

## طراحی مفهومی سیستم اطلاعات گردشگری ورزشی

سید نصراله سجادی<sup>۱</sup>، محمد صادق افروزه<sup>۲</sup>

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۰/۶/۱۲

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۱۲/۲۴

### چکیده

امروزه صنعت مسافرت و جهانگردی بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت در دنیا به حساب می‌آید و سیستم‌های اطلاعات گردشگری از شاخص‌های مهم در حوزه توسعه گردشگری است. تحقیق حاضر توصیفی - تحلیلی است و جامعه آماری آن را ۸۶ نفر از مدیران و کارشناسان اداره میراث فرهنگی گردشگری و اداره کل تربیت بدنی استان آذربایجان شرقی را تشکیل می‌دادند که نمونه آماری برابر با جامعه آماری در نظر گرفته شد. اطلاعات با استفاده از مدارک و اسناد موجود و طرح مفهومی پیشنهادی به همراه پرسشنامه و نیز پرسشنامه دیگری شامل ۳۲ سؤال در خصوص جریان اطلاعات در سیستم موجود جمع‌آوری شد. پرسشنامه سه شاخص سرعت، دقت و مرتبط بودن اطلاعات را در وضعیت موجود و مطلوب مقایسه می‌کرد. بعد از سه مرحله بررسی و شناخت سیستم موجود، تجزیه و تحلیل سیستم موجود گردشگری و شناسایی شکاف‌های اطلاعاتی ماتریس معماری اطلاعات ایجاد و در نهایت از آزمون t زوجی برای تعیین تفاوت وضع موجود و مطلوب استفاده شد. یافته‌های تحقیق نشان داد بین سیستم اطلاعات موجود گردشگری با طرح مفهومی مطلوب از نظر سرعت، مرتبط بودن و دقت و صحت اطلاعات تفاوت معنی‌داری وجود دارد. همچنین در شاخص مرتبط بودن اطلاعات بین اداره کل تربیت بدنی و میراث فرهنگی و گردشگری تفاوت معنی‌داری وجود دارد. با توجه به نتایج، به نظر می‌رسد کارشناسان اداره کل تربیت بدنی و گردشگری در خصوص افزایش سرعت، مرتبط بودن و حذف اطلاعات زائد نظر مساعدی دارند. این عقیده می‌تواند اهداف اطلاعاتی سازمان را به‌منظور استفاده از سیستم‌های اطلاعاتی به‌روز هموار سازد و از این طریق موجب رضایت مشتریان شود که با نتایج اصفهانی و همکاران و پور مهدی و همکاران همخوانی دارد؛ بنابراین لزوم به‌کارگیری طرح مفهومی گردشگری در سازمان‌های گردشگری، به‌ویژه سازمان‌های ورزشی توصیه می‌شود.

**کلیدواژه‌های فارسی:** سیستم اطلاعات، گردشگری ورزشی، طرح مفهومی.

۱. دانشیار دانشگاه تهران (نویسنده مسئول)

۲. دانشجوی دکتری دانشگاه تربیت معلم تهران

Email: nsajjadi@ut.ac.ir

Email: S\_afroozeh@yahoo.com

## مقدمه

امروزه، صنعت مسافرت و جهانگردی بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت دنیا به حساب می‌آید. بر اساس گزارش سازمان جهانگردی<sup>۱</sup> تعداد گردشگران جهان سالیانه ۴/۳ درصد رشد داشته و در سال ۲۰۲۰ به ۱/۶ میلیارد خواهد رسید (۱). مطالعات نشان می‌دهد در حال حاضر مسافرت‌های ورزشی ۴/۵ تریلیون دلار از سهم گردشگری جهانی را به خود اختصاص داده‌اند (۲). همچنین پیش‌بینی‌ها برآورد نموده‌اند که احتمالاً تا سال ۲۰۱۱ ده درصد نیز به این رقم افزوده خواهد شد (۳). جهانگردی ورزشی از دیدگاه گیبسون و همکاران (۲۰۰۶) مسافرت از محل اقامت به مکان مورد نظر برای شرکت در فعالیت ورزشی رقابتی، فراغتی، تماشای فعالیت ورزشی یا بازدید از جاذبه‌ای ورزشی است (۴). از طرفی، امروزه رقابت در این صنعت تا حد زیادی به کیفیت و کمیت اطلاعاتی وابسته است که از طریق سیستم‌های اطلاعات گردشگری<sup>۲</sup> ارائه می‌شود (۵). طی سال‌های گذشته طیف گسترده‌ای از سیستم‌های اطلاعات گردشگری به وجود آمده است. نظام‌های مدیریت مقصد گردشگری<sup>۳</sup> که توسط نظام مدیریت مقصد<sup>۴</sup> هدایت می‌شوند و اطلاعات طبقه‌بندی شده مقصد را در بر دارند در حال فزونی است. عوامل گوناگونی در موفقیت جذب گردشگر دخیل‌اند که عبارت‌اند از: عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی و فرهنگی، تسهیلات جهانگردی، تأسیسات پذیرایی، توسعه امکانات و وسایل مسافرت، تبلیغات و بازاریابی، استراتژی‌های رقابتی و وضعیت و محل استقرار جغرافیایی (۶). کامل و روشن بودن اطلاعاتی که به مسافر داده می‌شود، از متغیرهای اصلی برای تأمین رضایت مسافران به حساب می‌آید. مدیریت ارتباط با مشتری<sup>۵</sup> یکی از مهم‌ترین شاخص‌های کسب و کار خصوصاً در حوزه گردشگری است که هدف آن برقراری رابطه نزدیک‌تر و عمیق‌تر با مشتریان و تمایل به تغییر رفتار شرکت‌ها در برابر علایق و سلیقه‌های مشتریان است (۷). فراهم کردن قابلیت دسترسی به اطلاعات جامع گردشگری از چالش‌های عمده است. بدون شک، مهم‌ترین عامل شتاب‌دهنده گردشگری به‌کارگیری فناوری اطلاعات، دستیابی، ذخیره و بازیابی اطلاعات در نظام توزیع گردشگری است.

