

گردشگری الکترونیکی (e-tourism) از منظر تجارت الکترونیکی و راهکارهای توسعه آن در ایران

سید سعید آیت

استادیار کامپیوتر، دانشگاه پیام نور مرکز نجف آباد
ayat@ce.sharif.edu

زینب سادات سجادی

دانشجوی مهندسی کامپیوتر دانشگاه پیام نور نجف آباد
zsajj@yahoo.com

چکیده

تجارت الکترونیکی زمینه های مختلفی را در بر می گیرد که هر یک به نحوی سعی در افزایش خدمات مناسب تر و افزایش ارزش افزوده در آن حیطه را دارند. گردشگری الکترونیکی بخصوص برای کشوری نظیر ایران می تواند یکی از مهمترین کاربردهای تجارت الکترونیکی باشد و نقش بسیار چشمگیری در جهت توسعه منافع ملی ایفا نماید. در این مقاله گردشگری الکترونیکی را از این منظر مورد بررسی و پژوهش قرار داده و وضعیت آن در ایران و جهان را مطالعه کرده، برخی موانع و راهکارهای توسعه آن را ارائه خواهیم داد.

کلمات کلیدی: گردشگری الکترونیکی، گردشگری مجازی، e-tourism، IT، گردشگری ایران

۱- مقدمه

امروزه صنعت گردشگری به یکی از شکوفاترین صنایع جهانی تبدیل شده است. آمارها رشد سریع و توسعه پویای گردشگری جهانی را نشان می دهد. تعداد گردشگران در سال ۲۰۰۶ بیش از ۷۵۰ میلیون نفر بوده است. بر اساس پیش بینی های سازمان جهانگردی، تا سال ۲۰۲۰ تعداد جهانگردان به ۱۶۰۰ میلیون نفر بالغ خواهد شد و این صنعت نرخ رشد متوسط ۴/۱ درصد را تجربه خواهد کرد. رشد گردشگری جهانی از ژانویه تا آوریل ۲۰۰۷ با ۶ درصد رشد به ۲۵۲ میلیون گردشگر یعنی ۱۵ میلیون نفر بیشتر از مدت مشابه در سال ۲۰۰۶ رسیده است [1]

از طرفی نفوذ و گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات جهان پهناور ما را به صورت "دهکده جهانی" درآورده است. دهکده ای که زندگی در آن و خلق موقعیت ها و فرصت های جدید، نیازمند آگاهی و همراهی با این موج فناوری های نوین است و بدیهی است که اندکی سهل انگاری، فرصت ها را به دیگران خواهد سپرد.

یکی از مهمترین کاربردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات، صنعت گردشگری است و به دلیل نقش و اهمیتی که صنعت گردشگری خارجی می تواند در ابعاد مختلف از جمله ایجاد درآمدهای ارزی و افزایش تولید ناخالص داخلی، منبع درآمد برای دولت، منبع ایجاد اشتغال و بهبود خدمات اجتماعی داشته باشد، بنابراین برای ورود به بازار رقابتی جهان مجبور به تجهیز امکانات و بهره برداری از تکنولوژیهای نوین در قالب "گردشگری الکترونیکی" می باشیم. بکارگیری فنآوری های نوین ارتباطی و اطلاعاتی به منظور توسعه صنعت گردشگری را گردشگری الکترونیکی e-tourism می نامند.

گردشگری الکترونیکی، شاخه های مختلفی را در بر می گیرد و امکان ارائه خدمات نوینی را به کاربران و گردشگران را می دهد. خدمات نوینی که قبل از ظهور فناوری های نوین ارتباطی امکان ارائه آن وجود نداشت و امروزه باعث تسهیل و رونق روز افزون صنعت گردشگری شده است. بطور مثال در زمینه صدور روادید شاخه e-Visa را شامل می شود. برخی کشورها، e-visa را در حد ارائه اطلاعات اخذ روادید از طریق اینترنت می دانند و برخی دیگر کل عملیات لازم برای اخذ روادید را به صورت الکترونیکی و از طریق اینترنت انجام می دهند. واضح است که ارائه خدمات روادید به صورت برخط به همکاری و هماهنگی ارگان های گوناگون در دولت و آژانس های مسافرتی نیاز دارد و برای ارائه این گونه خدمات به گردشگران خارجی باید خدمات دولت و شهروند الکترونیکی در کشور مورد نظر نهادینه شده باشد. [2]

