

طراحی و بهینه سازی درگاههای اینترنتی جهت توسعه صنعت طبیعت گردی

ایمان راسخ^۱

۱- سعادت شهر، دانشگاه علمی کاربردی پاسارگاد – iman.rasekh@gmail.com

چکیده: طبیعت گردی^۱ از مهمترین رویکردهای اقتصاد گردشگری در راستای بهره وری بهینه و پایدار از منابع طبیعی و زیست بوم بشمار می رود که از جنبه های فرهنگی ، اقتصادی ملی مورد التفات فزاینده ای قرار گرفته و دارد که در این میان، پاسداشت و نگهداشت محیط زیست و منابع طبیعی، از مهمترین محورها و مولفه های گسترش آن بشمار می رود. جاذبه های گردشگری طبیعی ایران گنجینه ومنبعی بزرگ است که می تواند با برنامه ریزی صحیح و گسترش توجه گردشگران داخلی و خارجی به منابع و جاذبه های طبیعی و روشهای مدیریت موثر و کارآمد این صنعت به یکی از مهمترین منابع درآمد کشور تبدیل شود که با توجه به گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات، لازم است تا از این فناوری در توسعه و مدیریت گردشگری روستایی بهره برد. با توجه به این که صنعت طبیعت گردی بیشترین درآمد ملی را در سطح جهانی برای برخی کشورها به خود اختصاص داده است. توجه بیشتر به آن کاملاً منطقی و اقتصادی بنظر می رسد. هدف از این مقاله بررسی نقش درگاههای اینترنتی^۲ در صنعت طبیعت گردی می باشد [۳،۲].

واژه های کلیدی: اکو توریسم ، صنعت گردشگری، فناوری اطلاعات، نقشه الکترونیکی.

مقدمه

اصلی ترین فعالیت توریسم بر پایه طبیعت می باشد که بنا به تعریف سفری است مسئولانه به مناطقی طبیعی که حافظ محیط زیست بوده و باعث بهبود کیفیت زندگی مردم محلی گردد. طبیعت گردی حداقل آسیب را به طبیعت و فرهنگ منطقه وارد می کند. به تعریفی دیگر، طبیعت گردی نوعی از گردشگری است که ریشه های آن به طبیعت و محیط های باز گسترش یافته است [۱]. انجمن بین المللی طبیعت گردی (TIES)^۳ نیز در تعریف طبیعت گردی می گوید: "طبیعت گردی سفری مسئولانه به مناطق طبیعی است که در آن محیط زیست حفظ و بر رفاه مردم محلی تأکید می شود." امروزه طبیعت گردی در میان گونه های مختلف گردشگری از جایگاه ویژه و رشد قابل توجهی برخوردار است و در بیست ساله اخیر شاهد گسترش سریع فعالیت های طبیعت گردی در سراسر جهان بوده ایم و انتظار می رود بر شدت این گسترش نیز افزوده شود. به طوری که پیش بینی می شود تا سال ۲۰۱۲ طبیعت گردی با رشد سالیانه ۳۰ تا ۴۰ درصد بالاترین رشد در بخش های مختلف گردشگری خواهد داشت و در پایان سال ۲۰۱۲، ۵۰ درصد گردشگران متعلق به بخش طبیعت گردی خواهد بود.

با توجه به امکانات و ویژگیهای بسیار غنی کشورمان در زمینه صنعت گردشگری ، بکارگیری روشهای نوین جذب و نگهداری مشتریان فعلی و در مرحله بعد گسترش تعداد آنها کاملاً ضروری بنظر می رسد. فناوری اطلاعات و صنعت توریسم را میتوان دو عاملی دانست که در تشکیل و ایجاد دهکده جهانی بیشترین تاثیر را ایفا کرده اند و شاید از این روست که با یکدیگر ارتباط جدانشدنی پیدا کرده اند. بر اساس دیدگاه پون بازاریابی ، ایجاد کانالهای توزیع و همکاری و هماهنگیهای میان سازمانی از بیشترین

¹ Ecotourism

² Portal

³ The international Ecotourism society

کاربردهای فناوری اطلاعات در صنعت گردشگری بوده است [۲، ص ۵۴۰]. فناوری اطلاعات در سالهای اخیر تأثیرات دوسویه ای بر صنعت طبیعت گردی داشته است [۳]. از سویی قدرت ارتباطی قوی از طریق اینترنت، امکان هماهنگی، کنترل، عملیات بهتر و اطلاع رسانی مناسب را فراهم ساخته است و باعث ایجاد فرصت برای سازمانهای متکی به کسب و کار الکترونیکی شده و از طرف دیگر تهدیداتی را همچون ایجاد بازارهای جهانی، امکان از دست دادن سهم بازار، ورود رقبای جدید و... برای سازمانهایی که در استفاده از این تکنولوژیها دچار تعلل شده اند، ایجاد کرده است.