هر روزه، سیستم‌های مختلفی برای راحتی مسافران و گردشگران طراحی می‌شوند. سیستم‌های راهنمای محصولات و خدمات، اطلاعات مورد نیاز مصرف‌کنندگان را فراهم کرده، فرآیند

- 
1. World Tourism Organization
  2. Tourism Information System
  3. Destination management system (DMS)
  4. Destination management organization (DMO)
  5. CRM

تصمیم‌گیری آنان را در انتخاب مقصد و اسکان تسهیل می‌کنند (۸). سیستم‌هایی مانند GPS و GIS می‌توانند اطلاعات لازم را در هر نقطه (هتل‌ها، خطوط هوایی، رستوران‌ها) در اختیار گردشگران قرار دهند. این سیستم‌ها همچنین می‌توانند اطلاعاتی در خصوص نقشه راه‌نما و وضعیت آب و هوا، ترافیک و سایر خدمات مشابه و حتی تبدیل پول در اختیار گردشگران قرار دهد. این پایانه‌های متحرک و پویا شیوه‌های جدیدی برای حمایت از گردشگران فراهم می‌آورند (۹). سیستم رزرواسیون از جمله اولین سیستم‌های کاربردی الکترونیکی در صنعت گردشگری است و جزئی از بازار الکترونیکی گردشگری به شمار می‌رود. در بازار پر رونق گردشگری ایران با پتانسیل عظیم که آن را جزء ۱۰ کشور بالقوه در این حوزه قلمداد می‌کنند، سهم ایران از گردشگری تنها ۰/۱ درصد تولید ناخالص ملی است (۱۰) و هنوز سیستم‌های اطلاعاتی گردشگری در ایران رونق نگرفته است، در حالی که بازارهای الکترونیکی گردشگری از طریق حضور همه‌جانبه و فعالیت شبانه‌روزی برای هر فردی در هر کجای دنیا از طریق شبکه‌های ارتباطی به راحتی قابل دسترسی است. محققان از طریق فناوری به استمرار رابطه مشتری و عرضه‌کننده محصولات صحنه گذارده‌اند (۱۱). در حال حاضر نیز سیستم‌های توزیع مختلفی در سطح بین‌المللی در حال فعالیت‌اند که از آن جمله می‌توان «آباکوس» در حوزه اقیانوس آرام و آسیا و «اکسس» در ژاپن را نام برد که هدف اصلی آنان ارائه سیستم یکپارچه جهانی است. در حالی که سازمان‌ها می‌کوشند هزینه‌ها را کاهش دهند فناوری پیشرفت‌های دیگری از جمله چاپگر بلیت ماهواره‌ای<sup>۱</sup> و شبکه الکترونیکی تحویل بلیت<sup>۲</sup> را ارائه داده است. همچنین مسافرت بدون بلیت<sup>۳</sup> از سیستم‌های جدیدتر است (۱۲). عواملی چون افزایش کاربرد اینترنت و تلفن‌های WAP، در هم شکستن موانع، تجارت الکترونیکی، امنیت ارتباطات خصوصی و بهبود ارتباط از راه دور باعث این رشد شده است. سیستم اطلاعات گردشگری نیازمند زیرسیستم‌هایی است تا از طریق آن‌ها اطلاعات به‌روز را در اختیار کاربران قرار دهد. این زیرسیستم‌ها عبارت‌اند از: سیستم مدیریت ارتباط با مشتری<sup>۴</sup>، سیستم رزرواسیون مرکزی<sup>۵</sup> و سیستم توزیع جهانی<sup>۶</sup>. امروزه، مشکل اصلی در توسعه سیستم‌ها و ایجاد پرتال‌های اطلاعات گردشگری، یکپارچگی و دسترسی به داده‌های پردازش‌شده برای استفاده کاربران است. از برنامه‌ریزی سیستم کسب و کار

- 
1. Satellite Ticket Printer (STP)
  2. Electronic Ticket Delivery Network (ETND)
  3. Ticketless Travel
  4. CRMS
  5. CRS
  6. GDS

(BSP) به عنوان مدل‌سازی استاندارد برای تأمین نیازهای کوتاه‌مدت و بلندمدت و نیز برای طراحی سیستم اطلاعات در مؤسسات دولتی و خصوصی در کشورهای انگلستان و ایالات متحده آمریکا استفاده شد و موفقیت‌هایی را نیز به دنبال داشت؛ زیرا نیازهای ایجاد و توسعه سیستم‌های اطلاعات برای بخش خدماتی و تولیدی مشابه است. مدل کسب و کار چارچوبی برای خلق پول و ثروت است. این چارچوب نشان می‌دهد یک بنگاه چه مجموعه فعالیت‌هایی را، چگونه و در چه زمانی باید انجام دهد تا مشتریان از آنچه که از بنگاه انتظار دارند بهره‌مند شوند و بنگاه نیز به سود دست یابد (۱۳). این مدل توصیفی است از ارزشی که شرکت به یک یا چند بخش از مشتریان ارائه می‌دهد. طرحی است از شرکت و شبکه همکاری آن برای ایجاد، بازاریابی و تحویل ارزش و سرمایه‌های ارتباطی برای ایجاد جریان‌هایی که به کسب درآمدهای مثبت (سود) و با ثبات منجر می‌شوند (۱۴). این روش بر اساس نگرش از بالا به پایین پیش می‌رود تا دیدگاه‌های افراد از سطوح عالی تا کارکنان رده پایین بررسی و مطالعه شود و آنگاه برای پیاده‌سازی از نگرش پایین به بالا استفاده خواهد شد. گام‌های اساسی برای طراحی به روش BSP عبارت‌اند از:

۱. بررسی و شناخت وضع موجود سیستم، تعریف مشکل و عوامل حیاتی موفقیت؛
۲. تجزیه و تحلیل سیستم؛
۳. طراحی مفهومی.