از دیگر شاخه های مطرح این زمینه توره های مجازی می باشد. توسعه این گونه از توره های مجازی به ایجاد پایگاه داده های مناسب و استفاده از سیستم های چند رسانه ای قوی و البته فناوری GIS^۱ وابسته است. GIS یا همان سیستم اطلاعات جغرافیایی بستر مناسبی است که زمینه تجزیه و تحلیل و اکتشاف داده ها را به ما می دهد. [3]

گردشگری الکترونیکی امروزه سعی بر این دارد که خدماتی را به صورت بسته های مسافرتی پویا (Dynamic Packages) عرضه کند. این بسته ها باید یک برنامه سفر کامل با قابلیت تغییر متناسب با خواست گردشگر (دریافت اطلاعات از گردشگر و ارائه بسته ای مطابق با علایق گردشگر) ارائه کنند. [4]

بنابراین کلیه این تسهیلات می تواند به گردشگران این امکان را بدهد که قبل از عملی کردن تصمیم سفر به نقطه ای خاص، به صورت مجازی و از طریق ابزارهای وب وارد محل مورد نظر شده و با مطالعه و مشاهده اطلاعات متنی، صوتی و تصویری، امکان سفر و مزایا و معایب این سفر را دریابند و به راحتی در مورد انجام این سفر تصمیم گیری کنند.

2- نیازمندی های ایران به گردشگری الکترونیکی:

ایران از نظر دارا بودن جاذبه های گردشگری در میان ده کشور برتر جهان قرار دارد. طبیعت چهار فصل، جاذبه های طبیعی مناطق خزر، طبیعت رویایی اردبیل، آسمان پر ستاره و دیگر دیدنی های کویر، خلیج فارس و جاذبه های کیش، مراکز مهم زیارتی شیعیان و مهمتر از همه جاذبه های بی نظیر تاریخی و فرهنگی اصفهان و شیراز و دیگر شهر های ایران، کشور ما را از نظر پتانسیل گردشگری ممتاز ساخته است. اما این پتانسیل بدون اطلاع رسانی، آنهم به زبان روز دنیا، سودی نخواهد داشت. بدون استفاده از فناوری های نو و گردشگری الکترونیکی، از جریان رشد و توسعه جهان عقب خواهیم ماند.

برخی ضرورت ها و نیازمندی های گردشگری الکترونیکی در ایران عبارتند از:

- صنعت گردشگری بین المللی از جمله صناعی است که بعد مکانی بین عرضه کننده و مشتری مطرح است. فناوری اطلاعات و ارتباطات خدمات گردشگری را در دسترس نموده، زمینه توسعه گردشگری و دیگر صنایع وابسته را فراهم می کند.
- پاک کردن ذهنیت منفی جهانیان نسبت به ایران که دشمنان مغرض در همه حال به آن دامن می زنند. فعالان گردشگری الکترونیکی می توانند با معرفی جاذبه های فراوان گردشگری همراه با معرفی واقعیت های اجتماعی ایران، این تبلیغات منفی را خنثی نمایند.
- گردشگری الکترونیکی راهی به صرفه، موثر و کارا برای جذب گردشگر به شمار می آید. کاهش هزینه خدمات رسانی مانند برنامه ریزی تور، فروش برخط بلیط باعث صرفه جویی در هزینه و زمان شده، هزینه و وقت نیروی انسانی صرف بالا بردن کیفیت خدمات می شود.
- امروز در کشورهای توسعه یافته که اکثر جهانگردان نیز از همین کشور ها می باشند، درصد زیادی از مردم اطلاعات روزمره خود را از اینترنت بدست می آورند. طبق آمار سال 2003 میلادی، 30 درصد از آمریکایی ها اطلاعات مربوط به مقصد سفر آینده خود را به صورت برخط کسب کرده اند و بیش از 2/3 آنان از خدمات ذخیره بلیط اینترنتی برای برنامه ریزی سفر خود استفاده کرده اند. [5] در نتیجه باید دانست که در هزاره سوم گردشگر از روش های سنتی، جذب نخواهد شد. گردشگر به جایی که نتواند در مورد آن اطلاعات و خدمات مرسوم را بیابد، سفر نخواهد کرد.
- گردشگری صنعتی به شدت رقابتی است. بدون تجهیز به فناوری های نو در این رقابت شکست خواهیم خورد.
- ایران کشور تنوع و گوناگونی ها است. تنوع آداب و رسوم، لباس ها، غذا ها، مصنوعات دستی گویش ها، لهجه ها، اشیا و کتب تاریخی بی شمار ما گنجینه و میراث گراندردی را برای ما به ودیعه نهاده که حفظ و نگهداری از آن از یک سو و وظیفه معرفی آن به جهانیان از سوی دیگر، نیازمند تجهیز ما به فناوری های نو می باشد. این امر در سال های اخیر با مطرح شدن موضوع میراث دیجیتالی مطرح شده است. اکنون جامعه جهانی از جمله یونسکو، میراث دیجیتالی² را به عنوان بخشی از حافظه جهانی تلقی کرده تا بتوانیم تمامی مستندات گذشته از قبیل شنیداری، دیداری و نوشتاری را هم با هدف حفظ این آثار و هم با هدف معرفی و گسترش آن در فضای جهانی به فضای دیجیتال منتقل کنیم.
- گردشگری الکترونیکی نقطه عطف و راهکار کلیدی بسیاری از مشکلات کشور از جمله بیکاری، تک محصوله بودن صادرات و درآمد ارزی و رکود صنایع دستی است. گردشگری الکترونیکی با توسعه صنعت گردشگری مواهب زیادی را برای ما به ارمغان می آورد.

