دور السياحة الالكترونية في تنمية القطاع السياحي في الجزائر
(بالرجوع الى تجارب بعض الدول العربية)

د. كواش خالد*
أ. قمراوي نوال**

Résumé

Le tourisme est devenu un secteur économique important dans les économies des pays, Ce secteur a connu de nombreux développements en cours et parmi les plus importantes de ces développements, on trouve l'e-tourisme, qui est considéré comme l'un des concepts modernes liés à l'utilisation efficace de la technologie de l'information et de la communication. Les pays sont en compétition d'acclimater et d'activer l'e-tourisme puisque il joue un rôle actif dans la réalisation du développement en général et le développement du tourisme en particulier Et du doigt les pays arabes comme l'Arabie Saoudite qui a fait des pas énorme dans ce domaine ainsi que les pays voisins de l'Algérie, Donc il faut exploiter les innovations récentes et adopter de l'e-tourisme dans la promotion de nos produits touristiques afin de développer et promouvoir le tourisme en Algérie et suivre le rythme de la modernité.

* أستاذ محاضر قسم أ، جامعة الجزائر 3.
** أستاذة مساعدة قسم أ، جامعة الجزائر 3.

المستخلص: أصبحت السياحة قطاعا اقتصاديا مهما في اقتصاديات الدول وقد شهد هذا القطاع العديد من التطورات المستمرة ومن أبرز هذه التطورات نجد السياحة الالكترونية التي تعتبر من المفاهيم الحديثة والمرتبطة بالاستخدام الفعال لتكنولوجيا المعلومات والاتصال. تتسابق الدول في الوقت الحالي لتوطين وتفعيل السياحة الالكترونية كونها تلعب دورا فعالا في تحقيق التنمية بصفة عامة والتنمية السياحية بصفة خاصة ونخص بالذكر الدول العربية كالمملكة العربية السعودية التي خطت خطوات عملاقة في هذا المجال وكذلك الدول المجاورة للجزائر، لذا فإنه لابد من استغلال الابتكارات الحديثة وتبني السياحة الالكترونية في الترويج لمنتجاتنا السياحية بغية تنمية وترقية السياحة في الجزائر ومواكبة العصرنة.

مقدمـــة:

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة من الأدوات القوية للمشاركة في السوق ألعالمية وتحسين توفير الخدمات الأساسية، وتعزيز فرص التنمية المحلية، ويعد الاستثمار فيها أحد المحركات الأساسية لتنافسية المؤسسات ألاقتصادية فهي أحد العوامل الهامة والحاسمة في دفع التنمية الاقتصادية، ولذلك لابد من إقحامها في النسيج الاقتصادي والاجتماعي ويذكر أن الخدمات السياحية حاليا تحتل المرتبة الأولى في التجارة الالكترونية.

وتعد شبكة الانترنت العمود الفقري الأساسي والهام لانتشار تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبالمقابل تكنولوجيا المعلومات والاتصال هدفها هو جعل شبكة الإنترنت أكثر جدوى من خلال تشكيلة من البرامج والخدمات، بحيث يتسنى للمؤسسات من أي حجم عقد الصفقات التجارية عبر الشبكة ؛ وتتيح هذه التكنولوجيا خيارات وبدائل عديدة، منها اختيار الأدوات، اختيار الخدمات لتطوير حلول تلبي حاجة كل مؤسسة على حدة، أو اختيار حلول راقية تتميز بقدرتها على الاندماج في الأنظمة الراهنة لأي مؤسسة، فضلا عن إمكانية تطويرها وتعديلها بحيث تتكيف مع الاحتياجات المتغيرة للمؤسسة، وذلك يعني أن لا حاجة لأن تبدأ المؤسسات من

الصفر وتضطر للتضحية بالاستثمارات الهامة التي وظفتها سلفا سواء على صعيد البرامج، الأجهزة أو البيانات.

شهد العالم ثورة هائلة في ميدان تقنيات المعلومات والاتصالات الحديثة، حيث أحدثت هذه الثورة تغيرات وتحولات جوهرية في كل جزء من أجزاء الأعمال دون استثناء ومن الملاحظ أن الواقع الأكبر لهذه الثورة يجد صداه في ميدان الخدمات السياحية. ولقد وصف جل المراقبين تعدد وتنوع إمكانيات شبكة المعلومات العالمية (الانترنت) يمثل القوى الخفية لنجاح أي نشاط اقتصادي، فالطبيعة التفاعلية لشبكة الانترنت قد أتاحت وسطا مثاليا للاتصال بين المنتج والمستهلك السياحي مما يعزز إمكانية الوصول إلى أكبر عدد ممكن من السياح مما يؤدي إلى زيادة المداخيل السياحية وبالتالي نمو وتطور قطاع السياحة.

