

کار با سایت های گوناگون

فصل ۸

هدف های رفتاری

پس از آموزش این فصل، هنرجو می تواند

- ۱- اخبار مورد نیاز خود را از اینترنت دریافت کند.
- ۲- اخبار روز را در موتورهای جستجو، بازیابی نماید.
- ۳- خدمات دولتی ارائه شده بر روی شبکه اینترنت را بشناسد.
- ۴- خصوصیات سایت های مربوط به مصرف کنندگان را توضیح دهد.
- ۵- خدمات سایت های مسافرتی را بشناسد.
- ۶- مفهوم گردشگری مجازی را بیان کند.
- ۷- خدمات آموزشی را از اینترنت دریافت کند.
- ۸- سایت های مرتبط با استخدام را جستجو نماید.
- ۹- دستاوردهای سایت های سلامت را بیان کند.



۱-۸- مقدمه

در آغاز هزاره سوم فناوری اطلاعات به طرز عجیب و سریعی راهکارهای عملی خود را در تمامی لایه‌های مختلف زندگی رسوخ داده است. فناوری اطلاعات برای تمامی مظاهر زندگی در عصر اطلاعات و ارتباطات شیوه‌های جدید و مطمئنی را پیش‌بینی کرده است. این شیوه‌ها مبتنی بر دو اصل مهم و حیاتی سرعت و دسترسی آسان بدون محدودیت زمانی و مکانی است. دولت الکترونیک، شهر الکترونیک، آموزش الکترونیک، بهداشت الکترونیک و ... ساختارهای جدیدی در زندگی امروز هستند که بر پایه و مبتنی بر شبکه کارکردهای خود را اعمال می‌کنند.

سرویس‌های بسیاری از طریق اینترنت به صورت آنلاین قابل دسترسی هستند. اطلاعات مرجع مانند دایره المعارف‌ها، اخبار، اطلاعات هواشناسی و ... به سادگی در دسترس می‌باشند. کاربران می‌توانند تعاملاتی مثل عملیات بانکی، رزرو تورهای مسافرتی و خرید را به صورت آنلاین انجام دهند. همچنین می‌توان اطلاعاتی در مورد مدارس مختلف جستجو کرده یا حتی مطالب بهداشتی و پزشکی را مطالعه نمایند. میلیون‌ها نفر از طریق پست الکترونیک با خانواده، دوستان و همکاران خود در سراسر دنیا ارتباط برقرار می‌کنند. بعضی از مردم از محیط‌های چت برای ارتباط با افراد دیگری که با هم علایق مشترک دارند، استفاده نمایند. حتی می‌توان از اینترنت برای دیدن فیلم و شنیدن آهنگ استفاده کرد. به عنوان یک وسیله علمی و تفریحی کاربران می‌توانند در مورد هر موضوعی اطلاعات به دست آورند، یک دوره آموزشی ثبت نام کنند، یا با هر کس که بخواهند بازی‌های کامپیوتری انجام دهند.

۲-۸

سایت‌های خبری

چگونه می‌توانم اخبار مورد نیاز را از اینترنت دریافت کنم؟

گروه‌های خبری گروه‌هایی هستند که در سطح اینترنت گسترده‌اند و تقریباً به تعداد موضوعات موجود در این شبکه، گروه‌های خبری فعال وجود دارد. تعداد این سایت‌ها و گروه‌های خبری به حدی افزایش یافته است که در بسیاری از موارد به عنوان منبع خبر برای روزنامه‌ها و استناد موضوعات به کار گرفته می‌شوند.

به گفته یک استاد ارتباطات، نقل قول کردن صرف از سایت‌های خبری جایگاه روزنامه را تنزل می‌دهد، مگر اینکه خبر

نقل شده از اینگونه سایت‌ها سرنخی برای تکمیل خبر و ارائه آن به‌طور صحیح و با منبع بعد از پیگیری‌های خبرنگاران روزنامه‌ها باشد. این بدان معنی است که اگر به منبع خبر و مطالب نقل شده از آن اعتماد نباشد و سایت‌های خبری تنها برای جذب مخاطب به انتشار اخبار پردازند و روزنامه‌ها نیز در ادامه برای افزایش تیراژ و بدون اطمینان از صحت آن خبر را چاپ کنند، در درازمدت لطمه شدیدی به اعتبار رسانه وارد می‌شود.

نقل خبر از سایت‌ها بدون پیگیری صحت آن بعد از مدتی که مخاطب با چندین خبر تکذیب شده مواجه شود و تایید شایعه بودن آن را از منابع دیگر دریافت کند، اعتبار رسانه را از بین برده و مخاطبان را به سوی دیگر روزنامه‌ها سوق می‌دهد.

در نتیجه از اخبار ارسالی در سایت‌های خبری می‌توان به‌عنوان سرنخ برای خبرنگاران استفاده کرد. خبرنگاران باید خود به‌دنبال صحت خبر بروند و موضوع آن را پیگیری کرده و بعد از مراجعه به منابع مختلف، خبر موثقی را ارائه کند؛ حتی اخبار خبرگزاری‌های معتبر هم باید دستمایه‌ای برای اخبار تکمیلی در روزنامه‌ها باشد. شرایط پیش آمده در حوزه مطبوعات مکتوب در استفاده میزان بالا از اخبار ارسالی در سایت‌های خبری، فرصت مناسبی برای این سایت‌هاست تا برای جذب مخاطب و مطرح کردن خود در اذهان عمومی استفاده بهینه‌ای کرده و با اطلاع‌رسانی موثق و دقیق کسب اعتبار کنند و به‌عنوان یک سایت خبری حرفه‌یی در ذهن مخاطب جا باز کند.

یکی از دلایل افزایش پناهجویی روزنامه‌ها به اخبار سایت‌های خبری، در شرایطی است که آستانه محدودی برای اطلاع‌رسانی وجود دارد و منابع خبری از بروز به موقع اخبار پرهیز می‌کنند و فعالان رسانه مجبور به اطلاع‌رسانی هستند که در چنین شرایطی روزنامه‌ها به استفاده از سایت‌های خبری برای اطلاع‌رسانی مجبور می‌شوند. ۹۰ درصد منابع مطالب منتشر شده در روزنامه‌ها، خبرگزاری‌ها و یا سایت‌های خبری هستند، این آمار در صفحات رویی روزنامه که جنبه خبررسانی دارند، بیش‌تر از صفحات غیرخبری با مطالب تحلیلی و تولیدی دیده می‌شود. سایت‌های خبری اعتبار خود را از صاحبان سایت می‌گیرند؛ نام افرادی که در پس این سایت‌ها قرار دارد و جایگاه مشخص آنان به روزنامه‌ها اعتماد را می‌دهد که از اخبار ارسالی آن سایت بدون واژه‌ها و تکذیب و دروغ بودن استفاده کنند.

سایت‌های خبری که صاحبان آنان از چهره‌های شناخته شده کشورند، اغلب به انتشار اخبار غیرکلیشه‌ای می‌پردازند، این سایت‌ها زیر نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی فعالیت می‌کنند و در صورت تخلف، تذکر دریافت خواهند کرد. متأسفانه روزنامه‌ها در انتشار اخباری که سایت‌ها و خبرگزاری‌ها منع انتشار آن هستند، هیچ تغییری ایجاد نمی‌کنند و حتی یک بار متن خبر را نمی‌خوانند و به این ترتیب اشتباهات تاپیی خبر و نیز اشتباهاتی نظیر اسامی افراد و اعداد را به همان شکل منتشر می‌کنند و از همه بدتر اینکه از هیچ زاویه جدیدتری به موضوع نگاه نمی‌کنند. بخشی از دلایل مربوط به انتشار اخبار خبرگزاری‌ها و سایت‌ها در روزنامه‌ها به‌عنوان منبع خبر را اجتناب‌ناپذیر می‌توان عنوان کرد، برخی

خبرگزاری‌ها به دلیل دارا بودن امکانات در شهرستان‌ها و حتی خارج از کشور و نیز نیروی کار کافی دسترسی بهتر و به‌موقع به خبر دارند و روزنامه‌ها به ناچار به آن‌ها استناد می‌کنند.
برای جستجو و بازیابی اخبار به دو روش می‌توان عمل نمود:

۱- مستقیم

۲- غیر مستقیم

الف - در روش مستقیم، کاربر با تایپ آدرس سایت خبری مورد نظر در مرورگر به سایت وارد شده و از آخرین اخبار منطقه‌ای، کشوری و بین‌المللی آگاهی پیدا می‌کند. البته در این سایت‌ها اغلب آرشیو اخبار گذشته نیز قابل دسترسی است. برای مثال با تایپ آدرس <http://www.irna.ir> در مرورگر، به سایت خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران وارد شده و می‌توان به مرور اخبار پرداخت (شکل ۸-۱).



شکل ۸-۱ دسترسی مستقیم به سایت خبری

ب- روش مستقیم مستلزم دانستن آدرس سایت است که البته آنرا می‌توان با جستجو نیز پیدا نمود. به هر حال شما در روش مستقیم و در یک سایت خبری، به همان سایت و اخبار آورده شده در آنجا محدود می‌باشید. در روش غیر مستقیم، شما به جای ورود مستقیم به سایت‌های خبری، از طریق موتورهای جستجو، به بازیابی اخبار دلخواه خود می‌پردازید و سایت‌های خبری مختلف را با هم مقایسه می‌نمایید. حتی با تایپ کلمه «اخبار»، سایت گوگل به شما پیشنهادهای مختلفی را ارائه می‌کند (شکل ۸-۲).



شکل ۲-۸ پیشنهاد های گوگل برای کلمه اخبار

با جستجوی عناوین خبری در موتورهای جستجو، همانند روش های معمول، سایت های حاوی عنوان به صورت نتیجه در اختیار کاربر قرار می گیرد. بدیهی است که در این روش، بسیاری از سایت های نتیجه سایت خبری نیستند، اما ممکن است بتوانند در مورد خبر مورد نظر، به شما کمک نمایند.



شکل ۳-۸ جستجوی اخبار مربوط به جشنواره خوارزمی در سایت گوگل

نکته دیگری که در مورد دریافت اخبار از طریق شبکه اینترنت باید به آن اشاره کرد، تماشای اخبار تلویزیونی از طریق اینترنت می باشد. یعنی کاربر می تواند با اتصال به اینترنت و ورود به سایت های شبکه های تلویزیونی، اخبار پخش شده از آنها را به صورت زنده یا ضبط شده تماشا کند و از این طریق از اخبار مورد نظر آگاهی یابد. البته این روش امروزه در مورد تمامی برنامه های تلویزیونی (و نه فقط اخبار) کاربرد دارد. مزیت این روش این است که خبرها را می توان به جای متنی، به صورت تصویری مشاهده کرد و در هر لحظه ای که کاربر به پایگاه اینترنتی مراجعه نماید، بر خلاف تلویزیون، خبرها در دسترس خواهد بود و امکان مرور دوباره نیز میسر است. (شکل ۴-۸).



شکل ۴-۸ اخبار صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران از طریق اینترنت

۳-۸

سایت های دولتی

چه خدمات دولتی از طریق اینترنت ارائه می شود؟

استفاده دولتها از وب به حدی اهمیت یافته است که برخی آنرا یکی از ابزارهای تحقق دموکراسی دانسته اند. آنان معتقدند با ارائه اطلاعات صحیح و روزآمد به شهروندان از طریق سایتهای دولتی زمینه نظارت مردمی که یکی از ارکان حاکمیت مردم سالار است، فراهم می گردد. دلایل متعددی برای استقبال دولتها از پدیده وب وجود دارد؛ مهمترین آنها را چنین بر شمرد:

* نیاز به انعکاس اقدامات و فعالیتهای دولت در ارائه بیان کار و شرح خدمات و تسهیلاتی که برای شهروندان فراهم می کند.

* نیاز به هدایت شهروندان برای دسترسی به منابع اطلاعات معتبر در زمینه امور عمومی و خدمات دولتی.

* ایجاد ارتباط دوسویه با متخصصین، صاحب نظران و شهروندان عادی و دریافت نظرات آنان.

* ایجاد شبکه ارتباطی یکپارچه دولتی برای ارتباط سازمانها و مراکز دولتی با یکدیگر.

* جلب مشارکت در زمینه های مورد نیاز.

* تبلیغات و تاثیرگذاری بر بینش و گرایش شهروندان.

* ایجاد امکان نظارت مردمی.

* ایجاد زمینه ارتباط مستقیم متصدیان ارشد دولتی با آحاد شهروندان در داخل و خارج از قلمرو جغرافیایی حاکمیت.

* کاهش هزینه ها برای ایجاد ارتباط با شهروندان و نیز کاهش هزینه شهروندان در دسترسی به اطلاعات و ایجاد ارتباط با متصدیان امور.

سایتهای دولتی می توانند ابعاد گوناگونی را پوشش دهند؛ مانند جنبه های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی. کلیات این اهداف را می توان بدین شرح برشمرد:

* ایجاد محیط کاربرپسند در اینترنت برای دسترسی آسان شهروندان به اطلاعات و خدمات دولتی و تحویل خدمات از طریق کاربرد فناوری اطلاعات.

* انجام تبلیغات و اطلاع رسانی برای ترفیع جایگاه کشور در سطح جهان به گونه ای که موجب افزایش مرادوات، دادوستد و فزونی تعداد جهانگردان شود.

* ایجاد بنیان مستحکم جهت اصلاح جریان دسترسی به اطلاعات دولتی.

