

تكنولوجيا المعلومات والاتصال

دعامة لتطوير قطاع السياحة

د. / فارس فضيل * & أ. / صدقاوي صورية**

Abstract:

Les défis du nouveau millénaire, de profondes transformations devenues à travers laquelle les technologies de l'information et de la communication est impératif pour les économies des différents pays. Avec la prolifération croissante de ces technologies ont changé l'environnement économique est rapide, originaire images modernes de l'entente dans divers domaines et secteurs, notamment le secteur du tourisme, qui a tendance à changer constamment et le développement, qui est un secteur composite et entrelacées avec de nombreux autres secteurs économiques. En raison de l'évolution des technologies de l'information sont devenue l'information et de la communication à l'heure actuelle, l'un des piliers ne peut pas être une activité touristique ignoré, où en rapport avec les caractéristiques de base de l'activité touristique.

Les mots clés: Technologies de l'information et de la communication, Secteur touristique.

ملخص:

تحديات الألفية الجديدة تحولات عميقة أضحت من خلالها تكنولوجيا المعلومات والاتصال ضرورة حتمية لاقتصاديات مختلف الدول. ومع تنامي انتشار هذه التكنولوجيات تغيرت البيئة الاقتصادية بشكل سريع، ونشأت صوراً حديثة للتعامل في مختلف الميادين والقطاعات، وفي مقدمتها القطاع السياحي الذي يميل إلى التغيير والتطوير باستمرار، كونه قطاع مركب ومتشابك مع العديد من القطاعات الاقتصادية الأخرى. ونتيجة للتطورات في المعلوماتية أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الوقت الحالي، دعامة أساسية لا يمكن لأي نشاط سياحي تجاهله، حيث تتناسب خصائصها مع جوهر النشاط السياحي.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات والاتصال، القطاع السياحي.

* أستاذ محاضر (أ) - جامعة الجزائر 3

** أستاذة مساعدة (أ) - جامعة خميس مليانة

مقدمة:

عرف العالم في العقود الأخيرة من القرن الماضي تطورات عديدة أدت إلى تغيير لغة المنافسة العالمية وشكلت تحديات ضخمة على المؤسسات المعاصرة، وللاستجابة مع هذه التغييرات تحولت المؤسسات إلى الاهتمام بمواردها المعرفية بعد أن أحدثت الثورة التكنولوجية تأثيرات هائلة على أنماط الإنتاج والاستثمار والاستهلاك. فأخذت تتعامل مع الكمية الهائلة من المعلومات والمعرفة في محاولة منها لخصنها واستعمالها، من خلال مشاركتها مع الآخرين داخل المؤسسة وخارجها وذلك بالاستعانة بتكنولوجيا المعلومات لجعلها سهلة الاستعمال والتداول.

أثرت الثورة الرقمية على جميع الأصعدة مما جعل التنمية الاقتصادية مرتبطة إلى حد كبير بمدى قدرة الدول على مساندة هذه التحولات والتحكم فيها قصد استغلال الإمكانيات المتوفرة والمتجددة، ومع التطور المتسارع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخدامها في كافة مناحي الحياة باعتبارها احد عناصر نمو الاقتصاد المبنى على المعرفة، أصبح لها مكانة هامة وأهمية كبيرة نظرا لما تقدمه من أنظمة وخدمات إلكترونية متنوعة، وبدأت تأخذ حيزا كبيرا في سياسات واستراتيجيات معظم دول العالم.

ولأن تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لا يمكن حصره في مجال معين، توسعت تطبيقاتها لتشمل مختلف القطاعات الاقتصادية بما فيها قطاع السياحة، والذي أضحى قطاعا متكاملًا يتضمن التخطيط والاستثمار والتسويق والترويج. وتعد السياحة صناعة متعددة المراحل تتفاعل وتعتمد على باقي القطاعات الاقتصادية، منها مرافق النقل، شبكات الإتصال، القطاعات المنتجة الأخرى (الزراعة والصناعة). وقد كان لتكنولوجيا المعلومات تأثيرا مباشرا وأهمية بالغة في دفع نمو هذا القطاع.