كما أن لهذه الثورة الهائلة أثرا بارزا على صناعة السياحة في الدول العربية التي تتسابق في الوقت الحالي بتوطين صناعة المعلومات والتقنية الحديثة وتفعيل التطبيقات الخاصة بها في المجال السياحي، لذا فلا بد من استغلال الابتكارات الحديثة بما يتناسب مع مواردنا وقدراتنا في الترويج لمنتجاتنا السياحية وعدم الاعتماد فقط على الموروث الحضاري والثقافي كعامل وحيد في الجذب السياحي ولكن باستغلال مفهوم الاستثمار في الثقافة وسياحة المعلومات.

من خلال ما سبق يمكن صياغة إشكالية البحث في التساؤل التالي:

كيف يمكن أن تساهم السياحة الالكترونية في تنمية وتطوير القطاع السياحي في الجزائر؟ من خلال ما سبق وللإجابة على التساؤل المطروح قسمنا بحثنا هذا إلى الأجزاء التالية:

1. السياحة الالكترونية...مدخل معاصر
2. أساليب السياحة الالكترونية في المملكة العربية السعودية
3. السياحة الالكترونية في تونس
4. أهم متطلبات قيام السياحة الالكترونية في الجزائر

1. السياحة الالكترونية...مدخل معاصر:

تعتبر السياحة الالكترونية مفهوما حديثا ومعاصرا، فسنحاول في هذا الجزء وضع بعض المفاهيم العامة للسياحة الإلكترونية وأهميتها الاقتصادية.

1.1 مفهوم السياحة الالكترونية:

يعتبر مفهوم السياحة الالكترونية من المفاهيم الحديثة المرتبطة بالتجارة الإلكترونية وتعني استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مجال السفر والسياحة للحصول على تسهيلات أكثر فعالية للموردين والمستهلكين السياحيين وتشمل السياحة الالكترونية كافة العمليات السياحية من عروض البرامج السياحية وحجز الرحلات السياحية وتنظيمها من خلال الانترنت والتطبيقات المرتبطة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال فالسياحة الالكترونية هي نمط سياحي تتلاقى فيها عروض الخدمات السياحية مع رغبات السائحين الراغبين في قبول هذه الخدمات السياحية من خلال شبكة الانترنت[1].

كما يمكن تعريف السياحة الالكترونية على أنها" :تلك الخدمات التي توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصال بغرض إنجاز وترويج الخدمات السياحية والفندقية عبر مختلف الشبكات المفتوحة والمغلقة، بالاعتماد على مبادئ وأسس التجارة الإلكترونية[2] ."

[1] طوايبية أحمد، "السياحة الالكترونية كأسلوب لترقية القطاع السياحي"، ورقة عمل مقدمة في الملتقى العلمي الدولي الثامن بعنوان: تنمية السياحة كمصدر تمويل متجدد لمكافحة الفقر والتخلف في الجزائر وفي بعض البلدان العربية والإسلامية، تمنراست الجزائر، 19 و20 ديسمبر 2009، ص ص 201 - 202.

[2] بختي إبراهيم، شعوبي محمود فوزي، "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة"، مقال في مجلة الباحث، العدد 07، 2010/2009، ص 276.

تتطلب السياحة الإلكترونية لتجسيدها عمليا أربعة مراحل أساسيه وهي:[3]

- ✓ تجميع المعطيات السياحية (عروض، أسعار، خرائط، تقارير، ... الخ).
- ✓ رقمنة المعطيات المجمعة باستخدام مختلف الوسائل التكنولوجية.
- ✓ نشر المعلومات المجمعة إلكترونيا عبر الويب، وعبر الوسائط الإلكترونية المتعددة، وبأكثر من لغة.
- ✓ تزويد الهيئات، الوكالات، الدواوين، المؤسسات السياحية والفندقية بوصلة انترنت موزعة شبكيا وبريد الكتروني بالإضافة إلى الهاتف والفاكس.

لقد تطورت الخدمات الالكترونية في مجال الأسفار والسياحة كالحجز عبر الخط، وبيع التذاكر الإلكترونية وغيرها من الخدمات وهذا من خلال الموقع الالكتروني ووسائل أخرى لتكنولوجيا المعلومات والاتصال فقد توجهت شركات الطي ا رن وغيرها من المنظمات العاملة في المجال السياحي إلى السياحة الالكترونية لتحقيق أهداف مختلفة منها :تسهيل تدفق الإجراءات في المطارات والفنادق، تحسين جودة الخدمات، رفع ولاء الزبائن في محيط تنافسي، تخفيض تكاليف ووقت معالجة الحجوزات، ... الخ[4].

وفي الحقيقة أن السياحة ألإلكترونية يجب أن تتولى الإشراف عليها هيئة وطنية من خلال بوابة إلكترونية جامعة لمختلف المنتجات والخدمات السياحية ذات العلاقة المباشرة أو غير المباشرة (كالبنوك والمصارف، والنقل والمواصلات برا وبحرا وجوا).

