

نظير الموروث الحضاري و السياحي باستخدام التكنولوجيا ط.د/صادقي فوزية جامعة قسنطينة 3

ملخص:

* أصبحت التكنولوجيات الحديثة في العصر الحالي صلب الحياة اليومية، خاصة بتقنياتها وسائطها المتعددة وحلت محل طرق الحوار المباشر الذي من خلاله يتم إقناع الطرف الآخر، حيث تطورت وسائله وتعددت بتعدد الظروف الزمنية والمكانية، تلك التكنولوجيات لا تخلو من عدة أهداف على غرار استخدامات الرقمنة في عدة مجالات، خاصة المجال السياحي المرتبط بتنمية الموروث السياحي والحضاري كجانب مهم لإرساء قاعد سياحية ناجحة تحقق أهدافها، بما يضمن الدعم الكفيل للنهوض بأحد أبرز المجالات التنموية وهو المجال السياحي، فتعمل تلك التكنولوجيات كمتغير مهم في التنمية في كل المجالات خاصة السياحي منها. وتسعى الرقمنة للارتقاء بالمجالات الحياتية عن طريق تفعيل الجانب المعلوماتي والتقني فمن جهة تجعل المجال السياحي أكثر تقنية ومسايرة للتطورات الحديثة.

الكلمات المفتاحية: التكنولوجيات الحديثة، الجودة السياحية، التنمية المستدامة، الموروث الثقافي، الرقمنة.

Abstract

* Les technologies modernes de l'époque actuelle, est devenu le cœur de la vie quotidienne, en particulier ses technologies et multi-médias, et a remplacé les méthodes de dialogue direct à travers lequel est de convaincre l'autre partie, où les moyens ont évolué et les conditions multi-temporelles et spatiales variées, ces technologies ne sont pas sans plusieurs objectifs similaires aux utilisations de la numérisation dans plusieurs domaines, en particulier le domaine du tourisme associé au développement du tourisme et du patrimoine culturel d'un aspect important de mettre en place un tourisme assis avec succès à atteindre ses objectifs, assurer un soutien au promoteur afin de promouvoir l'un des domaines les plus importants du développement qui est le domaine du tourisme, Vtaml ces technologies sont une variable importante dans le développement dans chaque région privés T touristiques. La numérisation vise à améliorer les espaces de vie en activant l'information et les aspects techniques d'une part, en rendant la zone touristique plus technique et cohérente avec les derniers développements.

تمهيد: تعتمد أغلب البلدان على الجانب التعريفي والحملات الإعلانية التي تعرف بالتظاهرات السياحية، ومن جانب آخر تعمل على حماية الموروث السياحي ودعمه وتحسين المستوى الاقتصادي والاجتماعي والسياحي الجزائري من خلال جعل مسألة تفعيلها إيجابيا بما يخدم التنمية المستدامة، وهذا ما يجعل استخدامات الرقمنة والتكنولوجيات الحديثة رهانا حقيقيا يستوجب تحقيقه، فالتكنولوجيات الحديثة المستخدمة في المجال السياحي تفرض نفسها إذا ما قورنت بالدول الأخرى، نجد الجزائر أمام تحدي فعلي وعملي من أجل اعتماد الرقمنة كداعم أساسي للمجال السياحي وتحقيق التنمية والجودة السياحية خاصة وأن الجزائر غنية بموروث سياحي متميز تم تصنيفه في مراتب متقدمة كمتاحف طبيعية وتم التأكيد على أهميتها كموروث ثقافي وحضاري ثري كالتاسيلي والهقار وغيرها من الأماكن السياحية، لذلك تم اقتراح بدائل فعلية لرقمنة المجال السياحي ودعمه تكنولوجيا باعتباره مهما لتحقيق الجودة السياحية.