گردشگری هم اکنون در جهان به عنوان صنعتی کارآفرین و درآمدزا جای خود را باز کرده و در برخی از کشورها که از مواهب طبیعی و معادن و ذخایر مناسبی برخوردار نیستند به عنوان اصلی ترین منبع درآمد کشور مورد توجه قرار گرفته است. در کشور ما توجه به گردشگری الکترونیکی می تواند مواهب این صنعت درآمدزا را در اختیار ما قرار دهد.

3- وضعیت گردشگری الکترونیکی در ایران

برای بررسی وضعیت گردشگری الکترونیکی در ایران، به بررسی اطلاعات و خدمات ارائه شده به کاربران می پردازیم :

3-1- اطلاع رسانی و ارائه اطلاعات

سایت های دولتی وابسته به سازمان گردشگری و میراث فرهنگی و یا شهرداری ها و استانداری ها، سایت های گردشگری بخش خصوصی و همچنین وبلاگ هایی که توسط افراد علاقه مند در زمینه گردشگری ایجاد شده است، به اطلاع رسانی در زمینه گردشگری می پردازند. از نظر کمی، با توجه به پتانسیل های فراوان و علاقه مندی و وطن دوستی ایرانیان، وب سایت ها و وبلاگ های فراوانی به اطلاع رسانی در مورد مناطق مختلف ایران پرداخته اند. در بعضی از سایت های دولتی و خصوصی اطلاعات مفید و کارشناسی شده ای به چشم می خورد. اما از نظر تاثیر گذاری به خصوص در بعد جهانی پیشرفت چندانی نداشته ایم. این اطلاعات معمولاً ناکافی و در اغلب وب سایت ها شبیه به هم است و زمان زیادی از به روز رسانی آن ها می گذرد. به خصوص در مورد موقعیت جغرافیایی مکان ها، پشتیبانی از زبان های زنده دنیا و منطبق نبودن با سلیقه کاربران، ضعیف عمل شده است.

3-2- ارائه خدمات

ارائه خدمات به گردشگران در ایران، بیشتر از طریق وب سایت های دولتی و در بعضی موارد سایت ها خصوصی انجام می شود. ارائه خدماتی نظیر روادید الکترونیکی، سیستم های برنامه ریزی مقصد و نقشه های تعاملی هوشمند هنوز به طور موثری انجام نشده و می توان گفت ارائه نمی شود.

بسیاری از جاذبه های گردشگری ایران نظیر مساجد، جاذبه های طبیعی، موزه ها، محوطه های باستانی و فرهنگی و تاریخی که در فهرست میراث فرهنگی جهانی قرار دارند، در بین گردشگران مهجوراند. با توجه به وجود آثار تاریخی و فرهنگی فراوان در ایران، ارائه خدمات تور مجازی می تواند در جذب و هدایت گردشگران به ایران کمک شایانی نماید. اما محدود تور های مجازی موزه های ایران از کیفیت لازم برای جذب مخاطب برخوردار نیستند.

