

الدكتورة سطوح سميرة

قسم علوم الاعلام والاتصال
جامعة باجي مختار عنابة

عنوان المداخلة: تكنولوجيا الاعلام والاتصال وفاق تنمية السياحة.

ملخص

ترجع الزيادة في الطلب السياحي العالمي إلى عوامل متعددة منها زيادة الدخل كثير من الدول المصدر للسائحين، اهت مام معظم الدول السياحية بالتر ويجال سياحيل مقو مانقا الطبيعية وخدماتها السياحية لتحفيز السائحين على زيارتها ما فيها من وسائق ائ لجذب سياحية، التطور التقني الحاصل في وسائل النقل البري والبحري الجوي، انخفاض الأسعار الناتج عن حالات الجوية التي تعتمد على الطير انا لاقتصا دي، فضلا عن جهود عدد من المؤسسات السياحية إلى أسلوب الحزمة الذي يجمع بين النقل والإيواء وخدمة الفندقية وتنظيم زيارتها لفرجة نظير مبلغ معلوم، إضافة إلى ذلك تعزيز الزيادة في الطلب السياحي إلى التقدم في مجال التكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تؤدي إلى تحقيق الاتصال الجيد بين الدول المصدرة للسياحة والدول المستقبلة، وتؤدي أيضا إلى تقديم خدمات سياحية وفندقية مميزة للسواح، فهذه التكنولوجيا أصبحت تشكل عاملا هامافيدفع طاعالسياحة وتميته.

الكلمات المفتاح: تكنولوجيا المعلومات والاتصال، سياحة إلكترونية، التنافس الافتراضي، الوساطة.

مقدمة:

ظهر منذ سنوات قليلة مفهوم السياحة الإلكترونية، وتناولت العديد من المنظمات الدولية تطبيقاته المختلفة وأثرها على زيادة النمو السياحي خصوصا في الدول الأقل نمواً، والتي تشكل فيها عوائد السياحة نسبة كبيرة من الناتج المحلي الإجمالي. وقد أسهم في زيادة انتشار

هذا المفهوم وتطبيقاته المختلفة عدة عوامل أهمها ارتفاع نسبة إسهام السياحة الإلكترونية في إجمالي التجارة الإلكترونية الدولية، وما ينتج عن دمج هذا المفهوم في البنى المؤسسية للهيئات المعنية بالسياحة من تخفيض في تكاليف الخدمات السياحية المقدمة وبالتالي الأسعار، وتطوير المنتج السياحي المقدم واستحداث أنشطة سياحية جديدة تتفق مع شرائح السائحين المختلفة، وذلك فضلاً عن زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات السياحية، وما يترتب عليها من زيادة في القيمة المضافة للقطاع السياحي في الاقتصاد الوطني.

I- مشكلة البحث:

تتحدد مشكلة الدراسة في بحث وتحليل آليات سيل تنظيم السياحة الإلكترونية فيالجزائر ومردود ذلك على صناعة السياحة ودورها في زيادة الدخل الوطني.

II-هدف البحث:

يسعى البحث إلى الإجابة على سؤال رئيسي مفاده ما هي الجهود المطلوبة لتنظيم السياحة الإلكترونية فيالجزائر، وأثر ذلك على نمو صناعة السياحة؟ وسوف تقوم الباحثة بالإجابة على ذلك السؤال من خلال ما يلي:

1. بيان ماهية مفهوم السياحة الإلكترونية وأهميته والمتطلبات العامة لتطبيقه.
2. بحث سبل كيفية الاستفادة من تكنولوجيا الاعلام والاتصال والآليات التي توفرها شبكة المعلومات الدولية في مجال توعية أكبر عدد من مرتادي الشبكة بالميزات التنافسية للمنتج السياحيالجزائري.

III- منهجية البحث:

تميل الدراسة إلى أن تكون استكشافية تستهدف إلقاء مزيد من الضوء على المشكلة البحثية موضوع الدراسة وبلورتها كخطوة أولية نحو مساعدة متخذي القرار على ضمان الاستفادة من المزايا التنافسية التي تقدمها السياحة الإلكترونية لمجمل صناعة السياحة. ومن ثم اعتمدت الدراسة على اقتراب أساسي وهو اقتراب التحليل النظمي الذي تجده الباحثة أكثر الاقترابات البحثية ملائمة، وذلك انطلاقاً من أن السياحة الإلكترونية تعد من الظواهر النظامية التي لها مدخلاتها ومخرجاتها الخاصة، والتي تستلزم إيجاد نظم للعمل والتنسيق بين مختلف الفاعلين المعنيين بقضية السياحة فيالجزائر.