1 - إشكالية:

يعاني القطاع السياحي من عدة مشاكل، رغم رصد وجود اقتراحات تسعى للنهوض به كمجال إستراتيجي يحقق التنمية المستدامة، جعل الإمكانيات السياحية لا ترى النور في المقابل استثمرت دول أخرى ذلك طورت اقتصادها معتمدة على المجال السياحي، وما ساهم في ذلك اعتماد التقنيات التكنولوجية تُعتبر السياحة اليوم أحد أهم القطاعات الاقتصادية والاجتماعية في العالم والتي تلعب دوراً بارزاً في تنمية وتطوير البلدان. وقد ازدادت أهميتها كصناعة وحرفة من خلال وسائل الإعلام كافة، خصوصاً بعد أن تم استحداث وزارات للسياحة في معظم دول العالم وافتتاح جامعات وكليات ومعاهد تقنية متخصصة بالسياحة والفندقة، وكذلك الانتشار الواسع للكتب والدراسات والبحوث العلمية التي تتعلق بالشؤون السياحية.

تتسم الفترة الراهنة باتساع نطاق التحولات الرقمية في عدد من الدول نظراً لوجود عدة عوامل ونمو قطاع تكنولوجيات الاتصال والمعلومات وبالتالي يتطلب الأمر إعادة بلورة البنية التحتية الرقمية وصولاً لخدمات مطورة ومجتمعات رقمية رائدة وتكييفه مع المتغيرات السريعة، يبقى الإشكال في مدى الجاهزية التكنولوجية للمدن السياحية بحيث يتضح غياب تلك البنية التحتية الرقمية الواجب توافرها للمدن السياحية الذكية من حيث عدم توفر قاعدة بيانات وتدني الخدمات السياحية الرقمية المقدمة للسياح في ظل توفر مناخ إيجابي لاحتضان الرقمنة من خلال تمكين البنية التحتية لشركات الاتصالات والانترنت، وهذا ما يقود الباحث لطرح عدة تساؤلات تتمثل في :

* التساؤل الرئيسي:

إلى أي مدى تستخدم التكنولوجيات الحديثة لتطوير الموروث الحضاري ودعم الجودة السياحية؟

* التساؤلات الفرعية:

- 1- فيما تكمن أهمية الرقمنة في المجال السياحي؟
- 2- كيف يمكن الاستثمار في التكنولوجيات الحديثة لدعم برامج الجودة السياحية ؟
- 3- ما هي أهم المقترحات التي تساهم في تحقيق الجودة السياحية باستخدام الرقمنة؟.

2- أهمية الرقمنة في المجال السياحي:

يعتبر مفهوم السياحة الرقمية (الرقمنة في المجال السياحي) من المفاهيم الحديثة في ميدان السياحة الذي يتداخل ويرتبط ارتباطاً وثيقاً بمفهوم التجارة الإلكترونية واستخدام التكنولوجيات الحديثة والوسائط التكنولوجية المتعددة الذي يتفاوت مفهومها من مفهوم ضيق، تقتصر التجارة الإلكترونية على عمليات تبادل السلع والخدمات عن طريق وسيلة إلكترونية أو وسيط إلكتروني، ومفهوم واسع يشمل إنجاز مختلف أنواع الأعمال عن طريق الشبكة الدولية للمعلومات بما في ذلك التعاملات بين الشركات والمستهلكين أو بين الشركات بعضها بعضاً على شبكة الإنترنت.

وتحقيقاً لمواكبة التطورات الحديثة في سياق تمكين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتوظيفها في إطار رقمنة منظومة السياحة وصولاً لمدن سياحية ذكية من خلال تقديم خدمات سياحية رقمية عصرية .

وتعتبر سرعة تقديم الخدمات السياحية من أهم المتطلبات لدى السائح من ناحية أخرى تكمن أهميتها كداعم اقتصادي للدولة إلا أن هناك تحديات متعددة تواجه السياح من حيث تحديد مواقع المكاتب السياحية مسبقاً

إضافة لاحتمال حدوث تأخير زمني ما لدى طلب سيارة نقل سواء كانت أجرة أو سياحية ، بالتالي يعتبر عدم توفر خرائط رقمية و أنظمة داعمة لهذه الخدمات هي من أهم التحديات للتحويل نحو المدن السياحية الذكية تهدف الورقة البحثية لتسليط الضوء على أهمية رقمنة خدمات النقل والاتصالات وكل المجالات السياحية الأخرى لدعم المدن السياحية من خلال توفير تطبيقات تتيح للسائح طلب خدمة معينة ضمن الموقع مع التركيز على تمكين النظام لخدمات تحديد المواقع ليتسنى للسائح تحديد موقع اقرب وسيلة و الحصول عليها دونما تأخير، بالتالي تعد أهمية تخطيط منظومات خدماتية رقمية (النقل والاتصالات) لتحقيق التنمية المستدامة وأثرها على المجتمعات من جهة أخرى تحسين نوعية الخدمات الرقمية المقدمة في إطار تنشيط السياحة الرقمية أصبحت ضرورية لتفعيل تطبيقات السياحة الرقمية و إبراز دورها في تعزيز رقمنة المجتمعات و التحويل نحو المدن السياحية الذكية.1

