

مروری بر ابعاد حقوقی گردشگری الکترونیکی در ایران از منظر حقوق تجارت

مقاله مروری

سمانه کامیابی^۱ احمد فدوی^۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۶/۳۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۴/۲۱

صفحات: ۷-۲۱

چکیده:

استفاده از فن آوری نوین و هوشمند جزء زندگی امروزه و آتی گردیده است. یکی از مهمترین کاربردهای اینترنت و ارتباطات و اطلاعات فناوری در گردشگری بویژه گردشگری الکترونیک است. ایجاد یک پایگاه گردشگری الکترونیکی قوی نیازمند یک بانک اطلاعاتی قوی، دقیق و به روز می باشد. یکی از این بانکها، سیستم اطلاعات جغرافیا (GIS) است از طرفی ابعاد حقوقی گردشگری الکترونیکی با توجه به قانون ایران ابهام دارد. توسعه تجارت الکترونیک به چارچوب مناسب قانونی نیاز دارد، تحقیق حاضر از نوع توصیفی، تحلیلی برپایه جمع آوری اطلاعات در پی شناسایی، کشف این عوامل و تعیین میزان اثربخشی آنهاست. توجه به یافته‌های مطالعه، صنعت گردشگری الکترونیکی در ایران و جهان رو به رشد می باشد، اما چالش‌هایی در زمینه جنبه‌های حقوقی و قانونی گردشگری الکترونیکی شامل حیطه‌های دسترسی به خدمات و تجارت گردشگری، جرایم گردشگری الکترونیک، اعتماد الکترونیکی، اعطای مجوز و تأییدیه‌های قانونی مراکز و تاسیسات گردشگری، وجود دارد. به منظور تعیین روابط و وابستگی‌های بین این معیارها از روش تحلیل سلسله مراتبی AHP استفاده شده است. بعد از به دست آوردن روابط و وابستگی میان معیارها نوبت به وزن دهی آنها می رسد. این ارزش گذاری به صورت مقایسه ی زوجی انجام گرفته است. برای این کار تعداد ۱۵ پرسشنامه از سوی کارشناسان و خبرگان مرتبط با موضوع پاسخ داده شده و جمع آوری گردید. نتایج تحقیق نشان می دهد که از میان سه معیار اصلی پژوهش عوامل ساختاری - مدیریتی، بیشترین تأثیر را بر نارسایی قوانین حقوقی گردشگری ایران بویژه در زمینه گردشگری الکترونیک دارند و بعد از آن عوامل اجرایی و محتوای قوانین موثرترین عوامل هستند. همچنین از میان زیرمعیارهای مورد بررسی، فرابخشی بودن گردشگری و تعدد مراکز تصمیم گیری و تداخل وظایف سازمان های مرتبط بیشترین نقش را در نارسایی قوانین حقوقی گردشگری دارد. چالش‌های حقوقی و قانونی گردشگری الکترونیکی بایستی از سوی سیاست‌گذاران و نهادهای متولی در صنعت گردشگری مورد توجه قرار گیرد، چرا که با توجه به جهانی بودن این چالش‌ها، تلاش در رفع آنها، ضرورتی است که با تبدیل تهدید به فرصت، باعث تسهیل فرایند جذب گردشگر خارجی و رضایت مندی گردشگر داخلی می گردد.

کلمات کلیدی: گردشگری الکترونیکی، حقوق تجارت تعاملات الکترونیکی، تجارت الکترونیکی، تحلیل سلسله مراتبی AHP

1 - سمانه کامیابی، دانش اموخته کارشناسی ارشد حقوق، واحد تربیت حیدریه، دانشگاه آزاد اسلامی، تربت حیدریه، ایران (نویسنده مسئول):

kamyabisamaneh@gmail.com

2 - احمد فدوی، استادیار گروه حقوق، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران: Fadavi@pnu.ac.ir

مقدمه

اقدام در زمینه استقرار گردشگری الکترونیک، برای رونق استفاده از این راهبرد کم هزینه در صنعت گردشگری ایران، به منزله نوعی الزام رقابتی، می تواند تأثیر بسزایی در توسعه این صنعت مهم داشته باشد. تمام آمارها درکنار نتایج به دست آمده از پژوهش های انجام شده در زمینه گردشگری، حکایت از آن دارد که تا کنون در ایران به استفاده از ظرفیت های موجود در گردشگری الکترونیک اهمیت چندانی داده نشده است و این ضعف ساختاری در به کار نبردن نارسایی قوانین حقوقی در نوآوری های نوین، به عنوان خلأ کاربردی در پژوهش حاضر بررسی گردید. بدین منظور تلاش شده است تا ضمن بررسی گسترده و عمیق تحقیقات پیشین، با بهره گیری از روش ها و یافته های پژوهش، توضیح و تشریحی از ارتباطات بین ذهنیت های خبرگان ارائه شود و عوامل اثرگذار در استقرار گردشگری الکترونیک از بعد حقوقی برپایه دانش تجارت الکترونیک شناسایی شود تا بتوان از این طریق، اثربخشی خدمات در صنعت گردشگری را ارتقا داد. با توجه به مباحث مطرح شده، مسئله پژوهش حاضر این است که چالش های ابعاد حقوقی استقرار گردشگری الکترونیک چیست. هدف اصلی بررسی و شناخت عوامل حقوقی در فرآیند خدمات گردشگری الکترونیک در ایران و هدف فرعی بررسی ابعاد حقوق تجارت بر گردشگری الکترونیک در ایران است صنعت گردشگری از جمله صادرات غیر مرئی کشورها به شمار می رود و اکنون نیز به عنوان یکی از صنایع عمده بین المللی و منبع درآمد ملی بسیاری از کشورهای جهان محسوب می شود. ولی در کشور ما، متأسفانه تا به حال، این صنعت از زوایایی مختلف مورد بحث و بررسی قرار نگرفته، موانع و مشکلات جذب گردشگر به صورت جدی و راه گشا شناسایی نشده، بنابراین برنامه ریزی مشخصی نیز در این زمینه صورت نگرفته است

گردشگری الکترونیکی در توسعه کشور اهمیت دارد-آل فردوردروس حقوقدان آلمانی، حقوق اساسی انسان ها را در پنج حق شامل حق حیات، ازدواج، مسافرت، اشتغال و حق داشتن تشکل های صنفی شناسایی کرد وبا تفکیک حقوق خصوصی از حقوق عمومی و حقوق سیاسی به تبیین قلمروهای آن همت گماشت با توجه به تغییرات سریع اجتماعی-اقتصادی در سطح بین المللی، توجه به مسئله جهانی شدن در بخش های گوناگون اقتصادی از جمله گردشگری، امری اجتناب ناپذیر می باشد. یکی از مسائل تاثیرگذار بر صنعت گردشگری قوانین و سیاست های کشور مورد نظر است. مکانیزم برنامه ریزی و سیاست گذاری های صنعت گردشگری در هر کشوری باید از فرآیند های تخصصی در خصوص قانون گذاری برخوردار باشد. هر اندازه قوانین جامع تر، روان تر کاربردی تر و توسعه محورتر باشند؛ توسعه ی صنعت گردشگری محسوس تر می گردد. پس لزوم تهیه و تدوین قوانین در حوزه ی گردشگری بویژه در حوزه گردشگری الکترونیکی به شکل صحیح و جامع کاملاً ضروری است تا آنجا که این قوانین و مقررات حکم یک سیستم عامل برای سخت افزار صنعت گردشگری باشد. سوال اصلی تحقیق این است که ابعاد حقوقی گردشگری الکترونیکی با توجه به قانون ایران چیست؟ سوال فرعی نیز در مورد چالش های ابعاد حقوقی استقرار گردشگری الکترونیک چیست؟ می باشد. در این تحقیق هدف نهایی همان شناخت شاخص ها و عوامل بررسی ابعاد حقوقی گردشگری الکترونیکی در ایران است که از طریق آن بتوان زمینه از منظر حقوق تجارت را فراهم نمود.