IV- مفهوم السياحة الإلكترونية:

فرضت المتغيرات التكنولوجية والتطور في تقنية المعلومات والاتصالات صوراً حديثة للتعامل في مقدمتها الخدمات السياحية الإلكترونية التي أصبحت في الوقت الحالي ضرورة حتمية لا يمكن لأى نشاط اسياحي تجاهله. وأصبح الحديث عن هذه الخدمات مثار اهتمام العديد من الدراسات القانونية والسياحية في محاولة لوضع أطر قانونية وتنظيمية لها. ومن ثم يتناول هذا البحث تعريف مفهوم السياحة الإلكترونية وارتباطه بمفهوم التجارة الإلكترونية باعتباره الإطار الأوسع لعمل السياحة الإلكترونية، وبيان أهمية السياحة الإلكترونية، ومتطلبات تطبيقها بالنظر إلى سرعة التغيرات المتعاقبة في بيئة العمل السياحي على المستويين الدولي والمحلى.(1)

يعتبر مفهوم السياحة الإلكترونية من المفاهيم الحديثة في علم السياحة التي تتداخل بشدة مع مفهوم التجارة الإلكترونية. وقد استطاع الباحث أن يرصد عدة تعريفات لمفهوم السياحة الإلكترونية، كان أهمها أنه يشير إلى "استخدام الأعمال الإلكترونية في مجال السفر والسياحة، واستخدام تقنيات الانترنت من أجل تفعيل عمل الموردين السياحيين والوصول إلى تسهيلات أكثر فعالية للمستهلكين السياحيين"(2)، وأنه "نمط اسياحي يتم تنفيذ بعض معاملته التي تتم بين مؤسسة سياحية وأخرى أو بين مؤسسة سياحية ومستهلك (سائح) من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات... وبحيث تتلاقى فيه عروض الخدمات السياحية من خلال شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) مع رغبات جموع السائحين الراغبين في قبول هذه الخدمات السياحية المقدمة عبر شبكة الإنترنت"(3)

ويلاحظ على هذه المفاهيم أنها تولى أهمية كبرى للتقدم التكنولوجي الحادث في شبكة المعلومات الدولية، وتأثيره على الأنماط السياحية المختلفة، وبحيث أصبح بالإمكان تسمية أي نمط اسياحي بأنه "الالكتروني" إذا ما تم استخدام التقنيات الحديثة في عرض منتجاته وتقديمها للسائحين على شبكة المعلومات. ويشمل ذلك كافة العمليات السياحية النمطية المعروفة من عروض البرامج السياحية، وحجز الرحلات السياحية وتنظيمها من خلال الإنترنت، وخدمات ما بعد الحصول على المنتج.

وترتبط السياحة الإلكترونية ارتباطاً وثيقاً بمفهوم التجارة الإلكترونية الذي يتفاوت تعريفه باختلاف النظرة الضيقة والواسعة إليه. فيقصر التعريف الضيق التجارة الإلكترونية على عملية تبادل السلع والخدمات عن طريق وسيلة الكترونية أو وسيط الكتروني"(4). وبهذا المعنى الموسع يكون للتجارة الإلكترونية خمسة أنواع من الأنشطة المتعلقة بالمعاملات التجارية هي الإعلان عن السلع والخدمات التي يتم عرضها عبر شبكة الانترنت من خلال

متاجر افتراضية أو محال بيع على الانترنت، وتبادل المعلومات والتفاعل بين البائع والمشتري، وعقد الصفقات وإبرام العقود من خلال شبكة الانترنت، وسداد الالتزامات المالية من خلال وسائل الدفع الالكترونية، وعمليات توزيع وتسليم السلع والخدمات ومتابعة الإجراءات سواء عن طريق شبكة الانترنت on-line أو عن طريق القنوات العادية. وهذا التعريف يجعل التجارة الالكترونية تتسع لتشمل أية معلومات أو خدمات تقدمها شركة لأخرى أو شركة لمستهلك عبر الانترنت أو غيرها من وسائل الاتصال الالكتروني بدءاً من معلومات ما قبل الشراء وانتهاء بخدمات ما بعد البيع.

على حين يرى البعض أن المفهوم يتسع ليشمل "إنجاز مختلف أنواع الأعمال عن طريق الشبكة الدولية للمعلومات". ويشمل ذلك التعاملات بين الشركات والمستهلكين والتعاملات الحكومية سواء بين الهيئات الحكومية وبعضها البعض أو بينها وبين الشركات الخاصة على شبكة الانترنت.(5)

٧- تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال :

لقد ادى التطور التكنولوجي للاتصالات والمعلوماتية لظهور وسائل وتطبيقات اتصالية جديدة اطلق عليها البعض اسم: التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال NTIC والحقيقة ان مفهومها يتضمن جميع الاستعمالات من حواسيب شبكات اتصال واجهزة تداول المعلومات سلكية ولاسلكية حيث تتمثل عادة في اجهزة الاتصال من هاتف فاكس وانترنت واقمار صناعية تستخدم بغرض اداء مختلف المهام الرامية الى تحقيق اهداف المؤسسة وبالتالي فان تكنولوجيا الاعلام والاتصال بالنسبة للمؤسسة هي:

تلك الادوات التي تستعمل لبناء نظم المعلومات والتي تساعد الادارة على استخدام المعلومات المدعمة لاحتياجاتها في اتخاذ القرارات وللقيام بمختلف المهام والعمليات التشغيلية في المؤسسة وذلك عن طريق تحويل تخزين ومعالجة كل انواع المعلومات (نصوص صور صوت...) في شكل معطيات رقمية موحدة وبثها بسرعة الضوء في كل انحاء العالم باستخدام الشبكة العنكبوتية العالمية الانترنت كما يمكنها ترجمة المعلومات المستقبلية وتحويلها الى الشكل المرغوب فيه (نصوص صوت صور)فضلا عن تغيير طرق الاتصال داخل الادارات.(6)

٧- خصائص تكنولوجيا الاعلام والاتصال :

تتميز تكنولوجيا الاعلام والاتصال بمجموعة من الخصائص يمكن ابرازها كما يلي(7) :

1) **التفاعلية:** اي ان المستعمل لهذه التكنولوجيا يمكن ان يكون مستقبلا ومرسلا في نفس الوقت

2) **الاجماهيرية:** وتعني امكانية توجيه وتسليم الرسالة الاتصالية لفرد واحد او لجماعة معينة وليس الى جماهير ضخمة كما كان في الماضي وتعني ايضا درجة التحكم في نضام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة الى مستهلكها مباشرة

3) **اللاتزامنية:** بحيث يكون بإمكان المستخدم ارسال واستقبال الرسائل في اي وقت وهو غير مطالب باستخدام النظام في الوقت نفسه مع المرسل او المستقبل

4) **الشيوع والانتشار:** وهو قابلية هذه الشبكة للتوسع والانتشار عبر مختلف مناطق العالم وهذا مايسمح بتدفق المعلومات عبر مسارات مختلفة مما يعطي لهذه التكنولوجيا الطابع العالمي

5) **التفاعلية والحركية:** فهناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدمها الاستفادة منها في الاتصال من اي مكان اثناء حركته مثل الهاتف النقال بمعنى الانتقال من الاجهزة الثابتة الى الاجهزة المتنقلة

6) **سهولة الاستخدام:** حيث تتسم وسائل الاتصال الحديثة بسهولة وبساطة التشغيل

وانطلاقا من الخصائص التي تميز هذه التكنولوجيا يظهر لنا سر قوتها سمحت بوجود شكل جديد من الارتباط بين الاطراف العالمية المختلفة وان تحدث تغييرات جوهرية في سلوكات وممارسة الافراد والمؤسسات والحكومات على السواء وقد تركت هذه الخصائص تاثيرها على المجتمعات وعلى نظم المعلومات من خلال التطور السريع والحاسم في اساليب تخزين واسترجاع المعلومات مع ظهور ثقافة مؤسساتية جديدة وتغير العديد من الممارسات الاقتصادية وهذا يرجع اساسا الى الانعكاسات المترتبة عن هذه التكنولوجيات

VII- السياحة الالكترونية كأحدث استخدام لتكنولوجيا الاعلام والاتصال :

ان السياحة الالكترونية تعتبر واحدة من اهم واحداث تطبيقات تكنولوجيا الاعلام والاتصال سنسلط الضوء عليها بشكل من التفصيل للوقوف على اهم العناصر المتعلقة بها ومن اهمية متطلبات وغيرها من الامور(8):

ا: أهمية السياحة الالكترونية وتأثيرها على الاقتصاد الوطني:

تتبع أهمية السياحة الإلكترونية من المنافع الضخمة التي توفرها سواء لمقدمى الخدمات السياحية أو للسائحين أنفسهم، والتي تسهم في تجاوز الحواجز التقليدية في المعاملات السياحية النمطية، ومن أهم هذه المنافع(9):

1. تيسير تقديم المعلومات التي تعتمد عليها صناعة السياحة، حيث تتسم الخدمات السياحية بأنها منتجات تتباين فيها المعلومات بشكل كبير فلا يمكن قياس جودتها إلا بالتجربة، وأنها تعتمد بالأساس على ثقة السائح في جودة الخدمات السياحية التي تقدمها الشركات والمؤسسات السياحية.

