*, University of science and Technology. Tehran.
- Garrah-Nejad, H. (2007), *Introduction to Tourism Development and Guest*, Islamic Azad University publisher, Najaf Abad.
- General population and housing census, (2006), Tehran, Iran.
- Hafiz Nia, M (2008): *Introduction to Research in the Humanities Science*, the Samt publisher.
- Jalali, A (2004), *Electronic City*, University of Technology.
- Martin, W, j. (1995) *the Global Information Society*. Hampshire: Alsip Grower.
- Mazloomi, H, (2004), effects and consequences of ICT on the interaction between state and society, Ministry of Communications and Information Technology, the High Council of Informatics, Institute of Roshangaran andisheh.
- Mokhtari, Malekabadi, R (2007), Impact of ICT on cultural entertainment for the city of Isfahan, PhD thesis, geography and urban planning, Zarrabi, Asghar and Taghvaei, Masoud, Isfahan University.
- Mokhtari, Malekabadi, R (2010), *Information and communication Technology, origin for modeling and sustainable development Ecotourism*, The first Symposiums of Information and communication Technology and ecotourism industry development, engineering power and computer, shahrekord.
- Mokhtari, R, Yousefi, (2009), virtual tourism and tourist safety, and feasibility study in Isfahan, Proceedings of Sustainable Tourism Security Conference, Islamic Azad University, Najafabad.
- Papoly Yazdi, M Saghaei, M. (2006), *tourism (nature and concepts)*, the Samt publisher, Tehran.
- Pauline J. Sh (2004), *e-Tourism: Information Technology for Strategic Tourism Management*, Annals of Tourism Research, Vol. XX, and No. XX, University of Hawaii, USA.
- Ravdrad, A Haji Mohammadi A (2010), recognizing the difference between real and virtual tourism based on narrative theory, *Journal of Cultural Studies*, Volume III, No. 2.
- Shafiee, M (1996), study of tourism potential in the city of Farsan and its impact on city development, MS

Thesis, Shahid Beheshti University,
School of Earth Sciences.
Tahayori, H, Moharrer, M, (2002) E-
Tourism: The Role of ICT In Tourism

Industry, Innovations and Challenges,
Shiraz University, Department of
Computer Science and Engineering,
Shiraz, Iran.