* جلب مشارکت برای اصلاح ساختارها و فرایندها.

از نظر عملیاتی، برای دستیابی به این اهداف دو رویکرد اصلی پیش روی است:

۱- ایجاد سایت وب مرجع با مد نظر قرار دادن نقش هدایتی برای آن. در این رویکرد، سایت وب مورد نظر مستقیماً نقش ارائه دهنده خدمات اطلاعاتی را ایفا نمی کند، بلکه با درج پیوند سایت سازمانهایی که از نظر تشکیلاتی وابسته اند، کاربران و مخاطبین را به سوی مراجع و منابع هدایت میکند. اینگونه سایتها دارای ویژگیهای خاص کاملاً قابل تمایز از سایتهای دیگر هستند.

۲- ایجاد سایتهای حاوی اطلاعات که کاربران و مخاطبین بدون نیاز به رفت و آمد و ارجاع به سایتهای گوناگون، موفق به ایجاد ارتباط و یا دریافت اطلاعات مورد نظر خود شوند. وجود چنین انتظاری از سایتهای اطلاعاتی مانع از ارجاع

کاربر به سایتهای تخصصی و دریافت اطلاعات افزونتر در حوزه موضوع مورد نظر نیست. این ارجاعات الزاماً همراه توضیحی کوتاه درباره علت ارجاع است.

اداره سایت دولتی در اینترنت نیازمند قالب خاصی است که چهارچوب کلی آن مبتنی بر سازمان اطلاعات دولت و ویژگیهای آن است. قالب سایت دارای سطوحی است که از آنها می توان اینگونه دسته بندی کرد.

سطح اول «صفحه ورودی» یا «صفحه اصلی». دسترسی به صفحه ورودی با اصلی باید بدون نیاز به اطلاع از زیرشاخه

های سایت، قابل دسترسی باشد. مانند: <http://www.2lat.com>



شکل ۵-۸ سایت دولت جمهوری اسلامی ایران

صفحات زیرمجموعه سایت. این صفحات را به شیوه های مختلف می توان سازمان داد (موضوعی، نوع اطلاعات، ساختار سازمانی و نظایر آن). در این حالت از عنصر «ارجاع متقابل»، برای دسترسی به سایر صفحات استفاده می شود. «پیوندهای» سایر سایتهای مرتبط. در طراحی سایت دولتی می توان با بررسی سایر سایتهای و ملاحظه ابعاد و ویژگیهای آنها (از نظر نوع اطلاعات، پوشش، وابستگی، ارتباط سازمانی، همکاری و مشارکت) به تناسب سطح ارتباط، پیوند(هایی) را در یکی از صفحات سایت درج و کاربران را از وجود آنها برای دریافت اطلاعات تکمیلی و تخصصی مطلع کرد.

در گستره جهانی وب، سایت های رسمی مربوط به وزارتخانه ها و نهاد های مختلف دولتی کشورهای مختلف جهان از اهمیت و ارزش خاصی نسبت به سایر سایت های اینترنتی برخوردار هستند. این تارنماهای الکترونیکی موضوع رسمی کشور مطبوع در حوزه عملکرد خود می باشند. هر یک بر اساس حیطه فعالیت و مسئولیت سازمانی تعریف شده برای آن مجموعه گسترده ای از اطلاعات را برای مخاطبان ارائه می کند که این اطلاعات می تواند جوابگوی درصدی از نیاز های اطلاعاتی مخاطبان داخل و خارج سازمان باشد که از فرسنگ ها دور خواهان دریافت اطلاعات هستند.

امروزه با وجود اینترنت ارتباطات و تبادل اطلاعات در جامعه ای که از آن به عنوان جامعه اطلاعاتی نام برده می شود بسیار ساده و سریع شده است. تنها اطلاعات سری و محرمانه کشورهای مختلف دنیا را نمی توان از طریق سایت های اینترنت رسمی این کشور مشاهده نمود. لکن حجم گسترده ای از داده های مختلف مربوط به یک کشور در هر حوزه ای تنها با ورود به رسمی ترین سایت های دولتی کشور ها قابل دریافت است که این یک مزیت بزرگ برای محققان و دریافت کنندگان اطلاعات در اقصی نقاط جهان به شمار می رود.

علاوه بر این امروزه سایت های اینترنتی رسمی کشورها به یک نوع تبلیغات الکترونیکی خاص برای کشور قلمداد می شود که با استفاده از آن ۷۰۰ میلیون مخاطب وب را با قابلیت ها و جذابیت های کشور مطبوع آشنا می کند، یعنی یک بازار بین المللی با ضریب اثر بخشی بسیار بالا که نسبت به نمونه مشابه سستی آن بسیار کارا تر است. ارزش و اهمیت سایت های دولتی در کشورهای مختلف دنیا یکی از مهم ترین فعالیت های IT در راستای ارتقای دولت الکترونیک (E-goverment) به شمار آمده است. کشوری مانند هندوستان با راه اندازی بیش از ۵۰۰ سایت دولتی کار بزرگی را در جهت شناساندن توان مندیهای توریستی و فرهنگی و صنعتی و اقتصادی خود به مخاطبان جهانی آغاز کرده است و در این راستا کشور های جنوب شرق و شرق آسیا همانند کشورهای اروپایی هدفمند حرکت می کنند.

قطعاً امروزه هر توریست با تاجر یا صنعتگری که بخواهد در ایران به نوعی حضور داشته باشد در ابتدا به آمار و ارقام و اطلاعات نوشتاری و تصویری سایت های دولتی ایران در وب نگاه می کند و بعد از آن کار عملیاتی تخصصی خود را برای سرمایه گذاری یا کار در کشور آغاز می کند.

برای جستجو و بازیابی خدمات از سایت های دولتی به دو روش می توان عمل نمود:

۱- مستقیم

۲- غیر مستقیم

الف - در روش مستقیم، کاربر با تایپ آدرس سایت دولتی مورد نظر در مرورگر، به سایت وارد شده و خدمات مورد نیاز خود را در سایت بازیابی می کند. برای مثال با تایپ آدرس <http://www.post.ir> در مرورگر، به سایت شرکت پست جمهوری اسلامی ایران وارد شده و می توان خدمات لازم را دریافت نمود (شکل ۶-۸).



شکل ۶-۸ سایت دولتی شرکت پست جمهوری اسلامی ایران

ب- در روش غیر مستقیم، شما به جای ورود مستقیم به سایت های دولتی، از طریق موتورهای جستجو، خدمات مورد نیازتان را جستجو کرده و از صفحه نتایج، به سایت دولتی وارد می شوید. در این روش باید توجه داشت که قبل از هرگونه اقدامی، از صحت و سقم سایت اطمینان پیدا نمود، زیرا ممکن است نتیجه ارائه شده سایت دولتی اصلی و واقعی نباشد.

۴-۸

سایت های مصرف کننده

سایت های ارائه دهنده خدمات به مصرف کنندگان چه خصوصیاتی دارند؟

به عنوان یک معرفی خلاصه از نحوه عملکرد این سیستم ها می توان گفت، در بخش مدیریت سیستم، مشخصات کالاها، طبقه بندی آنها، قیمت گذاری، روشهای پرداخت وجه، روشهای ارسال کالا و به طور کلی کالا و خدمات مورد عرضه در فروشگاه و نحوه ارائه آنها، توسط مدیر فروشگاه تنظیم می شود. خریدار اینترنتی با مراجعه به سایت، کالا و خدمات مورد نظر خود را انتخاب و به سبد خرید اضافه می نماید. برای اینکار دو روش: مرور کالا و خدمات بر اساس طبقه بندی های ارائه شده و جستجو بر اساس مشخصات کالا و خدمات پیش بینی شده است. پس از تکمیل

سبد خرید، مشخصات خریدار، اطلاعات مربوط به نحوه پرداخت و نحوه ارسال کالا و سایر اطلاعات لازم از خریدار دریافت و با تایید وی خرید کامل می شود. فهرست سفارشات تایید شده جهت ارسال کالا و سایر فعالیتهای اجرایی در اختیار مدیر فروشگاه قرار می گیرد .

البته سایت های مربوط به مصرف کننده به خرید اینترنتی و فروشگاه های الکترونیکی محدود نمی شود، خدمات بانکداری آنلاین، تفریحات، سرگرمی ها، وقایع فرهنگی، آگاهی از آخرین قیمتها و ... نیز در این طبقه بندی قرار می گیرند. به عنوان مثال با عضویت در سایت بورس اوراق بهادار می توان آخرین تغییرات سهام ها را از طریق پست الکترونیکی دریافت نمود.



شکل ۷-۸ سایت بورس اوراق بهادار

در زمینه استفاده از خدمات آنلاین بانکداری، تفریحات، اوقات فراغت، خرید کردن، سرگرمی ها و وقایع فرهنگی، به دو روش می توان عمل کرد:

- ۱- مستقیم
- ۲- غیر مستقیم

الف- در روش مستقیم کاربر با در دست داشتن آدرس (URL) سایت مورد نظر و تایپ آن در نوار آدرس مرورگر، به سایت اینترنتی وارد شده و خدمات مورد نیازش را جستجو و دریافت می کند. بدیهی است که آدرس اینترنتی هم از طریق جستجو قابل دسترسی است.

مثال: فرض کنید شما می خواهید نسبت به پرداخت اینترنتی قبض برق مصرفی منزل از طریق بانک ملت اقدام نمایید. برای این منظور:

حالت اول: شما آدرس سایت بانک ملت به نشانی <http://www.bankmellat.ir> را می دانید. با تایپ این آدرس در نوار آدرس مرورگر، با سایت بانک وارد شده و خدمات پرداخت قبوض را جستجو می کنید.

حالت دوم: شما آدرس سایت بانک ملت را نمی دانید. در نتیجه ابتدا وارد یک سایت موتور جستجو شده و عنوان «بانک ملت» را جستجو می کنید تا در صفحه نتایج، آدرس سایت بانک را پیدا کرده و سپس به آن سایت وارد شوید. پس از ورود به سایت، به دنبال پرداخت قبوض می گردید.



شکل ۸-۸ سایت اینترنتی بانک ملت

در هر دو روش مثال بالا، شما به عنوان کاربر می دانستید که می خواهید عملیات پرداخت قبض را به وسیله امکانات بانک ملت انجام دهید و هر دوی آنها روش مستقیم محسوب می شود.

ب - در روش غیر مستقیم، کاربر از ابتدا پیش زمینه ای در رابطه با خدمات مورد نیاز (برای مثال پرداخت قبوض) ندارد. در این شیوه، کاربر با ورود به یک موتور جستجو، عنوان خدمات مورد نظرش را جستجو کرده و از میان صفحه

نتایج، تصمیم می‌گیرد که چگونه در آن زمینه عمل نماید. به عنوان مثال با جستجوی عنوان «پرداخت قبوض» در موتور جستجوی گوگل و مرور صفحات نتایج، ممکن است کاربر تصمیم بگیرد قبض مصرفی خود را از طریق درگاه بانک ملی ایران پرداخت نماید.



شیوه‌های اشاره شده بالا در زمینه اکثر خدمات مورد نیاز کاربرد دارد. به عنوان مثالی دیگر، می‌توان به روش مستقیم به سامانه اطلاعاتی اوقات فراغت کشور به نشانی <http://www.faraghat.org> وارد شد و از خدمات آن بهره گرفت.

شکل ۸-۹ روش غیر مستقیم خدمات مصرف کننده



شکل ۸-۱۰ سامانه اطلاعاتی اوقات فراغت کشور

یا به شیوه غیر مستقیم از خدمات مربوط به اوقات فراغت استفاده نمود. در شکل ۱۱-۸ صفحه گردشگری مجازی تهران مربوط به سایت شهرداری تهران نشان داده شده است.



شکل ۱۱-۸ گردشگری مجازی شهر تهران - سایت شهرداری تهران

۵-۸

سایت های مسافرت

سایت های سفر چه خدماتی ارائه می دهند؟

رشد روز افزون فناوری اطلاعات در جهان امروز و استفاده فراوان از اینترنت و فضای مجازی در انجام امور روزمره بگونه ای است که می توان از آن به عنوان عامل محرک و پویا بخشی در اقتصاد جهانی نام برد . گستردگی فعالیت های انجام شده در این حوزه تا به آنجایی است که موجب ایجاد میلیون ها شغل در سرتاسر جهان گردیده و ارتباطات بخش اعظمی از دنیای خاکی را به مثابه یک دهکده جهانی تسهیل بخشیده است. از سویی دیگر گردشگری نیز به عنوان یک صنعت نوظهور در طول نیم قرن گذشته توانسته پتانسیل فراوانی برای ایجاد توسعه اقتصادی فراهم نماید و از سویی بدلیل افزایش تقاضا بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد . امروز نیز به مدد استفاده از فناوری اطلاعات ، حجم عظیمی از دانش و منابع قابل استفاده در حوزه گردشگری نشر و

نمو یافته است و از این روست که می توان گفت : گردشگری و فناوری اطلاعات و ارتباطات فرصت های استراتژیک و ابزارهای قدرتمندی برای رشد اقتصادی ، توزیع ثروت در سراسر جهان ایجاد می نماید. به همین مفهوم ، گردشگری و فناوری اطلاعات در جوامع کمتر توسعه یافته به دلیل مشکلات ساختاری و عدم رشد و همراهی با این فرایند ، با چالش ها و تهدید هایی روبروست و بهمین جهت نیز معمولاً اینگونه جوامع قادر به مشارکت در چرخه گردشگری جهانی نبوده و از رفاه ایجاد شده ناشی از ابزارهای جدید محروم می مانند.