ومن هنا أصبح بإمكان المستهلك السياحي الحصول على جميع البيانات والمعلومات التي يحتاجها عن المنتج السياحي من خلال شبكة الانترنت، ويشمل ذلك معلومات عن الطيران والفنادق والبرامج السياحية وأماكن تأجير السيارات.. إلخ. وأسهم ذلك في تحقيق رغبات السائح وإرضاء احتياجاته الأساسية، وذلك من خلال إمكانية قيام السائح بإجراء العديد من المقارنات بين المواقع السياحية المختلفة واختيار الأنسب منها دون أن يحتاج إلى الانتقال من مكان إلى آخر. وتتيح شبكة الانترنت ذلك من خلال أشكال متعددة تشمل المعلومات التفصيلية المكتوبة والمصورة التي يستطيع السائح من خلالها زيارة الأثر أو تصفح المنتج بنفسه، أو حتى إمكانية قيام السائح بتصميم البرنامج السياحي الذي يرغب فيه دون التقيد ببرنامج مُعد سلفاً ووفقاً للتكلفة التي يستطيع دفعها.

2. تخفيض تكاليف الخدمات السياحية المقدمة ومن ثم تمتع المنتج السياحي بميزة مقارنة نتيجة لانخفاض الأسعار. فمن شأن استخدام السياحة الإلكترونية التقليل من تكاليف التسويق السياحي، وتكاليف الإنتاج (تسهيل وتسريع التواصل بين منتج الخدمة السياحية والوسيط)، وتكاليف التوزيع (تسهيل إجراء الصفقات مع شريحة كبيرة من المستهدفين)، بالإضافة إلى خفض حجم العمالة. فعلى سبيل المثال يمكن للسائح تسلم تذاكر الطيران الإلكترونية أو وقسيمة التبادل الخاصة بحجز أحد الفنادق من خلال بريده الإلكتروني.

3. سهولة تطوير المنتج السياحي وظهور أنشطة سياحية جديدة تتفق مع شرائح السائحين المختلفة، وذلك من خلال قياسات الرأي التي يمكن من خلالها معرفة التوجهات السياحية الجديدة والخدمات الأساسية والمكملة التي يحتاجها السائحون.

4. زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات السياحية بما يسهم في زيادة مبيعاتها وإيراداتها وأرباحها، وهو ما ينعكس في النهاية على زيادة القيمة المضافة للقطاع السياحي الناتج المحلى الإجمالى.

5. وأخيراً كون شيوع استخدام السياحة الالكترونية دليلاً على تقدم البنية التكنولوجية والخدمات الالكترونية في البلد المعنى، بما يسهم - ضمن عوامل أخرى - في زيادة الاستثمارات الأجنبية وفي تمتع بنية الأعمال الحكومية والخاصة بالمصادقية في التقارير الدولية.

وتزداد أهمية السياحة الإلكترونية مع زيادة الاهتمام بالتجارة الإلكترونية فبعد أن كانت السياحة الإلكترونية تسهم بـ 7% من التجارة الإلكترونية زادت النسبة إلى 35% من إجمالي التجارة الإلكترونية في عام 2002. ورصدت بعض الأبحاث والدراسات ما يلي:

- استخدام أكثر من 64 مليون مواطن أمريكي خدمة الانترنت خلال عام 2003 للبحث عن المعلومات الخاصة بالمقاصد السياحية المختلفة والأسعار والبرامج السياحية، وقيام 66% منهم بالحجز الالكتروني من خلال شبكة الانترنت. ووصول مبيعات الانترنت إلى نسبة 30% من إجمالي سوق السفر في الولايات المتحدة في عام 2005.
- زيادة مبيعات السفر عبر الانترنت في دول الاتحاد الأوربي لتصل إلى مبلغ 14 مليار دولار في عام 2003. (10)
- امتلاك 80% من الفنادق في أوروبا لمواقع الكترونية، وفقاً لحصر المفوضية الأوروبية عام 2005. على حين يوجد في النمسا مواقع الكترونية لـ 90% من الفنادق، منها 63% تقدم خدمات البيع عن طريق الشبكة، وتصل طلبات الحجز الالكتروني فيها إلى 73%. (11)
- وصول حجم المبيعات السياحية عن طريق التجارة الالكترونية إلى 63 مليار دولار في عام 2006، منها 20 مليار دولار في أوروبا. (12)

VIII- المتطلبات العامة لتطبيق السياحة الالكترونية:

تحتاج السياحة الالكترونية إلى توافر عدة متطلبات حتى يمكن تطبيقها، وبالأخص في الدول النامية. ولا ترتبط هذه المتطلبات بالبنية السياحية القائمة، وإنما تتجاوز ذلك لتشمل الإطار المؤسسى والتنظيمى المنظم للعمل، والبنية التشريعية في مجال التجارة الالكترونية، والتقدم في بنية تكنولوجيا المعلومات، وأخيراً البنية الثقافية التي تساعد على تقبل المجتمع والأشخاص لفكرة التجارة الالكترونية في مجملها.