تتطلب السياحة الإلكترونية لتجسيدها عمليا أربعة مراحل أساسية لصناعة المحتوى الرقمي وهي:

- تجميع المعطيات السياحية (عروض، أسعار، خرائط، تقارير، ...)
- رقمنة المعطيات المجمع باستخدام مختلف الوسائل التكنولوجية2
- نشر المعلومات المجمع إلكترونيا عبر الواب، وعبر الوسائط الإلكترونية المتعددة، وبأكثر من لغة.
- تزويد الهيئات، الوكالات، الدواوين، المؤسسات السياحية والفندقية بوصلة انترنت موزعة شبكيا ومقبولة ومتوافقة مع حجمها (وبريد إلكتروني، فضلا عن الهاتف والفاكس).

3- الاستثمار في التكنولوجيات الحديثة كداعم فعال للجودة السياحية.

-توفر تكنولوجيا المعلومات والاتصال إمكانية إنجاز وترويج الخدمات السياحية عبر شبكات التجارة الإلكترونية .

-تعمل الرقمنة في هذا المجال على إرساء كيانات سياحية تعتمد على التكنولوجيات و إدارة المعرفة كالفنادق الذكية التي تتبنى النظم المعلوماتية الحديثة ،المخفضة للتكاليف والمريحة للوقت والتطبيقات المركبة والمقوية للتنافسية .

-التسويق الإلكتروني للعرض السياحي القادر على جلب السائحين، والمؤسس للمناخ الاستثماري الملائم والداعم للترويج للجانب السياحي رقميا.

-تقدم الرقمنة للسياحة عروضاً مرنة ومروجة حسب حاجات السائحين، من خلال مد جسور التواصل معهم لمعرفة رغباتهم وميولهم ،الأماكن المتاحة للزيارة، محلات التسويق وغيرها وهذا يدعم جودة السياحة.

-تساهم تكنولوجيا التواصل من تقريب المسافة من السائح دون الحاجة إلى وسطاء.

-تمكن الرقمنة من البحث السريع عن الخدمات السياحية المعبرة عن حاجاتهم الفعلية ،ومرافقتهم عبر النصائح والتوجيه، كما تسهل دفع فواتير الزيادة من خلال الأداء ببطاقة الائتمان.

-ترويج المنتج السياحي من خلال الهواتف الذكية والأجهزة التفاعلية 3.

*إن جودة الخدمات السياحية لن تتم إلا بإتاحة واستخدام التكنولوجيا في مختلف مجالات السياحة والفندقة، من تخطيط وترويج وتسويق وحجز وتعاقد وتسوية مالية،... وغيرها، وقد نبهت إلى ذلك منظمة

السياحة العالمية الحكومات والهيئات والمؤسسات بأهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في قطاع السياحة و الفنادق ؛ وأصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال اللبنة الأساسية للتنمية السياحية، ولم تعد خيارا بالنسبة للقائمين على القطاع، بل حتمية تفرضها الأوضاع الاقتصادية الراهنة لتطوير وتنمية القطاع السياحي والفندقي، ولا يمكن بأي حال من الأحوال اعتبار السياحة الإلكترونية هي منافسة للسياحة التقليدية، بل هي مكمل وضرورية من أجل تطوير قطاع السياحة، وينبع هذا التكامل من خلال:

- اعتماد الخدمات السياحية بمختلف أنواعها بشكل كبير على تداول المعلومات السياحية، المتصفة بالتباين، وبالتالي يصعب قياس جودتها إلا بعد التجربة، ولذلك تعد الانترنت الوسط المناسب لها، فهي تقلل من حدة هذا التباين عن طريق الزيارة التخيلية/الاقتراضية للخدمة السياحية بحيث تمكن الزائر من التعرف على المعالم والمناطق السياحية بكل سهولة ويسر، من خلال صورة تفاعلية مرئية تخيلية للموقع والاطلاع على البيانات والمعلومات التفصيلية للمناطق السياحية المراد زيارتها، وأيضا تمكن السائح من تخطيط ووضع برنامج لرحلته واختيار المناطق التي يرغب في زيارتها، وترتيب مواعيد زيارته لها حتى يتسنى له مشاهدة أكبر عدد ممكن من المعالم السياحية، وتخصيص ميزانية تقريبية لنفقاته.