ساختار ارائه مقاله به صورت ذیل می باشد: در بخش یک پس از معرفی طبیعت گردی مجازی؛ نمایش دهنده الکترونیکی زنده به عنوان مهمترین فناوری اکوتوریستی معرفی شده است. در بخش دوم ضمن بررسی روشهای الکترونیکی مورد استفاده در طبیعت گردی؛ چالشهای طبیعت گردی الکترونیک در ایران مورد بحث قرار گرفته است و در نهایت در بخش بخش چهارم مراحل طراحی و بهینه سازی پیاده سازی درگاه اینترنتی طبیعت گردی توضیح داده شده است

۱ - طبیعت گردی مجازی و نمایش دهنده های الکترونیکی زنده

طبیعت گردی مجازی^۱ را می توان مولفه ای اساسی و از انواع طبیعت گردی همگام با تکنولوژی اطلاعات بشمار آورد که کمتر از دو دهه از ظهور آن می گذرد. گردشگری مجازی، حضور در سرزمین دیجیتالی وب^۲ و مشاهده داده های صوتی^۳، متنی^۴ و تصویری از دنیای فیزیکی است که امکان سفرهای مجازی و غیر واقعی و بهره گیری از جاذبه های طبیعی مناطق هدف طبیعت گردی را برخی کاربران که قصد مراجعه به این اماکن طبیعت گردی را دارند و یا برای کسانی که از این امکان محروم می باشند، فراهم می کند. سازمان جهانی طبیعت گردی (UNWTO)^۵ واژه گردشگری الکترونیکی را اینگونه تعریف می کند: واژه "گردشگری الکترونیکی" بمعنای کاربرد کسب و کار الکترونیکی در مسافرت و طبیعت گردی است. طبیعت گردی الکترونیکی یعنی دیجیتالی شده همه فرایندها و زنجیره های ارزش در طبیعت گردی، مسافرت و میهمان پذیری و فراغت [۵]. نکته قابل توجه در این واژه آنست که طبیعت گردی الکترونیکی بمعنای گردش یا سفر بصورت الکترونیکی نیست. اگر چه سفرهای مجازی^۶ نیز می تواند زیر مجموعه ای از فعالیتهای مورد نظر این واژه باشد. بلکه مفهوم طبیعت گردی الکترونیکی شامل کلیه اجزای کسب و کار (تجارت الکترونیک، بازاریابی الکترونیکی، مالی الکترونیکی، حسابداری الکترونیکی، مدیریت منابع انسانی الکترونیک، تحقیق و توسعه الکترونیک و تولید الکترونیک) و همچنین راهبردهای الکترونیکی شامل برنامه ریزی و مدیریت الکترونیک برای کلیه بخشهای صنعت است.

¹ e-Ecotourism

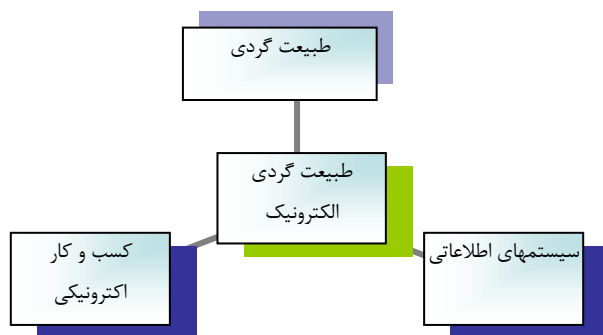
² Digital Web

³ Data Audio

⁴ Text data

⁵ United Nation World Tourism Organization

⁶ Virtual trips



شکل ۱- طبیعت گردی الکترونیکی و اجزای آن

فناوری اطلاعات به عنوان یکی از اجزای محیط خارجی صنعت طبیعت گردی می باشد که بگونه ای می توان آنرا واسط و رابط محیط درونی و بیرونی صنعت دانست . واژه گردشگری الکترونیکی را میتوان یک مفهوم میان رشته ای مشتمل بر سه جز دانست که این سه جز در نمودار ۱ نشان داده شده است [۴، ص ۷۷]