1. توافر إطار مؤسسي وتنظيمي:

يتعلق هذا الجانب بأهمية التعاون بين مؤسسات الحكومة وبعضها البعض، وكذلك الشراكة مع القطاع الخاص والمجتمع المدني عن طريق إبراز المزايا التي تعود على كل فاعل من جراء تطبيق نظم التجارة الإلكترونية في مجال النشاط السياحي. فوجود حوار بناء ما بين المؤسسات وبعضها البعض يساعد على خلق بيئة صحية ومواتية لتنفيذ المشروعات، حيث يمكن للحكومات ممثلة في وزارات السياحة والهيئات المعنية أن تقدم الدعم المادي للشركات والوسطاء السياحيين المختلفين من أجل استعمال تطبيقات الانترنت في مجال عملها، وكذلك توفير قواعد بيانات تفصيلية عن الموارد السياحية والمنتج السياحي ودعم المواقع الإلكترونية الخاصة بتلك الصناعة. على حين يمكن لشركات القطاع الخاص المتميزة من خلال خبراتها مع تكنولوجيا المعلومات والتسويق والتجارة الإلكترونية أن تقدم نصائح واستشارات لصانعي القرار.

وتتعدى الجهود التنظيمية والمؤسسية المستوى الداخلي لتشمل الإطارين الإقليمي والدولي.

2. وجود إطار قانوني محدد على المستويين الدولي والمحلي:

تعتبر السياحة الإلكترونية جزءاً لا يتجزأ من التجارة الدولية والتي تعمل في إطار الاتفاقية العامة لتحرير التجارة في الخدمات بمنظمة التجارة العالمية، وهو الأمر الذي جعل معظم الدول العربية تدرج الخدمات السياحية في جداول التزاماتها الملحقه بالاتفاقية العامة لتحرير التجارة في الخدمات، وذلك بهدف التحرير التدريجي للقطاع السياحي لتحقيق أهداف التنمية المرجوة وجذب الاستثمار الأجنبي. ومن ثم تكون الاتفاقية العامة لتحرير التجارة في الخدمات هي البداية الحقيقية للبحث عن المتطلبات القانونية لتنشيط السياحة بصفة عامة والسياحة الإلكترونية بصفة خاصة.

وقد تضمنت الاتفاقية العامة لتحرير التجارة في الخدمات عدة التزامات خاصة بالنشاط السياحي موضحة في ملاحق على النحو التالي:

• الفنادق والمطاعم وتقديم المأكولات 81 التزاماً منها 71 التزاماً خاص بتقديم المأكولات.

• خدمات منظمي الرحلات ووكالات السفر ويوجد 71 جدولاً شاملة الخدمات التي ستقدم للمسافرين وتتضمن المعلومات السياحية وخدمات إعداد رحلات السفر وإصدار التذاكر.

- خدمات المرشدين السياحيين ويوجد 42 جدولاً تشمل التزامات خدمات المرشدين السياحيين.
- خدمات سياحية أخرى وتتضمن خدمة المؤتمرات (خدمات النقل السياحي) وتوجد في 31 جدولاً.
- خدمات الترفيه والثقافة الرياضية وتوجد في 30 جدولاً، بالإضافة إلى الالتزامات التي تتعلق بالترويج والترفيه السياحي.
- وتُعد أهداف هذه الاتفاقية في حقيقتها وسيلة لمعاونة الدول في تمهيد الطريق لنشاط اسياحي جاد فيقع على عاتق الدول العمل على تحقيق عدة أمور من أهمها:
- زيادة حجم التجارة الدولية في مجال السياحة بإزالة كافة القيود المحلية خاصة تلك المتعلقة بحركة التنقل والسفر والحصول على تأشيرات السفر.
- العمل على تحقيق نوع من الأمن والسلامة للسائح من خلال مكافحة كل ما من شأنه ترويع السائح أو المساس بسلامته، ولا يتأت ذلك إلا من خلال العمل على توفير الأمن والسلام في كل مناطق العالم ليتسنى للسائح التنقل بكل سلامة واطمئنان خاصة في منطقتنا العربية التي يشوبها الكثير من التوتر الذي من شأنه المساس بأمن السائح وما قد يترتب عليه هذا من عزوف جموع السائحين عن المنطقة مما قد يهدد عملية التطوير في هذا القطاع التنموي الهام.
- العمل على تفعيل القوانين الخاصة بالعمل وما يترتب عليها من منح العاملين فترات أجازات طويلة نسبياً مما يعد دعماً لعملية السياحة سواء في الداخل أو الخارج.
- بالإضافة إلى السعى نحو رفع الدخل القومي والعمل على رفع المستوى المعيشي وتحقيق مستويات التوظيف الكامل مما يخلق فرص جيدة للسياحة سواء على صعيد السياحة الداخلية أو السياحة الخارجية.(13)
- وبناءً على هذا، يمكن تحديد أهم المتطلبات القانونية اللازمة لتنظيم السياحة الالكترونية فيما يلي:
- وجود نظام قانوني متكامل للمعاملات الإلكترونية على الصعيدين الدولي والوطني يتكاتف مع جهود الدول الحثيثة في توفير الإمكانيات المادية والفنية لشركات السياحة للعمل على تفعيل نمط السياحة الإلكترونية.
- وجود تشريعات ولوائح منظمة لعمل المؤسسات والوكالات السياحية تتواءم مع الأشكال المستحدثة التي فرضتها السياحة الإلكترونية مثل الشركات السياحية