- يؤدي استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى تخفيض تكلفة إنتاج الخدمة السياحية، حيث تساهم من جهة في رفع الترويج السياحي، ومن جهة أخرى تعمل التكنولوجيا على تدنئة التكاليف، خصوصا تلك المتعلقة بالاتصال (الاتصال المباشر بالوسطاء والسواح) وتلك المتعلقة بالتوزيع فطالب الخدمة هو من يسعى لاقتنائها، مما يقلص تكاليف طباعة المطبوعات والدوريات السياحية، بالإضافة إلى خفض حجم العمالة الزائد ورفع قدرات العاملين وتدريبهم على استخدام الحاسب الآلي والانترنت والتطبيقات والبرامج المختلفة.

- التوسع في استخدام التكنولوجيا قد يؤدي إلى ظهور احتياجات كامنة لم تكن موجودة من قبل، مما يدفع بالعاملين بالقطاع السياحي بتطوير منتجات جديدة ومتنوعة تلبي هذه الاحتياجات الكامنة، وأيضا هذا التوسع يؤدي إلى تحسين الخدمة المقدمة، وتوسيع قاعدة الزبائن، والرفع من القدرة التنافسية للمؤسسة السياحية وتلبيع علامتها التجارية، وبضفي عليها حالة من المصدقية وجودة الخدمة، مما ينعكس إيجابا على دخل القطاع السياحي إجمالا.

رغبة المسيرين ومدراء أعمال القطاع في التعريف بأعمالهم ومنتجاتهم، والخدمات التي يقدمونها إلى العديد من السواح، وكيفية الاتصال بهم في حالة الحاجة إليهم بسرعة أكبر وتكلفة أقل.

- النشر الإلكتروني لكل المعلومات المتاحة التي تخص المؤسسات السياحية والفندقية، والتي يرغب السواح في معرفتها دون الذهاب إلى المؤسسة السياحية.4

- تقديم خدمات مميزة للسائح من حيث السرعة و السهولة، عن طريق الويب وعن طريق البريد الإلكتروني عند طلبها وجلب فئة جديدة من السواح الذين هم على اتصال بالانترنت.

- نشر المعلومات السياحية للسواح في الوقت المناسب، فأى تأخير في آجال نشرها تفقد المعلومة أهميتها.

- انفتاح المؤسسات السياحية والفندقية على السوق المحلي، الإقليمي والدولي.

- الحصول على معلومات عن الخدمات المنافسة و مميزاتا حتى تبقى المؤسسة السياحية والفندقية في وضعية تنافسية جيدة.
- نشر إعلانات وإشهار لمنتجات وخدمات المؤسسات السياحية والفندقية حتى تجلب أكبر عدد من السواح.
- تسمح للسواح بالقيام بحجوزات عبر الانترنت (التجارة الإلكترونية).
- متابعة تطور القطاع، من خلال الاتصال الدائم بالعالم من أجل الحصول على معلومات سياحية، كزيارة مواقع مؤسسات أخرى من نفس نشاط القطاع.
- وسيلة لتخفيض مصاريف الترويج وتحسين وتطوير الخدمات والمنتجات السياحية والفندقية.
- الابتكار والتجديد بدون انقطاع للبقاء في الخدمة.
- التواجد في كل مكان وعرض ملائم مع متطلبات السواح.
- ركيزة للإبداع والتنمية وخلق منتجات جديدة، خدمات جديدة، أسواق جديدة، ميزة تنافسية... الخ.
- تسمح بتقديم خدمات سريعة ومتنوعة للسواح.
- الوسيلة المفضلة بالنسبة للمؤسسات السياحية والفندقية الكبيرة ذات الفروع.
- وسيلة منافسة، إذ تسمح بالخروج من الأسواق المحلية إلى استهداف الأسواق العالمية.5