امروزه فناوری اطلاعات دارای ارتباطی گسترده با گردشگری است. از یک سو ICT موجب جهانی شدن و توسعه گردشگری در همه ابعاد آن می شود و از طرف دیگر گسترش جغرافیایی و عملیات گردشگری باعث ایجاد تقاضای افزون تر و بلکه استفاده از فناوری پیشرفته می شود. مصرف کنندگان همانگونه که بطور روز افزونی با فناوری اطلاعات و ارتباطات آشنا می گردند، انتظار دارند که عرضه کنندگان گردشگری واسطه هایی دوسویه برای همکاری اینترنتی و متقابل داشته باشند تا از خرید و بحث و گفت و گو راجع به نیازهای خاص حمایت کند. اینترنت مسافران را قادر می سازد که به اطلاعات دقیق و قابل اطمینان دسترسی پیدا کنند و همچنین رزرواسیون را انجام دهند که در روش های سنتی به بازه زمانی ، هزینه و زحمت و دردسر نیاز داشت.

تحقیقات نشان داده است بیشتر کاربران اینترنت، افراد تحصیل کرده ای هستند که همیشه به مسافرت می روند. این بخش های بازار ، هدف بیشتر مقاصد و سازمان های گردشگری هستند و لذا این صنعت ناگزیر است که به نیازهای جدید و توانایی آنان در استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات فکر کند تا از این ابزارهای نوپا نهایت استفاده را ببرد .

انجمن صنعت گردشگری ایالات متحده آمریکا پیش بینی کرده است که مسافرت و گردشگری یکی از پرطرفدارترین محصولات برای خرید اینترنتی در بازار الکترونیکی نوپا خواهد بود. بنابراین انتظار می رود افزایش چشمگیر رزرو مستقیم کاربران اینترنت از خطوط هوایی ، هتل ها و دیگر کسب و کارهای گردشگری موجب گردد، فروش مستقیم عرضه کنندگان از ۲۲ درصد در سال ۱۹۹۷ به ۴۰ درصد فروش های اینترنتی در سال ۲۰۱۲ افزایش یابد. اگر چه در سال ۱۹۹۶ کمتر از یک درصد کل درآمد بلیت خطوط هوایی از طریق فروش اینترنتی بدست می آمد ، اما انتظار می رود این روند تا سال ۲۰۱۲ به بیش از ۱۰ درصد افزایش یافته و تا سال ۲۰۲۰ نیمی از خرید اصلی مسافرت از طریق اینترنت صورت گیرد.

از سویی دیگر همانطور که بررسی ها نشان می دهد فروش بلیت هواپیما ۹۰ درصد کل فروش اینترنتی مسافرت را به خود اختصاص دهد، اما انتظار آن است که تا سال ۲۰۱۲ سهم بلیت های هواپیمائی خریداری شده از طریق اینترنت به ۵۰ درصد کل فروش اینترنتی سقوط نماید و این در حالی است که از لحاظ کمی هر دو با رشد غیر قابل تصور و پیش بینی نشده ای مواجه هستند.

براین اساس به نظر می رسد رشد سریع استفاده از ICT در صنعت گردشگری به گونه ای است که بزودی سهم قابل توجهی از فروش محصولات گردشگری را در فضای اینترنت شاهد خواهیم بود. در کشور ما نیز بدنبال گسترده شدن استفاده از اینترنت و فضای مجازی و وجود صدها سایت ویژه ارائه خدمات گردشگری بویژه فروش اینترنتی بلیت هواپیما فضا را بگونه ای پیش برده است که پیش بینی می شود بزودی شاهد کاهش میل مسافران در خرید به صورت سنتی و بطور مشخص کاهش مراجعه به دفاتر خدمات مسافرتی و در عوض افزایش استفاده از اینترنت در مبادلات مذکور باشیم.

بطور کلی انگیزه های اصلی مصرف کنندگان برای خرید محصولات بصورت مستقیم عبارتند از:

✿ امکان انتخاب کالاها و خدمات بهتر

✿ قیمت های مناسب تر

✿ نبود جانشین های بومی و محلی

✿ آشنایی بیشتر با شرکت های ارائه کننده

✿ سهولت در استفاده

✿ خدمات بهتر برای مشتری

✿ استفاده از توصیه دوستان

در سال ۲۰۰۲ بیش از ۱۳ میلیارد دلار برای بلیت خطوط هوایی، ذخیره اتاق در هتل و اتومبیل های کرایه از طریق اینترنت پرداخت شد. این در حالی است که پیش بینی می شود این رقم در سال ۲۰۱۲ از مرز سی میلیارد دلار بگذرد و بطور میانگین این نوع خدمات مسافرتی بیش از سی درصد کل خرید های اینترنتی را تشکیل دهد.

جالب تر این که در حال حاضر مخارج هزینه شده برای خرید خدمات مسافرتی از طریق اینترنت از خریدهای رسانه ای همچون کتاب، موسیقی، ویدئو و نرم افزار پیش گرفته است و در رده اول مخارج کل قرار گرفته است.

همانند دیگر خدمات اینترنتی، اطلاع از زمانبندی سفر، تهیه بلیط، دریافت بلیط، رزرو هتل و ... از طریق اینترنت به دو روش میسر است:

۱- مستقیم

۲- غیر مستقیم

الف - در روش مستقیم، کاربر با مراجعه مستقیم به سایت سرویس دهنده خدمات سفر، به انجام امور مربوط مبادرت می کند. به عنوان مثال با مراجعه به سامانه قطارهای مسافرتی رجاء به نشانی <http://www.raja.ir> از برنامه قطارها آگاهی یافته و می تواند با طی فرایندی چند مرحله ای، به رزرو و تهیه بلیط اقدام نماید. (شکل ۱۲-۸)



شکل ۱۲-۸ سایت شرکت قطارهای مسافری رجاء

ب- در روش غیر مستقیم، کاربر با جستجو در سایت های موتور جستجو، اطلاعات لازم را در زمینه سفر خود کسب کرده و سپس به تهیه بلیط یا رزرو هتل اقدام می کند. این روش به خصوص در مسافرت های خارجی بسیار مفید است و امکان مقایسه ای خوبی برای تصمیم گیری فراهم می نماید. در شکل ۱۳-۸ نمونه ای از یک نتیجه جستجو در رابطه با مسافرت آورده شده است. نکته بسیار مهم در این روش اطمینان و اعتماد به سایت سرویس دهنده می باشد.



شکل ۱۳-۸ نمونه ای از یک نتیجه در روش غیر مستقیم

خدمات سایت های آموزشی چگونه ارائه می شود؟

فناوری اطلاعات و ارتباطات را می توان به عنوان ابزاری نیرومند و قوی برای ارتقای کیفیت و کارایی آموزش مورد استفاده قرار داد، به گونه ای که شیوه های سنتی آموزش را دستخوش تغییر قرار دهد و دیگر نیازی به حضور فیزیکی در کلاسهای درس نباشد. اگر تا گذشته آموزش تنها از معلمان و مربیان سود می برد و کتاب به عنوان اصلی ترین منبع اطلاعاتی در امر آموزش محسوب می شد، امروزه آموزش با ابزارها و محیطهای جدید ارتباطی روبرو شده است. پیشرفتهای اخیر در صنعت رایانه و اطلاع رسانی، ورود و ظهور شبکه های اطلاع رسانی محلی، منطقه ای و بین المللی و بویژه اینترنت، چند رسانه ها، فناوریهای ارتباطی، ابزارها و روشهای جدید را پیش روی طراحان، برنامه ریزان و مدیران و مجریان برنامه های آموزشی قرار داده است. نفوذ فناوریهای جدید اطلاعاتی به مراکز آموزشی (از مدارس تا دانشگاهها) و حتی منازل، روابط ساده معلمی و شاگردی را به طور کلی دگرگون ساخته است. به این ترتیب، الگوهای سنتی یادگیری متحول شده اند و کاربران با حجم گسترده ای از اطلاعات و دانش مواجه هستند.

در حال حاضر بسیاری از کشورهای پیشرو در زمینه ارتباط از راه دور، در حال ایجاد و راه اندازی دانشگاهها و کلاسهای مجازی یا توسعه نظامهای سنتی خود هستند. ایجاد و اداره این موسسات علاوه بر فواید بسیار آن، مشکلات و چالش هایی را نیز به همراه خواهد داشت. اما آنچه مسلم است، دانشگاههای مجازی محل مناسبی برای ظهور و بروز استعدادها، خلاقیتها و نوآوریها خواهند بود. تکنولوژی رسانه های بزرگ که به زیربنای گسترده سخت افزاری نیاز دارند، به کمک رایانه و مخابرات، مجموعه ای را پدید آورده اند که منشا انقلاب سوم، بر پایه صنعت اطلاع رسانی شده اند. انقلابی که محور آن دسترسی به اطلاعات، جستجو و بازیابی اطلاعات در مدت زمان محدود و هزینه معقول است و نهایتاً موجبات تحقق دهکده جهانی و جامعه اطلاعاتی را پدید می آورد.

فناوری اطلاعات، زیست شناسی و ژنتیک مولکولی و فناوری نانو، امروزه به عنوان مولفه های انقلاب علمی سوم محسوب می شوند. آموزش، تجربه ای است مبتنی بر یادگیری که به منظور ایجاد تغییرات نسبتاً ماندگار در فرد صورت می گیرد. یادگیری، به عنوان یکی از نیازمندیهای اساسی انسان، تحت تاثیر روشهای نوین ناشی از کاربرد فناوری اطلاعات قرار گرفته است.

فناوری اطلاعات همچنین موجب افزایش کارایی فرایند آموزش می گردد. از مهمترین دستاوردهای فناوری اطلاعات می توان

به موارد زیر اشاره کرد:

- * افزایش کیفیت یادگیری و آموخته های دانش آموزان و دانشجویان؛
- * سهولت دسترسی به حجم بالایی از اطلاعات و دانشهای موجود در جهان؛
- * دسترسی سریع و بموقع به اطلاعات در زمان بسیار اندک؛
- * کاهش برخی هزینه های آموزشی؛
- * بالا بردن کیفیت، دقت و صحت مطالب درسی و علمی؛
- * ارتقای علمی دانش آموزان و دانشجویان.

کاربرد فناوری اطلاعات در آموزش از راه دور

یکی از دستاوردهای مهم فناوریهای نوین اطلاعات، تاثیر و کاربرد اینترنت در آموزش، آموزشهای مجازی و آموزشهای از راه دور است. تعاریف بسیاری از آموزش از راه دور و شکلهای ارتباطی از راه دور وجود دارد، ولی آنچه مسلم است، این نوع آموزشها فرصتهای آموزشی برای هر کس در هر کجا و هر زمان مهیا می کند، در حالی که نظامهای عادی آموزشی از این امکان بی بهره هستند. برخی از روشهای آموزش و یادگیری از راه دور، که در واقع نظامهای نوین یادگیری و یاددهی به شمار می آیند، عبارتند از:

- * دروس چند رسانه ای: این دروس به صورت گسترده و با استفاده از عناصر تصویری، ارتباطی، گرافیکی و اجزای شبیه سازی شده، متحرک سازی و نیز عناصر ارتباطی برای هدایت و راهنمایی و بحث در خصوص دروس و موضوعات درسی آموزش داده می شوند.
- * سازوکارهای ارتباطی پیشرفته: این سازوکار هر گونه متون همزمان، ناهمزمان و ارتباطات سمعی و بصری را حمایت می کند. این مورد به دانشجویان امکان تمرین در مباحث آموخته شده را می دهد.
- * سمینارهای مجازی: این وسیله گروههای مختلف دانشجویان (دانش پژوهان) در محیط های مختلف جغرافیایی را به هم مرتبط می سازد.
- * آزمایشگاههای مجازی مشارکتی: این آزمایشگاهها از فعالیتهای گروهی حمایت می کنند. مانند کارگاههای مهندسی نرم افزاری.
- * عوامل دانشگاهی هوشمند: عوامل دانشگاهی هوشمند به اطلاع رسانی، پشتیبانی و راهنمایی دانش پژوهان می پردازند، مثل سیستم پاسخگویی هوشمند به سوالات دانش پژوهان.
- * آموزش ترکیبی (Blended Learning): که در واقع ترکیبی از دو یا چند روشی است که شرح آن گذشت.

دانشگاه مجازی عبارت است از محیطی که با بهره گیری از ابزارهای چندرسانه ای مناسب و با دارا بودن زیر ساخت ارتباطی مناسب (چون کامپیوتر، شبکه، اینترنت، فاکس، دوربین، نرم افزارهای تسهیل کننده ارتباطات برخط و...) ارائه دهنده خدمات آموزش الکترونیک و یادگیری الکترونیک است؛ به گونه ای که معمولاً نیازی به مکان فیزیکی به شکل دانشگاه سنتی ندارد و دانشجویان قادرند از هر مکان و در هر زمانی که مایل باشند، از بسیاری از خدمات ارائه شده نظیر درسهای الکترونیک یا ارزیابی الکترونیک استفاده کنند. در واقع دانشگاه مجازی یک سیستم مستقل جهت ارائه خدمات الکترونیک و با بهره گیری از فناوریهای نوین اطلاعاتی و ارتباطی است. این سیستم با بهره گیری از قابلیتها و امکانات ارائه شده توسط شبکه اینترنت و ابزارها و فناوریهای چند رسانه ای و با هدف بالا بردن سطح فرهنگ جامعه، جلوگیری از خروج منابع مادی و نیز سرمایه های علمی کشور، ارتقای سطح علمی جامعه و امکان توزیع گسترده دانش، بهره گیری از تخصص و تواناییهای موجود در دانشگاهها ایجاد می شود. در این سیستم ابزاری در اختیار استاد قرار می گیرد که از طریق آن می تواند اطلاعات و دانش خود را با کمترین هزینه به نحو مطلوبی در قالب محتویات چند رسانه ای، به صورت الکترونیک تولید کند. علاوه بر این نحوه آموزش، ارزیابی و سنجش در این سیستم پیش بینی شده و مدیریت آموزشی از طریق اینترنت قابل پیاده سازی است.