الإلكترونية، وتضع القواعد الخاصة بتنظيم التوقيع الإلكتروني والدفع الإلكتروني وغيرها من وسائل المعاملات الإلكترونية.

· وضع تشريعات قانونية خاصة بتنظيم عمل المرشدين السياحيين تشمل بيان التزاماتهم وشروط العمل والقدر المعرفي الواجب توافره في مَنْ يزاول هذه المهنة، ويراعى فيها العلم الكافي بكل الوسائل التكنولوجية الحديثة والتعامل مع أجهزة الحاسب الآلى وشبكة الإنترنت بوصفهما الأداة الحقيقية للسياحة الإلكترونية.

· زيادة حوافز الاستثمار السياحي لتشجيع رؤوس الأموال الوطنية والأجنبية للدخول بجدية في مجالات السياحة مع زيادة هذه الحوافز للشركات التي تعمل في مجال السياحة الإلكترونية التي ستصبح من أهم محددات اتجاهات الطلب السياحي العالمي مستقبلاً.

3. التقدم في مجال بنية تكنولوجيا المعلومات:

تتعلق هذه المتطلبات بحالة البنية التقنية الموجودة، وكيفية تطويرها واستثمار الموجود منها في مجال السياحة الإلكترونية. ويشمل ذلك ما يلي(14):

- تنمية البنية الأساسية لوسائل الاتصال والمعلوماتية الحديثة لإتاحة فرصة أوسع للاتصال بخدمات الإنترنت سواء في دولة المنتج السياحي أو الدول المستهدفة بالتسويق السياحي.
- تشجيع ظهور الوسيط الإلكتروني Intermediary في قطاع السياحة، وهذا من خلال العمل على تشجيع إقامة شبكة من المواقع الإلكترونية الموازية لجميع العاملين في قطاع السياحة – سواء مجال الفنادق، وخطوط الطيران، ووكالات السفر والمرشدين السياحيين، وغيرها من قطاعات العمل السياحي. ويتم ذلك بالتعاون مع الوسطاء التقليديين في مجال السياحة فكلاهما مكماً للآخر.
- تخليق أنماط جديدة من المؤسسات والهيئات الخاصة بتنشيط السياحة والتي تعتمد في عملها على المواقع الإلكترونية المتقدمة على شبكة الانترنت، وتوفير الدعم الفذ والمعلوماتي لهذه المواقع. ويلزم أن يتم تصميم هذه المواقع وفق المعايير العالمية المتعارف عليها، وذلك حتى يمكن لها التنافس مع غيرها من المواقع السياحية المنافسة في الدول الأخرى.

4. وجود حد أدنى من استخدام التجارة الإلكترونية في المعاملات المختلفة

ويشمل ذلك استخدام تطبيقات الانترنت والتجارة الإلكترونية في المجالات المرتبطة بالسياحة الإلكترونية كتذاكر وخدمات الطيران، والخدمات الفندقية، وشركات النقل وتأجير السيارات،

والمطاعم السياحية. ويتعلق ذلك باستخدام أنظمة الحجز الآلي من خلال الانترنت في حجز وشراء تذاكر الطيران وغرف الفنادق، وفي إتاحة خدمات الانترنت سواء أثناء السفر على متن الطائرات أو أثناء إقامة السائح في الفنادق. فعلى سبيل المثال يتيح حجز وشراء تذاكر الطيران الالكترونية من خلال الانترنت حرية أكبر للسائح في تحديد خطر السير الذي يريده، ومكان جلوسه ونوع الوجبات الغذائية التي يحصل عليها. كما تتيح بعض شركات الطيران الكبرى إمكانية تعديل الحجز وتعديل خط السير على التذاكر الالكترونية أو حتى بيعها إلى آخرين خلال 24 ساعة فقط من تاريخ السفر(15).