لقد دعت الأمانة العامة لمجلس جامعة الدول العربية الدول الأعضاء، إلى تنفيذ نتائج دراسة "تطبيق السياحة الالكترونية في الدول العربية"، والتي قامت الهيئة العليا للسياحة في السعودية بإعدادها بعد اعتمادها من قبل المجلس الوزاري العربي للسياحة في

[3] نفس المرجع، ص 277.

[4] طوايبية أحمد، "السياحة الالكترونية كأسلوب لترقية القطاع السياحي"، مرجع سبق ذكره، ص 202.

دورته السابعة التي انعقدت في دبي سنة 2003، وأوصت الدراسة بتفعيل السياحة الالكترونية عبر ثلاث مراحل:[5]

- **المرحلة الأولى**: إنشاء بوابة للسياحة العربية على شبكة الانترنت تربط إدارات السياحة الوطنية العربية إلكترونيا، والتنسيق فيما بينها لعرض المعلومات السياحية، وإحالة الزائر الكترونيا إلى مواقع الشركات السياحية العربية التي تعتمد السياحة الالكترونية باعتبارها أسلوبا تسويقيا لعروضها السياحية.
- **المرحلة الثانية**: إيجاد البنية التي تمكن المؤسسات السياحية من إتمام الصفقات التجارية وتسوية المبالغ المالية المترتبة عليها، وتمكين السائح عبر بوابة السياحة العربية من شراء العروض ودفع قيمتها الكترونيا.
- **المرحلة الثالثة**: تطبيق مفهوم السياحة الالكترونية المتكاملة بحيث تتمكن الشركات السياحية من الاستفادة من خدمات التجارة الالكترونية وإنهاء المعاملات المالية إلكترونيا فيما بينها ومع السياح، إلى جانب ربط السياحة الالكترونية مع بقية الأنشطة التجارية والاقتصادية في البلدان العربية المختلفة. وأكدت الدراسة على أهمية إنشاء منظمة لتسويق وإدارة الوجهات السياحية لكل منطقة سياحية في كل دولة عربية، ولكل بلد على حدة بالإضافة لمنظمة خاصة في الدول العربية.

[5] نفس المرجع، ص 202.

2.1 أهمية السياحة الالكترونية:

تكمن أهمية السياحة الالكترونية في المنافع الضخمة التي تقدمها سواء لمقدمي الخدمات السياحية أو المستهلكين السياحيين أنفسهم، ومن أهم هذه المنافع ما يلي[6]:

- تأمين المعلومات السياحية المطلوبة على مدار 24 ساعة في اليوم و 7 أيام في الأسبوع، مما يسهل على المستهلك السياحي الحصول على المعلومات والبيانات التي يحتاجها عن الخدمات السياحية من خلال شبكة الانترنت.
- تخفيض تكاليف الخدمات السياحية المقدمة، ومن ثم تمتع المنتج السياحي بميزة تنافسية نتيجة لانخفاض الأسعار.
- استخدام السياحة الالكترونية يعمل على التقليل من تكاليف التسويق السياحي، وتكاليف الإنتاج (تسهيل وتسريع التواصل بين منتج الخدمة السياحية ومتلقيها)، وتكاليف التوزيع (تسهيل إجراء الصفقات مع شريحة كبيرة من المستهدفين).
- تحسين الأداء الاقتصادي للمنشآت السياحية خاصة الصغيرة والمتوسطة منها، وكذلك لتخفيض تكاليف الخدمات السياحية مما ينعكس بدوره على أسعار البرامج السياحية وكذلك سهولة تطوير المنتج السياحي وظهور أنشطة سياحية جديدة تتناسب مع شرائح مختلفة من السائحين إلى جانب زيادة القدرة التنافسية للشركات السياحية بما يسهم في زيادة المبيعات وبالتالي الأرباح.
- السياحة الالكترونية تجعل السائح يعيش تجربة السفر من خلال التجول في الأماكن التي يريد السفر إليها من خلال الموقع الالكتروني وحلول أخرى لتكنولوجيا المعلومات والاتصال بعيدا عن عوامل أخرى ممكن أن تؤثر على اختياره في مكاتب السفريات.

---

[6] تقرورت محمد، "أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير الخدمات السياحية"، ورقة عمل مقدمة في الملتقى الوطني حول: السياحة والتسويق السياحي في الجزائر-الإمكانيات والتحديات التنافسية-، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، في 25 و26 أكتوبر 2009، ص ص (9- 10).

- سهولة تطوير الخدمات السياحية وظهور أنشطة سياحية جديدة تتفق مع شرائح السائحين المختلفين، وذلك من خلال قياسات الرأي التي يمكن من خلالها معرفة التوجهات السياحية الجديدة والخدمات الأساسية والمكملة التي يحتاجها السائحون.
- زيادة القدرة التنافسية للمنظمات السياحية بما يسهم في زيادة مبيعاتها وإيراداتها وأرباحها، وهو ما ينعكس في النهاية على زيادة القيمة المضافة للقطاع السياحي في الناتج المحلى الإجمالي.