وانطلاقا مما سبق، تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور وأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تنمية وتطوير هذا القطاع. وعلى هذا الأساس فإن التساؤل الجوهرى الذى نحاول الإجابة عليه من خلال هذه الورقة البحثية يمكن صياغته على النحو التالي:
كيف يمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات المساهمة في تطوير وتنمية القطاع السياحي؟

(1) ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

(1-1) مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

ساهم التطور العلمى والتكنولوجى فى تحقيق رفاهية الأفراد، ومن بين التطورات التى تحدث باستمرار تلك المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وما تلعبه من أهمية من ناحية توفير خدمات الاتصال بمختلف أنواعها، وخدمات التعليم والتثقيف وتوفير المعلومات اللازمة للأشخاص والمؤسسات، حيث جعلت من العالم قرية صغيرة يستطيع أفرادها الاتصال فيما بينهم بسهولة وتبادل المعلومات فى أى وقت وفى أى مكان. وتشكل هذه التكنولوجيات قاعدة أساسية للتكنولوجيات المعاصرة، باعتبارها تشمل على تكنولوجيات تستعمل من أجل التطبيقات العلمية المختلفة.

⊕ البيانات والمعلومات:

تعرف البيانات على أنها "المادة الخام اللازمة لإنتاج المعلومات وذلك طبقا لمفهوم النظام بحيث تمثل البيانات المدخلات والمعلومات المخرجات وهذا بعد المعالجة"¹. وتعرف المعلومة بأنها "عبارة عن بيانات تم تصنيفها وتنظيمها بشكل يسمح باستخدامها والاستفادة منها"².

وانطلاقا مما سبق، يمكن القول أن البيانات هي المواد الخام التي تعتمد عليها المعلومات، والتي تأخذ شكل أرقام، أو رموز، أو عبارات، أو جمل، لا معنى لها إلا إذا تم معالجتها وارتبطت مع بعضها البعض بشكل منطقي مفهوم لتتحول إلى معلومة أو معلومات، ويكون ذلك عادة عن طريق البرمجيات والأساليب الفنية المستخدمة.

⊕ ثورة المعلومات والاتصالات:

تتعلق ثورة المعلومات والاتصالات بالتطورات التي حدثت خلال الربع الأخير من القرن العشرين والتي اتسمت بالسرعة والانتشار والتأثيرات الممتدة من الرسالة إلى الوسيلة، إلى الجماهير داخل المجتمع الواحد أو بين المجتمعات، وهي تشمل ثلاث مجالات أساسية هي:

1. ثورة المعلومات أو ذلك الانفجار المعرفي الضخم، المتمثل في الكم الهائل من المعرفة؛
2. ثورة وسائل الاتصال المتمثلة في تكنولوجيا الاتصال الحديثة، التي بدأت بالاتصالات السلكية واللاسلكية، وانتهت بالأقمار الصناعية والألياف البصرية؛
3. ثورة الحواسيب الإلكترونية التي امتزجت بوسائل الاتصال واندمجت معها والانترنت أحسن مثال على ذلك.

⊕ تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

لا يوجد تعريف واضح ومحدد لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، لكن يمكن تعريفها بأنها:

- "مجموعة من الأفراد، والبيانات، والإجراءات، والمكونات المادية والبرمجيات التي تعمل سوياً من أجل الوصول إلى أهداف المؤسسة حيث تستخدمها في استقبال البيانات والمعلومات وتخزينها ومعالجتها واسترجاعها باستخدام برمجيات متعددة الوسائط"³؛

- "جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل ونقل وتخزين المعلومات في شكل إلكتروني، وتشمل تكنولوجيا الحسابات الآلية ووسائل الاتصال وشبكات الربط، وأجهزة الفاكس وغيرها من المعدات التي تستخدم بشدة في الاتصالات"⁴؛

ويمكن تعريفها بأنها "المكونات المادية للحاسوب، والبرمجيات، والبيانات، وتقنيات التخزين، وتوفير حافظة لتفاسم موارد تكنولوجيا المعلومات للمؤسسة". وهي تشمل فرعين أساسيين:

1- تشغيل المعلومات: ويشمل الوظائف التي تتناول المعالجة والتوزيع الآلي للمعلومات، وتعتبر الأساس في إنجاز عمليات التشغيل في المؤسسات وتدعيم قدرة الإدارة على اتخاذ القرارات. ويتمثل المحور المركزي لهذا الفرع في تطبيقات الإعلام الآلي في أشكاله المختلفة؛

2- نقل وإيصال المعلومات: الذي يمثل عملية نقل وإيصال المعلومات التي تم تشغيلها بين المواقع المتباعدة للحواسيب أو بين الحواسيب ووحداتها الطرفية البعيدة باستخدام تسهيلات الاتصالات عن بعد (télécommunications).

وقد أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال إحدى القوى الاقتصادية، حيث تمثل نسبة متزايدة الأهمية من الناتج الوطني الإجمالي في الدول المتقدمة، وتشكل قطاعا ديناميكيا يتيح أفاقا وإمكانات جديدة لاقتصاديات الدول.