رزرو برخط در ایران بیشتر شناخته شده و قابل بررسی است. شرکت های هواپیمایی و راه آهن، بعضی شرکت های مسافری جاده ای، گرداندگان تورهای مسافرتی و هتل ها خدمات ذخیره اینترنتی ارائه می کنند. البته خدمات تورهای گردشگری، بیشتر تور های از مبدا تهران را پشتیبانی کرده، هنوز پراکندگی و گوناگونی ندارند. در بعضی موارد نیز اطلاعات کافی به کاربر ارائه نمی کنند.

4- مقایسه وضعیت گردشگری الکترونیکی ایران و جهان

گردشگری امروزه به عنوان یکی از صنایع بسیار مهم در توسعه فرهنگ ها و ارتباطات ملل، نقش ممتازی در استقرار صلح و آرامش در جهان ایفا می کند. آمارهای بین المللی و دیدگاه کارشناسان جهانگردی نشان می دهد که این صنعت تا سال 2010 میلادی به بزرگ ترین صنعت دنیا تبدیل خواهد شد و درآمد اقتصادی چشمگیر و فرصت های شغلی بی شماری را برای کشورهای مختلف فراهم می آورد. این امر کوشش کشورها و دولت ها را برای جذب سهم بیشتری از این بازار، سبب شده است.

امروزه در عرصه گردشگری جهانی، فناوری اطلاعات بعنوان رکن اساسی، نقش تعیین کننده ای در رقابت بین کشورها ایفا می کند و کاربرد و افزایش کارایی بخش های گوناگون خدمات توسط این فن آوری ها با سرعت غیر قابل باوری در حال تعمیم و گسترش است. به استدلال آمارهای منتشر شده توسط سازمان جهانی گردشگری (WTO) در آینده ای بسیار نزدیک، کشورهای فاقد زیرساختهای مناسب ICT، عملاً از چرخه رقابتهای جهانی و منطقه ای گردشگری حذف خواهند شد. برای رسیدن به پیش بینی ها و استفاده از این فرصت طلایی، نیاز به برنامه ریزی اصولی بیش از گذشته به چشم می آید.

کارشناسان سازمان بین المللی جهانگردی در آخرین مطالعات و بررسی های خود دریافته اند که در سال های اخیر، فرانسه بیش از دیگر کشورهای دنیا از فناوری ارتباطات و اطلاعات برای جذب گردشگر استفاده می کند که پس از آن به ترتیب کشورهای اسپانیا، آمریکا، چین، ایتالیا، بریتانیا، هنگ کنگ، مکزیک، آلمان و اتریش در رده های دوم تا دهم قرار دارند.^[6] نام ایران به علت حضور ضعیف در فضای اطلاعاتی، در این فهرست جایی ندارد. در حالی که کشورهای در حال توسعه که بیشتر آن ها توانمندی های تاریخی و فرهنگی ایران را ندارند مانند مالزی، آفریقای جنوبی، نامیبیا و هند، امارات و ... با سرمایه گذاری در زمینه گردشگری الکترونیکی فرصت های زیادی را برای کشور خود به وجود آورده اند. وب سایت های کشور های فرانسه، ایتالیا، اسپانیا، چین، ایالات متحده، کانادا، استرالیا و انگلستان و البته وب سایت هایی که توسط شرکت های بزرگ چند ملیتی اداره شده قسمت وسیعی از خدمات گردشگری بین الملل را به عهده دارند³، امکانات وسیع، اطلاعات جامع و پیوند های فراوان از جاذبه های گردشگری کشورها ارائه می دهند. آنچه بیش از هر چیز این وب سایت ها را پر بیننده ساخته، اهمیت دادن به خواسته کاربر و به روز بودن اطلاعات و خدمات آن ها می باشد.

