

گردشگری الکترونیکی (بخش نخست)

بهرام محقق

(کارشناس ارشد ژئوفیزیک)

تجارت الکترونیکی بخشی در حال رشد است و بسیاری از خدمات گردشگری در توسعه خدمات اینترنتیشان تاثیر داشته اند مانند آژانسهای مسافرتی، دفتر تورهای مسافرتی، دفترهای ملی گردشگری، خطوط هوایی، هتلها و دیگر تهیه کنندگان تدارکات و شرکتهای اجاره ماشینها. این موارد مطرح شده به عنوان "گردشگری الکترونیکی" یا "تجارت الکترونیکی گردشگری" نامگذاری شده است.



مقدمه

در عصر حاضر دگرگونی ژرف تکنولوژیکی، مکانیسمها و شرایط و در نتیجه بحث های تکنیکی و فنی به سوی پیچیدگی، تنوع و ظرافت بیشتری گرایش یافته است. در این میان دگرگونیهای اقتصادی مهم حاصله در برگیرنده شماری از روابط تولید پیچیده، فراگیر و روابط مبادلاتی می باشد که در امر جهانی شدن، روندی رو به گسترش دارد. برخی از دگرگونی های اقتصادی مربوط به پیوندهای نیرومند و روابط همپیوند میان بخش های فرعی مربوط در زمینه توسعه صنعتی - خدماتی - تکنولوژیکی می باشند. چنین تنظیم اقتصادی مایه کاهش فرق گذاشتن میان بخش های سنتی شده است. بدین ترتیب ما با یک روند همزمان خدمات صنعتی گرایانه (مانند کاربرد انبوه سخت افزار در ارتباطات، گردشگری، بانکداری، حمل و نقل و نظیر اینها) و نیز یک روال مهم ساخت «سه سویه» و دیگر فعالیت ها (مانند نرم افزار و دیگر خدمات تولیدگران و درونندهای لازم برای تولید کالا) روبه رو می باشیم (کاپلینسکی، ۱۳۷۲، ۱۰۵).

تنها حدود ۵۰ سال پیش بود که اولین کامپیوتر بزرگ ساخته شد، و تقریباً ۲۵ سال از ارائه اولین کامپیوتر شخصی می گذرد و تنها یک دهه از شروع کار شبکه جهانی وب می گذرد و با اینحال اثر آنها در زندگی روزانه بسیار وسیع می باشد. در حدود اواسط دهه نود زمانیکه بطور ناگهانی تهیه کنندگان خدمات اینترنت شروع به ارائه دسترسی تلفنی کردند و خدمات الکترونیکی بصورت وسیعی در اختیار مصرف کنندگان قرار گرفت.

از جهت دیگر گردشگری و فعالیتهای گردشگری در زندگی انسانها جایگاه مهمتری پیدا کردند. از آنجاییکه درخواست خدمات گردشگری افزایش یافت تامین کنندگان خدمات بصورت تصاعدی افزایش پیدا کردند و رقبای بسیاری وارد این صنعت شدند. این افزایش در قسمت تامین خدمات باعث بالا رفتن انتظار گردشگرها شد و به همین دلیل شرکتهای خدماتی به فکر راه چاره جهت این مشکل برای جذب گردشگرها افتادند.

گردشگری الکترونیکی، بکار گیری تکنولوژی های جدید

بخصوص تکنولوژی های اطلاعات و ارتباطات (ICT) در دو بعد عرضه و تقاضای گردشگری می باشد که در آن علاوه بر عرضه خدمات مورد نیاز گردشگران، زمینه های بازاریابی و دورنمایی گردشگری مقاصد فراهم می باشد.

استفاده از تکنولوژی روز جواب این مشکل است. توسعه فناوریهای ارتباطی اطلاعاتی (ICT) ساختار صنایع را در تمامی دنیا تغییر داد، که گردشگری از آنها جدا نیست. گردشگری الکترونیکی روشی جدید برای انجام کارها تشریح می کند. این به معنای تسریع ارتباطات، دسترسی جهانی و حداقل هزینه برای Online شدن کارها می باشد.