گردشگری دور دنیا که در نوشته ژول ورن، نویسنده شهیر فرانسوی، در هشتاد روز امکان پذیر شد، امروزه تنها با ابرمتن های اینترنتی، با یک کلیک و با استفاده از نمایش دهنده های الکترونیکی^۱ امکان پذیر شده است. با استفاده از سایت های مراکز طبیعی و اماکن باستانی جهان می توان به دنیایی اطلاعات متنی و تصویری از نمادهای تاریخ باستان و جلوه هایی از گردشگری تاریخی _ باستانی دست یافت. برخی از پایگاه های دولتی در اینترنت، امروزه سیستم های دوربین طبیعت خود را به سرزمین دیجیتال نیز پیوند داده اند. با این دوربین ها می توان جاذبه های اکوتوریستی کشورهای مختلف را به صورت زنده مشاهده کرد و حتی از آن ها عکس یادگاری گرفت [۷] .

۲- مزایای استفاده از روشهای الکترونیکی در جهت توسعه طبیعت گردی

با استفاده از فناوری اطلاعات می توان به تدوین چشم اندازهای بلند مدت و میان مدت در صنعت طبیعت گردی پرداخت. مهمترین و برترین مزیت استفاده از فناوری اطلاعات، مدیریت و سازماندهی سیستم اطلاعات طبیعت گردی است، چنانچه از این طریق می توان با معرفی جاذبه های موجود طبیعی، تاریخی و فرهنگی این مناطق به جذب و نگهداشت گردشگران در مناطق گردشگری طبیعی پرداخت. در ضمن این امکان نیز فراهم می شود تا نوع خدمات و تسهیلات رفاهی این مناطق و نقشه چگونگی استفاده از مناطق اکوتوریستی شامل: نقشه جغرافیایی و مکان قرار گیری جغرافیایی مناطق اکوتوریستی، نحوه دسترسی به این مناطق از طریق شریانها و مسیرهای ارتباطی و علاوه بر اینها، چگونگی حرکت در مناطق اکوتوریستی در اختیار گردشگران و دیگر دوسداران طبیعت قرار داده شود. [۱۶]

فراهم آوردن خدمات اینترنتی با کیفیت و سرعت بالا برای گردشگران یکی دیگر از مزایای استفاده از فناوری اطلاعات است، به وجود آوردن یک زیرساختار مناسب جهت اتصال به اینترنت و شبکه گسترده اطلاعات از مزایایی است که در طی فرایند طبیعت گردی الکترونیک بدست می آید. این زیرساختارها شامل اجزای نرم افزاری و سخت افزاری لازم جهت برقراری ارتباطات و انتقال اطلاعات به صورت الکترونیکی می شود. [۱۶، ۸]

¹ Electronic Live exhibitor

ارتباط سازمانها و بخشهای مربوط با یکدیگر و تسهیل امر مکاتبات از طریق اینترنت، توسط زیرساختهای الکترونیک ارتباط یکپارچه ای را بین سازمانهای مرتبط با یکدیگر بوجود می آورد، چنانچه سازمانهای و نهادهای وابسته به فرایند طبیعت گردی (تورها، آژانسهای مسافرتی و هتلها و مدیریت مرکزی توریسم در مناطق طبیعت گردی و روستایی و حتی روستاییان، پذیرای گردشگر که می توانند با تشکیل NGO^۱ های خصوصی به پذیرش و جذب گردشگران اقدام کنند) بتوانند در سریع ترین زمان ممکن به آخرین اطلاعات راجع به طبیعت گردان، نحوه سکونت و ساماندهی فرایند دست یابند و از این طریق، این امکان نیز فراهم می شود تا ارگانها و نهادهای وابسته و مرتبط با طبیعت گردی به منظور ارتقاء کیفی خدمات قابل ارائه و بررسی مشکلات موجود با هدف ایجاد رفاه بیشتر برای گردشگران و یا ساکنان محلی از این فناوری استفاده نمایند. [۱۱، ۱۶]