پورمهدی و همکاران (۱۳۸۴) در تحقیق خود بیان کردند که پیاده‌سازی و استقرار سیستم‌های اطلاعات گردشگری براساس طرح مفهومی با ارائه اطلاعات مرتبط و حذف اطلاعات زائد تصمیم‌گیری را بهبود می‌دهد و در نهایت به جذب گردشگران کمک می‌کند (۶). همچنین فرزین و صفری (۱۳۸۸) فراهم نبودن زیرساخت‌های EC را برای پیاده‌سازی نظام مدیریت مقصد از نقاط ضعف سازمان‌های گردشگری در ایران بیان کردند (۱۵). البته محققان عوامل گوناگونی را دلیل نابسامانی گردشگری خصوصاً گردشگری ورزشی در ایران می‌دانند؛ به‌عنوان مثال تقوی و سلیمانی (۱۳۸۸) افزایش تعداد اتاق، آموزش منابع انسانی و جنگ را از عوامل اثرگذار در گردشگری در ایران نام برده است (۱۶). هنرور و همکاران (۱۳۸۶) نیز هنر، معماری و فرهنگ را برای گردشگران خارجی جذاب و مدیریت علمی را لازمه بازاریابی گردشگری بیان کرده‌اند (۱۷). شجاعی و نوری (۱۳۸۶) نیز پیشرفت فناوری را از الزامات گردشگری پایدار دانستند (۱۸). حمیدی و همکاران (۱۳۸۸) نیز به تبیین استراتژی گردشگری در ایران پرداختند و نداشتن برنامه‌ریزی را از نقاط ضعف وضعیت فعلی گردشگری ورزشی در ایران بیان کردند. آنان همچنین اعلام کردند که هیچ‌گونه الگوی مشخص گردشگری در ایران وجود ندارد (۱۹).

متأسفانه تحقیقات اندکی در زمینه نقش فناوری در توسعه گردشگری، خصوصاً ورزشی در نواحی مختلف کشور انجام شده است. همچنین برخی از مشکلاتی که در سیستم‌های کنونی وجود دارد را می‌توان قابل قبول نبودن صحت اطلاعات، عدم دریافت به موقع اطلاعات، زائد و غیرمرتبط بودن اطلاعات، زیاد بودن هزینه‌های جمع‌آوری اطلاعات، مطلوب نبودن ساختار توزیع اطلاعات و ناهماهنگی سیستم‌ها و سازمان‌های مرتبط بیان کرد. در این میان، استان آذربایجان شرقی نیز با توجه به داشتن کوه‌های سر به فلک کشیده، همجواری با دریاچه ارومیه، داشتن خط آهن، فرودگاه و آزاد راه و هتل‌های مناسب در بحث گردشگری زمینه زیادی برای تحقیق و بررسی دارد (۲۰). گردشگری استان نیازمند شناخت توانمندی‌ها و برنامه‌ریزی بلند مدت و نگرش واقع‌بینانه در تمامی دستگاه‌های مرتبط با این صنعت است که می‌تواند با بهره‌گیری از سیستم‌های اطلاعاتی خود را به‌روز نماید. همچنین مدل مفهومی با شناسایی تمامی شاخص‌های انتزاعی یا غیرانتزاعی حاضر در محیط مورد بحث به فهم و شناخت سازمان و مقوله گردشگری کمک می‌کند. در این زمینه محققان تلاش می‌کنند تا با بررسی طرح مفهومی گردشگری راه‌کارهایی را برای هر چه بهتر، دقیق‌تر و به‌روز شدن اطلاعات مناسب گردشگران ورزشی در دو اداره تربیت بدنی و میراث فرهنگی و گردشگری ارائه نمایند.

### روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر توصیفی - تحلیلی است. برای شناسایی تمامی عوامل مرتبط با اطلاعات و ارائه طرح مفهومی که هدف آن نیز شناسایی این عوامل برای برخورد صحیح و مدبرانه است، از مدیران و کارشناسان دو اداره کل میراث فرهنگی و نیز تربیت بدنی نظرخواهی شد که از نزدیک به تبادل اطلاعات و فرآیند تصمیم‌گیری‌ها با تمرکز بر اطلاعات آگاه‌اند. اطلاعات تأییدشده در ادوار گذشته نیز بررسی شد. جامعه آماری این تحقیق ۸۶ نفر مدیر و کارشناس اداره میراث فرهنگی گردشگری و اداره کل تربیت بدنی استان آذربایجان شرقی تشکیل می‌دادند که نمونه آماری برابر با جامعه آماری در نظر گرفته شد. به‌منظور طراحی از روش برنامه‌ریزی کسب و کار استفاده شد. طرح مفهومی به‌صورت پیشنهادی به همراه پرسشنامه و نیز همراه پرسشنامه دیگری شامل ۳۲ سؤال در مورد جریان اطلاعات در سیستم موجود و مطلوب طرح مفهومی در میان آزمودنی‌ها توزیع شد. برای تعیین روایی پرسشنامه از استادان مرتبط با گردشگری ورزشی و مدیریت استفاده شد. همچنین پایایی پرسشنامه در مطالعه راهنما ۰/۸۱ به‌دست آمد. در پرسشنامه سه شاخص سرعت، دقت و مرتبط بودن اطلاعات را در وضعیت موجود و مطلوب مقایسه می‌شد. سعی شد از مدارک و اسناد موجود بیشترین بهره

گرفته شود. بعد از سه مرحله بررسی و شناخت سیستم موجود، تجزیه و تحلیل سیستم موجود گردشگری و شناسایی شکاف‌های اطلاعاتی و ایجاد ماتریس معماری اطلاعات و بررسی اطلاعات انجام شد و در نهایت، از آزمون T زوجی برای تعیین تفاوت وضع موجود و وضع مطلوب و از آزمون T برای تفاوت دیدگاه‌ها نسبت به طرح مفهومی در دو اداره استفاده شد.