قالب دیجیتال به وجود آمده تحت عنوان درس مجازی یا الکترونیک می تواند به دو صورت همزمان و یا غیر همزمان در اختیار دانشجو قرار گیرد. سیستم با دارا بودن امکان برگزاری کلاسهای مجازی، دانشجویان را قادر می سازد در یک محیط با قابلیت همکاری و تعامل به یادگیری به صورت همزمان بپردازند. همچنین با بهره گیری از یک کتابخانه دیجیتال، سیستم قادر است منابع غنی علمی را در اختیار دانشجو و استاد، جهت پربار کردن فرایند آموزش قرار دهد. خصوصیات دانشگاه مجازی عبارتند از:

* نیاز نداشتن به حضور فیزیکی استاد و دانشجو در کلاس.

* وابسته نبودن کلاس درس به زمان خاص.

* کیفیت بالاتر ارائه دروس.

* پشتیبانی از تعداد زیاد دانشجو در یک درس.

* بالا بردن سطح علمی جامعه.

* اقتصادی بودن و سهولت دسترسی.

دانشگاههای سنتی ناگزیر به سازگاری با سیر تحولات و تغییرات جدید هستند. در محیط جدید، نقش مربیان و اساتید عوض خواهد شد. آنها بیشتر نقش تسهیل گر و مربی یا طراحان آموزشی را ایفا خواهند کرد. پس تغییر یا طراحی و راه اندازی سیستم های مدیریت آموزشی متناسب، الزامی است. نظامهای آموزشی از راه دور، ابزاری برای آموزش مداوم تلقی می شوند و این آموزشها می تواند شامل معلمان و دانشجویان در هر سن، مکان جغرافیایی، موقعیت و وضعیت

اجتماعی و سیاسی و با هر گونه آموزشی باشد.

با وجودی که فناوریهای جدید موجب استقلال و انعطاف بیشتر امور آموزشی می‌شود، اما جهت بکارگیری این امکانات، باید ساختار سازمانی مؤسسات عالی نیز متحول شود. همچنین جهت استفاده از هر سیستم فناوری نوین در امور آموزشی، لازم است شرایطی چون ایجاد زیرساختهای قوی فناوری، تدوین استانداردهای آموزشی لازم برای ارزیابی آموزشگران و دانشجویان، فرهنگ سازی مناسب و تغییر نگرش سنتی جامعه در امر آموزش، سرمایه‌گذاری و مشارکت دولت و بخش خصوصی در این زمینه فراهم شود. با توجه به اقدامات صورت گرفته در این زمینه و علاقه مندی مسئولان دانشگاهها و حتی مدیران ادارات و سازمانهای غیر آموزشی به بهره‌برداری از روشهای آموزش مجازی و همچنین تغییر و گسترش دسترسی به فناوریهای آموزشی، پیش بینی می‌شود طی ده سال آینده اکثر واحدهای دانشگاهی در ایران، به جذب و آموزش دانشجو به صورت الکترونیک و بهره‌برداری از روشهای مجازی در سطحی بسیار گسترده، اقدام کنند. بنابراین در آینده ممکن است شما دانشجوی یکی از این دانشگاه‌ها باشید.

به منظور جستجوی اطلاعاتی در مورد دوره‌های آموزشی و مهارتی، دانشگاه‌ها، دانشکده‌ها، مدارس، آموزش اینترنتی و ... می‌توان به دو روش اقدام نمود:

۱- روش مستقیم

۲- روش غیر مستقیم

الف- در روش مستقیم کاربر با در دست داشتن نشانی پایگاه اینترنتی از خدمات آموزشی مورد نظر استفاده می‌کند. این خدمات می‌تواند اطلاع‌رسانی در خصوص خدمات آموزشی حضوری باشد، مانند شکل ۸-۱۴ که پایگاه اینترنتی دانشگاه تهران را نشان می‌دهد. در این پایگاه اینترنتی، کاربر از آخرین اخبار مرتبط، کلاسها، دانشکده‌ها، منابع علمی، اعضای هیات علمی و ... اطلاع می‌یابد.



شکل ۸-۱۴ پایگاه اینترنتی دانشگاه تهران

خدمات آموزشی می تواند به شکل مجازی یا غیر حضوری نیز ارائه شود. در این مدل شما باید با استفاده از یک نام کاربری و گذر واژه به سیستم آموزشی الکترونیکی (LMS) وارد شوید. شکلهای ۸-۱۵ و ۸-۱۶.



شکل ۸-۱۵ پایگاه اینترنتی مرکز آموزشهای مجازی دانشگاه امیرکبیر



شکل ۸-۱۶ ورود به سیستم آموزش الکترونیکی نمونه

ب- در روش غیر مستقیم، کاربر با جستجو در سایت های مختلف، خدمات آموزشی را جستجو کرده تا بتواند نیازهای آموزشی خود را پیدا نماید. به عنوان مثال ممکن است کاربر در جستجوی یک مقاله علمی باشد و پس از جستجو در سایت های جستجوگر، آنرا در میان منابع علمی دانشگاه صنعتی شریف پیدا نماید.



شکل ۱۷-۸ کتابخانه اینترنتی دانشگاه صنعتی شریف

۸-۷

سایت های استخدام

آیا سایت های اینترنتی در رابطه با استخدام می توانند مفید باشند؟

در زمینه سایت های مرتبط با «کار» در شبکه اینترنت، ابتدا باید بر اساس یک تقسیم بندی آنها را دسته بندی کرد. در غیر این صورت رسیدن به هدف و نتیجه بسیار وقت گیر و گاهی غیر ممکن خواهد شد. این تقسیم بندی می تواند به صورت زیر باشد:

- ۱- اطلاع رسانی کارمندان
- ۲- استخدام شرکت ها و سازمان ها
- ۳- کاریابی اینترنتی
- ۴- کسب درآمد از طریق اینترنت

الف- برخی سایت های مربوط به شرکت ها، سازمان ها و نهادها از طریق اینترنت نسبت به اطلاع رسانی به کارمندان شان اقدام می کنند. بسیاری از سایت های ادارات دولتی در حقیقت وظیفه ای جز اطلاع رسانی ندارند و مخاطبان آنها افرادی بجز پرسنل شان نیستند. به عنوان مثال در سایت بانک ملی ایران برای سرویس دهی به پرسنل بانک، در صفحه ی اصلی یک زیر بخش در نظر گرفته شده است. (شکل ۱۸-۸).



شکل ۱۸-۸ بخش مربوط به کارکنان در سایت بانک ملی ایران

بدیهی است کارمندان و پرسنل ارگانها و شرکت ها می توانند به صورت مستقیم به وب سایت مربوط مراجعه کنند و یا به روش غیر مستقیم از طریق موتورهای جستجو اخبار مربوط به خود را بازیابی نمایند. در روش غیر مستقیم نتایج ممکن است غیر قابل اعتماد باشد.

ب- زمینه دیگر مرتبط با «کار» در شبکه اینترنت، موضوع استخدام است. بسیاری از شرکت های خصوصی یا ادارات دولتی، آگهی های مربوط به استخدام نیروی کار را در اینترنت منتشر می کنند. همانند خدمات دیگر، برای جستجوی موارد استخدام نیز دو روش مستقیم و غیر مستقیم وجود دارد. در روش مستقیم، کاربر پایگاه های اینترنتی هر مرکز را به طور جداگانه، مستقل و با در دست داشتن نشانی وب سایت مرور می کند. این نشانی معمولاً در آگهی استخدام ذکر شده است یا از طریق موتورهای جستجو قابل بازیابی است. این روش در مواردی کاربرد دارد که جویای کار می داند می خواهد به چه مرکزی مراجعه کند. شکل ۱۹-۸ آگهی دعوت به همکاری در بانک پاسارگاد را نشان می دهد.



شکل ۱۹-۸ آگهی دعوت به همکاری در بانک پاسارگاد

در روش غیر مستقیم برای استخدام، معمولاً جویای کار آگهی مرکز خاصی را مد نظر ندارد و می خواهد بداند چه مراکزی نیروی کار جذب می کند. به عنوان مثال کاربر به دنبال استخدام در بانک است، در این روش به کمک موتورهای جستجو، موضوع «استخدام در بانک» را جستجو می کند و از صفحه نتایج، با توجه به تاریخ و صحت آگهی، به سایت بانک آگهی دهنده متصل می شود. (شکل ۲۰-۸ و ۲۱-۸).



شکل ۲۰-۸ جستجوی موضوع «استخدام در بانک»



شکل ۲۱-۸ آگهی استخدام در بانک

برخی از شرکت های آگهی دهنده در روزنامه ها یا اینترنت، از متقاضی می خواهند که رزومه خود را به آدرس پست الکترونیکی آنها ارسال کند. در این صورت کاربر باید رزومه مناسبی که در قالب صحیح نوشته شده تهیه کرده و آنرا به صورت ضمیمه پست الکترونیکی ارسال نماید.

ج- زمینه دیگری که شبکه اینترنت را با مقوله «کار» پیوند می دهد، کارایی اینترنتی است. کارایی اینترنتی به دو شکل مطرح می شود. شکل نخست، شبیه کارایی های معمولی است که کاربر با جستجو یک کارایی موجود بر روی شبکه اینترنت را پیدا کرده و از آنها می خواهد با توجه به علاقه و تجربه وی، برایش یک شغل خوب پیدا کنند. این کارایی موجود بر روی شبکه اینترنت می تواند خدمات آنلاین یک شرکت کارایی فیزیکی باشد (همانند خدمات بانکداری آنلاین یک بانک واقعی) و فقط کاربر را از رفتن به دفتر شرکت بی نیاز کند، یا می تواند کاملاً مجازی باشد و هیچ دفتر واقعی در هیچ جای دنیا نداشته باشد، به عبارت دیگر می تواند صددرصد اینترنتی باشد (همانند بانکهای صددرصد اینترنتی).

شکل دوم، به ماهیت شغل بر می گردد که کارایی ها یک شغل دیجیتال یا مبتنی بر وب برای جویای کار پیدا می کنند. کارفرمایان اینترنتی، شرکت هایی هستند که با تعریف شغل های خاصی که مبتنی بر وب است، کارمندان مختلفی را براساس

موضوع پروژه جذب، و از آنها در مدت و روش خاص، بهره برداری می کنند. معمولاً این مراکز، روند کاری خود را در شبکه وب و از طریق آن دنبال می کنند به گونه ای که برخی مذاکرات و حتی گردش های مالی و حقوقی پرسنل نیز، از طریق وب با کارت های الکترونیکی و ویدئو کنفرانس های دیجیتالی، پیگیری می شود. روش مدیریتی کارفرمایان اینترنتی، تا حدی شبیه روش مدیریتی خاصی است که از آن به عنوان شیوه مدیریت ماتریسی نام می برند. در روش مدیریت ماتریسی، هر کاری براساس نوع پروژه و نوع وظیفه افراد تعریف می شود و پس از پایان هر پروژه، ممکن است، افراد تحت استخدام، یا در جایی دیگر به کار گمارده شوند یا به طور کل، از کار بر کنار شوند و قرارداد آنها پایان یابد. در روش مدیریت ماتریسی، عدم تمرکز و سلسله مراتب مدیریتی به مقیاس روش های سنتی رعایت نمی شود و هدف مداری کامل در آن مورد نظر است. مدیریت بر مبنای هدف^۱، در این نوع مدیریت کاملاً محسوس است. کارفرمای اینترنتی، به مکان انجام کار، حالت زمانی و مکانی کارمندان خود، کاری ندارد و تنها نتیجه فرآیند کاری هر تیم را، از مدیر آن تیم درخواست می کند. به این نوع کارفرمایان، کارآفرینان دیجیتالی می توان اطلاق کرد. مفهوم Digital Entrepreneurship، آن نوع کارآفرینی در نظر گرفته می شود که با استفاده از ابزارهای IT، شغلی مرتبط با زمینه های IT را تعریف و در ظرف مجازی وب، آن را پوشش و انجام می دهد. مسائلی در زمینه تجارت الکترونیک، طراحی و توسعه صفحات وب، مدیریت الکترونیکی پروژه، آموزش از راه دور و مسائل مربوط به آن، روابط عمومی الکترونیکی، مسائل مربوط به دولت الکترونیک، بازی های اینترنتی، کنفرانس های اینترنتی و مثال های متعدد دیگر، به عنوان مولفه هایی است که در کارآفرینی دیجیتالی قابل تعریف و کاربرد است.