نخستین بار در دهه ی ۱۹۶۰ و از طریق یک مبادله الکترونیکی داده ها (EDI) بر روی شبکه های ارزش افزوده (VANS) معرفی شد و با افزایش دسترسی به اینترنت و ظهور فروشندگان برخط محبوب در دهه ی ۱۹۹۰ و اوایل دهه ی ۲۰۰۰، رشد کرد. برای

نمونه، وب سایت آمازون، کار خود را در سال ۱۹۹۵ و در گاراژ جف بزوس (Jeff Bezos) به عنوان کسب و کار حمل و نقل کتاب شروع کرد. یا وب سایت EBay که امکان خرید و فروش آنلاین میان مصرف کنندگان را فراهم می کند، در سال ۱۹۹۵ مزایده های آنلاین را به جهان معرفی کرد و در سال ۱۹۹۷ و با استقبال شدید از عروسک های Beanie Babies، شهرت و محبوبیت بسیار زیادی یافت. با افزایش تعداد کاربران اینترنتی، بسیاری بر این باورند که به زودی تجارت الکترونیک به روش اصلی انجام معاملات تجاری مبدل می شود. بررسی پیشینه تحقیق حاکی از آن است که گردشگری الکترونیک از دیدگاه های متفاوتی در مطالعات، مورد بررسی قرار گرفته است. قدس (۱۴۰۱) به توسعه سیستم اطلاعات مسافرتی پیشرفته ۱ (ATIS) را مورد بحث قرار می دهد. این سیستم به عنوان بخشی از سیستم اطلاعات جغرافیایی وب (WebGIS) مبتنی بر سیستم های حمل و نقل عمومی پیشرفته طراحی شده است. سیستم ATIS مبتنی بر WebGIS شامل داده های مکانی برای عملکردها طراحی شده است و قابلیت های GIS را از طریق اینترنت در اختیار کاربران قرار می دهد. علاوه بر این عملکردها، یک الگوریتم برنامه ریزی مسیر را برای یافتن کوتاه ترین مسیر بین نقاط انتخابی با استفاده از الگوریتم بهینه سازی مورچگان طراحی نموده و با WebGIS تلفیق کرده است. صادقی پوریانی و همکاران (۱۴۰۰) در تحقیقی با عنوان مدل ارزیابی آمادگی گردشگری الکترونیک (مورد مطالعه: استان همدان) دستاورد این مطالعه، گسترش مفهوم آمادگی الکترونیکی از سطح کشور یا سازمان به صنعت گردشگری است که می تواند وضعیت آمادگی گردشگری برای الکترونیکی شدن را در سطح کشور یا یک مقصد گردشگری، در ابعاد، مولفه ها و

شاخص های مختلف نشان دهد. یافته پژوهش، مدلی وزن دار با ۵ بعد، ۱۵ مولفه و ۸۸ شاخص است. ابعاد مدل به ترتیب اهمیت شامل: زیرساخت های فناوری اطلاعات، توانمند سازهای گردشگری الکترونیک، آمادگی کسب و کارهای گردشگری، جامعه اطلاعاتی و آمادگی سازمان های مدیریت مقصد است. احمدی سال ۱۳۸۸ در پایان نامه خود به رابطه حقوق تجارت الکترونیک و حقوق مالکیت فکری پرداخت. روحانی و استرآبادی. ۱۳۹۰ به بررسی ابعاد ارتقاء گردشگری الکترونیکی در ایران پرداختند. سعیدنیو و همکاران ۱۳۹۵ نشان دادند که رسانه های اجتماعی می توانند با ایجاد جوامع برند آگاهی اعضا را افزایش دهند و مزایای بسیار در خصوص مدیریت برند و تاثیرگذاری بر جامعه ی مشتریان در پی داشته باشند. تحقیق محمودی میمنده و همکاران ۱۳۹۲ تاکید می کند که فناوری اطلاعات باعث شده است تا گردشگری الکترونیک ایجاد شود و توان رقابتی صنعت گردشگری از طریق ایجاد خدمات بهتر افزایش یابد و احمدی فر، ۱۳۹۵. به تحلیل مواد مندرج در قانون تجارت الکترونیکی از دیدگاه صاحبان کسب و کارهای تجارت الکترونیکی در پایان نامه پرداخت. دلشاد و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «تحلیلی بر موانع توسعه گردشگری الکترونیک در ایران: رویکرد مدل سازی ساختاری تفسیری فازی» در این پژوهش با ترکیب روش های کیفی (دلفی) و کمی (تحلیل عاملی تاییدی مرتبه دوم) مدلی را برای تبیین ارتباط بین موانع توسعه گردشگری الکترونیک تبیین نمودند. بر اساس مدل ایجاد شده با تکنیک FISM، موانع اقتصادی به عنوان تاثیرگذارترین و موانع نرم افزاری و آموزشی و رفتاری به عنوان تاثیرپذیرترین موانع شناخته شدند و مدیران و برنامه ریزان گردشگری قادر خواهند بود تا به روشنی دریابند که برای توسعه

گردشگری الکترونیک چه اقداماتی را باید در کانون توجه خود قرار دهند. یاری، و وظیفه دوست سال ۱۳۸۶، به گردشگری الکترونیکی، تاثیر متقابل تجارت الکترونیکی در صنعت گردشگری پرداخت و به این نتیجه رسیدن که ورود تجارت الکترونیک یک ضرورت انکار ناپذیر می باشد صاحبی دهکائی. سال ۱۳۹۵ در پایان نامه خود به تحلیل عوامل موثر بر اتخاذ تجارت الکترونیک در کسب و کارهای گردشگری ایران. پرداخت و کمالی سال ۱۳۹۶ در پایان نامه خود به شناسایی و تعیین شاخص های استانداردسازی خدمات الکترونیک گردشگری (مطالعه موردی مشهد پرداخت روحانی و همکاران (۲۰۱۳) در پژوهش خود نتیجه گرفتند که به ترتیب سیاستهای مدیریتی و حکومتی، نرم افزار، سخت افزار، فرهنگ و عوامل اجتماعی و سیستم های اطلاعات نقش مؤثری در توسعه گردشگری الکترونیک دارند. تقوی فرد و اسدیان اردکانی (۱۳۹۵) در مقاله ای با عنوان «ارائه مدل توسعه گردشگری الکترونیکی با رویکرد مدل سازی ساختاری- تفسیری» که جامعه آماری تحقیق را خبرگان دانشگاهی صاحب نظر در حوزه گردشگری و متخصصین فعال در صنعت گردشگری استان یزد تشکیل می دهند، با توجه به نتایج، عامل امکانات و توان مالی، اساسی ترین عامل در مدل توسعه گردشگری الکترونیکی استان یزد بوده است که باید مورد توجه جدی مدیران این صنعت قرار گیرد. چلونگرو غفاری، ۱۳۹۶، به بررسی نقش قوانین حقوقی جمهوری اسلامی ایران بر صنعت گردشگری پرداختند بوهالیس و آمارانگانا (۲۰۱۵) به گردشگری هوشمند توجه کردند که تأکید بر داشتن ابزارهایی برای ارائه اطلاعات و پیام و سرویس دهی در زمان واقعی برای تأمین نیاز گردشگران متناسب با مکان و ترجیحات آنها دارد. در این پژوهش بر شخصی سازی محتوا برای گردشگران، ارائه پهنای باند

مناسب، سرویس های کنترل مانند کنترل اتاق هتل از راه دور، سرویس های اطلاعات آب و هوا، وجود اطلاعات محلی متناسب با فرهنگ و سبک زندگی مردم و رعایت حریم شخصی در استفاده از فناوری تأکید شده است. وانگ و همکاران (۲۰۱۶) در تحقیق خود به دنبال عوامل اثرگذار در گردشگری هوشمند با تأکید بر جاذبه ها بودند. آنها شاخص هایی چون رزرو آنلاین، سیستم های توصیه گر، کنترل ترافیک، پیش بینی صف، پیش بینی آب و هوا، بلیت الکترونیکی، وای فای رایگان، صفحه وب و غیره را شناسایی و هشت عامل اصلی (سیتم هوشمند اطلاعات، مدیریت گردشگری هوشمند، گشت و گذار هوشمند، نقشه تور الکترونیکی، ایمنی هوشمند، ترافیک و پیش بینی هوشمند و جاذبه توریستی مجازی) را با استفاده از تحلیل عاملی ارائه کردند. آرناس و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «چگونه فناوری اطلاعات بر رویکردهای محور طراحی تاثیر می گذارند (مطالعه موردی: گردشگری هوشمند اسپانیا)» این پژوهش از طریق مطالعات و مصاحبه ها در کشور اسپانیا صورت گرفته است که در صدر شاخص استفاده از جدیدترین فناوری های دیجیتال در بخش گردشگری و آغاز پروژه های گردشگری هوشمند می باشد. نتایج این پژوهش نشان می دهد که فناوری های جدید مانند برنامه های تلفن همراه، پتانسیل بزرگی در رشد و تحول صنعت سفر ایجاد می کنند. این یافته ها رویکردهای متفاوتی را نشان می دهد که شهرهایی که می خواهند به شهرهای هوشمند تبدیل شوند می توانند از ترکیب این رویکرد محور، در طراحی اکوسیستم خود بهره مند شوند. شفيعی و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان تدوین مدلی برای مقاصد گردشگری هوشمند پایدار، با یک بررسی منظم در مقالات منتشر شده بین سال های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۷ به ارائه یک مدل جدید برای مقاصد گردشگری