### یافته‌های پژوهش

#### ۱. بررسی و شناخت سیستم موجود، تعریف مشکل و عوامل حیاتی موفقیت

بررسی سیستم و تعریف مشکلات اداره کل تربیت بدنی و میراث فرهنگی و گردشگری از طریق انجام مصاحبه و بررسی اسناد و مدارک موجود و نیز گزارش تحقیقاتی دفتر برنامه ملی توسعه گردشگری (۲۱) در هر دو اداره و مقالات مرتبط انجام شده که در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱. بررسی و شناخت سیستم موجود

موانع و مشکلات در سیستم موجود	اطلاعات مورد نیاز	ارائه‌کنندگان اطلاعات
دسترسی نداشتن به اطلاعات بر حسب نیاز	گردشگران خارجی	اداره کل اتباع بیگانه
نبود برنامه منسجم جمع‌آوری اطلاعات	گردشگران داخلی	نامعین
اطلاعات تنها مربوط به هتل‌های یک تا پنج ستاره است	مدت زمان اقامت	تأسیسات اقامتی
برنامه منسجم جمع‌آوری آمار وجود ندارد.	کارکنان شاغل در بخش گردشگری	مراکز گردشگری و اقامتی
عدم ارسال گزارش دقیق	میزان ارز خروجی توسط	نامعین
اطلاعات مربوط به آژانس‌های فروش بلیت وجود ندارد. آژانس‌های جدید موظف به ثبت خود در فهرست‌های سازمان نیستند.	سازمان میراث فرهنگی و گردشگری	دفاتر مراکز خدمات گردشگری
جمع‌آوری اطلاعات سلیقه‌ای است و اطلاعات به‌طور منسجم جمع‌آوری نمی‌شود.	تورهای داخلی و خارجی	آژانس‌ها و تورگردان‌ها
نبود قدرت اجرایی در جمع‌آوری و ثبت اطلاعات مربوط به بناها و مراکز اقامتی در حال احداث	مجوزهای صادر شده برای تاسیس دفاتر خدمات مسافرتی	سازمان میراث فرهنگی و گردشگری - سازمان هواپیمایی کشور
تعامل بین سازمان تربیت بدنی و سازمان میراث فرهنگی و گردشگری نادر است.	کارشناسان و برنامه‌ریزان، تورهای داخلی و خارجی	نامعین
برنامه منسجم جمع‌آوری اطلاعات وجود ندارد و گزارش سالیانه ارسال می‌شود.	میزان کنترل و نظارت بر تأسیسات گردشگری	سازمان میراث فرهنگی و گردشگری
فهرست مناطق گردشگری ورزشی وجود ندارد.	ورزشکاران و تماشاگران	سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و سازمان تربیت بدنی
به‌دلیل نبودن این مجتمع برنامه منسجم جمع‌آوری اطلاعات وجود ندارد.	مجتمع عبادی و رفاهی	پایانه‌های کل کشور و سازمان میراث فرهنگی و گردشگری

موانع و مشکلات در سیستم موجود	اطلاعات مورد نیاز	ارائه‌کنندگان اطلاعات
برنامه‌ریزی منسجم جمع‌آوری اطلاعات وجود ندارد و اطلاعات به‌روز رسانی نمی‌شود.	دفترهای اطلاع رسانی گردشگری	سازمان میراث فرهنگی گردشگری
برنامه‌ای برای تعیین سطح مناطق گردشگری ورزشی برای مسابقات بین‌المللی، منطقه‌ای و ملی تدوین نشده است.	فدراسیون‌های بین‌المللی و ملی	سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و سازمان تربیت بدنی
برنامه منسجم جمع‌آوری اطلاعات وجود ندارد.	تعداد نمایشگاه‌های برگزار شده در مورد جاذبه‌های گردشگری	نامعین
جمع‌آوری اطلاعات بسیار پراکنده است.	تأسیسات بین راهی	سازمان میراث فرهنگی و گردشگری

## ۲. تجزیه و تحلیل سیستم موجود گردشگری و گردشگری ورزشی و شناسایی

### شکاف‌های اطلاعاتی

جدول ۲ با استفاده از اسناد موجود (۲۲) و اضافه کردن اسناد جدید مطرح شده است.

جدول ۲. تحلیل سیستم موجود و تبیین شکاف‌های اطلاعاتی

تولیدکنندگان اطلاعات	نوع اطلاعات	دوره گزارش اطلاعات	شیوه دسترسی سازمان	شکاف اطلاعاتی	موانع و مشکلات کنونی
اداره کل اتباع بیگانه	گردشگران خروجی از ایران	به صورت سالیانه	مکاتبات اداری به صورت سالیانه	تفکیک ماهیانه اطلاعات وجود ندارد.	با توجه به عدم دسترسی به اطلاعات ستون قبل امکان مقایسه گردشگران ورودی و خروجی وجود ندارد.
اداره کل اتباع بیگانه	ورود گردشگران خارجی به ایران	هر سه ماه یکبار و به صورت فصلی	مکاتبات هر سه ماه یکبار	اطلاعات به تفکیک برای شناسایی بازارها وجود ندارد.	اطلاعات جزئی در ستون قبل برای برنامه‌ریزی و تعیین استراتژی‌های بازاریابی مورد نیاز است.
سازمان میراث فرهنگی	درآمد ارزی حاصل از ورود گردشگران خارجی	به صورت فصلی	تخمین براساس هزینه‌های مربوط به اقامت، حمل و نقل، غذا، نوشیدنی، بازدید گردشگران بین‌المللی ورودی محاسبه می‌شود.	رقم واقعی درآمد در دسترس نیست و ارقام اعلام شده تخمینی است. سهم فعالیت‌های صنعت گردشگری در درآمد مشخص نیست.	با توجه به اینکه درآمد ارزی گردشگری در سیستم بانکی ثبت نمی‌شود، بسیاری از امکانات اعتباری شامل این صنعت نمی‌شود.
مجموعه تأسیسات اقامتی عمومی	تأسیسات اقامتی	به صورت ماهیانه	فرم‌های مخصوص توسط مدیریت هتل‌ها تکمیل و توسط مدیران استانی معاونت فرهنگی	تعداد کارکنان تأسیسات اقامتی به تفکیک نوع شغل در دست نیست.	با توجه به عدم تکمیل فرم‌های مخصوص تأسیسات اقامتی، اغلب در ارقام اعلام شده خطا وجود دارد و گاهی دوباره کاری مشاهده می‌شود.