كما أن الاستثمار في السياحة الالكترونية تسمح بـ[7]:

- توسيع دائرة المستهدفين من العروض السياحية.
- الاستجابة بشكل أحسن للطلبات الخاصة وإلى التوجهات الكبرى للسوق.
- تقديم وعرض المعلومات والخدمات السياحية تطبيقيا والتي هي مرتبطة بتنظيم الرحلات (المتاحف، المواقع الطبيعية، ...).
- تشكيل وتطوير شبكة من الشركاء.
- تحسين معدل الاستغلال وترقية نسبة الزبائن الخارجيين (الأجانب).

[7] طوايبية أحمد، "السياحة الالكترونية كأسلوب لترقية القطاع السياحي"، مرجع سبق ذكره، ص 202، ص 203.

3.1 دوافع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة في القطاع السياحي:

لتحقيق جودة الخدمات السياحية والعمل على ترقيتها لابد من إتاحة واستخدام التكنولوجيا في مختلف

مجالات السياحة، فهناك عدة عوامل تدفع القائمين بالقطاع السياحي إلى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة في ترقية وتطوير المنتج السياحي بصفة خاصة والسياحة بصفة عامة، نذكر منها[8]:

- رغبة العاملين بالقطاع في التعريف بأعمالهم ومنتجاتهم والخدمات التي يقدمونها إلى العديد من السياح، وكيفية الاتصال بهم في حالة الحاجة إليهم بسرعة أكبر وتكلفة أقل.
- النشر الالكتروني لكل المعلومات المتعلقة بالمنظمات السياحية والخدمات التي توفرها، والتي يرغب السياح في معرفتها دون التنقل إلى المؤسسة السياحية.
- جلب فئة جديدة من السياح الذين هم على اتصال بالانترنت.
- نشر المعلومات السياحية للسياح في الوقت المناسب، حيث أن أي تأخير في آجال نشرها يؤدي إلى فقدان أهمية تلك المعلومات.
- نشر إعلانات واشهار لمنتجات وخدمات المنظمة السياحية من أجل جلب أكبر عدد ممكن من السياح.
- تسمح للسياح بالقيام بحجوزات عبر الانترنت (التجارة الالكترونية).
- هي وسيلة لتخفيض تكاليف الترويج وتحسين وتطوير الخدمات السياحية.
- التواجد في كل مكان وعرض ملائم مع متطلبات السياح.
- ركيزة للإبداع والتنمية وخلق منتجات جديدة، خدمات جديدة، أسواق جديدة، ميزة تنافسية ...الخ.
- تسمح بتقديم خدمات سريعة ومتنوعة للسياح.

[8] بختي إبراهيم، شعوبي محمود فوزي، "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة"، مرجع سبق ذكره، ص ص (280- 281).

2. أساليب السياحة الالكترونية في المملكة العربية السعودية:

من الملاحظ للنهضة التي تشهدها المملكة العربية السعودية أنها لم تقتصر على قطاعات بعينها، بل شملت قطاعات كثيرة .ويعد قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات من بين هذه القطاعات التي شهدت نمواً كبيراً واهتماماً من المملكة، ومع النمو المتسارع لهذا القطاع، حرصت المملكة على تطوير الأعمال الحكومية وزيادة استفادتها من هذا النمو في قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات، حيث أصدرت الدولة العديد من الأنظمة والقرارات والتوجيهات السامية ذات العلاقة. ومن بين القطاعات التي شملتها هذه الأنظمة والقرارات نجد القطاع السياحي الذي شهد تطورات هائلة في مجال السياحة الالكترونية، ومن أهم الأساليب والتقنيات المستخدمة في هذا المجال ما يلي:

1.2 نظام العمرة الالكتروني:

يهدف إلى تنظيم عملية إصدار تأشيرات العمرة، وإصدار تراخيص شركات ومؤسسات العمرة بشكل آلي .حيث يقوم الراغب بأداء العمرة عن طريق وكلاء العمرة في الخارج بالتقدم بطلبه إلكترونياً عن طريق الإنترنت، وتتم معالجة هذه الطلبات آلياً في وزارات الحج والخارجية والداخلية وإصدار التأشيرة خلال أربع وعشرين ساعة مع توفير خاصية السداد إلكترونياً .وقد تم الترخيص لخمسة مراكز خدمات أنظمة العمرة، ترتبط مع مركز معلومات الحج والعمرة بوزارة الحج، لتسهم في تقديم الخدمات الإلكترونية اللازمة لمؤسسات وشركات العمرة المرخص لها من داخل المملكة العربية السعودية ووكلائها الخارجيين .ويرتبط بالنظام حالياً بأكثر من 2000 نقطة اتصال من أكثر في مائة وخمسين دولة في شّتى أنحاء العالم .واستطاع النظام خلال العام 1428 هـ من معالجة طلبات ثلاثة ملايين معتمر[9].