با استفاده از روشهای الکترونیکی این امکان فراهم می شود تا روستاییان و بومیان مناطق توریستی بتوانند بعنوان بخشی از دینفعان^۲ پروژه های طبیعت گردی در فرایند تصمیم سازی^۳ و تصمیم گیری^۴ مداخله نمایند و به تدبیر امور منطقه توریستی و یا بهبود و سازماندهی مسایل مرتبط با اداره امور روستایی بپردازند. [۹]

با استفاده از روشهای الکترونیکی علاوه بر هدایت، راهبری و کنترل مدیریت طبیعت گردی در مناطق طبیعی، این امکان نیز وجود دارد تا بتوان ظرفیت کل پذیرایی جهانگردان و گردشگران اکوتوریسم خاص (توریسم کشاورزی، توریسم مزرعه، توریسم سبز و ...) را که نیاز به اسکان و همکاری نزدیک بومیان دارند، را محاسبه و مدیریت نمود که از این طریق از ورود گردشگران خارج از ظرفیت محلی روستاییان جلوگیری می شود، چنانچه بدون این روش ممکن است گردشگران به برخی مناطق روستایی وارد شوند و مکانی برای اسکان آنها یا مزرعه ای برای گذران اوقات فراغت و یا خانواده ای روستایی برای ارائه خدمات به آنها وجود نداشته باشد. همچنین در طی این روش از اقدامات ناهماهنگ که می تواند نارضایتی گردشگران و یا روستاییان را در پی داشته باشد، پرهیز می شود و امکان سازماندهی و مدیریت مناسب طرحهای طبیعت گردی بصورت انفرادی یا گروهی در میان اجزاء صنعت طبیعت گردی (تورها، آژانسها و مراکز خدماتی و رفاهی محلی، محلهای اسکان و هتلها و سطوح خدماتی محلی و روستاییان) فراهم می شود. [۱۴]

ایجاد اشتغال برای جوانان و از دیگر مزیت های استفاده از روشهای الکترونیکی است؛ در طی این فرایند این امکان فراهم می شود تا خانوارهای بومی منطق توریستی خود به جذب و پذیرش گردشگران طبیعت بپردازند و از طریق اینترنت از برخی از گردشگران که تمایل به اقامت در روستا و در میان خانوارهای روستایی مناطق هدف را دارند، بخواهند تا در تاریخ، زمان و مکان مشخص و از پیش تعیین شده از خدمات و تسهیلات طبیعت گردی و اکوتوریسم روستایی این مناطق بهره گیری کنند.

این امکان نیز برای گردشگران طبیعت فراهم می شود تا در صورت ایجاد مشکلات از پیش تعیین نشده و احتمالی، بتوانند به سرعت مراتب امر را به سایر گردشگران و یا مسئولین منطقه اکوتوریستی اطلاع داده و از ایشان خواست کمک و مساعدت نمایند. این روش می تواند علاوه بر بهبود مشکلات موجود، باعث افزایش رضایت گردشگران و تسهیل امور رفع مشکلات شود. [۱۰]

با افزایش استفاده از فناوری اطلاعات و در حوزه طبیعت گردی این امکان فراهم می شود تا دو عامل زمان و هزینه، تا حد امکان تقلیل یابد. به این صورت که گردشگران قادر خواهند بود تا تنها با یک کلیک روی صفحه نمایشگر رایانه، نسبت به رزرو محل اسکان و نوع و چگونگی برنامه ریزی احتمالی برای سفر (در طول مسیر و یا حتی برنامه ریزی گذران اوقات فراغت در مناطق اکوتوریستی هدف) اقدام کنند علاوه بر این مراحل، طبیعت گردی در آینده نیازمند سیستمهای تکاملی و استفاده از فناوریهای

¹ Non-Government Organization

² Stake holders

³ Decision making

⁴ Decision taking

جدید خواهد بود، چراکه هر فکر سلیمی این امر را اذعان می کند که با وجود گسترش فناوری اطلاعات و توسعه انفورماتیک لازم است تا این موارد در صنعت طبیعت گردی بعنوان صنعت برتر در آینده، مورد ملاحظه قرار داده شود.