به علت تبلیغات منفی ایران و کوتاهی و سهل انگاری خود ما در معرفی ایران، هنوز بسیاری از مردم جهان ما را با جنگ و نفت و عراق و خاورمیانه و بمب هسته ای می شناسند. در یک جستجوی انجام شده برای کلمه Iran در موتور جستجوی Google (در تاریخ 30 مهر 86) اولین و دومین نتیجه بدست آمده پیوند سازمان جاسوسی و وزارت دفاع امریکا ست و در جستجوی عبارت Travel+ Iran باز هم خطراتی از سازمان های دفاعی امریکا مبنی بر خطرات سفر به ایران در اولین نتیجه جستجو مشاهده می شود! متأسفانه این تبلیغات ناجوانمردانه هنوز بی پاسخ مانده است. البته توجه به این نکته ضروری است که، سیاست گذاری های متولیان گردشگری در ایران به دلیل تفاوت های مذهبی و فرهنگی، نمی تواند و نباید کاملاً مطابق با الگو های گردشگری غربی باشد. جاذبه های گردشگری ایران عمدتاً، فرهنگی-تاریخی-مذهبی است، که شیوه تبلیغات متناسب با فرهنگ والای ایرانی-اسلامی را طلب می کند.

^۳ مانند Orbitz و Expedia و Travelocity

5- مشکلات گردشگری الکترونیکی در ایران

متأسفانه وضعیت وب سایت ها و پایگاه های اطلاع رسانی ایرانی در اینترنت چندان مطلوب نیست. خدمات کلیدی و اساسی گردشگری الکترونیکی، نظیر اطلاع رسانی به روز و کاربر پسند، ارتباط دو طرفه با کاربران، پشتیبانی از زبان های زنده دنیا، خدمات رزرو و روادید، آژانس های برخط و دیگر خدمات حیاتی مورد نیاز برای جذب گردشگر، یا وجود ندارند و یا در اغلب موارد پاسخگو نیستند. در بعد گردشگری داخلی و ایجاد وب سایت های جامع گردشگری در سال های اخیر فعالیت های خوبی انجام شده است، که البته جدای از به روز نشدن ها و مدیریت مقطعی، کافی نیست. در مورد وب سایت های ایرانی که خدمات گردشگری الکترونیکی برای غیر فارسی زبانان ارائه می دهند، وضعیت نامناسب تر است. گرافیک و ظاهر قدیمی، به روز رسانی ضعیف، ارائه نشدن خدمات نام برده شده در سایت، منطبق نبودن با سلیقه کاربران، پراکندگی و عدم جامعیت تور ها و دیگر خدمات این وب سایت ها را ناکارآمد ساخته است. البته اخیراً وب سایت هایی نظیر www.ataland.com در بعضی زمینه های گردشگری الکترونیکی گام هایی به جلو برداشته اند. اما با توجه به وجود نیروی انسانی و کارشناسان ماهرو آگاه، هم در حوزه IT و هم در زمینه گردشگری، انتظار ها برآورده نشده و هنوز با وضعیت مطلوب فاصله زیادی داریم. عوامل به وجود آورنده این مشکلات را می توان در موارد زیر دسته بندی کرد که به ترتیب عبارتند از:

- عوامل فرهنگی و اجتماعی: عدم آشنایی مردم، گردشگران و مسئولان با عملکرد IT و نا آشنایی با استفاده صحیح از آن
- عوامل فنی و زیرساختی: فقدان پهنای باند مناسب برای اینترنت و مشکلات در امکانات نرم افزاری وب سایت ها
- عوامل انسانی: فقدان افراد متخصص در زمینه IT در سازمان های گردشگری و فقدان دوره های آموزشی رسمی e-tourism
- عوامل محیطی: نبود سیستم های بانکداری الکترونیک و دولت الکترونیکی، فقدان همکاری لازم بین بخشهای IT و گردشگری و عدم همکاری دانشگاه ها با سازمان ها و شرکت های فعال در زمینه گردشگری در ایران
- عوامل سازمانی و مدیریتی: ناآگاهی برخی از مدیران از مزایای فناوری اطلاعات و طولانی شدن مدت زمان تصویب یک طرح یا پروژه تا زمان آغاز به کار و زمان تحویل پروژه [7]