[9] "لمحة عن واقع التعاملات الالكترونية الحكومية في المملكة العربية السعودية"، برنامج التعاملات الالكترونية الحكومية (يسّر)، المملكة العربية السعودية، 2008، ص 13. على الموقع الالكتروني: http://www.yesser.gov.sa/en/mediacenter/Publications%20Library/about_the%20reality_of_egovernment_transactions.pdf تاريخ الإطلاع 2012/10/02 على الساعة: 13:27.

2.2 التأشيرة السياحية الالكترونية:

يعد نظام التأشيرة السياحية الإلكترونية من أبرز وأحدث الأنظمة التي أنجزتها الهيئة العليا للسياحة، ويتم بموجب هذا النظام إصدار التأشيرات السياحية عبر نظام إلكتروني يقوم بتنفيذ عملية إصدار التأشيرات السياحية، ويرتبط النظام بقواعد بيانات مركز المعلومات الوطني بوزارة الداخلية، ووزارة الخارجية، ووزارة الحج، والهيئة العليا للسياحة. ويشمل النظام التبليغ عند المغادرة، وتقديم خدمة الإحصائيات المستمدة من المعلومات المتوافرة لدى مركز المعلومات الوطني حول دخول وخروج السياح .كما يشتمل على ربط الشركات السياحية بالنظام لتسهيل إجراءات طلب هذه الشركات للتأشيرات السياحية إلكترونياً بين الجهات المعنية الأخرى[10].

3.2 بوابة السياحة الوطنية على شبكة الانترنت:

قامت الهيئة العليا للسياحة في شهر ربيع الأول 1424 هـ (مايو 2003 م) بإنشاء بوابة السياحة الوطنية على شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت) (www.sauditourism.gov.sa) لتكون المرجع الأساس للسائح في كل ما يتعلق بالسياحة في المملكة. وتشمل البوابة معلومات مفصلة عن المقومات السياحية وأماكن الجذب، والمناسبات والمهرجانات، والخدمات والمرافق السياحية في مناطق المملكة المختلفة .وقد تم الانتهاء من تحديث البوابة الرئيسية بما يتوافق مع مستجدات هذه التقنية ومتطلبات التسويق، كما توفر البوابة خدمات الحجز الإلكتروني للفنادق، والوحدات المفروشة، والسيارات.[11]

[10] نفس المرجع، ص 16.

[11] نفس المرجع، ص 16.

3. السياحة الالكترونية في تونس:

تعتبر تونس من بين الدول التي جعلت من السياحة المصدر الأول وبدون منازع نظرا للعائد المادي الكبير الذي توفره لخزينة الدولة، حيث تتوفر تونس على جميع مقومات الجذب السياحي التي تجعلها مقصدا سياحيا عالميا ووجهة سياحية للعديد من السياح.

كما تتمتع تونس ببنية خدمات متطورة في مجال المواصلات والنقل جوا وبحرا وبرا، بالإضافة إلى خدمات الاتصالات الحديثة التي تستوعب كل ما تنتجه تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة، حيث أن هذه الأخيرة لم تشمل فقط القطاع السياحي بل شملت قطاعات أخرى كالقطاع الحكومي والإداري (بوابة الحكومة التونسية، الإدارة الالكترونية، ... الخ) .

1.3 بوابة الحكومة التونسية:

حيث يوفر هذا الموقع معلومات وخدمات عديدة للمواطن التونسي عبر الانترنت (www.tunisie.gov.tn)، فيمكن للمواطن الحصول على كل المعلومات والإرشادات الضرورية دون أن يتكبد عناء التنقل وتتمثل هذه المعلومات في: الوثائق الشخصية، الخدمات ألاجتماعية خدمات قضائية، إرشادات السفر(أوقات الطيران، أوقات البواخر، ...)، بالإضافة إلى النشرة الإخبارية الالكترونية. كما توفر البوابة للمواطنين خدمات عن بعد (استخلاص الفواتير، الدفع الالكتروني، إرسال الحولات عبر الانترنت، ... وغيرها من الخدمات المتنوعة).

ويتضمن هذا الموقع برنامج الإدارة الالكترونية، حيث تمّ مع نهاية سنة 2009 ضبط إستراتيجية لتطوير الإدارة الإلكترونيّة والشروع في تنفيذها قصد توفير جيل جديد من الخدمات الإداريّة على الخط تقوم على فكرة الدمج بين نظم المعلومات التابعة لهياكل إداريّة مختلفة قصد تيسير تبادل المعطيات بينها وتجنيب المتعامل مع الإدارة عناء

التنقّل بين عديد الهياكل للتمكّن من الانتفاع بخدمة في أقصر الآجال وبأقلّ التكاليف. وانطلاقا من هذه الفترة تمّ الشروع في تطوير الجيل الرّابع من مواقع الواب.[12]