مجازی را در چارچوب دورنمایی گردشگر در ذهن خود شکل دهد. علاوه بر آن این امر زمینه های دموکراتیک شدن امر انتخاب مقاصد را برای سفر فراهم آورده که بر بستری از لیبرالیسم حاصل از جهانی شدن تسهیل شده است. محصول گردشگری در یک تنوع خاص در برگرفته پاسخگویی به تقاضای شخصی و متکثر گردشگران بوده و گردشگران را قادر می سازد در راستای انگیزه های شخصی و تمایلات خود به انتخاب مقاصد گردشگری برای سفر بپردازند. در این میان تحقیقات انجام گرفته نیز تأییدکننده رویکردی از تقاضای گردشگران برای استفاده از تکنولوژی های اطلاعاتی برای سفر می باشد. این تحقیقات نشان دهنده آن است که تعداد گردشگرانی که از طریق وب برای برنامه ریزی قبل از سفر خود استفاده کرده اند از ۳/۱ میلیون نفر در سال ۱۹۹۶ به ۳۳/۸ میلیون نفر در سال ۱۹۹۸ رسیده و افزایشی ۱۰۰۰ درصدی را در طی دو سال نشان می دهد. علاوه بر این پیش بینی می شود که طی ده سال آینده ۳۰٪ از کل فعالیت های گردشگری از طریق اینترنت انجام پذیرد. بر اساس گزارشات، حجم عملیات اینترنتی بازار جهانی گردشگری در دوره زمانی ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۱، به بیش از شش برابر افزایش یافته است و از پنج میلیون دلار آمریکا در سال ۱۹۹۹ که در وب سایت ها هزینه شد به ۳۰ میلیون دلار رسیده است (بنادرویش، ۱۳۸۲، ۸۸).

بر این مبنا گردشگری نیز که در رویکردی خاص در هزاره سوم مورد توجه می باشد؛ تحولاتی را پذیرا شده که به فراگیر شدن آن منتهی گردیده است. تحولات حاصل از مباحث فوق در رابطه با گردشگری در دوسویه تاثیر گذارده، از یک سو به شکل گیری گردشگری الکترونیکی منتهی گردیده و از دیگر سوی شکل گیری گردشگری مجازی را سبب شده است.

با رشد سریع تکنولوژی اطلاع رسانی در چارچوب نظام مبادله الکترونیکی و سرعت بخشیدن به امر بازاریابی و مسافرت، کاهش هزینه ها و دستیابی به بازارهای جدید را در زمینه گردشگری فراهم آورده است. به عنوان مثال می توان به نقش اینترنت در زمینه ارتباطات گردشگری، اطلاع رسانی به گردشگران و آگاهی یافتن از وضعیت مقاصد گردشگری و از دیگر سو از وضعیت بازار گردشگری اشاره کرد. در این میان جهانی شدن نیز با فراهم آوردن امکان انتقال آزاد این اطلاعات تسهیل کننده این روند می باشد. می توان گردشگری الکترونیکی را به صورت زیر تعریف نمود: «گردشگری الکترونیکی، بکار گیری تکنولوژی های جدید بخصوص تکنولوژی های اطلاعات و ارتباطات (ICT) در دو بعد عرضه و تقاضای گردشگری می باشد که در آن علاوه بر عرضه خدمات مورد نیاز گردشگران، زمینه های بازاریابی و دورنمایی گردشگری مقاصد فراهم می باشد».

بطور کلی استفاده از تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات و گسترش آن در زمینه عرضه و تقاضای گردشگری سبب آن شد که گردشگران قبل از سفر به ارزیابی و بررسی وضعیت مقاصد بپردازند و تجربه ای

حجم عملیات اینترنتی بازار جهانی گردشگری در دوره زمانی

۱۹۹۹ تا ۲۰۰۱، به بیش از شش برابر افزایش یافته است و

از پنج میلیون دلار آمریکا در سال ۱۹۹۹ که در وب سایت ها

هزینه شد به ۳۰ میلیون دلار رسیده است.

در این میان عرضه کنندگان محصول گردشگری تحت تاثیر تقاضای گردشگری با گرایش به استفاده از تکنولوژی های جدید به عرضه محصول گردشگری می پردازند. این خود ریسک پذیری ناشی از تغییرات تقاضا را در زمینه گردشگری کاهش داد و از دیگر سو با امکان دسترسی مستقیم به گردشگران از طریق تکنولوژی های جدید، درآمد حاصل برای بنگاه های اقتصادی افزایش یافت و این خود بستری را برای رقابت بیشتر و ارائه خدمات با کیفیت بالاتر را بین بنگاه ها سبب گردید.

... ادامه دارد