6- راهکارهای توسعه گردشگری الکترونیکی در ایران

جمعیت جوان و آشنا به علم روز و رشد و گسترش کسب و کار برخط در ایران و سرمایه گذاری می تواند همه مشکلات را کنار زده شرایط رشد صنعت گردشگری را با سرعت افزون تری که غیرقابل مقایسه با روش های موجود است، رونق دهد. به عنوان برخی از مهم ترین راهکارهای توسعه در زمینه گردشگری الکترونیکی می توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ایجاد طرح جامع کاربرد گردشگری الکترونیکی در نهاد های دولتی
- تمرکز بر روی عوامل اصلی بازدارنده توسعه گردشگری الکترونیکی که طبق تحقیقات عوامل فرهنگی- اجتماعی و عوامل فنی- تکنولوژیکی می باشد. عوامل فرهنگی- اجتماعی مانند آشنا نبودن مردم و مسئولان با ساختار و عملکرد و سودمندی فعالیت های مبتنی بر فناوری اطلاعات، و عوامل فنی- تکنولوژیکی مانند کمبود پهنای باند اینترنت و مشکلات فنی در طراحی وب سایت ها. [7]
- تشکیل گروه های کاری متشکل از کارشناسان و متخصصان در عرصه های گردشگری، IT، جامعه شناسی و روان شناسی، گرافیک، تاریخ و میراث فرهنگی، ایران شناسی، ادبیات، موسیقی، کارشناسان مذهبی و ...

- ایجاد درگاه (پرتال) جامع گردشگری ایران: این وب سایت جامع از طریق مجتمع کردن تمام وب سایت های فعال در زمینه گردشگری الکترونیکی، دسترسی به اطلاعات و خدمات کاربران را تسهیل می کند. تلاش هایی برای تحقق این طرح در کشور در حال انجام است.
- افزایش کیفیت اطلاعات ارائه شده به خصوص به کاربران خارجی چنانچه سایت های گردشگری دارای ساختاری حرفه ای باشند و محتوا و خدمات مناسبی ارائه دهند، رشد این اقبال به سایت های گردشگری گسترده تر خواهد شد.
- استفاده از شیوه های جدید اطلاع رسانی مانند استفاده از از جلوه های بصری در وب سایت های گردشگری
- ارائه بخشی از خدمات گردشگری الکترونیکی روی تلفن های همراه. از جمله خدمات بسیار مفید و حیاتی ارائه سیستم های مکان یابی روی تلفن های همراه با کمک فناوری GIS می باشد. با استفاده از این سیستم می توان با توجه به مکانی که گردشگر در حال حاضر در آن جا قرار دارد، خدمات مورد نیاز را ارائه داد. [8]
- ارائه همه خدمات گردشگری الکترونیکی به کاربران در یک وب سایت مجتمع با هدف صرفه جویی در زمان و هزینه صرف شده توسط کاربران.
- برگزاری دوره های آموزشی گردشگری الکترونیکی برای فعالان و فارغ التحصیلان رشته های گردشگری و مهندسی رایانه و فناوری اطلاعات.
- راه اندازی خدمات بانکداری الکترونیک به عنوان ستون فقرات همه طرح های توسعه شهروندان الکترونیکی در کشور.
- ارائه روادید الکترونیکی به عنوان عاملی مهم در تسهیل ورود گردشگران خارجی.
- معرفی و فراهم نمودن دسترسی کاربران به وبلاگ های فعال و بامحتوایی که در زمینه گردشگری فعالیت می کنند، از طریق پیوند دادن سایت مجتمع خدمات گردشگری به آن ها.
- ایجاد بانک اطلاعاتی جامع هتل ها و تور های گردشگری و مراکز خدمات رسانی به گردشگران.
- ایجاد بانک اطلاعاتی جامع شرکت های حمل و نقل هوایی، ریلی، جاده ای، دریایی و ردون شهری در جهت تمرکز در خدمات رسانی به گردشگران به خصوص گردشگران خارجی.
- اطلاع رسانی جشن ها و مناسبت های ملی و دینی مانند نوروز و دیگر جشنواره های گردشگری در سراسر ایران در وب سایت های گردشگری.
- چند زبانه شدن وب سایت ها و پشتیبانی از زبان های زنده دنیا و به خصوص زبان کشور های همسایه.
- ارتباط با کاربران وب سایت و ایجاد تعامل پویا با گردشگران که به خدمات رسانی بهتر وب سایت ها منجر می شود. به طور مثال در وب سایت گردشگری کشور مالزی امکان ارتباط گردشگران با یکدیگر و بارگذاری عکس هایی که گردشگران در بازدید از مالزی گرفته اند قرار داده شده که به تنوع بخش گالری عکس این وب سایت را کمک زیادی کرده است. [9]
- توجه به انواع گردشگری در وب سایت های گردشگری مانند گردشگری تاریخی، فرهنگی، طبیعی، پزشکی-درمانی، ورزشی، مذهبی و ...
- استفاده از سیستم های اطلاع رسانی جدید در وب سایت های گردشگری از جمله سیستم خبر رسانی RSS که به کاربران امکان اطلاع از آخرین به روز رسانی وب سایت ها را بدون مراجعه به وب سایت می دهد.
- ایجاد تالار های عمومی کاربران (Forum) ها برای ایجاد رابطه بین کاربران وب سایت.