2-1) مكانة تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

نالت تكنولوجيا المعلومات والاتصال اهتماما كبيرا ومتزايدا على جميع المستويات الدولية والمحلية، حيث أصبح جل اهتمام الدول والمؤسسات والأفراد، منصبا على امتلاك واستخدام كل آليات ووسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وملاحقة كل جديد يطرأ عليها، وذلك لما تتمتع به من حركية وتطور مستمر ومتسارع من جهة، ومن تأثيرها المتزايد على مجمل مجريات الحياة وتفاعلاتها من جهة أخرى، حيث أصبح من الصعب التخلي عنها أو تجاهلها، بل ويعتبرها بعض المتخصصين أنها عصب الحياة المعاصرة.

⊕ أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

تتبقى أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال من الدور البارز الذي تساهم به في انجاز وتحسين مختلف الأنشطة وصنع القرارات الأمر الذي يساعد في تحسين كفاءة وفعالية الأداء. وتعتبر التكنولوجيا من المواضيع التي احتلت دورا بارزا في مجال التنمية الاقتصادية والاجتماعية، فالتقدم التكنولوجي سواء كان بالبحث المتواصل أو باستعمال الآلة أو باستيراد خبرة أو باستشارة هندسية أو اقتصادية أو غيرها من الأساليب كقيل بدفع عجلة النمو الاقتصادي والاجتماعي⁵.

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال من الأدوات القوية للمشاركة في السوق العالمية، وتحسين توفير الخدمات الأساسية، وتعزيز فرص التنمية المحلية، وبعد الاستثمار فيها أحد المحركات الأساسية لتنافسية المؤسسات الاقتصادية. وحسب دراسة لمنظمة لتعاون والتنمية الاقتصادية OCDE، فإن تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي أحد العوامل الهامة والحاسمة في دفع التنمية الاقتصادية، ولذلك لا بد من إقحامها في النسيج الاقتصادي والاجتماعي، ويذكر أن الخدمات السياحية حاليا تحتل المرتبة الأولى في التجارة الإلكترونية.

⊕ دوافع اتساع تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

تعددت تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال واتسعت لتشمل عدة قطاعات، وأصبحت تشكل عاملا هاما يساعد المؤسسات على مواكبة التغيرات المعاصرة⁶. ويمكن تلخيص الدوافع وراء الانتشار الهائل لتطبيقات تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات سواء الإنتاجية أو الخدمية، فيما يلي:

✓ زيادة الإنتاجية:

ويقصد بالإنتاجية إنتاجية الموارد البشرية المادية والطبيعية كما وكيفا، ومن أمثلتها:

- زيادة إنتاجية عمال المصانع: لقد أثبتت تكنولوجيا المعلومات والاتصال قدرة فائقة على تقليل تكاليف الإنتاج والخدمات من خلال تقليل العمالة وتوفير المواد الخام؛
- زيادة إنتاجية عمال المكاتب: ويتضح ذلك من خلال ظهور أتممة المكاتب، وذلك بهدف زيادة فاعلية التواصل بين موظفين المكاتب وبين مراكز الإدارة والفروع وكذلك سرعة إنتاج الوثائق وتبادلها.

✓ تحسين الخدمات:

لعبت التكنولوجيا دورا أساسيا في تحسين الخدمات القائمة واستحداث خدمات جديدة لم تكن متوفرة من قبل، وفي ذلك مجالات عديدة من أبرزها خدمات البنوك، المواصلات، الاتصالات، وغيرها.

✓ السيطرة على التعقيد:

أثبتت كل المعطيات أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي أفضل سلاح تشهده البشرية في وجه ظاهرة التعقيد الشديد الذي بات يعترى جميع مظاهر الحياة الحديثة. ولقد وفرت تكنولوجيا المعلومات والاتصال وسائل عملية لمحاصرة ظاهرة التعقيد منها: نماذج المحاكاة ووسائل تحليل النظم، والبيانات. وباتت هذه التكنولوجيات عاملا مساعدا وفعالا في حل الكثير من المشاكل في البيئة الإدارية.

✓ والمرونة:

تعتبر المرونة هي الوجه الآخر للعملة فيما يخص ظاهرة التعقيد وسرعة التغير، ففي خضم هذا الكم الهائل من الظواهر التي يصعب التنبؤ بها يعتبر عامل المرونة عاملا أساسيا لضمان سرعة تكيف النظم وتجاوبها مع المتغيرات والمطالب العديدة، لهذا السبب كان أحد أهداف نظم الإنتاج على سبيل المثال هو تحقيق المرونة المطلوبة لتلبية مطالب السوق المتغيرة ومواجهة التغيرات المحتملة في نوعية المواد الخام المستخدمة أو أداء آلات الإنتاج.