1.3 موقع الديوان الوطني للسياحة في تونس:

يساهم هذا الموقع في توفير العديد من المعلومات والخدمات السياحية للسياح وذلك من خلال عدد من النوافذ (www.tourisme.gov.tn) حيث هناك نافذة تستعرض مجموعة من الصور والمعلومات عن المناطق السياحية في تونس، كما انه هناك نافذة أخرى تقدم كل المعلومات اللازمة عن الفنادق والوكالات السياحية، والمطاعم، كما يقدم هذا الموقع معلومات عن كل أنواع السياحة المتواجدة في تونس (سياحة صحراوية، سياحة ثقافية، سياحة طبيعية،...)، كما يوفر معلومات أخرى قد يحتاجها السائح أثناء وصوله إلى تونس كالفرق الساعي، اللغة، تصريف العملة، معلومات حول الطقس، معلومات عن وسائل النقل المتواجدة في المطار أو الميناء، ...الخ. فمن خلال هذا الموقع يمكن للسائح التعرف على المناطق السياحية التونسية ولمس المنفعة المترتبة من الجولة السياحية في تونس قبل القيام بها، كما يقدم هذا الموقع تسهيلات وإرشادات عديدة مما يسهل على السائح التنقل والتجول في تونس براحة واطمئنان.

3.3 الخطوط التونسية عبر الانترنت:

يوفر هذا الموقع خدمات عن بعد للزبائن والسياح، وذلك من خلال عدد من النوافذ (http://www.tunisair.com/site/publish/content/default.asp?lang=fr)، حيث نجد نافذة خاصة بالحجوزات والشراء عن بعد فيمكن حجز تذاكر السفر، وحجز الفنادق، بالإضافة إلى إمكانية استئجار السيارات من أجل سهولة التنقل في تونس، كل هذا عبر الانترنت ودون التنقل وتضييع الوقت. كما أن هناك نافذة خاصة بخدمات الزبائن المتمثلة في إمكانية معرفة أرائهم والاستماع إلى مشاكلهم، وتوقعاتهم والعمل على حل مشاكلهم وتلبية توقعاتهم ورغباتهم وذلك من خلال التواصل عن طريق البريد

[12] تاريخ الاطلاع: 2012/10/12 على الساعة: 10:27.
http://www.tunisie.gov.tn/index.php?option=com_content&task=view&id=1375&Itemid=505

الالكتروني. كما يقدم الموقع معلومات وإرشادات متنوعة (مواقيت الرحلات، حالة الطقس، تونس في صور...)[13]

4. أهم متطلبات قيام السياحة الالكترونية في الجزائر:

يعتبر قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الركيزة الأساسية لبناء اقتصاد رقمي ومواكبة التطورات العالمية وبالتالي الولوج إلى عالم التجارة الالكترونية من أوسع الأبواب، لكن في حالة الجزائر نجد أن التجارة الالكترونية ضعيفة مقارنة بالدول الأخرى والدول المجاورة كتونس مثلا، وبالتالي ضعف السياحة الالكترونية كونها جزء من التجارة الالكترونية.

1.4 توفر التجارة الالكترونية في المعاملات المختلفة:

إن البنية الحسنة لا يمكنها أن تعطينا ثمرة طيبة ما لم تكن مدعمة بعمل جاد ولهذا يتطلب على الجزائر اتخاذ الإجراءات اللازمة والضرورية من أجل أن تفتح المجال لتطوير التجارة الالكترونية، ونذكر أهم هذه الإجراءات فيما يلي:[14]

- ضرورة الإصلاح المصرفي الجزائري من خلال تحديث وسائل الدفع الالكتروني، والتوسع في استخدام بطاقات الائتمان وتعويضها للنقد.
- ضرورة توفر بيئة قانونية وتشريعية ملائمة للتجارة الالكترونية.
- وضع أنظمة فنية لتأمين وضمان سرية التعاملات الالكترونية.
- توفر بنية أساسية للاتصالات واستخدام مكثف للانترنت بتكاليف منخفضة، وهذا من خلال فتح المجال أمام المستثمرين في هذا القطاع لخلق نوع من المنافسة وتوفير خدمات ذات جودة عالية.

[13] تاريخ الاطلاع: 2012/10/12 على الساعة: 10:37.
(http://www.tunisair.com/site/publish/content/default.asp?lang=fr)

[14] Sofiane Bensaid, « enjeux le e-commerce en algerie – un énorme potentiel à devlopper », DjazairCom, N°13,2010.