شرکت های مطرح دنیا در زمینه کارآفرینی دیجیتال، شرکت هایی مانند گوگل، یاهو، ebay و حتی بی بی سی هستند. شرکت یاهو در پورتال الکترونیکی خود، که هزاران صفحه وب را در اختیار میلیون ها کاربر خود قرار داده است، صدها بخش اطلاعاتی و خدماتی را برای کاربران و مشتریان جهانی خود، فراهم کرده است. این پایگاه کارآفرین دیجیتالی، که به بیش از ۱۰ زبان دنیا بارگذاری شده است، سالانه چند صد میلیون دلار درآمدزایی دارد و بیش از هزار کارمند در اقصی نقاط جهان، آن را مدیریت و هدایت می کنند که برخی از آنها، فقط در استخدام شرکت و در خانه خود مشغول به کار هستند. تجارت های کوچک الکترونیکی که امروزه تحت نام e-Small Business تعریف می شود، خود زمینه ساز کسب و کارهای دیگر است. البته امروزه با گسترش الکترونیکی بازارهای سرمایه، بورس بازی الکترونیکی مانند آن چه هم اکنون در بازار فارکس www.forex.com مطرح است، زمینه ساز خوبی برای کسب و کارهای مبتنی بر وب شده است. شما از طریق وب سایت بازارهای بورس، می توانید نمادهای مالی شرکت های مختلف را بررسی و پس از طی یک دوره کلاس آموزشی و توانمندی فنی و تکنیکی در تحلیل بازار سرمایه، به خرید سهام و فروش آن به صورت الکترونیکی اقدام کنید. امروزه بورس بازی الکترونیکی، زمینه ساز پررنگ تر شدن فعالیت های کارگزاران الکترونیکی بورس نیز شده است. کارگزاران که واسطه خرید کاربران بورس هستند، کار خرید و فروش

سهام را آسان کرده اند. همین کارگزاران بورس نیز زمینه ساز کارآفرینی جدیدی در دنیای مجازی شده اند که در سال های آینده، نقش ارزنده خود را به طور فراگیرتری در اختیار کاربران وب قرار می دهند. بنابراین می توان نتیجه گرفت که کارفرمایان مبتنی بر وب، در ایجاد و خلق کارآفرینی دیجیتالی، موثر هستند و می توان از طریق آنها، کسب و کارهای مختلفی را در اختیار داشت. البته این فقط برای متخصصان IT نیست. شاید شما یک طراح قطعات ماشین باشید و بتوانید براساس نیازمندی شرکت تولید خودرو، طرح های مختلف را از طریق اینترنت ارسال و به صورت تصویری با مدیر بخش طراحی شرکت مزبور در فلان کشور، به صورت مستقیم گفت و گو کنید یا در جلسه تیم طراحی آنها، حضور دیجیتالی داشته باشید. یا آن که به عنوان مهندس سیالات، بتوانید برخی از دروس این رشته را در دانشگاه مجازی فلان دانشگاه، به تعدادی دانشجو در تالار کنفرانس الکترونیکی دانشکده مجازی تدریس کنید. یا آن که مشاوری در زمینه تغذیه برای شبکه اینترنتی مدارس فلان شهر باشید. مهم آن است که تخصص شما از طریق قابلیت های الکترونیکی در اختیار کاربران در اقصی نقاط جهان قرار بگیرد. این زمینه را برای گسترش کارآفرینی دیجیتالی و کسب و کارهای الکترونیکی و بالطبع، اشتغال زایی اینترنتی و در نهایت، کاربایی اینترنتی فراهم می کند.

د- موضوع دیگر مرتبط با کار، کسب درآمد از اینترنت است که در بخش سایت های تجارت الکترونیکی به آن خواهیم پرداخت. البته باید به این موضوع اشاره کرد که این تقسیم بندی کاملاً دقیق نیست و هر بخش می تواند تا حدودی با بخش دیگر همپوشانی داشته باشد. مثال های آخر بخش کاربایی اینترنتی، بر کسب درآمد از شبکه اینترنت نیز دلالت دارد، اما نافی جستجوی کار بوسیله افراد جویای کار نمی باشد.

به عنوان نمونه آخر، پورتال اخبار دانشگاهی که به معرفی نیازهای استخدامی برای دانشجویان و فارغ التحصیلان می پردازد اشاره می کنیم. در این سایت که به نشانی www.unp.ir در دسترس است، آخرین اخبار دانشگاهی و پیوندهای مرتبط با استخدام ها درج می شود. (شکل ۲۲-۸).



شکل ۲۲-۸ پورتال اخبار دانشگاهی

اینترنت برای امور بهداشتی و سلامتی چه دستاوردی دارد؟

فناوری اطلاعات برای تمامی مظاهر زندگی در عصر اطلاعات و ارتباطات شیوه‌های جدید و مطمئنی را پیش‌بینی کرده است. این شیوه‌ها مبتنی بر دو اصل مهم و حیاتی سرعت و دسترسی آسان بدون محدودیت زمانی و مکانی است. دولت الکترونیک، شهر الکترونیک، آموزش الکترونیک، بهداشت الکترونیک و ... ساختارهای جدیدی در زندگی امروز هستند که بر پایه و مبتنی بر شبکه کارکردهای خود را اعمال می‌کنند. شکی نیست که دسترسی به مراقبت‌ها و اطلاعات اولیه پزشکی آن هم بدون محدوده زمانی حق ابتدایی و عامه مردم در هر جامعه‌ایست. فناوری اطلاعات و سیستم شبکه نیز برای این حق ابتدایی راه‌حل‌هایی دارد. بیمارستان‌های مجازی، مانند بسیاری از واژه‌های مجازی دیگر در عصر مجازی پاسخگوی این نیاز ابتدایی خواهند بود.

فراهم‌آوری اطلاعات و نیازهای بهداشتی و پزشکی برای افراد جامعه آن هم در تمام نقاط کاری پرهزینه و دشوار است، اما این در حالی است که امروز با استفاده از تجهیزات مخابراتی و سیستم‌های شبکه‌ای این مسئله کار دشوار و پرهزینه‌ای نیست. امروز افراد جامعه قادر خواهند بود از دسترسی یکسان به خدمات بهداشتی و پزشکی الکترونیکی به منظور حفظ سلامت خویش بهره‌مند شوند و فرآیند مراقبت‌های بهداشتی و درمانی خود را به نحو مناسب‌تری اداره کنند.

تصور کنید که به عنوان یک گردشگر به یکی از شهرهای داخلی و یا خارجی سفر کرده‌اید، در حال گشت و گذار هستید که ناگهان دردی در جسم خود احساس می‌کنید و متعاقباً بیهوش می‌شوید! بعد از رساندن شما به اولین بیمارستان این دیگر مشکل پزشک شماست که باید بفهمد ناراحتی شما چیست و چه کاری می‌شود برای نجات شما انجام داد، حال در این میان هیچ ارتباطی به شما ندارد که پزشک زبان شما را نمی‌داند و یا شما نمی‌توانید در حال بیهوشی سابقه بیماری خود را برای وی توضیح دهید! اما اگر شما یک شهروند شهر الکترونیک باشید کدی در اختیار دارید که پزشک معالج شما با ورود به سایت اطلاعاتی شما دیگر مشکلی برای درمان نخواهد داشت، تمام اطلاعات پزشکی، درمانی، سابقه بیماری و یا سلامت شما، عکس‌ها، آزمایشات و بسیاری دیگر از اطلاعات مورد نیاز در اختیار است و شما می‌توانید امیدوار باشید که بار دیگر فرصت سفر کردن پیدا خواهید کرد آن هم با سلامتی کامل. این هم نوعی از زندگی در شهر الکترونیک است. در سالهای اخیر پروژه «پرونده الکترونیکی سلامت» در کشورهای پیشرفته اجرایی شده است. در این کشورها هر فرد دارای یک پرونده الکترونیکی است که در این پرونده تمام سوابق پزشکی

بیمار ذکر شده است. از طریق پرونده الکترونیک سلامت دیگر نیاز نیست چند بار بیمار آزمایش دهد یا برای گرفتن آزمایش‌های خود به بیمارستان مراجعه نماید؛ چراکه جواب آزمایش یا عکس‌ها به صورت اسکن به پست الکترونیکی بیمار و دکتر فرد ارسال می‌شود. همچنین بیماران دیگر دغدغه‌ای به نام پیدا کردن دارو و سرکشی به اکثر داروخانه‌ها را ندارند و می‌توانند از طریق الکترونیکی ببینند که داروی موردنظرشان در کدام داروخانه وجود دارد و از طریق کارت هوشمند خود آن را خریداری کنند. در واقع عملیاتی شدن این پروژه در کشورهای پیشرفته نه تنها باعث کاهش هزینه و زمان می‌شود، بلکه تبعات فشارهای روانی بیماران را نیز کاهش می‌دهد.



شکل ۲۳-۸

تاریخچه بهداشت الکترونیکی به اواخر دهه ۱۹۹۰ که عصر تجدید ساختار نظام بهداشت و درمان کشورها بوده است، بر می‌گردد. امروزه استفاده از اینترنت در فعالیتهای پزشکی به سرعت در حال افزایش است، در «پیش‌نویس نهایی بیانیه اصول اجلاس عالی سران جهان درباره جامعه اطلاعاتی» در ۹ دسامبر ۲۰۰۳ میلادی، مواد ۲، ۲۵، و ۵۱ به زمینه‌های گسترش پزشکی الکترونیکی تخصیص یافت و به توانمندی‌های این حوزه اشارات چشمگیری داشت.

در ماده ۲ با عنوان «چالش پیش روی ما»، سخن از مهار توانمندی‌های فناوری اطلاعاتی و ارتباطی برای دستیابی به اهداف توسعه‌ای مندرج در «اعلامیه هزاره» می‌رود، که مبتنی است بر از بین بردن فقر مطلق و گرسنگی، تأمین امکان تحصیلات ابتدایی برای همه جهانیان، تقویت برابری زن و مرد و قوت بخشیدن به زنان، کاستن از مرگ و میر کودکان، بهبود سلامت مادران، مبارزه با ایدز، مالاریا و دیگر بیماری‌ها، تضمین پایداری محیط زیست، و توسعه همکاری جهانی برای رسیدن به توسعه، به منظور دست یافتن به جهانی سرشار از صلح، عدالت، و رفاه.

آنچه در این میان مشهود است توجه به دردها و آلام انسانی در جهان فقیر و کشورهای در حال توسعه می‌باشد،

که فناوری اطلاعات برای آنها یک ابزار گران و فراتر از دسترس محسوب می‌گردد. با توجه به این مسئله بود که بیمارستان‌هایی آن هم از نوع مجازی آن مطرح گردید. الگوی اولیه بیمارستان‌های مجازی در مورد بیمارانی به کار گرفته شد که نیاز به استفاده از خدمات تخصصی بیمارستان داشتند، ولی وضعیت آنها طوری بود که در منزل نیز می‌توانستند بستری و تحت نظر باشند. این نوع بیمارستان به دنبال طراحی و بررسی فناوری‌هایی است که پزشکان می‌توانند از طریق آنها از خانه و از محیط بیمارستان با بیماران دور از دسترس ارتباط برقرار کنند و پیشرفت بیماری آنها را بررسی کرده و اقدام مناسب را در جهت درمان آنها به عمل آورند.

بیمارستان مجازی در واقع همانند یک سیستم کتابخانه دیجیتالی (DLS)، اطلاعات پزشکی تخصصی را در ارتباط با ارائه مراقبت در اختیار بیماران و ارائه دهندگان مراقبت قرار می‌دهد. امکان انتخاب سریع و آسان برای بستری در بیمارستان با مراقبت از راه دور در خانه، استفاده آسان از آن و برخورداری از حمایت و پشتیبانی آن، امکان دسترسی به طیفی از پزشکان و خدمات آنها از جمله مزایای بیمارستان‌های مجازی هزاره سوم است.

امکان دسترسی به بیمار و کنترل وضعیت وی از بیمارستان، خانه یا هر جای دیگر امکان دسترسی الکترونیکی به مدارک پزشکی بیماران و اطلاعات پزشکی پزشک عمومی و متخصص از جمله مزایای دیگر این بیمارستان برای پزشکان است. در بیمارستان مجازی بیش‌تر به امنیت و رازداری داده‌ها تاکید می‌شود و از فناوری مشابه سیستم بانکداری اینترنتی در فنلاند استفاده می‌شود، به این معنا که اطلاعات با استفاده از یک ارتباط ایمن به صورت محرمانه منتقل می‌شود و این ارتباط ایمن انتقال متن تصاویر و صدا را نیز در برمی‌گیرد، همچنین کل سیستم شامل لایه‌های امنیتی و محرمانه است و از هر نوع مداخله‌ای جلوگیری می‌کند. برای امنیت هر عضو از این سیستم رمز عبوری در نظر گرفته می‌شود، در آخر نیز پس از دریافت مشاوره پزشکی هزینه ویزیت از طریق شبکه از موجودی بیمار کسر می‌شود. اما شاید بتوان گفت هدف بیمارستان مجازی ایجاد شبکه خدمات مشاوره اینترنتی به طور گسترده در سراسر جهان است.



شکل ۲۴-۸

انواع روشهای ارتباط بیمار و پزشک

ارتباط بین کاربران (پزشک یا بیمار) در یک سامانه پزشکی از راه دور به شیوه‌های زیر قابل انجام است.

الف) ارتباط بصورت همزمان (بلادرنگ) - در این روش، ارتباط میان کاربران بصورت برخط یا بلادرنگ انجام می‌گیرد. پهنای باند موجود سرعت و کیفیت ارتباط را تعیین میکند. کیفیت خطوط ارتباطی، امکان ارسال و دریافت اطلاعات فردی و پزشکی در قالب داده‌های متنی، صوتی و تصویری (با بزرگنمایی قابل قبول) را فراهم می‌آورد.