(2) تكنولوجيا المعلومات في قطاع السياحة:

(1-2) مفهوم السياحة وأهميتها في الاقتصاد:

إن مفهوم السياحة هو مفهوم شاسع حيث لم تعد مجرد نشاط ترفيهي، بل أصبحت تمثل صناعة تصديرية قائمة بذاتها، تلعب دور مهم في عملية التنمية الاقتصادية. لهذا جعلت الكثير من الدول من هذا القطاع حجر أساس اقتصادها الوطني، وأصبح ناتجها الداخلي الخام يرتكز بشكل كبير على النشاط السياحي عبر مداخيل شبكاتها السياحية. كما تمثل السياحة الدولية في ظل العولمة إحدى الرهانات الأساسية بين البلدان ذات الطابع السياحي وبين مختلف المتعاملين الاقتصاديين، هذا ما يفرض على هذه البلدان الانفتاح الاقتصادي في هذا المجال بغرض اكتساب فرص تجارية ضمن الأسواق العالمية وزيادة الإيرادات الوطنية.

ويمكن القول، أن هذا القطاع قد مر بعدة مراحل، حيث تميزت كل مرحلة بسمات خاصة بها، فقد عرفت المرحلة الأولى تطورا ملحوظا في وسائل النقل البري والبحري كالسيارات والقطارات والسفن الكبيرة ودخول متوسطى الدخل في النادي السياحي الذي صاحب ظهور شركات سياحية لتنظيم عملية النقل، أما المرحلة الثانية فحدثت فيها طفرة هائلة في وسائل النقل المختلفة، هذا ما أدى إلى زيادة النشاط السياحي ودفع عجلة التنمية به. في حين عرفت السياحة تطورا هائلا خاصة مع التقدم التكنولوجي الحادث في شبكة المعلومات، وتأثيرها على الأنماط السياحية المختلفة، نظرا للمنافع الضخمة التي توفرها، والتي تساهم في تجاوز الحواجز التقليدية في المعاملات السياحية النمطية⁷.

وتعود أسباب الاهتمام بقطاع السياحة في مختلف دول العالم إلى عدد من الآثار الإيجابية على المستويين الجزئي والكلّي في الاقتصاد، حيث يعتبر أكبر قطاع مكون للناتج المحلي في كثير من الدول غير البترولية، وتتمثل هذه الآثار خاصة في:

- 1- الأثر على الناتج المحلي الإجمالي: حيث تشير إحصائيات المنظمة العالمية للسفر إلى أن مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي تجاوزت 10% على المستوى العالمي، ويعتبر هذا القطاع أكبر مكون للناتج المحلي في كثير من الدول غير البترولية، كما أن بعض الدول المصدرة للبترول أعطت السياحة أهمية كبرى كقطاع رئيس في الاقتصاد؛
- 2- الأثر على ميزان المدفوعات: إذ تمثل السياحة عامل مهم في ميزان المدفوعات لكثير من الدول بما تحققه من عوائد، تفوق تلك المتحصل عليها من المصادر الأخرى كالمنتجات البترولية، والسيارات، وأدوات الاتصال، وغيرها من السلع والخدمات؛
- 3- الأثر على التوظيف والعمالة: يمثل قطاع السياحة مصدراً مهماً للتوظيف، حيث أن الفرص الوظيفية في قطاع السياحة تنمو بما يقارب الضعف مقارنة بالقطاعات الأخرى؛
- 4- الأثر على الاستثمار في البنى التحتية: تؤدي تنمية قطاع السياحة إلى زيادة الاستثمارات في البنى التحتية المتمثلة في المطارات، والطرق، والموانئ، والمتاحف، وغيرها، وهذا بدوره يؤدي إلى زيادة مستويات الرفاهية الاقتصادية للمقيمين والسياح على حد سواء؛
- 5- الأثر على تنمية المناطق الريفية والنائية: تساهم السياحة بشكل كبير في تحقيق التنمية الإقليمية مما يؤدي إلى تحقيق الفرص الاقتصادية المتساوية لسكان المناطق النائية وبالتالي الحد من الهجرة إلى المدن الكبيرة المزدهمة؛
- 6- والأثر على تمويل الميزانية العامة: تعتبر السياحة مصدراً مهماً لتمويل للحكومات يتمثل في عائدات الضرائب على الأنشطة السياحية من بينها ضرائب المبيعات، ورسوم دخول المتاحف والحدائق والمنتزهات العامة، وغيرها.

