

فناوری اطلاعات در گردشگری

تالیف:

شبیث رشیدی



انتشارات موجک



سرشناسه: رشیدی، شیما، ۱۳۹۳ -

عنوان و نام پدیدآور: فناوری اطلاعات در گردشگری / تالیف شیما رشیدی.

مشخصات نشر: تهران: انتشارات موجک، ۱۳۹۶.

مشخصات ظاهری: ۱۱۲ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۷۰۹-۵۰-۳

وضعیت فهرست نویسی: فیا

موضوع: گردشگری -- تکنولوژی اطلاعات

موضوع: Tourism -- Information technology

موضوع: گردشگری -- برنامه ریزی

موضوع: Tourism -- Planning

رده بندی کنگره: ۱۳۹۶ ر ۵ / آ ۱۵۸

رده بندی دیویی: ۳۳۸/۴۷۹۱۰۲۸۵

شماره کتابشناسی ملی: ۴۷۹۹۴۲۶

انتشارات موجک

تلگرام: ۰۹۰۱۷۶۷۲۵۰۲ کانال: telegram.me/mojak1

تلفن مرکز پخش: ۰۲۶۳۲۴۰۳۵۱۶ - ۰۲۶۳۲۴۰۳۵۱۳ - ۰۲۶۳۲۴۰۳۵۱۲

ایمیل: mojakpublication@yahoo.com

سایت: www.mojak.ir



عنوان: فناوری اطلاعات در گردشگری

تالیف: شیما رشیدی

طراح جلد: سیده زهرا روشنایی

مشخصات ظاهری: ۱۱۲ صفحه، قطع وزیری

چاپ اول: تابستان ۱۳۹۶، تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

قیمت: ۲۰۰۰۰۰ ریال، شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۷۹۹-۵۷-۳

حقوق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ است.

فهرست مطالب

عنوان

صفحه

سخن مولف	۱
بخش اول: فناوری اطلاعات در صنعت گردشگری	۳
فصل اول: صنعت گردشگری	۵
۱-۱ مقدمه	۵
۲-۱ آمار گردشگری در جهان	۶
۱-۲-۱ گردشگری در سال ۲۰۱۰	۶
۲-۲-۱ گردشگری در سال ۲۰۱۱	۷
۳-۲-۱ گردشگری در سال ۲۰۱۲	۷
۳-۱ صنعت گردشگری و پیچیدگیها	۸
۴-۱ مدل یکپارچه گردشگری	۱۲
۵-۱ قسمت‌های مدل یکپارچه گردشگری	۱۳
۱-۵-۱ مسافران	۱۳
۲-۵-۱ تبلیغ کنندگان گردشگری	۱۳
۳-۵-۱ تامین کنندگان خدمات گردشگری	۱۳
۴-۵-۱ محیط خارجی	۱۴
۶-۱ مدل سیستم گردشگری گان	۱۴

فصل دوم: مدیریت اطلاعات ۱۹

۱-۲ تعریف مدیریت اطلاعات ۱۹

۲-۲ مدیریت اطلاعات پیکره دانش ۲۱

۳-۲ حوزه‌های اصلی مدل مدیریت اطلاعات پیکره دانش ۲۲

۱-۳-۲ فناوری اطلاعات ۲۳

۲-۳-۲ سیستم اطلاعات ۲۳

۳-۴-۲ فرایند کسب و کار ۲۴

۳-۴-۱ مزایای کسب و کار ۲۴

۳-۴-۲ استراتژی کسب و کار ۲۴

۴-۲ تعریف بخش‌های مدیریت اطلاعات پیکره دانش در گردشگری ۲۴

فصل سوم: گردشگری ۲۷

۱-۳ تعریف گردشگر ۲۷

۲-۳ تعاریف گردشگری ۲۷

فصل چهارم: اینترنت در گردشگری ۳۱

۱-۴ تاریخچه اینترنت ۳۱

۲-۴ نقش اینترنت در گردشگری ۳۳

فصل پنجم: چرخه سفر ۳۵

۱-۵ معرفی چرخه سفر ۳۵

۲-۵ مراحل چرخه سفر ۳۶

۱-۲-۵ رویا پردازی ۳۶

۲-۲-۵ تحقیق و برنامه‌ریزی ۳۶

۳-۲-۵ رزرو ۳۷

۴-۲-۵ تجربه کردن ۳۷

۵-۲-۵ اشتراک گذاری ۳۷

فصل ششم: مدیریت اطلاعات در گردشگری ۳۹

۱-۶ ترکیب مدیریت اطلاعات، گردشگری و اینترنت ۳۹

۲-۶ تفسیر مدیریت اطلاعات پیکره دانش در گردشگری ۴۰

۳-۶ دیدگاه ارائه دهندگان خدمات گردشگری از بخش فرایندهای کسب و کار ۴۱

۴-۶ دیدگاه گردشگران از بخش فرایندهای کسب و کار ۴۲

فصل هفتم: سیستم‌های توزیع خدمات گردشگری ۴۳

۱-۷ سیستم توزیع محصولات و خدمات گردشگری ۴۳

۲-۷ انواع سیستم‌های توزیع ۴۴

۳-۷ آژانس‌های مسافرتی ۴۵

۴-۷ وظایف آژانس‌های مسافرتی ۴۹

۵-۷ آژانس‌های مسافرتی در ایران ۴۹

۶-۷ موقعیت تهران ۵۱

فصل هشتم: پیشینه نقش فناوری اطلاعات در صنعت گردشگری ۵۳

۱-۸ بررسی تحقیقات خارجی ۵۳

۲-۸ بررسی تحقیقات داخلی ۵۶

بخش دوم: مطالعه موردی (نقش مدیریت اطلاعات و اینترنت در صنعت گردشگری)