ب) ارتباط بصورت غیر همزمان (ذخیره و ارسال) - در مواقعی که امکان برقراری ارتباط همزمان وجود نداشته باشد، تبادل داده‌ها به روش ذخیره و ارسال صورت می‌گیرد. در این روش ابتدا داده‌های مورد نظر ذخیره شده و پس از برقراری ارتباط، نسبت به ارسال آنها به نشانی مقصد اقدام می‌شود. تاخیر زمانی ارسال داده و دریافت پاسخ از ویژگیهای این روش است.

همچنین تعاملات اصلی کاربران در سامانه‌های پزشکی از راه دور نیز به دو طریق قابل انجام است.

الف) ارتباط مستقیم بیمار و پزشک - در این روش بیمار از طریق یک کامپیوتر پس از اتصال به سامانه و تعیین نوع درخواست خود، به پزشک مربوطه معرفی و به انجام مشاوره و یا پیگیری درمان خود می‌پردازد. در سطح پیگیری درمان و مشاوره بصورت ساده سامانه دارای ساختار چندان پیچیده‌ای نخواهد بود. اما در صورتی که قرار باشد مشاوره به یک طرح درمانی منجر شود، علاوه بر زیرساخت عمومی، سامانه به لوازم و امکانات جانبی دیگری نیاز دارد، که از جمله می‌توان به تجهیزات پزشکی قابل بکارگیری توسط بیمار (و در صورت امکان قابل کنترل از راه دور توسط پزشک) اشاره کرد.

ب) ارتباط بیمار از طریق مرکز درمانی با پزشک - در این روش پزشک حاضر در مرکز درمانی به سامانه متصل می‌شود و با دریافت داده‌های پزشکی بیمار و ورود آنها به سامانه، با پزشک مورد نظر ارتباط برقرار می‌کند. مزیت این روش آن است که مرکز درمانی می‌تواند با تجهیزات معمول نیز داده‌های مربوط به علائم بالینی و آزمایشات درخواستی را جمع‌آوری کرده و ارسال کند. این روش برای استفاده از مشاوره‌های تخصصی که معمولاً مراکز درمانی فاقد آن است قابل پیاده‌سازی است، نیاز به آموزش بیماران ندارد و هزینه کمتری برای بیماران خواهد داشت.

به هر حال، امروزه در کشورهایی که برنامه سلامت دولت الکترونیک و اجزای آن از جمله سلامت الکترونیک اجراء شده است، کامپیوتر برای شخصی که به اینترنت ایمن متصل شده، یکی از موارد معمول و استاندارد در مطب پزشکان محسوب می‌شود. در کل اروپا سازمان دهی خدمات سلامت به منظور استفاده حداکثر از فناوری اطلاعات با هدف بهبود دسترسی، کیفیت و بهره‌وری در ارائه خدمات سلامت در حال تغییر و تحول است. در بریتانیا بیش از ۹۰ درصد پزشکان عمومی به طور منظم از کامپیوتر برای مراقبت‌های بالینی استفاده می‌کنند، در حالیکه ۹۵ درصد پزشکان

نروژی از اینترنت به صورت حرفه ای استفاده می کنند . اما سلامت تنها درباره کامپیوترهای موجود در مطب پزشکان نمی باشد . واژه سلامت الکترونیک دربرگیرنده ابزار، دستگاهها، کاربردها و روش های کاری متنوعی می باشد و طیف گسترده ای از کاربردها مانند فراهم کردن اطلاعات سلامت برای شهروندان از طریق اینترنت تا قرار دادن دستگاههایی خاص در بدن انسان به منظور جذب داده های بیوسیگنال پیچیده و تنظیم کارکرد بدن انسان را شامل می شود.

ابزار سلامت الکترونیک نقش مهمی در پیوستگی فعالیت های مرتبط به مراقبت های سلامت، مدیریت و برنامه ریزی خدمات سلامت تا اجرای رویه های جراحی را ایفاء می کند. سلامت الکترونیک را می توان به ابزاری تشبیه کرد که پردازش، تشریح و انتقال اطلاعات و داده ها یا در کلیه گروههای کاربران شامل بیماران، متخصصان سلامت و روابط مدیریتی سلامت، پرونده های سلامت الکترونیک، سیستم های رزرو، سیستم های گرفتن عکس دیجیتالی و تشریح آنها، گیرنده های داده های بیولوژیکی و نقش این ابزار در تسهیل تعاملات نه تنها بین گروه های متنوع بلکه بین انواع اطلاعات می باشد.

در حال حاضر در کشور ما، سایت های بهداشتی غالباً اهداف اطلاع رسانی بهداشتی را دنبال می کنند و در اکثر موارد به پیشگیری های بهداشتی محدود می شوند. در موارد دیگر، نرم افزارهایی برای ارسال نسخه های بیماران به شرکت های بیمه گر تهیه شده است. در برخی استانها، پروژه تایید داروها در ادارات بیمه خدمات درمانی راه اندازی شده و دیگر برای تایید داروهای گران قیمت در ادارات بیمه نیازی به مراجعه حضوری نمی باشد.



شکل ۲۵-۸

سایت های تجاری

ارتباط اینترنت با مفاهیم تجارت چگونه انجام می شود؟

اینترنت رسانه ای با توان بسیار گسترده و بالاست، اما شرکتهای نسبتاً کمی توانسته اند از آن به شکل موفقیت آمیز بهره برداری کرده و در جهت مقاصد تبلیغ خود به کار گیرند، جذابیت اینترنت در وهله اول به دلیل آن است که از طریق آن به شکل مستقیم و یک به یک میتوان به تک تک مصرف کنندگان ارتباط برقرار کرد.

در تئوری، سازمانها و مصرف کنندگان میتوانند با استفاده از این دستاورد، کالا خریداری کنند، به تبادل اطلاعات پردازند و به پژوهشهای ارزشمند دسترسی یابند، اما در عمل، اینترنت، تا زمان حال رسانه ای است که بسیاری از توانمندی های، آن کماکان بلا استفاده مانده است. یکی از بزرگترین چالشهای بازاریابی در اینترنت تلاش برای جلب و جذب مخاطبان است. این امر باعث به وجود آمدن یک صنعت تبلیغاتی کاملاً جدید بر روی شبکه وب شده است. تبلیغات در اینترنت ممکن است اهدافی از جمله اهداف زیر را دنبال کنند.

* انتشار اطلاعات: سایت، محل مناسبی برای ارایه اطلاعات دقیق در مورد کالاها یا خدمات یک شرکت است.

* ایجاد آگاهی: تبلیغات در اینترنت میتواند برای افزایش آگاهی از یک سازمان به طور کلی و کالاها و خدمات خاص آن سازمان مفید باشد.

* به دست آوردن اطلاعات تحقیقی: بازاریابان از شبکه اینترنت برای بدست آوردن اطلاعات و مشخصات مخاطبان خود استفاده میکنند. مثلاً یک شرکت هواپیمایی از اینترنت برای مصاحبه با مسافران همیشگی خود جهت تعیین اولویت ها، سلیقه خرید و سایر اطلاعات مربوط به آن استفاده میکند.

* ایجاد وجهه یا تصویر ذهنی: سایت ممکن است برای نشان دادن و ایجاد وجهه هایی که سازمان یا شرکت آرزوی داشتن آن را دارند، طراحی شده باشد.

* تحریک به خرید آزمایشی: برخی سایتهای اینترنت برای تحریک خرید آزمایشی محصولاتشان از کوپنهای الکترونیکی استفاده میکنند.

نقش وب سایت ها در تجارت

در جهان امروز و تجارت نوین، وب سایت نقش بسیار مهمی در موفقیت تاجران دارد. در عصر اطلاعات مخاطبان و رقیبان فقط یک کلیک با وی فاصله دارند. هم اکنون در دنیا صدها میلیون نفر از اینترنت استفاده مینمایند. زمینه فعالیت تاجر هر چه باشد، به طور حتم نمیتواند به سادگی از این جمعیت صرفه نظر کند.

وب مکانی جهت حضور افراد و تجارت آنهاست، ارزان و سریع می باشد، کاتالوگ یا اطلاعات همیشه در دسترس است، خدمات می تواند ۲۴ ساعت شبانه روز ارائه شود، از ترافیک و شلوغی شهرها به دور می باشد، درمقابل بازار و تقاضای جهانی قرار دارد، از برخورد مستقیم با مشتری عصبانی خبری نیست، به راحتی و با سرعت می توان پیامها را انتقال داد، و می توان هزینه های زیادی از جمله پذیرش سفارشات، چاپ، نامه نگاری، پرسنل و ... را کاهش داد.

کسب و کار اینترنتی چیست؟

کسب و کار اینترنتی به فروش محصولات یا خدمات در اینترنت گفته می شود. این نوع کسب و کار به سرعت در اقتصاد امروز رشد و پیشرفت کرده است. خرید و فروش اینترنتی به کوچکترین کسب و کارها نیز این امکان و فرصت را می دهد که به مخاطبان خود در سطح جهانی با حداقل هزینه دسترسی پیدا کنند. امروزه بیش از ۹۰۰ میلیون نفر در سطح دنیا از اینترنت استفاده می کنند. ۶۹ درصد از این جمعیت، در طول ۹۰ روز، دست کم یک خرید از اینترنت داشته اند.

یک سایت اینترنتی، تنها برای فروش محصول یا خدمات به کار نمی رود، بلکه می تواند نقش ها و کارکردهای مختلفی داشته باشد. اگر محصول خاص و منحصر به فردی دارید که در دیگر نقاط دنیا وجود ندارد، می توانید با معرفی آن محصول در سایت خود، دیگران را از وجود آن مطلع کنید و از این طریق به اهداف خود دست یابید. زیبایی اینترنت در این است که مخاطبان آن در سرتاسر دنیا پراکنده اند و این امر می تواند به معنای وجود مشتریان بالقوه برای شما باشد. این نوع بازار، هیچ موقع بسته نمی شود. مشتریان شما می توانند به صورت ۲۴ ساعته به اطلاعات کسب و کارتان دسترسی پیدا کنند. شما نیز می توانید هر چند بار و با هر فاصله ای که بخواهید، اطلاعات مورد نظرتان را درباره ی فعالیتهای و فروشگاهتان در صفحات اینترنت جای دهید. مهمتر از این، شما می توانید کاتالوگی از محصولات و خدماتتان را همراه تصویر و حتی فیلم در صفحات اینترنت قرار دهید. در این صورت، مشتریان بالقوه ی شما می توانند آنها را مشاهده کنند و حتی در هر ساعت از شبانه روز، سفارش خرید دهند.

تفاوت کسب و کار اینترنتی با تجارت الکترونیکی

بسیاری از افراد، کسب و کار اینترنتی^۱ را با تجارت الکترونیکی^۲ اشتباه می گیرند، در حالیکه این دو مبحث با یکدیگر متفاوتند. به عبارتی کسب و کار اینترنتی به مجموعه فعالیتهای مربوط به کسب و کار از جمله مباحث بازاریابی، مالی، خرید و فروش، ارتباط با مشتریان، خدمات پس از فروش، همکاری با سرمایه گذاران و... که از طریق شبکه اینترنت انجام می گیرد، اطلاق می شود، در حالیکه تجارت الکترونیکی تنها شامل مسائل مربوط به خرید و فروش از اینترنت می باشد و خود، زیرمجموعه ای از کسب و کار اینترنتی است.