تولیدکنندگان اطلاعات	نوع اطلاعات	دوره گزارش اطلاعات	شیوه دسترسی سازمان	شکاف اطلاعاتی	موانع و مشکلات کنونی
			سازمان ارسال می‌شود.		
معاونت نظارت بر خدمات گردشگری سازمان میراث فرهنگی و گردشگری اتحادیه رستوران‌داران	رستوران‌های درون شهری و بین راهی	اطلاعات در صورت تقاضا ارسال می‌شود.	اطلاعات مربوط به رستوران‌های بین راهی بر اساس بازدیدهای کارشناسی معاونت نظارت و اطلاعات رستوران‌های درون شهری توسط اتحادیه هتل‌ها جمع‌آوری و در صورت تقاضا ارسال می‌شود.	تاکنون در این خصوص اطلاعات جمع‌آوری نشده؛ بنابراین شکاف اطلاعاتی مشخص نیست.	با توجه به جمع‌آوری نشدن اطلاعات، مشکلات و شکاف‌های اطلاعاتی محسوس است، اما به صراحت بیان نشده است.
معاونت نظارت بر خدمات گردشگری سازمان میراث فرهنگی و گردشگری (تورگردان‌ها) و سازمان هواپیمایی کشور (فروش بلیت)	دفترهای خدمات مسافرتی	با توجه به صدور مجوز کلیه اطلاعات در مراکز ستون قبل تولید می‌شود و در صورت درخواست سالی یکبار اعلام می‌شود.	درخواست اداری از سازمان هواپیمایی کل کشور و معاونت سازمان میراث فرهنگی و گردشگری		
سازمان تربیت بدنی و میراث فرهنگی	مناطق گردشگری ورزشی	با توجه به تداخل وظایف به صورت مقطعی	بر اساس گزارش‌های دوره‌ای	اطلاعات جامع نیست.	اطلاعات ورودی را به سختی می‌توان تخمین زد.
سازمان تربیت بدنی و میراث فرهنگی	وضعیت‌های رفاهی و دسترسی به مناطق گردشگری ورزشی	با توجه به تداخل وظایف به صورت مقطعی	بر اساس گزارش‌های دوره‌ای	اطلاعات متضاد است.	اطلاعات قابل ارائه نیست.



### ۳. طراحی مفهومی: ایجاد ماتریس معماری اطلاعات

به منظور ایجاد ماتریس معماری اطلاعات در طراحی مفهومی، داده‌های جمع‌آوری شده از طریق مصاحبه و بررسی اسناد و مدارک و نیز فرآیندها در ماتریس مورد نظر فهرست شده است. مراحل ایجاد ماتریس معماری اطلاعات به صورت زیر است:

۱. فهرست کردن فرآیند در ستون‌های عمودی ماتریس؛
  ۲. فهرست کردن دسته‌های داده‌ای در ستون افقی، برای این کار از حرف  $C^1$  به معنی ایجادکننده و حرف  $U^2$  به مفهوم به‌کاربرنده استفاده شده است. به این صورت مشخص می‌شود کدام یک از فرآیندها توسط کدام دسته داده‌ای ایجاد می‌شود و سپس مطمئن می‌شویم که هر دسته داده تنها یک فرآیند ایجاد دارد (جدول ۳)؛
  ۳. محورهای دسته داده‌ای را طوری تنظیم کردیم که نزدیک‌ترین دسته به محور فرآیندی آن دسته مرتبط باشد؛
  ۴. مشخص کردن گروه‌های فرآیندی؛
  ۵. تعیین جریان اطلاعات بین گروه‌های فرآیندی.
- البته می‌توان داده‌ای را که مورد استفاده یک فرآیند قرار می‌گیرد و توسط فرآیندی از سایر گروه‌ها به وجود می‌آید با فلشی جهت‌دار از گروه ایجادکننده به گروه استفاده‌کننده‌ها بررسی کرد تا جریان داده‌ها مشخص شود و وقتی تمام  $U$ ها مشخص شد<sup>۳</sup> (DFD) ترسیم خواهد شد. (۲۳)
- در نمودار جریان داده با حذف علامت‌های  $U$  و  $C$  و استفاده از فلش‌های دو سویه می‌توان جریان‌های داده‌ای را ساده کرد و آنگاه سیستم‌های مورد نیاز را مشخص نمود (جدول ۴).

---

1. Creator of data  
2. User of data  
3. Data Flow Diagram





در ادامه، با استفاده از آزمون T زوجی تفاوت وضع موجود و طرح مفهومی بررسی شد که نتایج آن در جدول ۵ آمده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، تفاوت وضعیت موجود با وضعیت مطلوب که همان طرح مفهومی است، در هر سه شاخص سرعت اطلاعات، دقت اطلاعات و مرتبط بودن اطلاعات معنی‌دار است.

جدول ۵. تفاوت وضع موجود و طرح مفهومی

Sig	T	df	SD	M	وضعیت	شاخص‌های اطلاعاتی
۰/۰۳۲	۱۴/۲۴	۸۵	۰/۱۴	۲/۲۳	وضعیت موجود	سرعت اطلاعات
			۰/۲۱	۳/۸۲	طرح مفهومی	
۰/۰۱	۸/۱۲	۸۵	۰/۲۵	۲/۴۶	وضعیت موجود	دقت اطلاعات
			۰/۲۶	۴/۵۱	طرح مفهومی	
۰/۰۰۱	۱۱/۶۲	۸۵	۰/۲۸	۲/۰۱	وضعیت موجود	مرتبط بودن اطلاعات
			۰/۲۹	۳/۹	طرح مفهومی	

همچنین بعد از آزمون لیون که نشان داد واریانس‌ها یکسان‌اند، تفاوت جواب‌های دو اداره نیز با آزمون T بررسی شد که نتایج آن در جدول ۶ آمده است. از نظر کارشناسان هر دو اداره در موضوع طرح مفهومی در مورد سرعت و دقت اطلاعات تفاوت معنی‌داری مشاهده نشد، ولی در موضوع مرتبط بودن اطلاعات بین دو اداره کل تفاوت معنی‌داری مشاهده شد.