4- أولوية اعتماد الرقمنة والتكنولوجيات الحديثة لدعم الجودة السياحية:

*تهدف الجودة الشاملة في المؤسسات السياحية إلى التكامل بين جميع العناصر التي تؤثر على الخدمة السياحية، واستخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال (الرقمنة السياحية) أصبح ضرورة حتمية في القطاع السياحي نظرا لما توفره هذه التكنولوجيا من مزايا وتسهيلات لمختلف المنشآت السياحية .ومن أجل دراسة الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنشيط القطاع السياحي ،خلال تقييم كثافة وطرق استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبالأخص التكنولوجيات المرتبطة بالانترنت على مستوى الوكالات السياحية التي وضعت إنتهاج الرقمنة كأحد الأولويات في الوقت الحالي ،باعتبار أن الوكالات السياحية تلعب دورا كبيرا في تنشيط قطاع السياحة ،فالوكالات السياحية تستخدم المكونات الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تسيير أعمالها و مواقع الإنترنت وصفحات التواصل الاجتماعي من أجل تنشيط القطاع السياحي .

معايير الجودة الشاملة في المجال السياحي كآلاتي:حيث حددت منظمة السياحة العالمية عدة معايير تحدد الإطار العام للجودة السياحية:

- الأمن والسلامة:** يجب أن لا تشكل الخدمة السياحية خطرا على الحياة
- الصحة العامة:**احترام الضوابط الصحية
- سهولة الوصول:** إزالة جميع الحواجز الاتصالية التي تعيق وصول المعلومات للسائح.
- الشفافية:** عنصر مهم لتوفير المشروعية لتوقعات العميل(السائح) وحماية حقوقه وهي مرتبطة بتوفير المعلومات الصحيحة له.

-الأصالة: تعتبر الأصالة عن حضارة أو تراث معين تجعل أي منتج سياحي يختلف ويمتاز عن بقية المنتجات المماثلة له في أماكن أخرى، مع ضرورة أن تستجيب الأصالة لتطلعات العميل، فالخدمة ذات الأصالة النابعة من تقاليد الموطن نفسه تختلف فيما تم نقلها إلى موقع آخر، وذلك فإن بإمكانها أن تخلق أصالة ذات جودة خاصة بها.

-التجانس: التوافق والانسجام مع المحيط الطبيعي والإنساني يحافظ على السياحة المستدامة، مما يستلزم إدارة فعالة للمؤثرات البيئية والاقتصادية والاجتماعية بغية تأسيس مؤشرات لجودة المنتجات السياحية، لذا فإن تحقيق الجودة السياحية أن تعمل على تفعيل وحدات النشاط وتحقيق الأهداف العامة للسياحة.6

*تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عرض الخدمات المقدمة من طرف الوكالات تساعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في إتمام الإجراءات مع الشركاء وتساعدهم على تسيير أعمال الوكالات نظرا للفوائد التي تقدمها تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلا أنها اصطدمت بكثير من العوائق في استخدامها أهمها عائق نظام الدفع الإلكتروني وعدم توفر نظام قانون يحمي المعاملات الإلكترونية في الجزائر وهذا ما قد يؤثر سلبا في عمل الوكالات خاصة والقطاع السياحي.

*تشكل اليوم السياحة سوقا افتراضية تتأثر بالتطور التكنولوجي، ويبرز ذلك على مستويين، الأول يهتم الأول بالمحتوى الرقمي الذي يتطلب تجميع المعلومات السياحية عن المؤشرات، العروض، الأسعار، ورقمته ونشر المعلومات السياحية عبر شبكة الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي للترويج للخدمات السياحية، أما المستوى الثاني فتبرز فيه الطفرة التكنولوجية في صناعة السياحة التي أفرزت زيادة في الفاعلين في القطاع السياحي واتساعا لنسيجه الاقتصادي بظهور مؤسسات سياحية جديدة ترتبط بالخدمة عبر الانترنت، الاتصالات والوسائط الإلكترونية المتعددة، محركات البحث السياحي، المصارف الإلكترونية المساعدة على

الحجز وصراف العملة .7

* لا يزال مفهوم المدن الذكية التي لها علاقة بالتطور التكنولوجي، مرتبط بأولويات سياسية والرؤية قوية وتكامل كل الجهود في اعتماد التكنولوجيا للوصول إلى تطبيقات تقدم خدمات رقمية تتم البنى التحتية بما فيها الرقمية وبالتالي التحول الذكي من خلال تمكين أدوات وأجهزة الحوسبة الشخصية المتنقلة المتصلة للاستفادة من الانترنت وبالتالي تقديم خدمات مباشرة للمواطنين.