..... ۵۷

فصل نهم: کلیات ۵۹

۱-۹ مقدمه ۵۹

۲-۹ بیان مسئله ۶۰

۳-۹ اهمیت مسئله ۶۱

۴-۹ سوالات ۶۲

۵-۹ اهداف ۶۲

۶-۹ ال مفهومی ۶۳

فصل دهم: روش و ابزار ۶۵

۱-۱۰ روش تحقیق ۶۵

۲-۱۰ جامعه آماری ۶۶

۳-۱۰ نمونه آماری ۶۶

۴-۱۰ ابزار سنجش ۶۷

۵-۱۰ روایی ابزار سنجش ۷۳

۶-۱۰ پایایی ابزار سنجش ۷۳

فصل یازدهم: تجزیه و تحلیل داده‌ها ۷۵

۱-۱۱ بررسی توصیفی وضعیت متغیرها ۷۵

۲-۱۱ بررسی اهمیت هر یک از فعالیت‌ها در فرایند کسب و کار گرسکری ۸۸

فصل دوازدهم: نتیجه‌گیری و پیشنهادها ۹۵

۱-۱۲ تحلیل نتایج کتاب ۹۵

۲-۱۲ نتیجه‌گیری ۱۰۳

۳-۱۲ پیشنهادها ۱۰۴

۱۰۷ منابع

۱۰۷ منابع فارسی

۱۰۹ منابع انگلیسی

www.ketab.ir

سخن مولف

در جهان امروز زندگی بشر وارد عصر ارتباطات و اطلاعات شده و تسط بر اطلاعات به موضوع بسیار مهمی تبدیل شده است. ناملموس بودن خدمات گردشگری و پیچیده و متنوع بودن صنعت از نظر ارائه دهندگان خدمات و هم از نظر گردشگران باعث وابستگی شدید این صنعت به اطلاعات شده است. از آنجایی که ارتباط بین گردشگران و ارائه دهندگان خدمات سفر یک جزء بسیار حیاتی در این صنعت است، استفاده از فناوری‌ها می‌تواند به تسهیل تبادل اطلاعات در این صنعت کمک کند. با ورود فناوری اطلاعات به صنعت گردشگری جهت تسهیل تبادل اطلاعات، مدیریت اطلاعات اهمیت زیادی پیدا می‌کند.

بنابراین از چارچوب مدیریت اطلاعات پیکره دانش با عنوان نمونه‌ای از یک فرایند کسب و کار که در خدمت دو بخش ارائه دهنده خدمات گردشگری و گردشگران می‌باشد، برای مدیریت اطلاعات استفاده می‌کنیم. این چارچوب به بررسی ارتباط بین فرآیند کسب و کار (گردشگری) با فناوری‌های حمایتی (اینترنت)، و منافع افراد درگیر (گردشگران و ارائه دهندگان خدمات) می‌پردازد.

در این کتاب دو پرسشنامه طراحی و به صورت نمونه گیری در دسترس در بین گردشگران داخلی و نمونه گیری تصادفی در بین آژانس‌های مسافرتی شهر تهران توزیع شد.

یافته‌های کتاب حاکی از آن است که گردشگران از اینترنت در آغاز چرخه سفر و فرایند کسب و کار گردشگری استفاده می‌کنند. آژانس‌های مسافرتی و سایر ارائه دهندگان خدمات گردشگری با بهبود زیرساخت‌ها و سیستم‌های اینترنتی می‌توانند این امکان را برای گردشگران به وجود آورند که در فرایند کسب و کار گردشگری از اینترنت به نحو بهتری استفاده کنند و از این طریق نیز مزایایی برای خودشان به وجود بیاورند و در برقراری ارتباط با هم به صورت بهتری عمل کنند.¹

شیوه سازماندهی کتاب حاضر به صورت زیر می‌باشد.

این کتاب به دو بخش تقسیم خواهد شد. بخش اول شامل مباحث آموزشی در زمینه فناوری اطلاعات در صنعت گردشگری می‌باشد. بخش اول شامل فصول:

فصل اول: صنعت گردشگری

فصل دوم: مدیریت اطلاعات

فصل سوم: گردشگری

فصل چهارم: اینترنت در گردشگری

فصل پنجم: چرخه سفر

فصل ششم: مدیریت اطلاعات در گردشگری

فصل هفتم: سیستم‌های رایج خدمات گردشگری

فصل هشتم: پیشینه نقش فناوری اطلاعات در صنعت گردشگری می‌باشد.

در بخش دوم نقش مدیریت اطلاعات و اینترنت در صنعت گردشگری بررسی خواهد شد. بخش دوم شامل فصول:

فصل نهم: کلیات

فصل دهم: روش و ابزار

فصل یازدهم: تجزیه و تحلیل داده‌ها

فصل دوازدهم: نتیجه‌گیری و پیشنهادها می‌باشد.

در پایان، بر خود لازم می‌دانم از همه عزیزانی که در مراحل گوناگون آماده‌سازی این کتاب من را یاری نموده‌اند، بویژه از جناب آقای دکتر ابوالفضل تاجزاده نمین، جناب آقای دکتر علی ناصری و جناب آقای دکتر محمد رضا نقوا صمیمانه تقدیر و تشکر نمایم.

شیما رشیدی

تابستان ۱۳۹۶