جدول ۶. تفاوت دیدگاه در طرح مفهومی بین دو اداره کل تربیت بدنی و میراث فرهنگی و گردشگری

Sig	T	df	SD	M	وضعیت	شاخص‌های اطلاعاتی
۰/۱۳۲	۱۲/۱۴	۸۴	۰/۳۲	۳/۴۶	تربیت بدنی	سرعت اطلاعات
			۰/۱۴	۴/۱۸	میراث فرهنگی و گردشگری	
۰/۲۲۱	۱۰/۴۱	۸۴	۰/۲۱	۴/۶	تربیت بدنی	دقت اطلاعات
			۰/۳۱	۴/۴۳	میراث فرهنگی و گردشگری	
۰/۰۱۱	۱۱/۱	۸۴	۰/۱۶	۳/۱۴	تربیت بدنی	مرتبط بودن اطلاعات
			۰/۴۲	۴/۶۶	میراث فرهنگی و گردشگری	

### بحث و نتیجه‌گیری

از آنجا که صنعت گردشگری در بسیاری از جوامع پیشرفته از منابع درآمدی به حساب می‌آید، به‌روز شدن و تعامل ارگان‌های دخیل در این حوزه می‌تواند این پتانسیل بالقوه را بالفعل نماید. با توجه به نتایج تحقیق و از آنجا که اطلاعات منبعی دارای ارزش افزوده برای مشتریان و مصرف‌کنندگان هر سازمان به شمار می‌آید، می‌توان به ارزش‌های اساسی سیستم‌های اطلاعاتی پی برد. از ویژگی‌های کیفی اطلاعات می‌توان به سه عامل سرعت، دقت و مرتبط بودن اشاره نمود. نتایجی که در جداول فوق بررسی و تجزیه و تحلیل شد نشان‌دهنده لزوم پرداختن به مقوله فناوری اطلاعات در این دو سازمان در خصوص صنعت گردشگری در استان و شاید در ایران است. با توجه به نتایج، به نظر می‌رسد کارشناسان اداره کل تربیت بدنی و گردشگری در خصوص افزایش سرعت، مرتبط بودن و حذف اطلاعات زائد نظر مساعدی دارند. همان‌طور که مشاهده شد، هر سه شاخص سرعت اطلاعات، دقت و در نهایت مرتبط بودن اطلاعات در حالت پایه کنونی مساعد نیست و هر دو سازمان به لزوم بهتر شدن آن اذعان دارند. این مشکل اطلاعاتی حتی در فدراسیون‌ها نیز رسوخ کرده است، به‌طوری که سازمان‌ها و فدراسیون‌های ورزشی ایران در ارائه منابع اطلاعاتی ضعیف عمل کرده‌اند و وب سایت بیشتر آنان قاعده‌مند و مبتنی بر برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری مدون و مشخصی نیست (۲۴). نتایج این تحقیق با نتایج پورمهدی و همکاران و نیز شجاعی و نوری همخوانی دارد، ولی نتایج صدر موسوی که بین امکانات و تعداد گردشگران رابطه معنی‌داری نیافته است و وضعیت کمی و کیفی امکانات موجود در محل را در افزایش گردشگران بی‌تأثیر دانسته است (۲۰) با نتایج این تحقیق که وجود اطلاعات و فناوری را در جذب گردشگر مؤثر دانسته همخوانی ندارد. به هر حال باید در نظر داشت که فناوری اطلاعات اثر مستقیمی بر افزایش درآمد، کاهش هزینه و بهبود کیفیت در سازمان‌ها دارد (۵). در واقع، سرعت اطلاعات در دنیای امروزی که مدیریت زمان از مهم‌ترین مزیت‌های رقابتی برای هر سازمان است، در این دو سازمان شاید بیشتر مورد نیاز باشد؛ زیرا در بسیاری از موارد این دو سازمان با مراجعانی مواجه‌اند که در حال مسافرت‌اند و زمان برای آن‌ها از عوامل مهم در چگونگی استفاده از گردشگری است. در پی این موضوع، یعنی سرعت دسترسی به اطلاعات مورد نیاز گردشگر عواقب مثبت از جمله افزایش تعداد بازدیدها، ماندگاری و در نهایت، رضایت و افزایش احتمال تکرار مطرح می‌شود. علاوه بر موارد ذکر شده، سرعت در انتقال اطلاعات در سیستم درونی خود سازمان نیز مورد نیاز است. این شاخص مختص این دو سازمان نیست و می‌توان آن را به تمام سازمان‌ها، به‌ویژه سازمان‌های خدماتی تعمیم داد. در سازمان‌های خدماتی از جمله اداره کل تربیت بدنی (در برخی قسمت‌ها) و

گردشگری با توجه به تعامل با افراد و محیط و با اذعان به متغیر بودن محیط بیرونی از جمله قوانین، فصول سال، اطلاعات مناطق جدید، هتل‌ها و موارد بسیار دیگر لزوم اتخاذ تصمیمات جدید به شدت احساس می‌شود؛ زیرا سرعت انتقال اطلاعات می‌تواند به آگاهی مدیران و کارشناسان و اتخاذ تصمیمات مناسب منجر شود؛ در نتیجه سیستم اطلاعات گردشگری توانایی رفع نیازهای اطلاعاتی گردشگران و حتی خود کارکنان را خواهد داشت و می‌تواند در تصمیم‌گیری‌های کلان، خدمات شایانی به مدیران و کارشناسان و برنامه‌ریزان ارائه نماید. به موقع بودن اطلاعات و تازگی، محتوای و نحوه ارائه اطلاعات اهمیت زیادی در سیستم‌های اطلاعاتی دارند.