مبانی نظری تحقیق:

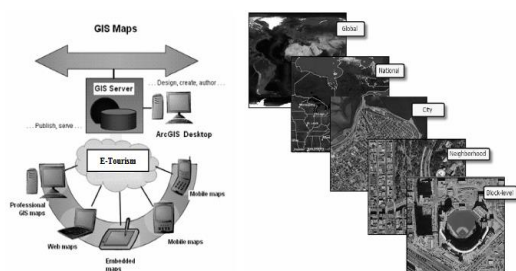
گردشگری به عنوان یک صنعت پررونق در قرن جدید است و با افزایش اهمیت خود تبدیل به یک صنعت مهم در دنیا شده است (بوهالیس و کاستا، ۲۰۰۶: ۹۱). گردشگری الکترونیکی یکی از مقولات مهم تجارت الکترونیکی بوده و از پیچیده ترین محصولات است که به صورت روی خط (On Line) ارائه می شود. سیستم های اطلاعات جغرافیایی مبتنی بر WebGIS که در محیط اینترنت پدید آمده اند، با توانایی های ذخیره، تجزیه و تحلیل، استخراج و ارائه اطلاعات، برای یکپارچه سازی داده های مکانی از منابع مختلف شناخته می شوند و از آنجایی که مبتنی بر وب است، افراد مختلف می توانند آن را دستکاری کرده و به سادگی با استفاده از مرورگرها از آن پاسخ های بصری دریافت کنند (آل شیخ و همکاران، ۲۰۱۲). در واقع، WebGIS راهی ارزان و آسان برای انتشار داده های مکانی و ابزارهای پردازش از طریق اینترنت است (نان^۳ و تائو^۴، ۲۰۲۰). گردشگران باید بتوانند نیازهای اطلاعاتی خویش را درباره مقصد (نظیر انواع جاذبه ها، راه های دسترسی، امکانات اسکان، غذا، حمل و نقل، انواع نقشه های گردشگری و غیره) از طریق شبکه جهانی اینترنت مورد بررسی قرار داده و سفری را برنامه ریزی نمایند سامانه ی اطلاعات جغرافیایی مبتنی بر وب (Web GIS) به عنوان فن آوری انتشار و دسترسی به اطلاعات مکانی از طریق محیط های مبتنی بر وب می تواند با به اشتراک گذاری داده های مکانی به اطلاع رسانی در خصوص گردشگران و مسافران کمک نماید. خرید محصول گردشگری و آشنایی با محیط مقصد قبل از سفر، ارائه اطلاعات دقیق و به روز و همچنین ارائه خدمات نوین از مزایایی است که یک سیستم جهانگردی الکترونیکی برای کاربران و گردشگران خود به ارمغان می آورد.

هوشمند با استفاده از روش نظریه پردازی داده بنیاد پرداختند. بر اساس نتایج حاصله با یکپارچه سازی ایده های پایداری با قابلیت های فن آوری اطلاعات، مقصدهای هوشمند رشد اقتصادی پایدار را از نقطه نظر اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی، و فرهنگی ارتقا می دهند و روش هایی برای مدیریت موثر گردشگری از طریق رویکردهای رقابتی، هوشمند و پایدار ارائه می کنند. وو یو و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی به بررسی بهبود رضایت از تصمیم سفر با فن آوری های هوشمند گردشگری در کره جنوبی پرداختند. در این مطالعه به بررسی تاثیر ویژگی های مهم فن آوری گردشگری هوشمند STT بر رضایت از تصمیم سفر پرداخته شده است. گردشگری الکترونیک از فرآیند برنامه ریزی سفر با ارائه اطلاعات و خدمات مرتبط به کاربران به شیوه ای تعاملی حمایت می کند، در نتیجه تصمیم آگاهانه گردشگر را تسهیل می کند. در نتیجه، گردشگری هوشمند اطلاعات مرتبط، تحرک بیشتر و پشتیبانی تصمیم گیری بهتر را برای گردشگر فراهم می کند در نتیجه رضایت از تصمیم سفر، در گردشگران افزایش می یابد در بین مدل های ارائه شده در ارتباط با نگرش سیستمی و گردشگری با توجه به موضوع و سوالات تحقیق سعی شده است که مدل کاسپار به عنوان مبنای اصلی برای تدوین متغیرهای تحقیق قرار گیرد. کاسپار^۲ گردشگری را همانند سیستمی باز مشتمل بر ساختار داخلی اعم از زیر سیستم های موضوعی و فرعی با سیستم فرادست متشکل محیط های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فن آوری و اکولوژی که دارای ارتباط متقابل با یکدیگر هستند، محسوب می کرد. با توجه به مدل سیستم گردشگری کاسپار و ابعاد حقوقی، تحقیق حاضر با ابعاد و متغیرهای زیر مورد بررسی قرار خواهد گرفت

Tao^۴^۲ - Kaspar
Nan^۳

گردشگری با به کارگیری فناوری اطلاعات بزودی به بزرگترین صنعت خدماتی جهان تبدیل می شود. پلتفرم های شبکه های اجتماعی که استفاده از آن با دسترسی به اینترنت موبایل فراگیر شده، از ارزشمندترین ابزار فناوری اطلاعات و ارتباطات است و با امکان تعامل کاربران و تبادل انواع محتوا، سبک جدیدی از زندگی و رفتار گردشگران را ایجاد نموده است، ایجاد یک پایگاه گردشگری الکترونیکی قوی نیازمند یک بانک اطلاعاتی قوی، دقیق و به روز می باشد، یکی از این بانک ها، سیستم اطلاعات جغرافیا (GIS) است. در حقیقت، GIS توانمندی های زیادی را برای جمع آوری، ورود، پردازش، تغییر شکل، به تصویر در آوردن، ترکیب، جستجو، تجزیه و تحلیل، مدل سازی و خروجی کلیه داده های مکانی بر اساس اهداف مورد نظر فراهم می سازد. در نتیجه ضروری است با بهره گیری از سیستم اطلاعات جغرافیا، شبکه های اطلاعاتی یکپارچه و گسترده ای در زمینه گردشگری ایجاد شود که بتواند اطلاعات مورد نیاز گردشگران را در هر زمان و در هر مکان فراهم آورد. از طرفی ابعاد حقوقی گردشگری الکترونیکی با توجه به قانون ایران ابهام دارد. براساس گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری، مشارکت مستقیم بخش سفر و گردشگری ایران در تولید ناخالص داخلی کشور در سال ۲۰۱۵، ۸/۷، میلیارد دلار بوده است که این میزان حدود ۲/۵ درصد از تولید ناخالص داخلی را دربر می گیرد. همچنین این شورا چشم انداز آتی حوزه گردشگری ایران تا سال ۲۰۲۶ را رو به رشد ارزیابی کرده است. گفتنی است، رشد ۴/۹ درصدی این بخش حدود ۱۴/۸ میلیارد دلار برای اقتصاد ایران به همراه خواهد داشت (Ronaghi & ۲۰۱۷et al)؛ Dehghani ۲۰۲۱ Dehdashti) همانطور که از این آمار و ارقام نمایان است، وضعیت گردشگری در کشور، از شرایط رضایت بخشی برخوردار نمی باشد که باید موردعنایت و توجه بیشتری قرار گیرد و راهکارهایی