5. توافر البيئة الثقافية المساندة:

من الضروري لتطبيق السياحة الالكترونية والمعاملات المرتبطة بها - شأنها شأن جهود تطبيق الحكومة الالكترونية - وجود بيئة ثقافية مهينة لمثل هذا النوع من التعاملات. فمن شأن المضي قدماً في برامج السياحة الالكترونية إلحاق الضرر بالهيئات الحكومية والخاصة التي يقاوم فيها الموظفين الحاليين نظم العمل الجديدة وميكنة الخدمات المقدمة كنتيجة لعدم إلمامهم بالمهارات اللازمة لسوق العمل أو بسبب الإجراءات الروتينية والبيروقراطية المعوقة التي يلعب فيها موظفو الخدمة العامة أدوراً سيادية على من حولهم.(16) وهذا ما يدفع إلى ضرورة بناء إستراتيجية جديدة لهؤلاء الوسطاء التقليديين تؤهلهم للحاق بالسياحة الإلكترونية من خلال البرامج التدريبية التي تهدف للتوعية بأهمية الوعي بالتجارة الإلكترونية وارتباط السياحة الالكترونية بها، وتزويدهم بالمهارات اللازمة لذلك.

IX- واقع التسويق الالكتروني للسياحة في الجزائر :

من خلال استعراض الموقع الالكتروني للسياحة الجزائرية نرى ان بعضها يعود للقطاع العام كما هو الحال بالنسبة لموقع الديوان الوطني للسياحة www.ont-dz.org التابع لوزارة تهيئة الاقليم والبيئة والسياحة الذي يقدم معلومات عن مختلف المواقع السياحية في الجزائر وخصوصها تلك المصنفة من طرف اليونسكو وبما ان حديثنا مرتكز على السياحة الصحراوية فتجدر الاشارة الى ان هذا الموقع يمكن زائره من الاطلاع على المناطق السياحية في شكل منشورات قابلة للتحميل بصيغة pdf كما يحتوي الموقع على عناوين الوكالات السياحية الوطنية وعناوين بعض الفنادق والمطاعم ونجد ايضا موقع الديوان الوطني الجزائري للسياحة www.onat-dz.com الذي يعرض محلات مختلف المواقع السياحية الجزائرية مع تقديم تفاصيل حول محطات هذه الرحلات وعدد الافراد الممكن مشاركتهم فيها ونشر ايضا الى ان هذا الموقع يخصص بوابة تربية خاصة بالصحراء وواحتها اضافة الى

بوابات اخرى كذلك المخصصة لطلبات فيزا الدخول الى الجزائر وكل الترتيبات المتعلقة بذلك وغيرها من المعلومات التي تساعد السياح المحليين او الاجانب على قضاء عطلة سياحة مميزة في الجزائر اما بالنسبة للمواقع الخاصة فوجد موقع www.algerieantourizme.com.

الرائد في هذا المجال وهو ايضا يقدم لمتصفحه فرصة التعرف على اهم المناطق السياحية في الجزائر الخاصة الصحراوية اما يوفر هذا الموقع خدمة الاتصال والحجز مع مختلف وكالات الخطوط الجوية و الفنادق مع تحديد ميزانية الرحلات الى مختلف مناطق الوطن كما يقدم هذا الموقع اخر الاخبار حول الفنادق و المعارض و الصالونات السياحية التي تشارك فيها الجزائر او تنظمها و معلومات و صور وفيديوهات حول الصناعات التقليدية والجولات الاستكشافية و نجد ايضا موقعا الكترونيا متميزا - www.tourismemagazine-dz.com وهو مجلة سياحية الكترونية قابلة للتحميل والتصفح على الموقع تنشرها interexpo وتصدرها كل شهريا بالغة الفرنسية منذ 06 ماي 2006 وتضم هذه المجلة مواضيع ور وبورتاجات مختلفة حول الفنادق ووسائل النقل المتوفرة للسائح الصناعات التقليدية اهم المناطق السياحية في العالم مع تسليط الضوء بشكل واضح على التكوين في مجال السياحة والذي يعد ضروريا لترقية الخدمات السياحية كما تنشر هذه المجلة في كل عدمقالة على الاقل تخصص السياحة الصحراوية خباياها ومزاياها وطرق دعمها من قبل السلطات الجزائرية يقدر عدد المتصفحين من هذه المجلة شهريا 1446 وفي المتوسط تتم زيارة 1.3 صفحة من قبل 19 زائرا يوميا وهي بذلك تحتل الرتبة 385876 في فرنسا و 1282377 في العالم.

الخاتمة :

ان القطاع السياحي بمختلف منشاته ليسبمنأى عن تغيرات الحاصلة في المادين الاخرى خاصة قطاع تكنولوجيا الاعلام والاتصال وتغيره من القطاعات الاقتصادية تأثر بالثورة التكنولوجية واصبح استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال من اهم العوامل التي تستخدم عليها منشات القطاع لمواجهة المنافسة والدخول في الاسواق جديدة وقناة للتوزيع الاقل تكلفة والاكثر جماهيرية والاكثر تفاعلية التي تستعرض فيها كل الخدمات بل ويستلهم منها الجديد من الخدمات فقد لقيت السياحة الالكترونية اقبالا واسعا وانتشارا كبيرا على المستوى المحلي والجماعي لذلك لا بد من التوجه اليه كمجال للاستثمار عالي المردود غير ان الوقع العربي بصفة عامة والوطني بصفة خاصة لايزال بعيدا عن كل هذا ومن اجل ذلك هناك مجموعة

من التدابير في هذا المجال نذكر منها الاتجاه الى وضع خطة شاملة لتطوير تحديث البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الاجهزة السياحية الرسمية مع الاقتناع الكامل من قبل الادارة العليا بقدرة المعلوماتية على تطوير تلك الاجهزة ومن تم ينعكس ذلك على قطاع السياحة بصورة عامة .