- ایجاد زیر بخش های مربوط به استان ها به ساختار و استخوان بندی یکسان و یکنواخت که توسط خود استان ها پشتیبانی و به روز رسانی می شود.
- ایجاد فروشگاه اینترنتی که تمام مراحل خرید به صورت برخط انجام شود. این فروشگاه محل مناسبی برای بازاریابی برخط صنایع دستی و سوغات محلی به شمار می آید.
- راه اندازی بخش میراث دیجیتالی در وب سایت، که به انتشار محصولات فرهنگی در قالب فیلم عکس و صوت به صورت برخط می پردازد برای نمونه موسیقی ملی و بومی ایرانی.
- و در آخر و مهم تر از همه ارائه چهره واقعی و فضای اجتماعی رو به رشد ایران و اسلام و به خصوص شیعیان به جهانیان در جهت بهبود وجهه ایران در جهان.

7- نتیجه گیری

گردشگری الکترونیکی، حلقه مفقوده صنعت گردشگری در ایران است که با توسعه و بازننگری در سیاست ها و فعالیت های پراکنده گذشته، می توان گام بلندی برای توسعه این صنعت برداشت و از فواید بیشمار آن بهره مند شد. متمرکز کردن تلاش های گروهی متخصصان و کارشناسان بر روی توسعه پرتال جامع گردشگری ایران، ارائه خدمات کارآمد، به روز و حیاتی نظیر تورهای مجازی و روادید الکترونیکی به متقاضیان سفر، توجه به میراث دیجیتالی با توجه به وجود آثار بی شمار فرهنگی ایران و اطلاع رسانی شفاف، دقیق و به موقع می تواند ما را حائز رتبه مناسبی در بین کشورهای جهان نماید.

جایگاهی که شایستگی ایران بزرگ را داشته باشد.

منابع

- [1] UNWTO World Tourism Barometer Volume 5-No.2-Jun 2007-p1&12, www.world-tourism.org/facts/eng/pdf/indicators/unwto_barom07_2_en_excerpt.pdf
- [2] Viborg Andersen, Kim & Zinner Henriksen, Helle, Reorganizing Government: Bhutan Visa Online, Proceedings of the 39th Hawaii International Conference on System Sciences – 2006.IEEE, p2&3
- [3] Yiwei , Cao, Spatiotemporal Thematic Maps for Sustainable Development of Heritage Site Tourism, InterCarto – InterGIS 12 Berlin 2006 , IEEE , p3&5&7
- [4] Cardoso, j., E-tourism: creating dynamic packages using semantic web processes, ,Departamento de Matemática e Engenharias Universidade da Madeira, 2005, www.w3.org/2005/04/FSWS/Submissions/16/paper.html
- [5] Yiwei , Cao, Spatiotemporal Thematic Maps for Sustainable Development of Heritage Site Tourism, InterCarto – InterGIS 12 Berlin 2006 , IEEE , p1&2
- [6] UNWTO World Tourism Barometer Volume 5-No.2-Jun 2007-p7, www.world-tourism.org/facts/eng/pdf/indicators/unwto_barom07_2_en_excerpt.pdf
- [7] کاظمی، مصطفی، فیاضی، مرجان، میر زاده، ملیحه، 84. موانع استفاده از فناوری اطلاعات در صنعت گردشگری ایران، فصل نامه اقتصاد و تجارت نوین، شماره 2، صفحه 49-66 و 10
- [8] Zipf, Alexander, Adaptive context-aware mobility support for tourists, *European Media Laboratory*, 2002, IEEE, P58, www2.geoinform.fh-mainz.de/~zipf/ieee-is-tourism-zipf2002.pdf
- [9] www.virtualmalasia.com