برای بهبود آن اندیشیده شود. دستیابی به جایگاه شایسته در بین مقصدهای گردشگری جهان و بالفعل- سازی توانمندی های ایران در زمینه صنعت گردشگری، نیازمند به کارگیری روش های نوین جذب و نگهداری مشتریان فعلی و در مرحله بعد جذب بخش های بازار جدید و گسترش تعداد آنها برای توسعه صنعت گردشگری ایران است. (Tajzadeh, Namin ۲۰۱۲) یکی از عواملی که می تواند در این میان راهگشا باشد استفاده از قابلیت های فناوری اطلاعات در گردشگری می باشد که منجر به شکل گیری مفهومی تحت عنوان گردشگری الکترونیکی شده و به تحول عظیمی در این صنعت منجر شده است (Law et al, ۲۰۱۰). از سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) برای ثبت، ذخیره، ویرایش، تجزیه و تحلیل و تولید مثل داده های مکانی یا جغرافیایی استفاده می شود. یک سیستم GIS از داده های لایه ای استفاده می کند که هر لایه نشان دهنده یک شکل از داده های مکانی است، مانند یک لایه خیابان، لایه کویر، لایه پوشش گیاهی و موارد دیگر. سپس تمام این لایه ها در یک لایه ترکیب می شوند و یک لایه یکپارچه با تمام داده ها را تشکیل می دهند. این به عنوان ابزاری برای تجزیه و تحلیل داده های مکانی و کمک به ساخت سیستم های پشتیبانی تصمیم برای سازمان ها عمل می کند. GIS با برنامه های متعدد خود، مانند سیستم اطلاعات دهکده (VIS)، کاهش خطر لغزش زمین و نقشه برداری از انتخابات، به آرامی در حال تغییر شکل حکومت است. به ناچار، GIS به صنعت گردشگری نیز راه پیدا کرده است. قسمت عمده ای از اطلاعات مربوط به یک کشور، ایالت یا شهر از قبل در اینترنت موجود است که به راحتی توسط گردشگران قابل دسترسی است. اما هنوز هم محدودیت هایی وجود دارد، حجم گسترده ای از اطلاعات نه تنها گیج کننده است بلکه زمان زیادی را نیز مصرف می کند. برای غلبه بر این مسائل، GIS

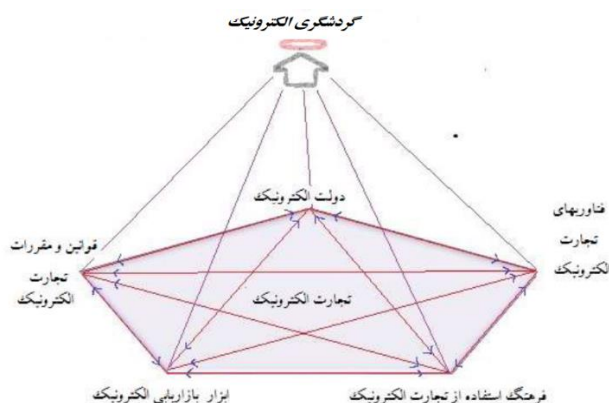


شکل ۲: ارتباط بین لایه های GIS و گردشگری الکترونیکی (طاهری، ۱۳۹۰)

مواد و روش ها:

گردشگری الکترونیکی شکل متداول گردشگری را به خود گرفته است و روش تحقیق، برنامه ریزی و تجربه تعطیلات را کاملاً تغییر داده است تحقیق حاضر در راستای دستیابی به اهداف خود فرایند و مراحل را طی نموده است که از جمله مهمترین آنها می توان به موارد زیر اشاره کرد. ۱- انتخاب موضوع و عنوان تحقیق، این بخش جزء اصلی ترین قسمت های تحقیق می باشد چرا که این انتخاب موضوع است که در اولین قدم هدف محقق را مشخص می کند و بر موضوع تحقیق نوع و روش طرح مسئله برای محقق مشخص می کند؛ ۲- در مرحله بعد محقق با طرح مسئله تعریف دقیق و روشنی از مسئله تحقیق ارائه داده و به دنبال آن شرح مختصری از اهمیت و ضرورت بالقوه موضوع را آورده است و از این طریق موارد مهم و با اهمیت که نیاز به بررسی نظری و ادبیات تحقیق دارد را مشخص نموده است؛ ۳- در مرحله سوم با بررسی مبانی و مفاهیم نظری در قالب پیشینه تحقیق (مرور بر ادبیات و تاریخچه و همچنین مطالعات انجام شده) و دیدگاه های نظری در این زمینه به ارائه مدل مفهومی تحقیق پرداخته است تا بتواند شاخص ها و متغیرهای اصلی تحقیق خود را مشخص نماید. ۴- تنظیم گزاره های اصلی تحقیق (شامل هدف، سوالات) مرحله چهارم فرایند انجام این تحقیق است که با تبیین دقیق مدل مفهومی تحقیق، گزاره های اصلی که شامل اهداف و سوالات است مطرح شده است، به عبارتی سوالات

در صنعت گردشگری اعمال شده است GIS. نه تنها اطلاعاتی راجع به جاذبه های گردشگری فراهم می کند، بلکه پایگاه داده ای از شرایط جغرافیایی، حمل و نقل، محل اقامت، گروه های قومی جمعیت و موارد دیگر است GIS. نقشه های موضوعی تولید می کند که به گردشگران کمک می کند مقصد خود را به روشی بهتر و دقیق درک کنند. برای دستیابی به این هدف، استفاده از فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی در صنعت گردشگری ایران اجتناب ناپذیر به نظر می رسد. استفاده از فناوری های اشاره شده، این امکان را برای صاحبان صنایع فراهم می آورد که بازارهدف گسترده تری را پیش رو داشته باشند (Delshad, et al, ۲۰۱۸). ازسوی دیگر تغییر در نیازهای گردشگران نشان دهنده این مسئله است که گردشگران، امروزه دارای محدودیت های زمانی و تنوع طلبی بیشتری در مقایسه با دهه های گذشته بوده و این امر، نیاز به استفاده از فناوری های اطلاعاتی توسط عرضه کنندگان خدمات گردشگری را اجتناب ناپذیر می کند. با توجه به اینکه گردشگری الکترونیک آمیزه ای از دو عنصر گردشگری و فناوری اطلاعات به شمار می رود، لذا این دو پدیده از فعالیت های عمده و بسیار مهم در ایجاد درآمد و فرصت های شغلی در ایران به شمار می روند (Tajzadeh Namin, ۲۰۱۲). نظام گردشگری شامل بازار، سفر، مقصد و بازاریابی فرض شود؛ مقصد مجموعه ای از امکان ها و جابه جای ها ی مورد نظر گردشگران و نیز تنظی قواعد و برنامه ریزی بازاریابی برای اُمین نیازهای آنان است. شکوفایی درازمدت اقتصادی می شود اندازه گیری شود.



شکل ۳: مدل سه بعدی تجارت الکترونیک در گردشگری الکترونیک

محاسبه نرخ سازگاری ماتریسها در به دست آوردن ماتریس زوجی، عناصر به صورت دو به دو با هم مقایسه می شوند. به گونه ای که اگر عنصر i با عنصر j مقایسه شود، تصمیم گیرنده خواهد گفت که اهمیت i بر j یکی از حالات جدول ۱ است (Bertolini, ۲۰۰۰; Saaty, ۲۰۰۶):

جدول ۱: مقادیر ترجیحات عددی برای مقایسه های زوجی						
عملکردهای کاملاً برتر	بسیار برتر	بازر	متوسط	برتری اندک	preference	
۹	۷	۵	۳	۱	اعداد ارزشی	۶، ۴، ۲ و ۸

پاسخهای به دست آمده از گام قبلی داخل ماتریس A قرار داده می شود. هر عنصر ماتریس A بصورت a_{ij} نشان دهنده وزن فاکتور i نسبت به فاکتور j است. در زیر فرم کلی ماتریس A نشان داده شده است.

$$A = (a_{ij}) = \begin{bmatrix} 1 & w_1/w_2 & \dots & w_1/w_n \\ w_2/w_1 & 1 & \dots & w_2/w_n \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ w_n/w_1 & w_n/w_2 & \dots & 1 \end{bmatrix}$$

اصلی تحقیق منطبق شده است بر مدل مفهومی تحقیق. علاوه بر این گزاره اصلی دیگر هدف تحقیق است که در این مرحله باید مشخص گردد تحقیق حاضر روش گردآوری داده ها را بر مبنای پرسشنامه قرار داده است. البته با توجه به سایر اهداف تحقیق ناگزیر از مصاحبه گروه کارشناسان مرتبط با موضوع نیز استفاده نموده است. گردآوری داده ها و ابزار تحقیق از دو گروه جامعه آماری استفاده نموده است: گروه اول: گردشگران هستند؛ گروه دوم کارشناسان (شامل مسئولین و کارشناسان) می باشد

تجزیه و تحلیل:

فرایند تحلیل سلسله مراتب: یکی از کارآمدترین تکنیکهای تصمیم گیری چند معیاره، فرایند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) است که اولین بار توسط ساعتی ۵ در سال ۱۹۸۰ مطرح شد که بر اساس مقایسه های زوجی بنا نهاده شده و امکان بررسی سناریوهای مختلف را به مدیران می دهد. در مسائلی که توافق اهمیت بین معیارها کاری بس دشوار می باشد، روش AHP ما را قادر می سازد تا به وسیله ساده نمودن و تسریع کردن فرایندهای تصمیم گیری، تصمیمات مؤثری را در مورد موضوعات پیچیده اتخاذ نماییم (Saaty, ۲۰۰۰; Saaty, ۱۹۸۸). فرایند تحلیل سلسله مراتبی یکی از جامع ترین سیستم های طراحی شده برای تصمیم گیری با معیارهای چندگانه است. در این مدل معیارها و گزینه ها در یک نظام سلسله مراتبی قرار گرفته و با اختصاص وزنی در مقیاس ۱ تا ۹ به صورت زوجی مقایسه می شوند و خروجی کار، درجه بندی اولویت های مربوط به گزینه های مختلف می باشد. یکی از مزایای این روش بررسی سناریوی مختلف توسط مدیران می باشد، این درجه بندی ها در جدول ذیل آمده است. جهت ارزیابی اولویت فاکتورها در روش AHP انجام مراحل زیر ضروری است- تشکیل ماتریس مقایسه دودویی برای معیارها- محاسبه اولویت معیارها نسبت به یکدیگر-

درگیر با موضوع مورد بررسی تعیین و دسته بندی شدند. معیارهای اصلی این پژوهش شامل عوامل نهادی- ساختاری، محتوایی و اجرایی می شود که به همراه زیر معیارهای مورد نظر در جدول ۲ بیان شده اند.