۱-۲ طبیعت گردی الکترونیک در ایران

در راستای توسعه طبیعت گردی الکترونیک در مناطق شهری و روستایی و با توجه به شرایط اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی ایران به راحتی دریافت می شود که عدم وجود بستر سازی زیرساختهای طبیعت گردی الکترونیک (سخت افزار و نرم افزار) از مهمترین چالشهای موجود در برابر توسعه و مراحل گسترش آن بشمار می رود. در مرحله بعد و در صورت وجود زیرساختار الکترونیک (ICT¹ و شبکه های مخابراتی و کانالهای ارتباطی)، لازم است تا کاربران، گردشگران و روستاییان بتوانند از این زیرساخت های الکترونیکی استفاده کنند که نیاز به سواد اطلاعاتی و توانمندی گردشگران و روستایی در استفاده از رایانه و اینترنت مطرح می شود. در عین حال غیر از موارد فوق می توان به کمبود کانالهای مخابراتی و مجاری انتقال و خطوط مخابراتی و زیر ساخت های طبیعت گردی در شبکه مخابراتی و ارتباطاتی ایران اشاره داشت که بدون فراهم سازی و تدارک آنها یا گسترش شبکه مخابراتی و الکترونیکی، نمی توان انتظار داشت تا فرایند توسعه طبیعت گردی الکترونیک از رشد قابل قبولی برخوردار شود.

حفظ و پاسداشت امنیت و حریم شخصی افراد (گردشگران، کاربران و تورها و سایتهای خدمات دهنده طبیعت گردی) نیز از اهمیت زیادی برخوردار است که می بایست راهکارهایی مناسب جهت حل آنها، انتخاب و اجرا گردد. آموزش نیز از دو بعد اساسی باید مورد بررسی قرار می گیرد: اول اطلاع رسانی عمومی و آماده سازی مردم و شهروندان برای استفاده از خدمات طبیعت گردی مجازی، و دیگری تربیت و فراهم سازی نیروی انسانی مورد نیاز برای ایجاد، توسعه و اداره طبیعت گردی الکترونیکی در مناطق اکوتوریستی. بر این اساس، لازم است تا با آموزش روستاییان و جوانان محلی تلاش شود تا امکان تربیت نیروی انسانی ماهر بومی برای اداره طبیعت گردی الکترونیک در مناطق روستایی هدف فراهم شود. [۶]

۳-مراحل طراحی و پیاده سازی درگاه اینترنتی طبیعت گردی

از نظر محققین و مجریان طراحی درگاه اینترنتی طبیعت گردی شامل سه مرحله است:

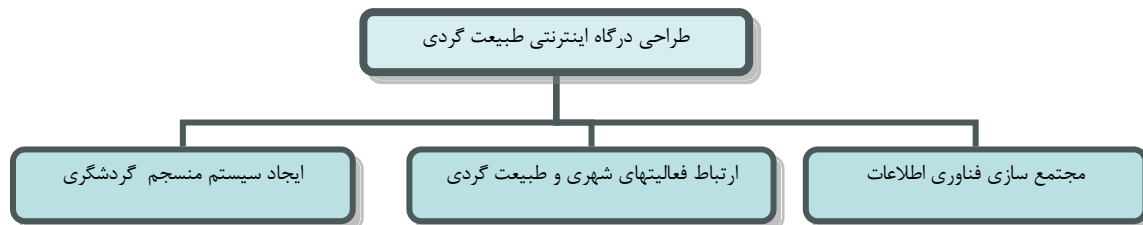
الف : اولین مرحله از ایجاد یک درگاه اینترنتی طبیعت گردی مجتمع سازی فناوری اطلاعات و کاربری آن در مناطق اکوتوریستی است. در این مرحله آن دسته از ابزارها و کاربردهای فناوری اطلاعات که در مناطق اکوتوریستی قابل اجرا و پیاده سازی است، شناسایی می شوند و به منظور تطبیق آنها با نیازهای کاربری همگانی مورد بازنگری قرار می گیرند. [۱۲]

ب : در مرحله دوم ارتباط با فعالیتهای و خدمات و تسهیلات در نظر گرفته شده، مشخص می شود و این ارتباط به صورت الکترونیک بین آنها برقرار می شود. پس از این مرحله، به تحلیل و ارزیابی سیستم موجود و انجام فعالیتهای در مناطق اکوتوریستی و بهینه سازی رابطه بین فعالیتهای مربوط به توسعه طرح گردشگری پرداخته می شود. بدیهی است که تمامی این موارد با نگرش دقیق به راهکارهای جلب رضایت بومیان و گردشگران و ایجاد رفاه و آسایش برای آنان می باشد تا به عنوان یک رسالت و هدف آرمانی مورد نظر مسئولین منطقه قرار گیرد.