انواع کسب و کارهای اینترنتی

امروزه، کسب و کارهای اینترنتی بسیار متنوعند. اما به طور کلی آنها را می‌توان آنها به ۱۰ گروه عمده تقسیم بندی کرد:

- ۱- ایجاد اجتماعات آنلاین
- ۲- خرید، فروش و حراج کالاهای مختلف
- ۳- تبلیغات اینترنتی
- ۴- ارائه خدمات تخصصی به دیگران
- ۵- ایجاد پورتال های اطلاعات، اخبار و آموزش
- ۶- تهیه و ارائه نرم افزارهای مختلف
- ۷- چند رسانه ای
- ۸- پیوستن به شبکه های واسطه گری
- ۹- خدمات مربوط به پست الکترونیکی
- ۱۰- سرمایه گذاری مشترک



شکل ۲۶-۸ یک فروشگاه اینترنتی

مطالعه آزاد - سایت های برتر دولتی

بخش طراحی:

مرکز گسترش فناوری اطلاعات www.magfa.com

بانک صنعت و معدن www.bim.ir

مجلس شورای اسلامی www.majilis.ir

بخش محتوا:

سازمان زمین شناسی و اکتشافات معدنی کشور www.gsi.ir

راه آهن جمهوری اسلامی ایران www.rajatrails.com

مجلس شورای اسلامی www.majilis.ir

بخش کاربر پسندی:

راه آهن جمهوری اسلامی ایران www.rajatrails.com

بخش خدمات:

شرکت پست جمهوری اسلامی ایران www.post.ir

بخش فناوری:

بنیاد شهید و امور ایثارگران www.isaar.ir

بانک مرکزی www.cbi.ir

سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران www.idro.org

مطالعه آزاد - گردشگری مجازی چیست؟

گردشگری الکترونیکی نقطه عطفی بین گردشگری و فناوری اطلاعات است که هر دو پدیده از عمده ترین فعالیت های در آمدزا و مولد فرصت های شغلی در جهان است. گردشگری خود به انواع گوناگونی تقسیم شده است و فناوری اطلاعات نیز با فعالیت های گوناگونی بر توسعه گردشگری تاثیر گذار است. نقش فناوری اطلاعات در توسعه این صنعت از دو بعد قابل بررسی است: اول بکارگیری فناوری اطلاعات در اطلاع رسانی و ارائه خدمات گردشگری که به معنی استفاده همه جانبه از پتانسیل های صنعت فناوری اطلاعات در جهت توسعه زیر ساخت های صنعت گردشگری است و دیگری گردشگری مجازی است که به معنای گردش و سفر به صورت الکترونیکی و شامل الکترونیک شدن منابع گردشگری است. مفهوم گردشگری الکترونیک شامل کلیه اجزا کسب و کار از قبیل تجارت الکترونیکی، تحقیق

و توسعه الکترونیکی، تولید محتوای الکترونیکی و ارائه خدمات به صورت الکترونیکی است. گردشگری مجازی ابزاری است که با آن یک علاقمند به گردشگری بتواند در کوتاهترین زمان ممکن با حداقل امکانات و پایین ترین هزینه و با دانش اندک ظرفیت های گردشگری یک کشور را شناسایی و با یک برنامه هدف دار و هدایتگر از سوی دولت و آژانس ها و مراکز به مکانی خاص مسافرت کند. گردشگری مجازی (e-tourism) مقوله جدیدی است که کمتر از ۲۰ سال از پدید آمدن نمی گذرد. گردشگری مجازی به معنای حضور در سرزمین دیجیتال اطلاعات و ارتباطات و ظهور بر پهنه شبکه گسترده جهانی (world wide web) است که امکان مشاهده اطلاعات صوتی تصویری متنی را از دنیای فیزیکی پیرامون ما در اختیارمان می گذارد. دور دنیا اکنون با hyper text های دنیای web با یک کلیک امکان پذیر شده است و شما با یک کلیک از این سوی دنیا به آن سوی دیگر می روید و در این مسافرت حتی یک ریال هم خرج نخواهید کرد. واژه گردشگری الکترونیک (e-tourism) به معنای کسب و کار الکترونیکی (e-business) در مسافرت و گردشگری الکترونیک است و سه مجموعه متمایز مدیریت کسب و کار، نظام های اطلاعاتی مدیریت و گردشگری را شامل می شود.

گردشگری الکترونیک در چه مواردی کاربرد دارد و برای چه کسانی مفید است؟

گردشگری الکترونیک برای معرفی جاذبه های باستانی بناهای جذاب اشیای قیمتی و هر پدیده مادی دارای فرم و حجم و اندازه کاربرد دارد و برای تمامی کشورها به خصوص کشورهای در حال توسعه که غالباً از امکانات و زیر ساخت های مناسب و کافی برخوردار نیست و با احداث و توسعه آن ها بسیار گران تمام می شود و در کوتاه مدت مقدور نیست، مناسب تر است. بنابراین توسعه این نوع گردشگری در مناطق و کشور های اهمیت تعیین کننده ای دارد که عمده ترین تاکید آن ها بر بازدید از میراث باستانی و سایر پدیده های دارای فرم و حجم و اندازه است. این نوع گردشگری برای انواع گردشگری از جمله گردشگری روستایی، گردشگری کشاورزی، گردشگری ساحلی و هر نوع گردشگری دیگر که هدف گردشگران از آن استفاده از آب و هوا (اقلیمی)، آفتاب، طعم غذاها و جذابیت هایی از این گروه باشد، مناسب و پاسخگو نیست. به عبارتی استفاده از سواحل نسیم صبحگاهی هوای مطبوع از طریق ابزار الکترونیک ممکن نیست. این نوع گردشگری در کشور هایی که مشکل نیروی انسانی آموزش دیده در رابطه با تور گردانی یا راهنمایان تور دارند، موثر خواهد بود. گردشگری الکترونیک برای افراد مانند محققان که صرفاً برای مطالعه بر روی یک جاذبه از آن بازدید می کنند، بسیار مفید است چرا که امکان بررسی و مطالعه را تا حدودی در محل زندگی یا تحقیق خود خواهند داشت در این نوع گردشگری امکان معرفی صنایع دستی وجود دارد و حتی از طریق تجارت الکترونیک به فروش تولیدات و صنایع دستی کمک می کند.

مزایای گردشگری الکترونیک

طبق آداب و رسومی که بین بیشتر مردم دنیا وجود دارد افراد پس از سفر به یک منطقه تولیدات آن جا را به عنوان سوغات برای اقوام خود خریداری می کنند. این کار ممکن است با صرف زمان و هزینه فراوان صورت گیرد و در عین حال بسیاری از مسافران تولیدات خاص یک منطقه را به درستی ندانند. اینترنت باعث شده تا تهیه این قبیل کالاها بسیار آسان شود. افراد امروزه می توانند با مراجعه به سایت های موجود تمامی تولیدات مناطق مختلف جهان را مشاهده کرده و در صورت تمایل آن ها را بخرند. علاوه بر این موارد هتل ها، شرکت های هواپیمایی و... که به عنوان بزرگترین حامیان صنعت جهانگردی محسوب می شوند نیز تمام خدمات خود را به صورت مجازی در اختیار مردم قرار داده اند.

این سرویس های جدید به افراد کمک می کند تا بلیط هواپیما، رزرو هتل و دیگر خدمات مورد نیاز خود را در اینترنت و بدون صرف زمان رفتن به شعبه های شرکت های مذکور خریداری کنند که این خود از مزایای گردشگری محسوب می شود و هم چنین این نوع بخصوص گردشگری به افراد امکان می دهد پیش از آن که به صورت فیزیکی سفر خود را آغاز کنند، به صورت مجازی و از طریق ابزارهای اینترنتی وارد محل مورد نظرشان شوند و با در اختیار گرفتن برنامه های تلویزیونی، مقاله ها، گزارش های منتشر شده در نشریات و کتب ها درباره آن مکان، مزایا و معایب این سفر را دریابند و به راحتی در مورد انجام این سفر تصمیم گیری کنند. به عنوان مثال اگر شما قصد بازدید از موزه لوور در پاریس یا هرمیتاژ در مسکو و هر نقطه دیگری را در دنیا و یا نه در کشور خودتان داشته باشید، لازم نیست هزینه های کمر شکنی را به خود تحمیل کنید، فقط کافیست پای کامپیوتر خودتان بنشینید و با خرید یک کارت اینترنت و در صورت تحت پوشش بودن با استفاده از ADSL منزل، به وب سایت آنها مراجعه کنید و گشتی در این موزه ها بزنید و از دیدن اشیا تاریخی و آثار موجود لذت ببرید و سابقه تمام آن ها را نیز مطالعه کنید. بعد میتوانید تصمیم بگیرید که آیا شخصاً می خواهید به آن کشورها سفر کنید یا خیر؟ پس استفاده از فناوری اطلاعات در این صنعت بالطبع باید اطلاعات هدفمند و طبقه بندی شده را در مورد مکان های مورد نظر توریست در اختیار او قرار دهند. شاید در نظر بسیاری از مردم سفر به سرزمین های مختلف به کمک فناوری امروزی کاری آسان و بی درد سر به نظر برسد، اما بسیاری از دانشمندان این گونه تصور نمی کنند. ما برای آن که بتوانیم به مکانی دور دست سفر کنیم، مجبوریم به مقدار زیاد سوخت فسیلی را که از منابع محدود تامین می شود به کار بریم. این طور که به تازگی مشخص شده سفر های هوایی همه ساله بیشترین سوخت را در جهان مصرف می کنند و در مقابل بیشترین آسیب را به محیط زیست وارد می آورند. این سفرها موجب می شود تا میزان کربن موجود در محیط زیست سالیانه ۲ تا ۳ درصد افزایش پیدا کند و این طور که پیش بینی شده رقم یاد شده برای سال ۲۰۱۵ به ۵ درصد و برای سال ۲۰۵۰ به ۱۰ درصد افزایش

خواهد رسید. پس از هواپیماها، اتومبیل‌ها قرار دارند و بیشترین آسیب را به محیط زیست و محل زندگی ما وارد می‌کنند و ما را در معرض ابتلا به بیماری‌های مختلف قرار می‌دهند. همه این خطرات به علت رشد صنعت جهانگردی و افزایش استقبال مردم به سرزمین مختلف است. بنابراین یکی دیگر از مزایای گردشگری الکترونیک این است که این قبیل مشکلات یاد شده را ندارد و هیچ آسیبی به محیط زیست وارد نمی‌کند. به طور کلی اگر بخواهیم درباره مزایای گردشگری نسبت به نوع سنتی‌اش بحث کنیم، به همان ویژگی شبکه‌های جهانی و یا اینترنت می‌رسیم. همان‌طور که جویی در وقت و نبود محدودیت‌های مکانی و زمانی و استفاده از تکنولوژی‌های ارتباطات و اطلاعات. علاوه بر این که در وقت کاربران صرفه جویی می‌کند نقش بسیار مهم در کاهش هزینه‌ها برای افراد دارد. امکان اخذ و بازدید از کشورهای دیگر برای بسیاری از افراد و گروه‌های جامعه به دلایلی از جمله: ۱) نداشتن حد نصاب سن لازم ۲) ممنوعیت خروج از کشور ۳) نامساعد بودن روابط کشور مبدأ با مقصد مقدور نیست. گردشگری الکترونیک این محدودیت را تا حدود زیادی کمرنگ می‌کند و گاهی موثر در افزایش آگاهی و شناخت ملل از جاذبه‌های گردشگری و به تبع فرهنگ و میراث یکدیگر به شمار می‌رود.

تورهای مجازی

یکی دیگر از مسائلی که وارد جهانگردی شده راه اندازی تورهای مجازی است. این قبیل تورها به کمک تصاویر ویدیویی و عکس‌های سه بعدی چشم اندازه‌های زیبایی را از محل سفر عرضه می‌کنند تا تمایل افراد برای انجام این مسافرت افزایش یابد. مسوولان تورهای مجازی معمولاً عکس‌هایی را روی اینترنت به نمایش می‌گذارند که بسیار با کیفیت است و در یک صحنه می‌تواند تمام جزئیات یک مکان به خصوص را نمایان کند. برای تهیه این قبیل تصاویر عکاس مجبور است که چند عکس را از قسمت‌های مختلف فضای مورد نظر تهیه کرده و آن‌ها را به صورت ماهرانه‌ای در کنار یکدیگر قرار دهد. امروزه لنزها و نرم افزارهای مختلفی ساخته شده‌اند که تولید این قبیل عکس‌ها را بسیار آسان می‌کنند و به فرد امکان می‌دهند که تنها با گرفتن چند عکس پشت سر هم چشم انداز وسیعی از یک مکان را در اختیار کاربران بگذارند. تور مجازی این امکان را برای افراد ایجاد می‌کند تا در آن واحد از طریق اینترنت یک مکان را با تمام جزئیاتش مشاهده کنند. امروزه بسیاری از شرکت‌های صنعتی از این فناوری برای بازاریابی‌های جهانی استفاده می‌کنند تا تولیدات و خدماتشان را آسان‌تر به فروش برسانند. طی چند سال گذشته کیفیت کارآمدی و دسترس بودن تورهای مجازی به میزان زیادی ارتقا یافته به طوری که برخی وب‌سایت‌ها به کاربران اجازه می‌دهند از داخل کامپیوتر شخصی خود و با نقشه‌ای که در اختیار آن‌ها قرار گرفته تور را کنترل کنند. به هر حال با توجه به این که صنعت جهانگردی همانند دیگر صنایع دنیا با سرعت زیاد در حال رشد است، کارشناسان بر این باورند که تورهای مجازی در آینده نزدیک پر رونق‌ترین بخش این صنعت محسوب خواهد شد و به این وسیله زندگی مردم را

در سراسر جهان تحت تاثیر خود قرار خواهند داد .

سرویس ها و زیر ساخت های گردشگری الکترونیک

برای طراحی و توسعه گردشگری مجازی در هر کشوری نیاز به زیر ساخت هایی است که این زیرساخت ها در دو بخش کلی گردشگری و IT قابل دسته بندی است:

(۱) وب سایت

(۲) ویزای الکترونیکی

(۳) رزرواسیون مراکز اقامتی

(۴) رزرواسیون مراکز گردشگری

(۵) رزرواسیون وسایل نقلیه

وب سایت

یکی از بهترین زمینه های اطلاع رسانی توان گردشگری یک کشور استفاده از وب سایت ها است. این وب سایت ها به علت ارزش فوق العاده اطلاع رسانی که در اختیار کاربران گسترده اینترنت قرار می دهند، فرصت خوبی برای معرفی امکانات گردشگری یک کشور است که از این میان سایت های اطلاع رسانی دولتی مربوط به گردشگری یک کشور در اینترنت از اهمیت خاصی برخوردار است. در حقیقت می توان گفت سایت های رسمی سخنگوهای دیجیتالی یک کشور در وب هستند و هرچه این پایگاه ها قوی تر و به روزتر باشد، مخاطب پذیری آنها بیشتر است. در طراحی این پایگاه های اطلاع رسانی باید به چند نکته توجه داشت:

* چند زبانه بودن: با توجه به زبان غیر بومی گردشگران زبان های رایج دنیا باید مد نظر قرار بگیرد.