چالش‌های جدی سازمان‌های نوین نه در درون سازمان، بلکه عمدتاً در محیط فعالیت آن‌هاست و پویایی محیط سازمان نیز ایجاب می‌کند که سیستم‌های اطلاعاتی سازمان انعطاف‌پذیری، حساسیت و پویایی کافی داشته باشند تا بتوانند به تغییرات مورد نیاز سازمان و محیط پاسخ‌گو باشند که این امر در گرو شناخت صحیح محیط و خود سازمان است. شناخت محیط نیز به نوبه خود با دریافت اطلاعات صحیح و به‌موقع امکان‌پذیر است. ارائه اطلاعات صحیح به مدیران، آنان را از هجوم اطلاعات زائد و غیرمرتبط دور نموده، از تشویش ذهنی مدیر جلوگیری می‌کند. نحوه ارائه اطلاعات به کاربر می‌تواند به عدم تشخیص ارزش اطلاعاتی داده‌ها منجر شود. اگر اطلاعات از نظر نحوه ارائه ضعیف باشد یا خیلی وارد جزئیات شده باشد، ممکن است کاربر را متوجه اهمیت داده نکند یا احتمالاً به‌دلیل انبوه مطالب، از جستجو در آن صرف‌نظر نماید. پیشنهاد می‌شود در این موارد اطلاعات با توجه به سطح مدیریت به‌روز یا متواتر با دوره‌های زمانی مناسب ارائه شود، همچنین استفاده از نمودار و رنگ در ارائه اطلاعات می‌تواند در کیفیت داده‌ها بسیار مؤثر باشد (۲۵). اتخاذ تصمیم مطلوب بدون اطلاعات مرتبط امکان‌پذیر نیست (۵)؛ بنابراین در هر یک از مراحل تصمیم‌گیری در هر دو سازمان و اداره کل، فرآیند تصمیم‌گیری به وجود اطلاعات مرتبط با موضوع تصمیم‌گیری نیاز دارد که در حال حاضر با توجه به نتایج وضعیت خوبی ندارند.

در مورد شاخص‌های این طرح می‌توان تبلیغات را به نوعی از توانمندی‌های حاصل از طرح مفهومی دانست که می‌تواند به بازاریابی گردشگری منجر گردد و طبق تحقیقات هنرور و همکاران برنامه‌ریزی و وجود اطلاعات از مؤثرترین راه‌ها بازاریابی است (۲۶). اهمیت سیستم‌های اطلاع‌رسانی در تحقیق فتح‌الهی و همکاران نیز مؤید این مطلب است که وجود چنین سیستمی به‌طور معنی‌داری بر جلب گردشگران تأثیر دارد (۲۷). از جهت دیگر، وجود سیستم‌های اطلاعاتی موجب چابکی سازمان‌ها می‌شود؛ زیرا سازمانی چابک است که به سرعت

حرکت می‌کند، انطباق‌پذیر است و کسب و کار تنومند و مستحکم دارد. این توانایی به سرعت در پاسخگویی به تغییرات و رخداد‌های پیش‌بینی نشده و غی منتظره و به‌دست آوردن فرصت‌های بازار و نیازمندی‌های بازار منجر می‌شود (۲۸).

در واقع باید گفت که سیستم‌های اطلاعاتی از جمله مقولاتی هستند که طی چند دهه اخیر از اهمیت استراتژیکی یافته‌اند، اما این تحولات و اهمیت برای بسیاری از افراد و سازمان‌ها در جوامع در حال توسعه مانند ایران چندان شناخته شده نیست. در نهایت، مقاله حاضر پیشنهاد می‌کند که دو سازمان و ادارات کل مربوط در استان‌ها در امور مربوط به این صنعت عظیم تعامل مناسبی با یکدیگر داشته باشند و اطلاعات خود را در اختیار یکدیگر قرار دهند. همچنین به مدیران توصیه می‌کند هر چه سریع‌تر خود و کارشناسان ادارات خود را به فناوری اطلاعات مجهز نمایند و در نهایت به سوی سازمان یادگیرنده و پویا هدایت نمایند تا در این عصر رقابت در گردشگری از همسایگان خود عقب نمانیم. برای سازمان‌های مرتبط با گردشگری که می‌خواهند در محیطی رقابتی حتی فراتر از مرزهای خود به جذب گردشگران اقدام نمایند و خدمات خود را با کیفیت جهانی و بر محور خواسته‌های مشتری ارائه دهند و از بازارهای بالقوه نهایت استفاده را ببرند، وجود سیستم‌های اطلاعاتی با محوریت فناوری اطلاعات امری ضروری و حیاتی است؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود با به‌کارگیری سیستم‌های اطلاعاتی گردشگری منطبق با هر دو سازمان روند سرعت، دقت و مرتبط بودن اطلاعات را برای هم مدیران و هم گردشگران فراهم آید. آشنایی و برگزاری کارگاه‌های آموزشی نیز راه حل مناسب دیگری برای حل این مشکل است. استفاده از اتوماسیون‌های اداری و نیز سیستم‌های تعاملی دو سازمان نیز از دیگر راه‌کارهای مناسب به نظر می‌رسد. باید بدانیم و باور کنیم که وجود کارشناسان فناوری اطلاعات یکی از راه‌های تسریع این سیر تحول در سیستم‌های اداری کشور است. همچنین از آنجا جذب جهانگردان ورزشی و غیرورزشی می‌تواند سودآوری مهمی در این مقطع زمانی به همراه داشته باشد، وجود وب سایت‌های کارآمد چند زبانه با سرعت زیاد و پیوندهای مناسب، تبلیغات‌های وسیع اینترنتی و وجود اطلاعات به‌روز گردشگری اهمیت زیادی در عصر اطلاعات گردشگری دارد؛ از این رو پیشنهاد می‌شود هر دو سازمان و به تبع آن، هر دو اداره کل با تأکید بر معماری مجدد، سازمانی مبتنی بر فناوری اطلاعات و فراهم‌آوری زیرساخت‌های لازم در این زمینه ایجاد کنند. علاوه بر ایجاد زیرساخت‌های سخت‌افزاری باید زیرساخت‌های فرهنگی و همکاری‌های اطلاعات محور را بین واحدهای سازمانی و فراتر از آن ایجاد کنند. امید است با تلاش‌های برنامه‌ریزی شده هر چه زودتر شاهد فراهم‌آوری اطلاعات مورد نظر داخلی و خارجی و برقراری پیوند با سایت‌های سازمان‌های بین‌المللی معتبر از جمله *WTO* و در نتیجه، پویایی

این صنعت در استان و کشور باشیم.