- يتم استخدام الأعمال الإلكترونية والإنترنت في مجال السفر والسياحة، للحصول على تسهيلات أكثر فعالية للموردين والمستهلكين السياحيين، لذا أصبح بالإمكان تسمية أي نمط سياحي بأنه (إلكتروني) إذا ما تم استخدام التقنيات الحديثة في عرض منتجاته وتقديمها للسائحين على شبكة المعلومات

-كافة العمليات السياحية من عروض البرامج السياحية، وحجز الرحلات السياحية وتنظيمها من خلال الإنترنت، وخدمات ما بعد الحصول على الخدمة. وعلى ضوء ذلك فيمكن تعريف السياحة الإلكترونية بأنه نمط سياحي يتم تنفيذ بعض معاملاته 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 .

- 5- الرهانات والتحديات التي تواجه المجال السياحي في ظل غياب تطبيق فعلي للرقمنة .
- تحرير القطاع السياحي من القيود المفروضة عليه الأمر الذي سينعكس إيجاباً على كفاءته خلق الحوافز للقيام بإصلاح هياكل المؤسسات السياحية وتسهيل قيام هذه المؤسسات بتقديم خدمات شاملة من خلال عرض مشكلات هذه المؤسسات عبر الوسائل التكنولوجية الحديثة
- خلق فرص للانطلاق نحو أسواق خارجية وتدعيم التواجد للتسويق السياحي بالخارج وخلق فرص عمل جديدة والحد من البطالة عبر تلميع الصورة الخارجية للبلد باستخدام الرقمنة
- كما يتيح الإعلام السياحي خلق التكيف مع متطلبات المنافسة على مستوى الكفاءات والتكاليف وزيادة كفاءة فعالية الأسواق المحلية السياحية ورفع مستوى الخدمات فيها
- زيادة مصداقية الدول أمام المستثمرين الأجانب وتهيئة المناخ المناسب لجذب الاستثمارات الأجنبية، وهذه المصداقية مرتبطة بثقة الدولة بالسياحة لديها وخدماتها والتسهيلات المختلفة والكفاءات البشرية العالية، وبغير ذلك قد ينقلب الإعلام ضدها.
- ضرورة خلق فرص للاستفادة من رؤوس الأموال المهاجرة التي ستشعر بالمزيد من الاطمئنان في ظل الانفتاح التكنولوجي.

- ضعف التقنية الملائمة للتقنيات العالمية المرئية والمسموعة والمقروءة\$

- عدم وجود برامج سياحية تعرض آثار ومناظر المناطق المراد تحقيق السياحة فيها
- عدم الاهتمام بالإعلان والترويج السياحي أو وجود دليل سياحي يتواصل مع السياح ويعرفهم على مناطق البلد

-تشويه الصورة الحضارية على المستوى الاجتماعي والديني والسياسي من قبل بعض الدول، كحال العرب مع الكيان الصهيوني والعدو الأمريكي دون مواجهتها بدعاية مضادة تفند مزاعمها.

- قد تكون الحروب والكوارث المنتشرة عبر وسائل الإعلام هي مانع يحول دون تحقيق أهداف القطاع السياحي لأهدافه المنشودة⁸.

-عدم الاهتمام بالمعارض والمهرجانات والإعلانات التي لها دور كبير في تشجيع السياحة عبر انتشارها عالمياً.

- الافتقار إلى خطط تدريبية مدروسة وموجهة لتنظيم الرحلات السياحية وترشيد الدليل السياحي لممارسة دوره بالطريقة الأفضل

-عدم معرفة الوقت المناسب لبث الدليل السياحي الرقمي

- اختيار وسائل تكنولوجية غير مناسبة ولا تفي بالغرض، فالتأخر في الإعلان السياحي يفقده أهميته ،لذلك لابد من اختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة خلال الفترة الزمنية المطلوبة،أما من حيث ملائمة الرسالة الإعلامية لغرض المنتج السياحي ،فقد يكون من الممكن أن تتوجه بإعلان نوع من التبغ عبر الإذاعة وهذا

لا يحتاج إلى خيال خصب، بينما الإعلام عن منتجات سياحية وأنشطة متنوعة يكون أكثر ملائمة من خلال التلفزيون والمجلات الملونة.