* چند رسانه ای بودن: پایگاه اطلاع رسانی باید از تمامی ظرفیت های وب مانند عکس، فیلم، متن و غیره برای اطلاع رسانی استفاده کند و فقط یک وب سایت با ده ها صفحه متن نمی تواند جوابگوی مراجعان باشد.

* به روز رسانی قوی: اطلاعات موجود در وب سایت باید هر از چند گاهی به روز شده تا کاربران با تغییرات و قوانین و مقررات آشنایی داشته باشند.

* ظاهر کاربر پسند: وب سایت باید به راحتی اطلاعات در خواستی کاربر را در اختیار او قرار دهد تا موجب سردرگمی او نشود به عنوان نمونه به امکاناتی مانند sort و search روی پایگاه اشاره کرد تا بتواند اطلاعات را در قالب دسته بندی های مورد نظر خود به دست آورد.

ویزای الکترونیکی

ویزای الکترونیکی یکی از سرویس های بسیار مشهور در زمینه e-tourism است. در واقع کشور هایی که خدمات

ویزا را به صورت الکترونیکی ارائه می کنند آنرا یکی از شاخص های پیشرفت خود در زمینه IT و e-government می دانند. e-visa در سطوح متفاوتی در جهان ارائه می شود و استانداردهایی که سطح سرویسی خاصی را مشخص کنند وجود ندارد. برخی از کشورها e-visa را در حد ارائه اطلاعات اخذ ویزا از طریق اینترنت می دانند و برخی دیگر کل عملیات لازم برای اخذ ویزا را به صورت الکترونیکی و از طریق اینترنت انجام می دهند. در حال حاضر ظاهراً تنها سه کشور روسیه، کانادا و استرالیا خدمات صدور ویزا را به صورت کاملاً الکترونیکی عرضه می کنند، اما سایر کشورها نیز برای ارائه این سرویس ها در تلاش هستند. صدور e-visa به صورت کامل یکی از سرویس های مورد نیاز برای e-tourism است. هنگامی که یک گردشگر سفر خود را از طریق اینترنت داشته باشد، بحث صدور ویزا چندان مشکل نیست، چرا که به سادگی می توان اطلاعات مورد نیاز را به صورت فرم های الکترونیکی از طریق اینترنت دریافت کرد و مقدمات لازم برای صدور ویزا را مهیا نمود. هزینه ها را هم می توان از طریق کارت های اعتباری و پرداخت های اینترنتی دریافت کرد. تنها تفاوتی که میان ویزای معمولی و ویزای الکترونیکی وجود دارد عدم امکان تطابق ویزا با پاسپورت و سایر روش های تشخیص هویت است. لذا در مورد e-visa صحت ادعاها به عهده متقاضی ویزا است و ویزای صادر شده باید در مبدا ورودی به گردشگر تحویل گردد. برای این منظور بایستی زیر ساخت های لازم در مبدا ورودی نظیر فرودگاهها ایجاد شود تا دارنده ویزای الکترونیکی با ارائه یک کد یا شماره ویزا و ارائه گذرنامه ویزای خود را در ترمینال ورودی دریافت کند. در نهایت الکترونیکی کردن گردشگری می توان یک کارت هوشمند را به توریست در ابتدای ورود تحویل داد تا در آن کلیه اطلاعات لازم از جمله ویزای الکترونیکی گردشگر وجود داشته باشد تا کلیه مراحل کاغذی حذف و گردشگر تمام عملیات مورد نیاز خود را از طریق همان کارت هوشمند به انجام رساند. به این ترتیب تعامل فیزیکی گردشگر با بخش سرویس دهنده به حداقل رسیده و تمام فرآیند ورود گردشگر الکترونیکی خواهد شد.

سایت های زیر در زمینه e-visa به فعالیت می پردازد:

<http://www.ausvisas.com>

<http://www.visatorussia.com>

<http://www.gotorussia.com>

سیستم های رزرو و فروش اینترنتی بلیط

یک سایت معتبر سرویس دهنده در زمینه گردشگری الکترونیک بایستی خدمات مربوط به رزرو و فروش الکترونیکی بلیط موسسات مختلف حمل و نقل (هوایی، دریایی، ریلی و جاده ای) را دارا باشد. هنگامی که یک توریست به یک سایت مراجعه می کند باید قادر باشد تا از طریق همان سایت و همان واسط کاربری، کلیه عملیات رزرو بلیط و خرید

بلیط خود را به انجام رساند. رزرو و فروش بلیط خطوط هوایی بین المللی عموماً از طریق سرویس دهندگان جهانی انجام می پذیرد. در سطح جهان اکثر شرکت ها با یک یا چند سرویس دهنده عمده ارائه دهنده این خدمات مانند گابریل گالیلئو و... وارد قرار داده شده و اطلاعات خود را روی اینترنت عرضه می کنند. لیکن در بعد داخلی و منطقه ای شرکت های هوایی و موسسات گردشگری می توانند با استانداردهای مستقلی که خود تعریف می کنند، اطلاعات مورد نیاز را مهیا کرده و بر پایه سیستم هایی که خریداری کرده یا طراحی نموده اند به رزرو و فروش اینترنتی بلیط بپردازند. بنابراین وب سایت های مسافرتی عموماً برای ارائه خدمات رزرو و فروش الکترونیکی بلیط خطوط هوایی بین المللی اطلاعات مورد نیاز گردشگر را از طریق سرویس دهندگان جهانی که با نام (GDS) شناخته می شوند تامین می کنند. ولی در بعد داخلی از آزادی عمل بیشتری برخوردار بوده و می توانند بین استفاده از خدمات این سرویس دهندگان جهانی و استفاده از سیستم اختصاصی خود یکی را انتخاب کنند. در مورد سایر روشهای حمل و نقل دریایی و ریلی و جاده ای وضعیت متفاوت است. از آنجا که اغلب سرویس دهندگان منطقه ای هستند لذا وضعیت خطوط هوایی کاملاً متفاوت است و سایت های فعال در زمینه گردشگری بایستی با موسسات فعال در زمینه های فوق مستقیماً وارد مذاکره شده و به نحوی اطلاعات را روی سایت مهیا کنند. به این ترتیب گردشگر با مراجعه به یک سایت معتبر می تواند با جستجو در اطلاعات خطوط هوایی مختلف مطابق برنامه زمانی مورد نظر خود پروازی را رزرو کرده و سپس به جستجو در میان اطلاعات دیگر خطوط هوایی بپردازد و در نهایت بلیط مورد نیاز خود را خریداری کند یا از یک شرکت قطار مسافری برای رفتن به مقصد مورد نظر استفاده کند یا...

چنانچه بر روی سایت امکان پرداخت پول بصورت الکترونیکی موجود باشد، می توان خرید اینترنتی را نیز مهیا کرد. در حالت خرید اینترنتی بلیط از آنجا که تعامل مستقیمی بین گردشگر و فروشنده بلیط وجود ندارد بلیط به صورت الکترونیکی (e-ticket) عرضه می شود به این معنا که گردشگر پس از خرید بلیط تنها یک کد شناسایی دریافت کرده و تا قبل از حضور در ترمینال بلیط در دست نخواهد داشت و پس از مراجعه با مطابقت دادن اطلاعات موجود در بانک اطلاعاتی با کد شناسایی بلیط صادر و به وی تحویل می گردد. نکته بسیار مهم در این زمینه امکان ارتباط دادن این سیستم ها با یکدیگر است به این معنا که سایت بایستی قادر باشد برای گردشگر یک برنامه پیوسته سفر مهیا کند و بعد از آن با اتوبوس سفر خود را ادامه دهد و امکان رزرو بلیط های همه سرویس دهندگان حمل و نقل مهیا باشد. به عبارت دیگر یک وب سایت گردشگری مجازی بایستی امکان رزرو و فروش بلیط به عنوان یک محل متمرکز برای تمامی خطوط هوایی، ریلی، جاده ای و دریایی در اختیار گردشگر قرار دهد تا به آن وسیله کل سفر خود را از ابتدا رزرو و برنامه ریزی کند.

خلاصه فصل

گروه های خبری گروه هایی هستند که در سطح اینترنت گسترده اند و تقریباً به تعداد موضوعات موجود در این شبکه، گروه خبری فعال وجود دارد. برای جستجو و بازیابی اخبار به دو روش می توان عمل نمود: مستقیم و غیر مستقیم. کاربر می تواند با اتصال به اینترنت و ورود به سایت های شبکه های تلویزیونی، اخبار پخش شده از آنها را به صورت زنده یا ضبط شده تماشا کند و از این طریق از اخبار مورد نظر آگاهی یابد.

اداره سایت دولتی در اینترنت نیازمند قالب خاصی است که چهارچوب کلی آن مبتنی بر سازمان اطلاعات دولت و ویژگیهای آن است. سایت های اینترنتی رسمی کشورها یک نوع تبلیغات الکترونیکی خاص برای کشور قلمداد می شود که با استفاده از آن ۷۰۰ میلیون مخاطب وب را با قابلیت ها و جذابیت های کشور مطبوع آشنا می کند. خریدار اینترنتی با مراجعه به سایت فروشگاه اینترنتی، کالا و خدمات مورد نظر خود را انتخاب و به سبد خرید اضافه می نماید. برای اینکار دو روش: مرور کالا و خدمات بر اساس طبقه بندی های ارائه شده و جستجو بر اساس مشخصات کالا و خدمات پیش بینی شده است.

به مدد استفاده از فناوری اطلاعات، حجم عظیمی از دانش و منابع قابل استفاده در حوزه گردشگری نشر و نمو یافته است و گردشگری و فناوری اطلاعات و ارتباطات فرصت های استراتژیک و ابزارهای قدرتمندی برای رشد اقتصادی و توزیع ثروت در سراسر جهان ایجاد می نماید.

فناوری اطلاعات و ارتباطات را می توان به عنوان ابزاری نیرومند و قوی برای ارتقای کیفیت و کارایی آموزش مورد استفاده قرار داد، به گونه ای که شیوه های سنتی آموزش را دستخوش تغییر قرار دهد و دیگر نیازی به حضور فیزیکی در کلاسهای درس نباشد. فناوری اطلاعات همچنین موجب افزایش کارایی فرایند آموزش می گردد.

سایت های مرتبط با «کار» در شبکه اینترنت، بر مبنای اطلاع رسانی کارمندان، استخدام شرکت ها و سازمان ها، کاریابی اینترنتی و کسب درآمد از طریق اینترنت تقسیم بندی می شود.

فراهم آوری اطلاعات و نیازهای بهداشتی و پزشکی برای افراد جامعه آن هم در تمام نقاط کاری پرهزینه و دشوار است، اما این در حالی است که امروز با استفاده از تجهیزات مخابراتی و سیستم های شبکه ای این مسئله کار دشوار و پرهزینه ای نیست.

کسب و کار اینترنتی به فروش محصولات یا خدمات در اینترنت گفته می شود. این نوع کسب و کار به سرعت در اقتصاد امروز رشد و پیشرفت کرده است. خرید و فروش اینترنتی به کوچکترین کسب و کارها نیز این امکان و فرصت را می دهد که به مخاطبان خود در سطح جهانی با حداقل هزینه دسترسی پیدا کنند.

فعالیت کارگاهی

- ۱- اخبار مربوط به جشنواره هنرهای تجسمی را در اینترنت جستجو کنید.
- ۲- خبرگزاری های معروف در کشور ما کدامند؟ سایت های اینترنتی آنها را با هم مقایسه کنید.
- ۳- سایت <http://www.dolat.ir> را بازدید کنید و خدمات آنرا بررسی نمایید.
- ۴- کتاب «مبانی و کاربرد رایانه» را بر روی اینترنت جستجو کنید. آیا امکان خرید اینترنتی آن از طریق ناشران فراهم است؟
- ۵- با یک تحقیق کوتاه، بررسی کنید آیا امکان خرید بلیط کشتی مسافرتی در ایران وجود دارد؟
- ۶- موزه های مهم در کشور را در اینترنت جستجو کنید. آیا امکان بازدید اینترنتی از آنها وجود دارد؟
- ۷- چه موزه هایی در دنیا امکان بازدید اینترنتی را دارند؟ سه مورد را مثال بزنید.
- ۸- موسسه آموزش از راه دور که برای دانش آموزان مانده از تحصیل بنیان گذاری شده را جستجو کنید. چه خدماتی ارائه می کند؟
- ۹- استخدام در شرکت های طراحی صفحات وب را جستجو کنید. چه مهارت هایی لازم دارند؟
- ۱۰- آیا پزشک شما سایت اینترنتی دارد؟ می توان از طریق اینترنت وقت ملاقات پزشک را رزرو کرد؟

خودآزمایی

- ۱- گروه خبری چیست؟
- ۲- روشهای جستجو و بازیابی اخبار در اینترنت را توضیح دهید.
- ۳- چرا دولت ها از پدیده وب استقبال می کنند؟
- ۴- دستاوردهای فناوری اطلاعات در حوزه آموزش چیست؟
- ۵- روشهای آموزش و یادگیری از راه دور چگونه انجام می شود؟
- ۶- خصوصیات یک دانشگاه مجازی چیست؟
- ۷- چه تقسیم بندی هایی در مورد سایت های مرتبط با کار در شبکه اینترنت وجود دارد؟
- ۸- روشهای ارتباط بیمار و پزشک در یک سامانه پزشکی از راه دور چگونه است؟
- ۹- کسب و کار اینترنتی چیست و چه تفاوتی با تجارت الکترونیکی دارد؟
- ۱۰- انواع کسب و کارهای اینترنتی کدامند؟