### منابع:

1. World tourism organization (2001) sport and tourism shaping global culture. [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org)
2. Sport business associatied (2005) the business os sport tourism. <http://www.Sportbusinessassocaties.com/sport-report-tourism.htm>
۳. منوریان، عباس (۱۳۷۲) برنامه ریزی استراتژیک برای سازمان‌های دولتی و غیر انتفاعی. انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی
4. Gibson ED (2006) sport tourism: cocept and theories, journal of sport tourism pp: 106-130
۵. صرافی زاده، اصغر (۱۳۸۸) سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت، نگرش راهبردی، انتشارات ترمه، چاپ چهارم، تهران
۶. پور مهدی، راضیه. رهنورد، فرج الله. الهی، شعبان (۱۳۸۴) طراحی مفهومی سیستم اطلاعات گردشگری. (مورد مطالعه سازمان میراث فرهنگی گردشگری) مجله اقتصاد و دارایی، سال ۱۷ شماره ۴
۷. الهی، شعبان (۱۳۸۴) مدیریت ارتباط با مشتری. شرکت چاپ و نشر بازرگانی چاپ اول، تهران
8. Delgado, J. Davidson, R. (2002). Knowledge bases and user profiling in travel and hospitality recommender system. Proceeding of the ENTER Conference, New York, 1-16.
9. Maedche, A. Stab S. (2003) .Services on the move – Towards p2p-enable semantic web services. In: Proceedings of the ENTER Conference. New York: Springer Verlag. Wien, 124-133.
۱۰. محرم زاده، مهرداد (۱۳۸۶) بررسی شیوه‌های بازاریابی ورزش دانشگاهی، فرصت مطالعاتی دانشگاه ارومیه. محل اجرا دانشگاه‌های قاضی و حاجت تپه ترکیه
11. Pender, L (1999) Marketing Management for Travel and Tourism. Stanley Thornes Publishers Ltd. Cheltenham. UK.
۱۲. چاک. وای. گی (۱۳۸۸) جهانگردی در چشم اندازی جامع. ترجمه: پارسیان، علی. اعرابی، سید محمد. انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی. چاپ ششم. تهران



13. Vedpuriswar A V (2003) BUSINESS MODELS, Published in 'Gurukul', (Vol.5, No.3, December 2003) the quarterly journal of State Bank Academy, Gurgaon
14. Gulati R, Garino J (2000) Mix of clicks and bricks, Harvard Business Review, May-June, pp. 107-114
۱۵. فرزین، محمد رضا. صفری، سارا (۱۳۸۸) شناخت نظام مدیریت مقصد گردشگری DMS (و چالش‌های توسعه آن در ایران) مجله جغرافیا و توسعه، شماره ۱۶
۱۶. تقوی، مهدی. قلی پور سلیمانی، علی (۱۳۸۸) عوامل موثر بر رشد صنعت گردشگری. پژوهشنامه اقتصادی. سال نهم. شماره سوم
۱۷. هنرور، افشار. غفوری، فرزاد. فرزاد، فرزاد، شریفیان، اسماعیل (۱۳۸۶) عوامل مهم در بازاریابی گردشگری ورزشی در ایران. فصلنامه المپیک. سال پانزدهم. شماره ۴ (پیاپی ۴۰)
۱۸. شجاعی، نورالدین. نوری، منوچهر (۱۳۸۶) بررسی سیاست‌های دولت در صنعت گردشگری و ارائه الگوی توسعه پایدار صنعت گردشگری. دانش مدیریت. سال ۲۰. شماره ۷۸. ص ۶۳ تا ۹۰
۱۹. حمیدی، مهرزاد. رضوی، سید محمد حسین. امیر نژاد، سعید. شفیع زاده، شهرام (۱۳۸۸) تبیین استراتژی توریسم ورزشی کشور، چکیده مقالات هفتمین همایش بین‌المللی تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران
۲۰. صدر موسوی، میرستار (۱۳۸۶) ارزیابی تسهیلات گردشگری استان آذربایجان شرقی از دید گردشگران، پژوهش‌های جغرافیایی، شماره ۶۱، ص ۱۲۹-۱۴۳
۲۱. گزارش دفتر برنامه ملی توسعه گردشگری وضعیت موجود گردشگری (۱۳۷۹) تحلیلی از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها. سازمان ایرانگردی و جهانگردی. تهران
۲۲. گزارش پروژه طرح جامع اطلاع‌رسانی گردشگری در سازمان ایرانگردی و جهانگردی (۱۳۸۱) مرکز آمار ایرانگردی و جهانگردی. تهران
23. Laudon, K. C & J. Laudon, P. (2001). Management Information Systems Organization and Technology in the Networked Enterprise. New Jersey: Prentice. Hall, Inc.
۲۴. غلامیان، جواد. شجاع، رضا (۱۳۸۵) بررسی عملکرد سازمان‌ها و فدراسیون‌های ورزشی ایران در عرصه فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات (ICT). اولین کنگره بین‌المللی رویکردهای نوین، تهران

۲۵. قاسم زاده، فریدون (۱۳۷۹) آشنایی با سیستم‌های اطلاعاتی، ماهنامه پژوهشی و اطلاع رسانی، سال اول، شماره ششم

۲۶. افشار، هنرور. احسانی، محمد. افتخاری، عبدالرضا. هنری، حبیب. فرزاد، غفوری (۱۳۸۸) طراحی الگوی بازاریابی گردشگری ورزشی در ایران، چکیده مقالات هفتمین همایش بین المللی تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران

۲۷. فتح الهی، امید. محرم زاده، مهرداد. کاشف، میر محمد. عامری، سید حسن (۱۳۸۸) بررسی تطبیقی عوامل موثر بر توسعه گردشگری ورزشی از دیدگاه کارشناسان اداره کل تربیت بدنی استان‌های آذربایجان غربی و شرقی. چکیده مقالات هفتمین همایش بین المللی تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران

28. Kidd, P (2000) "Two definitions of agility" <http://www.cheshirehenbury.Com>.