-عدم دراسة طبيعة الجمهور ومعرفة اتجاهاته قبل البدء بالحملة الإعلانية، فقد لا يتأثر الجمهور الخارجي المستهدف بنفس المؤثرات والعوامل التي تثير الجمهور المحلي وذلك تبعاً لاختلاف العوامل الثقافية الاقتصادية والسياسية والاجتماعية.

-تحدي التسويق والترويج السياحي المحترف والمبدع للاستخدامات الرقمية :لأن التسويق السياحي الإبداعي يقوم على الأفكار الجديدة وليست التقليدية ،وهذا لن يكون إلا بوجود المتخصصين والمبدعين أصحاب الأفكار الخلاقة لقيادة القطاع السياحي والوصول إلى القطاعات السوقية المؤثرة ،والتغلب على المنافسين السياحيين.9

6-الاستنتاجات:

تعتبر التكنولوجيا والتقنية الحديثة بشكل عام والإنترنت والتطبيقات الإلكترونية بشكل خاص هي مستقبل الشعوب والأمم، وتتسابق الدول في الوقت الحالي لتوطين صناعة المعلومات والتقنية الحديثة بين شعوبها وتفعيل التطبيقات الإلكترونية الخاصة بها، لذا فإنه لا بد من استغلال الابتكارات الحديثة بما يتناسب مع مواردنا وقدراتنا وبما يتناسب وروح العصر في الترويج لمنتجاتنا السياحية وعدم الاعتماد فقط على الموروث الحضاري والثقافي كعامل وحيد في الجذب السياحي ولكن باستغلال مفهوم الاستثمار في الثقافة والسياحة المعلومات، فللسياحة دور كبير في إنعاش اقتصاد الدول ويعود عليها بموارد مالية ضخمة إذا تم استغلالها بشكل سليم، ولقد دأبت وزارة السياحة وأخذت على عاتقها وفي وقت قياسي تحسين الواقع السياحي في عن طريق جذب الكثير من المواطنين والمقيمين للسياحة وذلك من خلال توفير الخدمات السياحية التي تلبي متطلبات السياحة الوطنية وإقامة الفعاليات والمهرجانات وإقامة الملتقيات للتعريف بالمدن وزيادة الوعي السياحي بين المواطنين كل ذلك بإنتهاج خطط هادفة لتفعيل الرقمنة في المجال السياحي .

وتتجلى أولوية اعتماد الرقمنة في القطاع السياحي في تداخلها مع مسار العملية السياحية من التخطيط إلى التعاقد مروراً بالحجز والتسويق والترويج ،وتبين الاتجاهات المستقبلية للسياحة الإلكترونية أن عدة تطورات سيشهدها المجال السياحي ،كالاستعانة بالحجز الرقمي المباشر عبر الانترنت بدلاً من وكالات الأسفار ومكاتب الطيران وضرورة اللجوء إلى الأفلام الترويجية عبر الأنترنت والتي تدخل السائح في تجربة حية بالمنطقة التي يود زيارتها ،لأن مهام التكنولوجيات الحديثة للمعلومات والرقمنة تتجسد عن طريق تفعيل الشراكات الإستراتيجية لتدعم جودة القطاع السياحي ،والارتقاء بالمشاريع السياحية الواعدة عن طريق الرقمنة.

* ان تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال لها تأثير ذو أهمية بالغة في دفع نمو السياحة داخل الدولة، فعن طريقها يمكن التواصل مع السواح وتزويدهم بالمعلومات والعروض السياحية وتمكينهم بدءاً من الحجز عن بعد، وصولاً إلى التسديد على الخط، لكن ما تقتقر إليه معظم بلاد الدول العربية هو ضعف الاستثمار

في البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وهم يستخدمونها كرمز دعائية إعلامية لا أكثر ، وعموما ما تقتصر عروضها السياحية إلى المصادقية، فما عرض على الويب، خصوصا فيما يتعلق بالأسعار.