جدول ۲: معیارها و زیرمعیارهای مورد بررسی در ابعاد

حقوقی گردشگری

ساختاری- مدیریتی	محتوایی	اجرایی
فراپخش بودن و تعداد مراکز تصمیم گیری و تداخل وظایف سازمان های مرتبط گردشگری	تدوین قوانین گردشگری در ایران بر اساس آموزه های سنتی	عدم وجود یک سازمان متولی به منظور اجرای قوانین گردشگری الکترونیک
ناکارآمدی وجایه جایی مکرر مدیران سازمانهای گردشگری	تنوع و تکرر قوانین مربوط به حوزه گردشگری و تجارت	وجود فساد در میان سازمان مجری قوانین و مقررات گردشگری
-عدم مشارکت بخش خصوصی و بخش دولتی و فقدان هماهنگی کامل بین این دو بخش در زمینه ی تدوین و اجرای قوانین گردشگری	کهنه و قدیمی بودن قوانین گردشگری ایران و عدم به روزرسانی آنها با توجه به نیازهای جامعه	ناتوانی در برآورده سازی نیاز گردشگران و مبهم بودن قوانین و مقررات و کندی کار در امور مربوط به گردشگری مانند صدور ویزا و.
-عدم برنامه ریزی و آینده نگری در مورد تدوین قوانین گردشگری الکترونیک	عدم فرهنگ صحیح استفاده از فن آوری و فقدان دانش پایه ای گردشگری الکترونیک	هزینه بر بودن اجرای قوانین و مقررات گردشگری و استفاده نابجا از منابع مالی
-عدم توانایی و مهارت مدیران در تدوین قوانین و مقررات گردشگری الکترونیک	عقب بودن ایران از فن آوری و زیرساخت های هوشمند الکترونیکی بویژه در حوزه گردشگری هوشمند	عدم نظارت سازمان های زیربط در مورد اجرای قوانین و ضوابط گردشگری
- ناکارآمد بودن سیاست -گذاری ها در زمینه ی گردشگری و تجارت الکترونیک	عدم جرم انگاری در زمینه بعضی از جرایم صورت گرفته درحوزه گردشگری الکترونیک	مشخص نبودن هدف ها و سیاست های کلی کشور در زمینه ی ایرانگردی و جهانگردی در قالب یک برنامه ی اجرایی
تحریم ایران در زمینه ی گردشگری و تجارت الکترونیک	عدم اعتماد از فن آوری در زمینه استفاده از گردشگری الکترونیک	تعارض قوانین گردشگری در ایران با قوانین موجود در سایر کشورها

این ماتریس برای معیارهای اصلی و همچنین زیر معیارهای اصلی به صورت جداگانه بررسی می شود. ماتریس A دارای عناصر مثبت بوده و عکس پذیر است، به این معنا که $a_{ij} = \frac{1}{a_{ji}}$ ، $(i, j = 1, 2, \dots, n)$ ، همچنین در این ماتریس $a_{ii} = 1$ ، $(i, i = 1, 2, \dots, n)$ است و اگر قضاوت های تصمیم گیرنده کاملاً با یکدیگر سازگاری داشته و با ثبات باشند، باید $a_{ij} = a_{ik} \times a_{kj}$ ، $(i, j, k = 1, 2, \dots, n)$ باشد. در صورت عدم وجود شرایط با ثبات کامل در یک ماتریس مقایسه، روش AHP از تکنیک بردار ویژه برای محاسبه اوزان (w_i) و رفع ناسازگاری ها استفاده می کند. از اینرو برای محاسبه بردار W از مقدار ویژه λ_{max} که ماکزیمم بردار ویژه ماتریس A می باشد استفاده می شود.

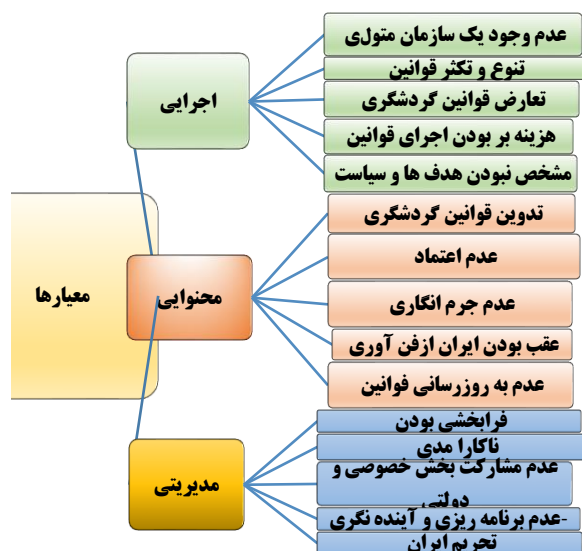
$$A_w = \lambda_{max} \times W$$

روش بردار ویژه را میتوان یک پروسه میانگین گیری ساده تفسیر نمود به گونه ای که بردار نهایی W از میانگین گیری از کلیه طرق ممکن برای مقایسه شاخص ها با یکدیگر حاصل می شود. در این روش برای محاسبه وزن هر معیار ابتدا مجموع عناصر هر سطر محاسبه شده تا یک بردار ستونی حاصل گردد، سپس این بردار ستونی نرمالیزه می شود. بردار ستونی نرمالیزه شده بردار وزن می باشد. این روش، اندازه گیری مناسبی از درجه ناسازگاری یک ماتریس به صورت $\lambda_{max} - n$ محاسبه می کند که در حالت کلی $\lambda_{max} - n$ می باشد و فقط در صورتی که ماتریس مقایسه A کاملاً با ثبات باشد حالت برابری اتفاق می افتد. به طور کلی فرآیند پژوهش، طی چهار مرحله انجام شده است.

مرحله ی اول تعیین متغیرها و معیارهای مناسب با موضوع مورد بررسی است که از طریق مرور مطالعات پیشین و مصاحبه با ۱۵ نفر از کارشناسان شاغل (مرتبط با رشته های گردشگری ، حقوق و ارتباطات) دریافت جمع نظر خبرگان در زمینه ی حقوق و گردشگری تعیین گردیده است. به این ترتیب به منظور ارزیابی نارسائی های قوانین گردشگری در ایران، معیارها و زیر معیارهای

۳-۲- معیارها و وزن دهی

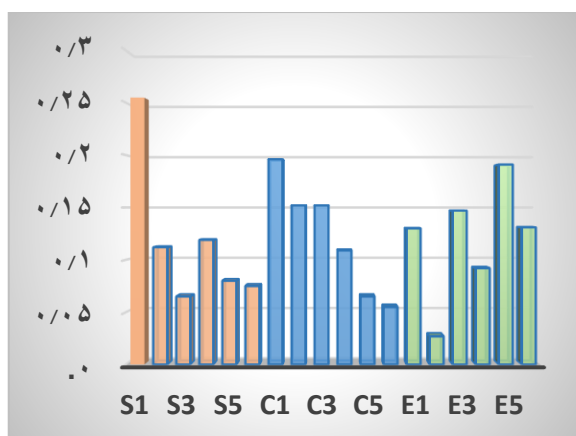
بر اساس روش پژوهش پس از تعیین معیارها و زیرمعیارهای اصلی و اثرگذار در ضعف و نارسایی قوانین گردشگری ایران و تعیین روابط بین معیارها از طریق پرسشنامه، بین آنها بر مبنای درجه ی اهمیت مقایسه ی زوجی صورت گرفت و ضرایب اولیه ی هر معیار و زیر معیارهای آن تعیین گردید جدول ذیل به دنبال مقایسه ی زوجی، فرآیند کار با تشکیل سوپرماتریس و تعیین بردارهای اولویت ادامه پیدا کرد. محاسبه ی سوپرماتریس در سه سطح انجام گرفته است که در ادامه به ترتیب آورده شده اند. اما قبل از آن مقایسه ی زوجی خوشه ها محاسبه شده است