- تحرير قطاع الاتصالات من الاحتكار وذلك من خلال تشجيع الخصخصة لرفع الكفاءة وتحسين نوعية الخدمات.
- رفع معدل الإنفاق على البحث والتطوير لمواكبة التقدم التكنولوجي وتقليص الفجوة الموجودة بين الجزائر ودول العالم الأخرى في هذا المجال.
- خلق وعي وثقافة لدى المجتمع لتقبل فكرة التجارة الالكترونية من خلال إطلاق حملات تحسيسية وتوعوية لترك فكرة إيجابية في ذهن المواطن عن ما يمكن أن يحقق له هذا النوع من التجارة من مزايا وإيجابيات.
- اعتماد خبرات بشرية ذات كفاءة وذلك من خلال تكوين رأس مال بشري متخصص بالاعتماد على أنظمة تكوينية متخصصة في مجال التكنولوجيا والمعلومات وفتح مدارس ومعاهد تساهم في تكوين إطارات مؤهلة.
- إعادة النظر في المناهج وتحديثها لتتلاءم مع المتطلبات التربوية الحديثة والوسائل التعليمية المتاحة.

2.4 التقدم في مجال بنية تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

تتعلق هذه المتطلبات بحالة البنية التقنية الموجودة، وكيفية تطويرها واستثمار الموجود منها في مجال السياحة الالكترونية. ويشمل ذلك ما يلي:[15]

- 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

[15] محمد مصطفى، "كيفية تنظيم السياحة الالكترونية ومردودها على صناعة السياحة"، ورقة عمل مقدمة في ملتقى صناع السياحة والسفر، ص7، ص8.

في قطاع السياحة ـ سواء مجال الفندقة، وخطوط الطيران، ووكالات السفر والمرشدين السياحيين، وغيرها من قطاعات العمل السياحي. ويتم ذاك بالتعاون مع الوسطاء التقليدين في مجال السياحة فكلاهما مكملاً للآخر.

- تخليق أنماط جديدة من المؤسسات والهيئات الخاصة بتنشيط السياحة والتي تعتمد في عملها على المواقع الالكترونية المتقدمة على شبكة الانترنت، وتوفير الدعم الفني 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.

3.4 التسويق الالكتروني:

يقدم التسويق الالكتروني العديد من المزايا للسياحة يمكن تلخيصها فيما يلي:[16]

- توفير المعلومات التي يحتاجها السائح حول المقاصد السياحية والخدمات التي تعرضها من فندقة وإطعام وترفيه وغيرها إضافة إلى المعلومات حجوزات السفر وصرف العملات وطرق الدفع،...الخ.

- توفير الجهد والوقت إذ يمكن للسائح الاتصال مباشرة بشبكة الانترنت وتصفح المواقع السياحية المختلفة عبر العالم وإجراء المقارنات بينها فيما يتعلق بالأسعار وطرق الحجز والدفع متجنبا بذلك التكلفة المادية للزيارة الميدانية لوكالات السفر وشركات الطيران.

[16] مليكة زغيب، سوسن زيرق، "دور التسويق الالكتروني في دعم وترقية السياحة الصحراوية الجزائرية"، ورقة عمل مقدمة في الملتقى الدولي حول دور السياحة الصحراوية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، بسكرة، الجزائر، يومي 11 و12 مارس 2012، ص 14.

- جلب فئات جديدة من السياح اللذين هم على اتصال الدائم بالانترنت.
- تخفيض مصاريف الترويج والإعلان عن المنتج السياحي وتحسين وتطوير الخدمات السياحية.
- تخفيض التنافسية والخروج من الحدود الإقليمية إلى السوق العالمية.
- تنشيط السياحة إلكترونيا يؤدي تلقائيا إلى تنشيط بقية فروعها كالفندقة التي ستهتم أكثر بتقديم خدمات ذات جودة عالية.

يتطلب تسويق السياحة إلكترونيا عدة مراحل وهي:[17]

- تجميع المعطيات السياحية من عروض، أسعار، خرائط وتقارير...
- رقمنة المعطيات المجمعة باستخدام الوسائل التكنولوجية.
- نشر المعلومات المجمعة إلكترونيا عبر الواب وعبر الوسائط الالكترونية المتعددة وبأكثر من لغة.
- تزويد الهيئات، الوكالات، الدواوين، المؤسسات السياحية والفندقية بوصلة انترنت موزعة شبكيا ومقبولة ومتوافقة مع حجمها، وبريد الكتروني فضلا عن الهاتف والفاكس.

[17] نفس المرجع، ص 15.

الخلاصة:

أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة ضرورة حتمية باعتبارها البنية الأساسية للتنمية بشكل عام والتنمية السياحية بشكل خاص وهذا في ظل التطورات الحاصلة في تقنية المعلومات والاتصالات والتنافس الكبير بين بلدان العالم حول استخدماها فطبيعة وجودة ونوعية الخدمات السياحية تفرض حتمية تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة في القطاع السياحي، حيث أن هناك العديد من الدول العربية التي خطت خطوات عملاقة في مجال السياحة الالكترونية وجعلتها القاعدة الأساسية لتحقيق التنمية السياحية. لكن تبقى الجزائر من الدول الضعيفة في السياحة الالكترونية وهذا قد يكون راجع للعديد من العوامل كضعف التجارة الالكترونية والبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال لذلك فعلى الدولة القيام بمجهودات جبارة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة والعمل على قيام وتطوير السياحة الالكترونية من أجل مواكبة التطورات العالمية وبناء اقتصاد رقمي.