2-2) أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على قطاع السياحة:

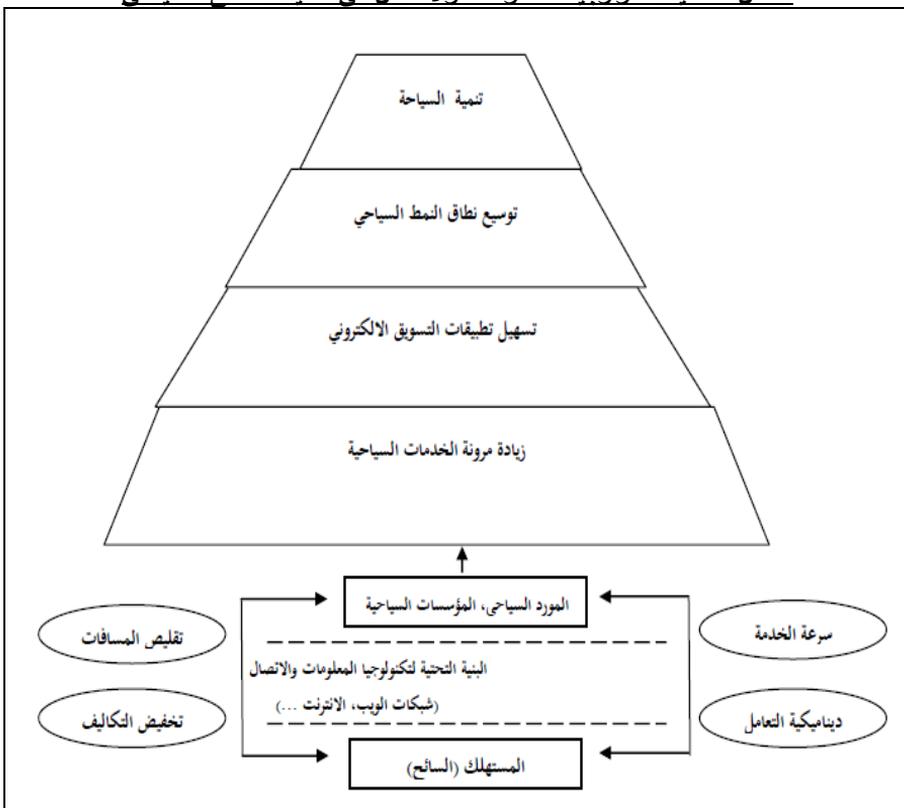
- شهد العالم منذ العقد الماضي ثورة تكنولوجية هائلة لا تقل أثارها عن نتائج الثورة الصناعية، حيث اتسع حجم التقدم التكنولوجي ليشمل العديد من المجالات مثل الإنتاج والاتصالات والمعلومات. وانعكست هذه التطورات التي شهدها العالم منذ نهاية الثمانينات من القرن العشرين، على مراحل الإنتاج وتبادل السلع والخدمات. وساهم التقدم التكنولوجي الهائل في زيادة حدة الترابط بين الأسواق والتأكيد على عالميتها. وأدى هذا إلى تعاضد درجة الاعتماد المتبادل بين دول العالم المختلفة في ظل بيئة تسودها التنافسية. وأمام واقع ومفززات عصر التقنية العالية ونماء استخدام وسائلها، تأثرت المؤسسة بكل من:
- ثورة المعلومات والمعرفة المبنية على تكنولوجيا ونظم المعلومات المتقدمة؛
 - نمو شبكة الإنترنت والتعاملات عن بعد؛
 - بزوغ مكان العمل الافتراضي؛
 - ثورة المدخل المتكامل للنظم والتشغيل المتداخل للوظائف؛
 - الافتتاح العالمي للأسواق والتنافس الشديد.

إن التحول الظاهر في الأعمال والاعتماد المتنامي على التكنولوجيا الرقمية نتيجة للاستخدام المكثف لنظم وتكنولوجيا المعلومات وبزوغ شبكة الإنترنت وشبكة الويب المرتبطة بها، كوسائل متقدمة ساهمت، إلى حد كبير في تطوير مختلف القطاعات بما فيها القطاع السياحي.