شکل ۵: معیارها و زیرمعیارهای مورد بررسی در ابعاد حقوقی گردشگری

جدول ۳: مقایسه ی زوجی و وزن خوشه ها

وزن نهایی	وزن نسبی	اجرایی	محتوا	ساختار	ابعاد
۰.۱۸	۰.۳۵	۳	۲	۱	ساختاری
۰.۱۴	۰.۲۳	۱	۳/۲	۱/۳	اجرایی
۰.۰۹	۰.۱۳	۲/۳	۱	۱/۲	محتوایی
۰.۰۴	۰.۰۶	۶			مدیریتی



شکل ۴: ضریب نهایی زیر معیارهای مورد بررسی

نتیجه گیری

ایجاد یک پایگاه گردشگری الکترونیکی قوی نیازمند یک بانک اطلاعاتی ایمن، دقیق و به روز در چارچوب قانون است، یکی از این بانکها، سامانه اطلاعات جغرافیا (GIS) است. سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS)، توانمندی های زیادی را برای جمع آوری، ورود، پردازش، تغییر شکل، به تصویر در آوردن، ترکیب، جستجو، تجزیه و تحلیل، مدل سازی و خروجی کلیه داده های مکانی بر اساس اهداف مورد نظر فراهم می سازد. در نتیجه، ضروری است با بهره گیری از سامانه اطلاعات جغرافیا، شبکه های اطلاعاتی یکپارچه و گسترده ای در زمینه گردشگری ایجاد شود که بتواند اطلاعات مورد نیاز گردشگران را در هر زمان و در هر مکان فراهم آورد مطالعات نشان می دهد، تاکنون پژوهش های کمی به بررسی روابط و تعاملات موجود بین عوامل موثر بر توسعه گردشگری الکترونیکی پرداخته است. در عین حال، پژوهشی که تحت عنوان بررسی ابعاد حقوقی گردشگری الکترونیکی در ایران از منظر حقوق تجارت صورت گرفته ابعاد حقوقی را جهت تعیین روابط علی در توسعه صنعت گردشگری الکترونیک ارائه می کند. با استفاده از نتایج این تحقیق، ارتباطات علت و معلولی بین عوامل حقوقی به روشی نظام مند تعیین می شود. در ایران حقوق تدوین شده در بسیاری از موارد به چرخش کار و فوریت بخشیدن به فعالیت های

مربوط به گردشگری کمک نمی‌کند که با تحقیقات اسماعیلی و همکاران ۱۳۹۷ همسو است برای حل این چالش‌ها وضع قوانین با در نظر گرفتن تمامی شرایط و قدرت اجرایی کافی ضروری می‌نماید. نتایج این پژوهش به قانون‌گذاران و حقوق‌دانان کمک می‌کند بتوانند برای توسعه ابعاد حقوقی گردشگری الکترونیکی مسیر مناسب‌تری را انتخاب کنند. در تحقیق مذکور، از طریق شناسایی عوامل موثر بر توسعه گردشگری الکترونیک و روابط میان آنها و با بهره‌گیری از روش تحلیل سلسله مراتبی، توسعه گردشگری الکترونیک طراحی شده است. در بررسی‌های انجام گرفته با استفاده از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی، از میان سه معیار اصلی مورد بررسی به ترتیب عوامل ساختاری-مدیریتی، عوامل اجرایی و عوامل محتوایی نقش اصلی را در ضعف و نارسایی قوانین (حقوقی) مربوط به گردشگری ایفا می‌کنند. اگرچه بین هر یک از این معیارها و نارسایی قوانین گردشگری یک رابطه‌ی مستقیم و معنادار وجود دارد؛ با این همه بر اساس یافته‌های پژوهش عوامل ساختاری - مدیریتی اثربخش‌ترین عامل بر ضعف و نارسایی قوانین گردشگری است. که در این زمینه با تحقیق خاکپور و همکاران ۱۳۹۲ همسو و همخوانی دارد. این مدل علاوه بر نمایش روابط میان عناصر، عوامل را در قالب چهار دسته، دسته‌بندی می‌کند:

دسته اول شامل متغیرهای خودمختار است که دارای قدرت نفوذ و وابستگی ضعیف هستند. در مقاله حاضر تغییری در این دسته قرار نگرفت. متغیرهای وابسته دومین دسته هستند که دارای قدرت نفوذ کم ولی وابستگی شدید می‌باشند. متغیرهای اطلاع‌رسانی عمومی و آگاه‌سازی مردم برای استفاده از خدمات گردشگری الکترونیک و حفظ امنیت و حریم شخصی افراد شامل گردشگران، جامعه محلی، کاربران، تورها، سایت‌های خدمات‌دهنده گردشگری، در این دسته قرار می‌گیرند. این متغیرها به‌طور عمده نتایجی هستند که برای ایجاد آنها عوامل زیادی دخالت دارند و خود آنها کمتر می‌توانند زمینه‌ساز متغیرهای دیگر شوند. سومین دسته متغیرهای

متصل یا پیوندی هستند که قدرت نفوذ و وابستگی زیادی دارند. این عوامل غیرایستا به‌شمار می‌روند، زیرا هر نوع تغییر در آنها می‌تواند سیستم را تحت تاثیر قرار دهد و در نهایت سیستم خود نیز می‌تواند این عوامل را دوباره تغییر دهد. در این تحقیق حمایت کافی دولت و وجود قوانین و مقررات حمایتی و اجرایی لازم، سیاست‌ها و عوامل مدیریتی، زیرساخت‌های فناوری اطلاعات (سخت‌افزار و نرم‌افزار)، سیستم‌های اطلاعاتی، فرهنگ‌سازی مناسب (آشنایی گردشگران، جامعه محلی و مسئولان با عملکرد فناوری اطلاعات و گسترش فرهنگ استفاده صحیح از فناوری اطلاعات)، آموزش و تربیت نیروی انسانی مورد نیاز برای ایجاد، توسعه و اداره گردشگری الکترونیک و وجود اطلاعات دقیق و به‌روز در این دسته قرار گرفته‌اند. این درحالی است که در جهان امروزی بیشتر عوامل، غیرایستا و پویا هستند. عوامل مورد استفاده در این پژوهش نیز از این امر مستثنا نیستند. بیشتر عوامل مورد استفاده، دارای قدرت نفوذ و وابستگی بالایی هستند؛ به این معنی که اثرگذاری و اثرپذیری زیادی دارند. از این رو به‌دلیل ماهیت این عوامل، بیشتر آنها در این دسته قرار گرفته‌اند. اما چهارمین دسته شامل متغیرهای مستقل هستند که دارای قدرت نفوذ قوی ولی وابستگی ضعیف هستند. این دسته به‌عنوان زیربنای بحث عمل می‌کنند و برای شروع کارکرد سیستم باید در وهله اول بر آنها تاکید کرد. امکانات و توان مالی در این دسته قرار گرفته است. مباحث نشان می‌دهد امکانات و توان مالی از بین عوامل شناسایی‌شده بر سایر عوامل بیشترین تاثیرگذاری را دارند که باید مورد توجه ویژه قرار بگیرند. این نتیجه توسط محققان دیگر نیز مورد تایید قرار گرفته است.