6- توصيات.

*ضرورة بناء أرضية رقمية توفر الخدمات السياحية مرتبطة بنظام تكاملي يشكل بنية تحتية يحقق جودة السياحة في سياق رقمي.

*تسويق البرمجة عبر أنظمة الاتصالات العالمية وذلك قصد استفادة السائح الأجنبي من تطبيقات رقمية تعريفية للمناطق التي يريد زيارتها.

*تطوير تطبيقات في سياق رقمنة للخدمات السياحية يؤدي إلى توفير الجهد والكلفة للسائح.

*تعزيز مفهوم الرفاهية السياحية من خلال رقمنة الخدمات السياحية.

*ضرورة استخدام الإنترنت في مجال السفر والسياحة، للحصول على تسهيلات أكثر فعالية للموردين والمستهلكين السياحيين، لذا أصبح بالإمكان تسمية أي نمط سياحي بأنه (إلكتروني) إذا ما تم استخدام التقنيات الحديثة في عرض منتجاته وتقديمها للسائح على شبكة المعلومات.

*تأسيس شركات مساهمة استثمارية في مجال السياحة بانتهاجها لبرامج رقمية واعدة من شأنها تنمية القطاع السياحي.

*تهيئة المواقع السياحية بالتقنيات المعلوماتية الحديثة ، وذلك بانتهاج إستراتيجيات تنموية مرتكزة على تحقيق جودة سياحية شاملة من خلال التنسيق بين كل الجهات .

*التأكيد على أهمية الميزة التنافسية :التي تمثل العنصر الأساسي في معادلة الجودة بالسعر وذلك قصد الارتقاء بمستوى الخدمات السياحية بهدف تقديم المستوى المطلوب من الجودة وبالسعر الذي يناسب السائح.

*تحسين مستوى الخدمات السياحية بالسرعة اللازمة (بشكل رقمي) : بتوسيع الخدمات السياحية واستغلال الجانب التقني للتكنولوجيا وتبني إستراتيجية سياحية مرنة قابلة للتكيف مع المتغيرات.

*اعتماد التحسين المستمر (الاستمرارية): عملية التفاعل مع الحاجات المتغيرة للسياح وإدخال التحسينات بشكل مستمر على الخدمات المقدمة إليهم يؤدي إلى الحصول على مزايا إضافية للفندق والضيوف وهذا يحقق معايير الجودة السياحية باستخدام الرقمنة والتكنولوجيات الحديثة.

قائمة المراجع:

¹ https://www.researchgate.net/publication/302909349_ttbyqat_alsyaht_alrqm

. صناعة المحتوى الرقمي على إعداد المنتجات والخدمات الرقمية وتصميمها وإدارتها وتوزيعها²

³ موقع المؤتمر الدولي العربي للسياحة الالكترونية والتسويق الالكتروني، 20/12/2008، <http://www.euoticonf.com>

⁴ طارق تيسير كريشان، تطبيقات السياحة الرقمية ودورها في تعزيز رقمنة المجتمعات والتحول نحو المدن السياحية الذكية، كلية نظم وتكنولوجيا المعلومات، قسم أنظمة المعلومات الحاسوبية، الجامعة الأردنية، العدد 3 - 2006، ص 59.

⁵ م. علي نخلة (مصرف لبنان) الخدمات الالكترونية و التحولات الحاصلة في تكنولوجيا المعلومات – مجمع أعمال المؤتمر العلمي العربي حول آفاق الأعمال الالكترونية و الاقتصاد العربي – قصر المؤتمرات الأونيسكو – بيروت 19/18 نيسان 2002 ص 3.

⁶ الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني (مجلة تكامل)، مفهوم وأهمية الجودة في الخدمات السياحية، المركز الوطني لتنمية الموارد البشرية السياحية، السعودية، 2017، ص 18.

⁷ عبد الله بن سلمان، السياحة الإلكترونية، <http://www.al-jazirah.com/2009/20090816/ar7.htm>

⁸ تقرورت محمد، أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير الخدمات السياحية، جامعة حسيبة بن بوعلي – الشلف، 2009، ص 6.

⁹ بختي إبراهيم، شعوبي محمد فوزي، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة، مجلة الباحث - عدد 2009/07 - 2010، ص 276.