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال بمثابة البنية الأساسية لتنمية هذا القطاع، وتزايدت أهميتها مع زيادة أهمية التجارة الإلكترونية والحجز الإلكتروني والتسويق الإلكتروني من خلال الاستخدام الحديث لشبكات الانترنت والتي أصبح من الصعب تجاهلها، فلا وجود لأي فندق أو مؤسسة سياحية على مستوى العالم بدون وجود موقع الكتروني يعبر عنها ويعرفها للعالم⁸. ويؤدي استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى تخفيض تكلفة إنتاج الخدمة السياحية، حيث تساهم من جهة في رفع الترويج السياحي، ومن جهة أخرى تعمل على تدنئة التكاليف، خصوصا تلك المتعلقة بالاتصال والتوزيع. كما أن التوسع في استخدام التكنولوجيا قد يؤدي لظهور احتياجات كامنة لم تكن موجودة من قبل، مما يدفع بالعمليين في القطاع لتطوير منتجات جديدة متنوعة تلبى هذه الاحتياجات، إضافة لتحسين الخدمة المقدمة، وتوسيع قاعدة الزبائن، والرفع من القدرة التنافسية للمؤسسة السياحية وتلميع علامتها التجارية، وهذا ما ينعكس على دخل القطاع السياحي بصفة عامة.

كما أن كل المعاملات في النمط السياحي تعتمد بشكل كبير على الاتصال الإلكتروني (كالمعروض السياحية، التسويق السياحي، البرامج السياحية...). ويمكن إبراز مكانة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في قطاع السياحة من خلال الشكل الموالي:

الشكل: أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية القطاع السياحي



المصدر: من إعداد الباحثين استنادا إلى مراجع مختلفة

(3) التحول من السياحة التقليدية إلى السياحة الإلكترونية:

(1-3) مفهوم السياحة الإلكترونية:

ظهرت السياحة الإلكترونية مع بداية استخدام شبكة الانترنت ما بين المؤسسات فيما بينها، بين المستهلكين وبين المؤسسات والمستهلكين، وهي بالتالي ترتبط ارتباطا وثيقا بمفهوم التجارة الإلكترونية. وتعرف السياحة الإلكترونية بأنها: " ذلك الاتجاه الحديث الذي يعمل على استخدام تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المجال السياحي وذلك لتسهيل وتفعيل الاتصال بين المنتج (المورد) السياحي وبين السائح، وبين مؤسسة سياحية ومؤسسة سياحية أخرى (من القطاع الحكومي أو الخاص)، ومن خلالها يتم تحقيق المنافع لكلا من المورد السياحي (المنتج) والمؤسسة السياحية والسائح"⁹.

ما يمكن استخلاصه من التعريف السابق، هو أن السياحة الإلكترونية تولى أهمية كبيرة للتقدم التكنولوجي الحاصل في تكنولوجيا المعلومات شبكة المعلومات الدولية، وتأثيره على الأنماط السياحية المختلفة¹⁰. وعلى الصعيد العالمي، استطاعت الولايات المتحدة الأمريكية أن تحتل المرتبة الأولى في هذا المجال حيث بلغت نسبة السياحة الإلكترونية بها 82.6% خلال سنة 2008 وتليها ألمانيا وإنجلترا حيث تتجاوز هذه النسبة 49%¹¹. وتجدر الإشارة أن السياحة الإلكترونية يشكل القسم الأكبر من حجم التجارة الإلكترونية. وتتطلب السياحة الإلكترونية لتجسيدها عمليا أربعة مراحل أساسية لصناعة المحتوى الرقمي، وهي:

- تجميع المعطيات السياحية (عروض، أسعار، خرائط، تقارير...)
- رقمنة المعطيات المجمع باستخدام مختلف الوسائل التكنولوجية؛
- نشر المعلومات المجمع إلكترونيا عبر الويب، وعبر الوسائط الإلكترونية المتعددة، وبأكثر من لغة؛
- تزويد الهيئات، الوكالات، المؤسسات السياحية والفندقية بوصلة انترنت موزعة شبكيا ومقبولة ومتوافقة مع حجمها (وبريد إلكتروني، فضلا عن الهاتف والفاكس).

ولا يمكن بأي حال من الأحوال، اعتبار السياحة الإلكترونية هي منافسة للسياحة التقليدية، بل هي مكملة وضرورية من أجل تطوير قطاع السياحة، والجدول الموالي يوضح لنا الفرق بين السياحة الإلكترونية والسياحة التقليدية:

الجدول: مقارنة بين السياحة الإلكترونية والسياحة التقليدية

| السياحة الإلكترونية | السياحة التقليدية | |
|--|--|---------------------------|
| بشكل الكترونى (انترنت وهاتف جوال....الخ) | شخصي | التواصل |
| سريع ومرن | بطئى وجامد | تغيير إجراءات العمل |
| سريع يعتمد على نظم دعم القرار الآلية | بطئى يستند إلى الخبرة الشخصية | اتخاذ القرارات |
| سريعة وديناميكية، متاحة فى الوقت المناسب | بطيئة وتحتاج لتدخل بشري | حركة المعلومات |
| منخفضة، نظرا لعدم الحاجة إلى الأعمال الورقية | مرتفعة | تكاليف الخدمات |
| بحاجة إلى تشريعات وبرامج حماية الكترونية | متوفرة | أمن البيانات |
| | تقليدية | طريقة الدفع |
| يتعامل مع الحدث قبل وقوعه، يبحث دائما عن ابتكار طرق جديدة لأداء الأعمال وتقديم الخدمات بشكل أفضل، يبادر بإحداث التغيير | يتعامل مع الحدث بعد وقوعه، محكوم بالواجبات القانونية، يستجيب إلى التغيير بدلا من إحداث التغيير بنفسه | طريقة التعامل مع التغيرات |
| المعلومات والمعرفة ورأس المال الفكرى | يعتمد كليا على الموارد المادية | الموارد |

المصدر: من إعداد الباحثين استنادا إلى معلومات متفرقة استمدت من مجموعة مراجع.

2-3 تطور السياحة الإلكترونية:

تعود أسباب تطور القطاع السياحى الإلكتروني إلى زيادة توسع استعمال شبكة الانترنت، وإلى اختلاف وتنوع الخدمات على الخط، وتتبع أهمية السياحة الإلكترونية من المنافع الضخمة التي توفرها سواء لمقدمى الخدمات السياحية أو للسائحين أنفسهم، والتي تساهم فى تجاوز الحواجز التقليدية فى المعاملات السياحية، ومن أهمها نذكر على الخصوص:

- تسهيل تقديم المعلومات التي تعتمد عليها صناعة السياحة؛
- تخفيض تكاليف الخدمات السياحية المقدمة، ومن ثم تمتع المنتج السياحى بميزة مقارنة نتيجة لانخفاض الأسعار؛
- سهولة تطوير المنتج السياحى وظهور أنشطة سياحية جديدة تتفق مع شرائح السائحين المختلفة؛
- زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات السياحية بما يساهم فى زيادة مبيعاتها وإيراداتها وأرباحها، وهو ما ينعكس فى النهاية على زيادة القيمة المضافة للقطاع السياحى فى الناتج المحلى الإجمالى؛
- توسع استخدام السياحة الإلكترونية دليل على تقدم البنية التكنولوجية والخدمات الإلكترونية للدولة المعنى، مما يساهم فى زيادة الاستثمارات الأجنبية.

موازية مع التقدم التكنولوجي الذي يشهده دول العالم بأسره، والذي اثر على مختلف القطاعات الاقتصادية والاجتماعية، دخلت صناعة السياحة الإلكترونية في العديد من دول العالم. ولعل كمثل ما تعرفه دولة الإمارات العربية المتحدة، فقد تم التحول لمرحلة جديدة من مراحل الاعتماد على الوسائل التكنولوجية الحديثة في إجراء عمليات الحجز لتذاكر الطيران، والفنادق، بصورة وصفها خبراء في صناعة السياحة، بأنها تعزز من دور الدول التي تملك بنية تكنولوجية متقدمة¹².

وتأكيدا لما سبق ذكره، من أهم المشروعات التي قامت بها دولة الإمارات العربية المتحدة لدعم السياحة الإلكترونية وتوسيع استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في هذا القطاع نجد¹³:

- ✓ مشروعات لتوطين تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات: ضخ استثمارات تقدر 1245 مليار دولار عام 2002 وذلك في مشروعات:
 - منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والتجارة الإلكترونية والإعلام؛
 - مدينة دبي للإنترنت واحة دبي للمشاريع؛
 - واحة دبي؛
- ✓ في مجال تحسين إدارات الأجهزة الرسمية:
 - حوسبة إدارات الأجهزة الحكومية؛
 - رقمنة المعلومات؛
 - مشروع الدرهم الإلكتروني؛
- ✓ وفي المجال السياحي: نجد الخدمات الإلكترونية التي تقدمها دائرة السياحة والتسويق بدبي من خلال موقعها على شبكة الإنترنت أهمها:
 - خدمة الصور، والكاميرا الحية، وخدمة الفيديو؛
 - حجوزات الفنادق إلكترونياً؛
 - إمكانية استقبال الشكاوى إلكترونياً والرد عليها من خلال الموقع الإلكتروني؛
 - البوابة الإلكترونية لمطارات دبي وما توفره من راحة للمسافرين؛
 - استحداث دبلوم للسياحة الإلكترونية بالتعاون مع دائرة السياحة والتسويق التجاري يركز على تعزيز مفهوم الإبداع والابتكار لدى موظفي الدائرة وتطوير مهاراتهم في مجال العلاقات مع الزبائن والتواصل الاجتماعي مع الجمهور.