منابع:

- حبیب، سعید، امیر صادقی نشاط، فهیمه احمدی. (۱۳۸۸) رابطه حقوق تجارت الکترونیک و حقوق مالکیت فکری. وزارت علوم، تحقیقات و فناوری - دانشگاه تهران - دانشکده حقوق و علوم سیاسی
- حسینی پاکدهی، علیرضا، مهدخت بروجردی علوی، زهرا جعفری. (۱۳۹۱) تبلیغات بازرگانی و حقوق شهروندی. وزارت علوم، تحقیقات و فناوری - دانشگاه علامه طباطبائی - دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی
- خاکپور، براتعلی، قنبری، محمد، ارجمند، احمد، عین صالحی، محمدرضا. (۱۳۹۲). ارزیابی عوامل مؤثر بر ضعف و نارسایی قوانین حقوقی گردشگری در ایران با رویکرد تحلیل شبکه. برنامه ریزی و توسعه گردشگری. ۹۳-۱۰۹، ۲(۵) ،
- بدخش، سعید (۱۳۹۸)، بررسی ابعاد حقوقی لغو قراردادهای گردشگری- <https://iiprt.ir/the-most-important-rights-of-the-traveler/>
- پنجه‌پور، احمد (۱۳۹۵) زیر و بم معافیت‌های مالیاتی تاسیسات گردشگری، روزنامه دنیای اقتصاد (۹۵/۴/۱۲)، کسر مالیات گردشگری تنظیم شده محمدرضا شاه شوازی (وکیل پایه یک دادگستری)
- جفری هریسون (۱۳۸۰)، مدیریت استراتژیک، ترجمه بهروز قاسمی، نشر آبتین، ۱۳۸۰، تهران
- خاتمی، بهزاد و مهدی زاده، هدایت (۱۳۸۷)، مطالعه تطبیقی و ارزیابی مدل‌های برنامه ریزی استراتژیک و ارائه یک چهره‌چوب جدیدی برنامه ریزی، نشریه مدیریت فردا، شماره ۱۹، صص ۵۳-۳۴
- سجودی مریم، یاسوری مجید، حجت سیروس (۱۴۰۱). بررسی و ارزیابی زمینه‌های توسعه گردشگری الکترونیک (مورد مطالعه: استان گیلان). فصلنامه چشم انداز شهرهای آینده، ۳(۱)
- سید علیان، انسیه، کامیابی، سعید و عبدی، کمیل، (۱۳۹۴)، شهر الکترونیک بسترساز توسعه پایدار شهری، اولین همایش پژوهش‌های کاربردی در علوم جغرافیایی، سمنان
- سرفرازی، مهرزاد و داستان، محسن، ۱۳۹۹، گردشگری الکترونیکی، تورسیم الکترونیکی و بررسی مفاهیم گردشگری سیار در هزاره سوم، ششمین کنفرانس بین‌المللی ایده‌های نوین در کشاورزی، محیط زیست و گردشگری، تهران
- داس ویل، راجر (۱۳۷۸)، مدیریت گردشگری، ترجمه سید محمد اعرابی و داود ایزدی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، تهران.
- زارعی، محمد حسین، علی‌اکبر گرگی، سمیه محمدی. (۱۳۸۸) دولت الکترونیک و حریم خصوصی. وزارت علوم، تحقیقات و فناوری - دانشگاه شهید بهشتی - دانشکده حقوق
- زرکلام، ستار (۱۳۹۱) دادرسی‌های الکترونیکی. ضرورت‌ها، الزامات و چالش‌ها. مجله آموزه‌های حقوق کیفری - ۱۲۳. دانشگاه علوم اسلامی رضوی. سال دوم، شماره ۳. ص ۱۵۱
- اسماعیلی، سمانه، عباسیان، پیمان ونسیم رحیق اغصان (۱۳۹۷) چالش‌های قانونی گردشگری در حقوق ایران، دو فصل نامه علمی-اختصاصی مطالعات تطبیقی حقوق در ادیان سال اول، شماره اول، پاییز و زمستان ۱۳۹۷ / صفحات ۱۴۳ تا ۱۶۳
- ابراهیمی، محمد. شریفی ترازکوهی، حسین. باقرزاده، علی ۱۳۹۳. نقش و کارکرد دولت الکترونیک در دستیابی به حقوق شهروندی. مجله اخلاق زیستی. شماره ۵. ص ۱
- ابراهیم زاده گنجی، سیده زینب، شیرخدايي، میثم، حسینی، ابوالحسن. (۱۳۹۵). تبیین نقش عوامل مؤثر بر اعتماد الکترونیک در وب سایت‌های گردشگری. مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۱(۳۴)، ۱۱
- انصاری. بافر (۱۳۹۰). حقوق حریم خصوصی. سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)
- امین بیدختی، علی اکبر، نیک سرشت، فرامرز. فتانه جوهری هونجانی. (۱۳۹۳). تبیین مبانی پذیرش تجارت الکترونیک در شرکت‌های کوچک گردشگری: مورد مطالعه دفاتر خدمات مسافرتی شهر اصفهان. وزارت علوم، تحقیقات و فناوری - دانشگاه سمنان - دانشکده گردشگری
- بهزاد فر، مصطفی و زمانیان، روزبه (۱۳۸۶)، کاربرد تصمیم‌سازی چند معیاره فرایند تحلیل سلسله مراتبی در برنامه‌ریزی گردشگری، مورد: شهرستان نیشابور، نشریه بین‌المللی علوم مهندسی، جلد ۱۸، شماره ۵- ویژه نامه معماری و شهرسازی، دانشگاه علم و صنعت، صص ۱۱-۱
- بهشتی، محمدباقر؛ محمدزاده، پرویز و قاسملو، خلیل (۱۳۹۶)، نقش صنعت گردشگری در ایجاد نابرابری درآمدی در بین استان‌های کشور، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال ششم، شماره ۲۲، پاییز ۹۶، صص ۲۹-۸.
- ____ بیات، محمود (۱۳۸۷)، دیپلماسی دیجیتال، دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی وزارت امور خارجه.
- بیکیان. محمدرضا (۱۳۹۹) حقوق تجارت (رشته حقوق خصوصی). پارسیان دانش پندار
- پیرمحمدزاده امین، کامیابی سعید، زندمقدم محمدرضا. توسعه گردشگری مایس با تأکید بر سبک زندگی، رفاه اجتماعی و اقلیم سلامت (مطالعه موردی شهر سمنان). سبک زندگی اسلامی با محوریت سلامت. ۱۳۹۹؛ ۴ (۲): ۱۵۷-۱۴۴
- حبیبی، روزبه و فرجی منیر، نینا، (۱۳۹۶) بررسی و تبیین نقش اشتغالزای تجارت الکترونیک در صنعت گردشگری، اولین کنفرانس ملی توسعه پایدار در علوم مدیریت و حسابداری و فرهنگ اقتصاد مقاومتی، تهران
- حلبیان. حسین (۱۳۸۹) تجارت الکترونیک و حقوق بین‌الملل خصوصی. گفتمان حقوقی. ۱۲۱. ۱۸-۱۷

- کروی، مهدی، محمودزاده، سید مجتبی، جزایری، ریحانه. (۱۳۹۹). نقش گردشگری الکترونیک در توسعه گردشگری پزشکی شهر مشهد. برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۱۲(۴۲)، ۲۳۵-۲۷۲

کیامهر، رامین، محسن احدنژاد روشتی، نوید کمالی. (۱۳۹۶). شناسایی و تعیین شاخص های استانداردسازی خدمات الکترونیک گردشگری (مطالعه موردی مشهد). دولتی - وزارت علوم، تحقیقات، و فناوری - دانشگاه زنجان - دانشکده ادبیات و علوم انسانی

-مارابی. کوثر (۱۳۹۹). تجارت الکترونیک و نقش خدمات آنلاین و فضای مجازی در کسب و کار نوین. مطالعات نوین بانکی - ۹۰، ۷۱.

-مینایی، رضا، فرشید نمایان، فخرالدین معروفی، علیرضا مرادی. (۱۳۹۸). مدل تاثیر گردشگری الکترونیک بر خرید خدمات گردشگری و سنجش مطابقت آن با رفتار گردشگران ایرانی. مطالعات اجتماعی گردشگری. ۲۵۹-۲۸۴.

-مینایی، رضا فرشید نمایان، فخرالدین معروفی، علیرضا مرادی. (۱۳۹۸). مدل سازی شبکه های اجتماعی در رفتار گردشگران با رویکرد ساختاری-تفسیری. بصیر ۱۸۳-۱۶۵.

معینیان، علیرضا، لطفی، حیدر، محمد مهدی رحیمی، کامران جورابلو. (۱۳۹۹). مبانی گردشگری در حقوق بین الملل؛ مطالعه موردی حق برخورداری از محیط زیست سالم. جغرافیا (برنامه ریزی منطقه ای). ۹۶۴-۹۴۱.

میرزائی، رزویه، محمدحسن ذال، معصومه صاحبی دهکائی. (۱۳۹۵). تحلیل عوامل موثر بر اتخاذ تجارت الکترونیک در کسب و کارهای گردشگری ایران. دولتی - وزارت علوم، تحقیقات، و فناوری - دانشگاه مازندران

نوابی. مهدی (۱۳۹۹). نگاه گردشگری به تجارت الکترونیک. کاسپین امروز. ۳۸.