¹ Information and communication technologies

پ_ سومین مرحله بر ارائه اطلاعات مرتبط با بخش غیر دولتی و استفاده از یک رابط عمومی متمرکز می شود. با این روش اطلاعات مربوط به شیوه زندگی، کار و تفریح به هم مرتبط می شود که هدف از آن ایجاد سیستم منسجم و یکپارچه به منظور مدیریت فعالیتهای گردشگری با تاکید بر استفاده از فناوری اطلاعات است. [۱۲]

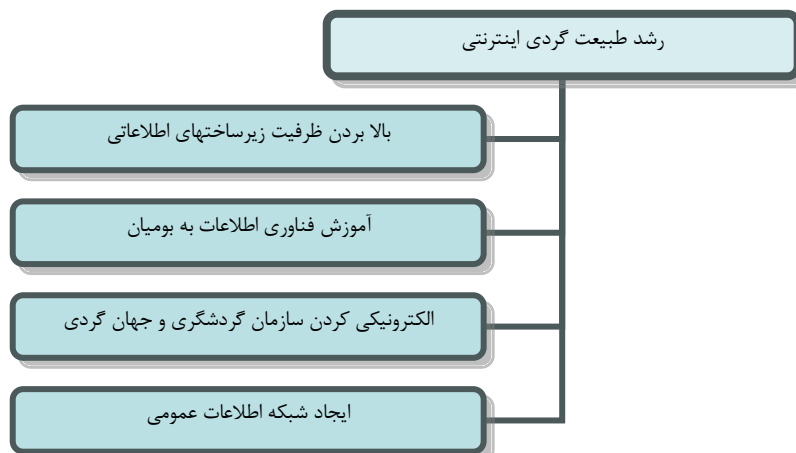
سه مرحله بالا در شکل ۲ نشان داده شده است.



شکل ۲-طراحی درگاه اینترنتی طبیعت گردی

۳-۱ راهکارهای بهینه سازی طبیعت گردی اینترنتی

ایجاد و توسعه یک زیرساختهای اطلاعاتی با ظرفیت بالا اولین مرحله در بهینه سازی طبیعت گردی اینترنتی است. این مرحله عبارت است از مجتمع سازی شبکه های گسترده سازمانهای خصوصی و ایجاد یک شبکه خدمات دهی با کیفیت و سرعت بالا که بتواند تمام مناطق اکوتوریستی هتلها بیمارستانها و خانه ها را بهم متصل کند و منطقه اکوتوریستی را تبدیل به یک محیط زندگی کاملاً شبکه ای کند. دومین توسعه آموزش کار با سیستمهای کامپیوتری به هر کدام از بومیان مناطق اکوتوریستی است. در این مرحله باید کلاسهای آموزشی شبکه های اطلاعاتی برگزار شود و ابزارها و وسایل توانا با شبکه^۱ در دسترس عموم قرار گیرد. در مرحله سوم به منظور بهبود خدمات رسانی تمام بنگاه های تحت نظارت سازمان گردشگری و جهانگردی باید به ایجاد درگاه های اینترنتی پرداخته اند تا قابلیتهای جستجوی اطلاعات و پردازش برخط را فراهم کنند. در نهایت باید یک شبکه اطلاعات عمومی ایجاد گردد. بر روی این شبکه، امنیت عمومی، خدمات داوطلبانه، خدمات مراقبت درمانی و دارویی، خدمات دسترسی از بینوایان و دیگر خدمات اجتماعی قرار می گیرد. این راهکارها در شکل نشان داده شده است. [۱۴]



¹ Net-enabled devices

۴- نتیجه گیری:

مهمترین عامل ضعف صنعت طبیعت گردی در ایران عدم اطلاع گردشگران خارجی (و حتی داخلی) از قابلیت‌ها و امکانات طبیعت گردی در کشور است. از اینرو با استفاده از روشهای اطلاع رسانی متنوع و مناسب می توان طیف وسیعی از گردشگران را جذب کرد. نکته قابل ذکر آنکه تنها تکیه بر یکی از روشهای اطلاع رسانی (اعم از روشهای سنتی، بروشور، آژانسهای گردشگری و... و یا روشهای الکترونیکی) موثر نمی باشد. در حال حاضر در بسیاری از شهرهای کشور امکانات گسترده طبیعت گردی وجود دارد که با ظرفیتی بسیار پایینتر از ظرفیت اسمی شان مشغول به فعالیت می باشند. گسترش کمی این واحدها بدون توجه به راهکارهایی برای ارتقای کیفیت سرویس دهی آنها، کمک چندانی به ارتقای صنعت کشور نخواهد کرد. لذا نزدیک شدن به استانداردهای جهانی و نگرش اساسی تر به کیفیت خدمات رسانی، از جمله مواردیست که ارتقای رضایت گردشگران و حضور بیشتر و طولانی مدت تر آنها را به همراه خواهد داشت.

مراجع

- [۱] محمودی نژاد، هادی (۱۳۸۶) برنامه ریزی اکتوریسم روستایی با تاکید بر نواحی روستایی حاشیه رودخانه و سد، به راهنمایی دکتر محمد رضا پورجعفر، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه تربیت مدرس.
- [۲] فرزین، محمدرضا. *چالشهای گردشگری الکترونیکی در ایران*، کنفرانس تجارت الکترونیک، ۱۳۸۴، تهران.
- [۳] بمانیان، محمدرضا و هادی محمودی نژاد (۱۳۸۶) التزام تحقق پذیری شهرسازی الکترونیک: مفاهیم و چالشها همایش گردشگری الکترونیک مهر ۱۳۸۶.
- [۴] پارسائیان، علی و اعرابی، محمد، جهانگردی در چشم اندازی جامع: دفتر پژوهشهای فرهنگی، ۱۳۸۲.
- [۵] غمخور، اکبر، اصول و مبانی جهانگردی: انتشارات فرآمد، ۱۳۸۸.
- [۶] اعرابی، محمد و ایزدی، داوود، سیاست گذاری جهانگردی: دفتر پژوهشهای فرهنگی، ۱۳۸۲.
- [۷] روزنامه همشهری، گلگشت در عالم، پرونده ای برای گردشگری: ضمیمه هفتگی اندیشه، ۳۰ آذر ۱۳۸۴.
- [۸] گنجابی، محمدمهدی، اصول بازاریابی خدمات مسافرتی و گردشگری: انتشارات فرس، ۱۳۸۳.
- [۹] چاک وای گی و دیگران، جهانگردی در چشم انداز جامع، ترجمه علی پارسایان و محمود اعرابی، دفتر پژوهشهای فرهنگی، تهران، ۱۳۸۴.
- [۱۰] لی، جان، طبیعت گردی و توسعه در جهان سوم، ترجمه عبد الرضا رکن الدین افتخاری و معصومه السادات امین صالحی، تهران، شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۷۸.
- [۱۱] نیکبخش تهرانی، محمد حسن و مهدی آذر صابری، آشنایی با تجارت الکترونیک و زیر ساختهای آن، انستیتو ایز ایران، تهران، ۱۳۸۰.
- [۱۲] صناعی، علی، تجارت الکترونیک در هزاره سوم، انتشارات جهاد دانشگاهی واحد اصفهان، ۱۳۸۱.
- [13] Buhalis, D. "eTourism, Information technology for strategic tourism management", Printce hall, UK, 2005.
- [14] Australia Tourism Organization: www.ats.com. Accessed Aug 2007.
- [15] Hoffman, J. *Tourism and end consumer networks: the message in the living room*, presentation in the ENTER' 1995 conference: Information and communication in tourism Innsbruck, 18 - 20 January (2004).
- [16] Epler Wood, M. 2002. *Ecotourism: Principles, Practices & Policies for Sustainability*. UNEP (United Nations Environment Programme), Division of technology, industry and economics, Paris.