خاتمة:

تؤكد تجارب العديد من الدول أن لتطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال تأثير كبير على قطاع السياحة والفندقة، لأنها تتطوى على مجموعة الطرق والتقنيات الحديثة المستخدمة بغرض تبسيط نشاط معين ورفع أداءه.

ونظرا لمكانة هذا القطاع في اقتصاديات الدول، ومدى مساهمته في الناتج الداخلى الخام وخلق مناصب عمل جديدة، نقدم بعض التوصيات المستخلصة:

- ضرورة وضع إستراتيجية واضحة ومحددة لتطوير الأجهزة السياحية من خلال المعلوماتية مع تحديد الأهداف المراد تحقيقها على مستوى هذا القطاع؛
- تطوير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات فى الأجهزة السياحية مما سينعكس حتما على قطاع السياحة بصورة عامة؛
- العمل على تطوير المواقع الإلكترونية الخاصة بالتسويق السياحى فى الجزائر؛
- الاهتمام بتنمية العنصر البشرى من خلال وضع برامج تدريبية على استخدامات المعلوماتية فى مجال السياحة بشكل عام ومجال الإدارة السياحية بشكل خاص، مع توفير الحوافز اللازمة لتشجيع العاملين على التعامل مع التكنولوجيا الحديثة؛
- الاستفادة من التطبيقات الحديثة التى أفرزتها المعلوماتية فى مجال الإدارة عن طريق الاهتمام بربط كافة الأجهزة السياحية الرسمية داخليا وخارجيا عن طريق الشبكات الاتصالية المختلفة، نظرا لحاجة قطاع السياحة للمعلومات المختلفة وذلك لازدياده وتكامله مع العديد من القطاعات الاقتصادية الأخرى؛
- الاستفادة من التجارب الناجحة فى تطبيق المعلوماتية فى الأجهزة الحكومية الرسمية بما يتفق مع الواقع الجزائرى، مع إنشاء قاعدة معلومات سياحية عن قطاع السياحة الجزائرى.

1 بختي ابراهيم، «تكنولوجيا ونظم المعلومات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة»، تاريخ الموضوع: 2008/04/29،

http://bbekhti.online.fr/trv_pdf/TIC.pdf,29/04/2008,09:58

2 المرجع السابق لـ بختي ابراهيم.

3 غربي فاطمة الزهرة & بلعالي خديجة، «تكنولوجيا المعلومات وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية في ظل اقتصاد المعرفة»، ورقة عمل قُدمت إلى الملتقى الدولي الثاني «حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين الميزة التنافسية في الدول العربية»، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الشلف، 27-28 نوفمبر 2007، {كتاب المؤتمر، ص 27}.

4 بوباكور فارس & بومابله سعد، «أثر التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية»، مجلة الاقتصاد المناجمت، العدد 03، مارس 2004، ص 205.

5 نخلة علي، «الخدمات الالكترونية والتحول الحاصلة في تكنولوجيا المعلومات»، مجمع أعمال المؤتمر العلمي العربي حول «آفاق الأعمال الالكترونية والاقتصاد العربي»، قصر المؤتمرات اليونيسكو، بيروت، 18-19 أبريل 2002.

6 عامر إبراهيم قنديلجي & إيمان فاضل السامرائي، «تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها»، ط. دار الوراق، عمان، 2002، ص 43.

7 أبو رمانة أسعد حامد، التسويق السياحي والفندقي والأسس العلمية، دار مكتبة الخامد للنشر، عمان، الأردن، 2000.

8 اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، «التكنولوجيات الجديدة لتعزيز القدرة التنافسية والإنتاجية في قطاعات مختارة»، ط. مطبوعات الأمم المتحدة، نيويورك، 2003، ص 12.

9 KHANCHOUCHE Anis, «E-Tourism; An Innovative Approach for the Small and Medium-Sized Tourism Enterprises (SMTE) in Tunisia», ed. OECD, Paris, 2004, p. 13.

10 أحمد حمد الله السمان، «التجارة الالكترونية وتنمية الصادرات»، سلسلة أوراق اقتصادية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، العدد 24، فبراير 2005، ص ص 7-9.

11 من موقع المجلس العالمي للسياحة والسفر،

<http://www.wttc.org>

12 اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، «مجتمع المعلومات في الإمارات العربية المتحدة، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا»، ط. مطبوعات الأمم المتحدة، نيويورك، 2003، ص 42.

13 من موقع حكومة دولة الإمارات العربية المتحدة الالكترونية، تاريخ الموضوع: 2011/09/29،

<http://www.emiratese.gov.ae>