كما توصلنا إلى جملة من النتائج المهمة وهي:

1. تعتبر السياحة الالكترونية من أبرز التطورات الحاصلة في مجال السياحة فهي تشكل ذلك المزيج بين السياحة وتكنولوجيا المعلومات والاتصال. كما أنها تلعب دورا بارزا في تحقيق التنمية بصفة عامة والتنمية السياحية بصفة خاصة.
2. شهدت السياحة الالكترونية تطورات هائلة في بعض الدول العربية كالمملكة العربية السعودية، جعلتها الحجر الأساس لتحقيق التنمية السياحية.
3. التسويق السياحي الفعال بواسطة الإنترنت يمكن أن يساعد البلدان النامية بصفة عامة والجزائر بصفة خاصة على رسم صورة ايجابية وتطوير منتجات جديدة، وترويج مواردها السياحية، وتوسيع قاعدتها من الزبائن، وزيادة الحصة التي تحصل عليها من أرباح السياحة.
4. تسجيل تأخر الجزائر في مجال السياحة الالكترونية وهذا مقارنة بالدول المجاورة كتونس مثلا.

5. تفتقد المواقع الالكترونية الجزائرية المروجة للسياحة إلى التفاعلية والديناميكية.

كما ارتأينا أن نقدم بعض الاقتراحات والتوصيات التي نراها ضرورية لقيام وتطوير السياحة الالكترونية في الجزائر وتحقيق التنمية السياحية ومنها:

1. العمل على تقوية البنية التحتية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر.
2. العمل على نشر الوعي لمفهوم السياحة الالكترونية وأهمية استخدامها لتنمية وترقية السياحة في الوطن العربي على وجه عام والجزائر على وجه الخصوص.
3. إن من الضروري أن تؤدي الحكومات دورًا أساسيًا بتوفيرها الهياكل الأساسية التقنية والتكنولوجية.
4. دعم برامج التعاون فيما بين الدول في مجال التكنولوجيا وتقنية المعلومات والاستعانة بخبرات الدول الأخرى في هذا المجال.
5. تدريب العاملين بالمؤسسات السياحية والفندقية على كيفية استخدام الانترنت في الترويج لمنتجاتهم السياحية بأعلى كفاءة وأقل تكلفة.

المصادر:

(1): طوايبية أحمد، "السياحة الالكترونية كأسلوب لترقية القطاع السياحي"، ورقة عمل مقدمة في الملتقى العلمي الدولي الثامن بعنوان: تنمية السياحة كمصدر تمويل متجدد لمكافحة الفقر والتخلف في الجزائر وفي بعض البلدان العربية والإسلامية، تمنراست الجزائر، 19 و20 ديسمبر 2009.

(2): بختي إبراهيم، شعوبي محمود فوزي، "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة"، مقال في مجلة الباحث، العدد 07، 2010/2009.

(3): تقرورت محمد، "أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير الخدمات السياحية"، ورقة عمل مقدمة في الملتقى الوطني حول: السياحة والتسويق السياحي في الجزائر-الإمكانيات والتحديات التنافسية-، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، في 25 و26 أكتوبر 2009.

(4): بختي إبراهيم، شعوبي محمود فوزي، "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة"، مرجع سبق ذكره.

(5): "لمحة عن واقع التعاملات الالكترونية الحكومية في المملكة العربية السعودية"، برنامج التعاملات الالكترونية الحكومية (يسّر)، المملكة العربية السعودية، 2008. على الموقع الالكتروني: http://www.yesser.gov.sa/en/mediacenter/Publications%20Library/about_the%20reality_of_egovernment_transactions.pdf تاريخ الاطلاع: 2012/10/02 على الساعة: 13:27.

(6):
http://www.tunisie.gov.tn/index.php?option=com_content&task=view&id=1375&Itemid=505= تاريخ الاطلاع: 2012/10/12 على الساعة: 10:27.

(7): (http://www.tunisair.com/site/publish/content/default.asp?lang=fr) تاريخ الاطلاع: 2012/10/12 على الساعة: 10:37.

(8) : Sofiane Bensaid, « enjeux le e-commerce en algerie – un énorme potentiel à devlopper », DjazairCom, N°13,2010.

(9): محمد مصطفى، "كيفية تنظيم السياحة الالكترونية ومردودها على صناعة السياحة"، ورقة عمل مقدمة في ملتقى صناع السياحة والسفر.

(10): مليكة زغيب، سوسن زيرق، "دور التسويق الالكتروني في دعم وترقية السياحة الصحراوية الجزائرية"، ورقة عمل مقدمة في الملتقى الدولي حول دور السياحة الصحراوية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، بسكرة، الجزائر، يومي 11 و12 مارس 2012.