نصرالهی، خدیجه (۱۳۹۲). رزیتا مویدفر، ابوالقاسم هاشمی پور. (۱۳۹۲). تحلیل عوامل موثر بر تقاضای گردشگری داخلی در ایران با تأکید بر اخلاص آفرینی عامل جرم. وزارت علوم، تحقیقات و فناوری - دانشگاه اصفهان - دانشکده علوم اداری و اقتصاد - باری. مجتبی (۱۳۹۷). حقوق گردشگری. کتاب آوا، تهران

Alesheikh A.A., Helali H., Behroz H.A.: 'Web GIS: technologies and its applications'. Symp. on Geospatial Theory, Processing and Applications, Ottawa, ۲۰۱۲

- Butler, R. W, (۲۰۰۰): Ecotourism-Has it Achieved Maturity or Has the Bubble Burst', Keynote Address, Pacific Rim Tourism, Rotorua, Zealand.

- Jabulani, Nyawo, Mubangizi, Betty C. (۲۰۱۵) Art and Craft in local economic development: Tourism possibilities in Mtubatuba Local Municipality. African

- شجری، مهدی و مرتضی سرگلزایی جوان. (۱۳۹۹). تجارت الکترونیک. دانشگاه صنعتی امیرکبیر

طهمورث، عاطفه و صنایعی، علی (۱۳۹۷). تبیین موانع توسعه گردشگری الکترونیک در صنعت گردشگری ایران (مطالعه موردی: شهر اصفهان)، چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی، تاکستان

- طاهریان، مجید، (۱۳۹۹) کاربرد سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) در راه اندازی سیستم گردشگری الکترونیکی، پنجمین همایش بین المللی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پاک، همدان

- طاهری، محمدرضا (۱۳۸۸)، کاربرد سیستم اطلاعات جغرافیا (GIS) در راه اندازی سیستم گردشگری الکترونیکی، دومین کنفرانس بین المللی شهر الکترونیک، تهران،

- سجادیان، ناهید، علی شجاعیان، حسین عبادی. (۱۳۸۹). بررسی کاربرد Web GIS در مدیریت شهری (نمونه‌ی موردی: بندر ماهشهر). (وزارت علوم، تحقیقات و فناوری - دانشگاه شهید چمران اهواز

- سید علیان، انسیه. کامیابی، سعید و عبدی، کمیل، (۱۳۹۴)، شهر الکترونیک بستر ساز توسعه پایدار شهری، اولین همایش پژوهش های کاربردی در علوم جغرافیایی، سمنان

-فضل زاده، علیرضا و لیلا کریمی زاده شقاقی. (۱۳۹۳). نقش تجارت الکترونیک در صنعت گردشگری. دومین همایش ملی پژوهش های کاربردی در جغرافیا و گردشگری

-فرزین، محمدرضا، صفری، سارا. (۱۳۸۸). شناخت نظام مدیریت مقصد گردشگری (DMS) و چالش های توسعه ی آن در ایران. فصلنامه جغرافیا و توسعه: doi: ۹۳-۱۱۸، ۷(۱۶)، ۱۰، ۲۲۱۱۱/gdij. ۲۰۰۹، ۱۱۷

-عبدالملکی. مرتضی (۱۴۰۰). جرم انگاری در فضای سایبری انتشارات. گنجور

-عبدلی، غلامرضا حمید هدایتی. (۱۳۹۳). بررسی تجارت الکترونیک و جرم کلاهبرداری اینترنتی -. دانشگاه آزاد اسلامی واحد شاهرود - دانشکده علوم انسانی

-غنبر طهرانی، نسیم، ندا عبدالوند، عارفه بردبار شیجانی. (۱۳۹۴). انتخاب و بهبود مدل کسب و کار برای تجارت اجتماعی در صنعت گردشگری در ایران. دولتی - وزارت علوم، تحقیقات، و فناوری - دانشگاه الزهرا (س) - دانشکده اقتصاد و حسابداری

-قدس، محسن. (۱۴۰۱). یافتن کوتاهترین مسیر توسط الگوریتم بهینه سازی کلونی مورچگان مبتنی بر سیستم اطلاعات جغرافیایی وب (WebGIS) بر پایه سیستم اطلاعات مسافرتی پیشرفته (ATIS). کاربرد سیستم اطلاعات جغرافیایی و سنجش از دور در برنامه ریزی. ۸۶-۹۹، ۱(۱۳)،

- Harvey, David, (۲۰۰۷), A Brief History of Neoliberalism, oxford new yurk, vol ۲.
- Higgins, Freya, (۲۰۰۶), power of tourism, university of south Australia, vol ۲۷
- Holjevac, A. I., ۲۰۰۳, A Vision of Tourism and the Hotel Industry in the ۲۱st Century,
- Hospitality Management, Vol. ۲۲.
- Lankford, Samuel v and Howard Dennis R. ۱۹۹۴, Revisiting TIAS, Annals of Tourism Research, Volume ۲۱, issue ۴.
- Matzarakis, A (۲۰۰۴), Assessing climate for tourism purposes: Existing methods and climate tourism and recreation tools for the thermal complex”, In Proceedings of the First International Workshop on Climate, Tourism and Recreation, www.mif. Uni-freiburg.de/isd.
- <http://www.ichto.ir>
- <http://www.tchto-portal.ir>
- <http://www.iranmiras.ir>
- <http://www.tourismiran.com>
- <http://www.iran-tourism.com>
- <http://www.persia.ir>
- <https://enamad.ir>
- /
- Journal of Hospitality, Tourism and Leisure, ۴ (۲): ۱-۱۵.
- Law Christopher, M. (۱۹۹۶) Urban Tourism Attraction Visitors to Large Cities, mansell. Publishing, LONDON, Vol ۲۹, No ۱۸, pp. ۱۶۸.
- Suraj, P. (۲۰۱۰). The Impact of Tourism on Income Inequality: An Econometric Assessment, The UCLA Undergraduate Journal of Economics, ۴۷-۹۹.
- The World Bank,m (۲۰۰۷): world development indicators.
- Timuz, E. & Getz. M. (۲۰۰۹) Tourists' Satisfaction with Cultural Tourism Festival: a Case Study of Calabar Carnival Festival, Nigeria, International Journal of Business and Management, Vol ۴, No ۳, pp. ۱۱۶-۱۲۵.
- Abby liu and Geoffrey Wall. ۲۰۰۶. Planning tourism employment: a developing country perspective. Tourism Management, volume ۲۷, issue ۱, page ۱۵۹-۱۷۰.
- Beerli,A Martin,J.D.۲۰۰۴. factorsinfluenceing destination image, Annals of Tourism Research
- diplomacy, VNG international, delcahage, the hague, vol ۱
- Hall Prentice, Edition. Stephan F.,۱۹۹۴, Witt and Luie Management Handbook, Second

An overview of the legal aspects of electronic tourism in Iran from the point of view of business law

Samaneh kamyabi^۱ Ahmad Fadavi^۲

1- Department of Law, Torbt heydarieh branch, Islamic Azad University, Torbt heydarieh, Iran.

2- Assistant Professor, Department of Law, Payame Noor University, Tehran, Iran

ABSTRACT :

The number of Internet users and communication styles is expanding and increasing day by day, the use of new and smart technology has become a part of today's and future life. One of the most important uses of the Internet and communication and information technology is in tourism, on the other hand, the legal dimensions of electronic tourism are ambiguous according to Iran's law. The development of e-commerce needs a proper legal framework, the current thesis in 5 chapters with a descriptive analytical method based on the collection of information is aimed at identifying, discovering these factors and determining their effectiveness. According to the findings of the study, the e-tourism industry is growing in Iran and the world, but there are challenges in the field of legal and legal aspects of e-tourism, including areas of access to tourism services and business, e-tourism crimes, e-trust, granting licenses and legal approvals of centers and There are tourist facilities. In order to determine the relationships and dependencies between these criteria, AHP hierarchical analysis method has been used. After obtaining the relationships and dependencies between the criteria, it is time to weigh them. This evaluation has been done as a pairwise comparison. For this purpose, 30 questionnaires were answered and collected by experts. The results of the research show that among the three main criteria of the research, structural-managerial factors have the greatest impact on the inadequacy of Iran's tourism legal laws and after Those executive factors and content of laws are the most effective factors. Also, among the investigated sub-criteria, tourism's cross-sector nature and multiplicity of decision-making centers and overlapping duties of related organizations play the biggest role in the inadequacy of tourism laws. The legal and legal challenges of e-tourism should be taken into consideration by the policy makers and institutions in charge of this industry, because due to the universal nature of these challenges, efforts to solve them are a necessity, which facilitates the process of attracting tourists by turning threats into opportunities. foreign and the satisfaction of the domestic tourist.

Keyword:

electronic tourism, commercial law, electronic interactions, electronic commerce, AHP hierarchy analysis Process