- 1) على الحكومات ومنظمات ادارة الوجيهات السياحية العمل على اشاعة الوعي بفوائد تكنولوجيا الاعلام والاتصال في القطاع السياحي في الاوساط المؤسسة الرسمية العمومية والخاصة وكذا في الاوساط الشعبية .
- 2) تشجيع المؤسسات على المشاركة النشطة في هذا المجال خاصة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومؤسسات القطاع الخاص مع الاخذ بنماذج جديدة في مجال الاعمال .
- 3) تبني استراتيجية سياحة الكترونية فعالة واضحة ومحددة من اجل تحقيق مزايا تنافسية في القطاع وفي الاسواق المحلية والعالمية .
- 4) العمل على تطوير المواقع الالكترونية الخاصة بالتسويق السياحي والتي تتبع الهيئات السياحية الرسمية مع الاستعانة بتقنيات السياحة الافتراضية وازافة الكتالوجات الالكترونية وتقديم خدمة الكاميرا الحية في اشهر المواقع السياحية للبلاد وامكانية حجز الرحلات الشاملة عن طريق تلك المواقع .
- 5) تطوير خدمة تلقي الشكاوي الكترونيا من جميع اطراف العمل السياحي سواء داخليا وخارجيا وسرعة الرد عليها .
- 6) توفير البيئة القانونية والتشريعية التي تضمن حقوق الاطراف .
- 7) تنسيق الجهود الدولية للاستفادة من تطبيق هذه التكنولوجيات في القطاع السياحي .
- 8) ضرورة تعاون البنوك والمؤسسات المالية المحلية والدولية لدعم وتسهيل انتشار الاستخدام في هذا القطاع خاصة في الوطن والوطن العربي .

الهوامش:

1-AnisKhanchouch: **E-Tourism; an Innovative Approach for the Small and Medium-Sized Tourism Enterprises (SMTE) in Tunisia**, OECD, 2004.

2-رشا على الدين أحمد: السياحة الإلكترونية حلم دبي القادم نظرة

قانونية، في <http://www.oman0.net/forum/showthread.php?t=117336>

3-أحمد حمد الله السمان: التجارة الالكترونية وتنمية الصادرات ، سلسلة أوراق اقتصادية (جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، العدد 24، فبراير 2005)، ص ص 7-9.

4-المرجع السابق، ص

5 -هند محمد حامد: التجارة الالكترونية فى المجال السياحى (القاهرة، 2003)، ص 156.

6- عبد الوهاب بن بريكة / عمري حدة : تكنولوجيا الاعلام والاتصال وتطبيقاتها السياحية " مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الوطني حول " فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر " بجامعة باتنة يومي 20/19 نوفمبر 2012، ص2.

7- نفس المرجع ، ص2.

8 - هند محمد حامد: مرجع سبق ذكره، ص 157-167.

9-علا الخواجة: الفرص والتحديات أمام تطبيق نموذج الحكومة الالكترونية فى مصر، سلسلة أوراق اقتصادية(جامعة القاهرة: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، العدد 35، 2007)، ص 22.

10-موقع الهيئة العامة للاستعلامات، الجزء الخاص بالسياحة

<http://www.sis.gov.eg/Ar/Tourism/Types/Archaeological/060201000000000001.htm>

تاريخ التصفح 2012/7/23

11-المجلة الرسمية لحكومة دى الالكترونية ، موقع حكومة دى الالكترونية على شبكة

الانترنت وهو

http://e4all.dubai.ae/content/view/30/333/lang.ar_AE/

12- Chulwon Kim: **E Tourism; an Innovative Approach for the Small and Medium-Sized Tourism Enterprises (SMTE) in Korea**, OECD, 2004, p 7.

14- بختي ابراهيم / سعودي محمود فوزي: "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية

قطاع السياحة والفندقة"، مجلة الباحث، العدد7، 2010/2009، ص 277.

15-خضر مصباح الطيبي: "التجارة الالكترونية والاعمال الالكترونية"، دار حامد للنشر

والتوزيع، عمان، الاردن، 2008، ص 31.

16- le commerce électronique: conséquences et défis pour la politique économique. Books.Google.com.