

صناعة تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات و علاقتها بتطوير السياحة الإلكترونية -دراسة حالة المملكة العربية السعودية (2001-2013)-

أ. سميحة بوخاري

د. محمد يدو

جامعة البليدة 2

المخلص:

تهدف هذه الدراسة إلى البحث في مختلف جوانب موضوع صناعة تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات التي باتت محل اهتمام معظم الدول في كل القطاعات الاقتصادية بما فيها قطاع السياحة الإلكترونية، فلم تعد خيارا بالنسبة للقائمين على هذا القطاع، بل حتمية تفرضها الأوضاع الاقتصادية الراهنة لتطوير القطاع السياحي، خاصة مع تزايد الوعي لدى السائح و تطلعه للحصول على تشكيلة خدمات تتناسب و متطلبات الإقتصاد الرقمي الراهن.

résumé:

le but de cette étude c'est la recherches dans les différentes côtés du sujet De l'industrie de la technologie des informations et la communication celle-ci qui devenue le centre d'intérêt de la majorité des pays dans tous les secteurs économiques tel que le secteur touristique électronique il ne reste pas un choix pour les travailleurs dans ce secteur mais c'est une obligation qui le pose des situations économiques momentanées pour développer et progresser le secteur touristique surtout avec l'augmentation la conscience chez le touriste et son regard d'obtenir une gamme de services compatibles avec les exigences l'économie numérique momentanés.

les mots clefs:industrie technologique informatiques et de communication, tourisme ,tourisme électronique.

مقدمة:

يشهد قطاع السياحة الإلكترونية تطورا سريعا في مختلف مناطق العالم خاصة في ظل تزايد و تنامي الأنشطة الاقتصادية التي تحتاج إلى تمويلات ضخمة، مما يجعل أهميتها تزداد و دورها فعال في تنمية اقتصاديات الدول.

و السعودية كغيرها من دول العالم تسعى للنهوض بهذا القطاع في ظل التطور التكنولوجي و ارتفاع مستوى الوعي السياحي للأفراد و اطلاعهم على الخدمات التي تقدمها السياحة الإلكترونية، الأمر الذي يجعل حاجاتهم و رغباتهم دائما ترقى لخدمات أفضل و التي تحقق لهم مستوى عال من الإشباع، لهذا تسعى الهيئة العامة للسياحة و الآثار إلى إدراج وسائل و معدات صناعة تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تقديم خدماتها، بالشكل الذي يسمح لها بجذب أكبر عدد ممكن من السياح مع مستوى عال من الجودة. و من هنا تنبثق إشكالية بحثنا الأساسية و التي تتجلى في التساؤل الجوهري التالي:

"إلى أي مدى يمكن لصناعة تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات أن تساهم في تنمية و تنشيط السياحة الإلكترونية؟"

و تحت هذا التساؤل الرئيسي، تندرج الأسئلة الفرعية التالية:

- ما المقصود بصناعة تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات؟ و ما مزايا تطبيق هذه الصناعة؟

- ما هي متطلبات تجسيد السياحة الإلكترونية؟
- كيف يمكن لصناعة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات أن تؤثر على السياحة الإلكترونية؟
- ما مقومات تفعيل السياحة الإلكترونية السعودية؟

● **أهمية البحث:** تتبع أهمية البحث من أهمية الموضوع الذي نتناوله، حيث تساهم الدراسة في إبراز الدور المهم الذي تلعبه صناعة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في تنمية و تنشيط السياحة الإلكترونية، من خلال السعي لبيان الفوائد الممكن تحقيقها من تطبيق صناعة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، و ما تأثير هذه الصناعة على تطور السياحة الإلكترونية من خلال تحسين جودة الخدمات السياحية المقدمة.

● **أهداف البحث:** يرمي هذا البحث إلى تحقيق الأهداف التالية:

✓ التعرف على مزايا تطبيق صناعة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في مجال السياحة الإلكترونية.

✓ محاولة إبراز أثر صناعة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات على جودة خدمات السياحة الإلكترونية المقدمة.

✓ محاولة تشخيص إجراءات تنفيذ صناعة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات لتفعيل السياحة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية.

● **محاور البحث:** للإمام بجوانب الموضوع و بلوغاً للأهداف المرسومة لهذا الجهد العلمي، و محاولة منا لمناقشة و تقييم موضوع: "صناعة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و علاقتها بتطوير السياحة الإلكترونية-حالة المملكة العربية السعودية-"، ارتأينا تقسيم بحثنا إلى أربعة محاور رئيسية، تمثلت في:

✓ أولاً: صناعة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات.

✓ ثانياً: السياحة الإلكترونية في ظل صناعة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات.

✓ ثالثاً: انعكاسات صناعة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات على جودة خدمات السياحة الإلكترونية.

✓ رابعاً: إجراءات تفعيل السياحة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية.

● **أولاً: صناعة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات.**

يقوم العالم المعاصر اليوم أساساً على المعلومة التي تعد المادة الأولية الوحيدة، فكلما زاد استهلاكها ارتفعت قيمتها و يتم دورها بشكل تام إذا ما تم إيصال هذه المعلومة بالوسيلة و الأداة اللازمة لذلك، و لهذا أصبح الفرد و المؤسسات يتجهون نحو استخدام و اكتساب صناعة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات.

1- صناعة تكنولوجيا المعلومات: لقد تعددت التعاريف التي قدمت في شأن مصطلح "صناعة تكنولوجيا المعلومات"، لذا سنحاول إعطاء أهم التعاريف بغية الإحاطة قدر الامكان بالمعاني التي تتضمنها.

1.1- تعريف التكنولوجيا: يعود أصل كلمة تكنولوجيا إلى اللغة اليونانية، و هي تتركب من عنصرين: "techne" و تعني الفن

أو الصناعة، و "logos" و تعني الدراسة أو العلم، و هذا ما يعني أن التكنولوجيا مفادها صناعة العلم أو فن الدراسة (وليد عودة الهمشري، 2009، ص: 22).

و قد عرفت أيضاً على أنها: "مختلف العمليات و الأساليب التي تقوم بها المؤسسات قصد تحويل مدخلاتها بمختلف أنواعها (مواد، معارف، بيانات، رؤوس أموال...) إلى مخرجات جاهزة و قابلة للاستهلاك كالسلع و الخدمات" (محمد الصيرفي، 2009، ص: 81).

2.1- تعريف المعلومات: تعرف على أنها: "حقائق و بيانات منظمة تشخص موقفاً أو ظرفاً محدداً، أو تشخص تهديداً ما أو فرصة محددة، و تبعاً لذلك فإن المعلومات هي نتيجة

البيانات" (ربحي مصطفى عليان، 2008، ص: 43)، و بمعنى آخر تعرف على أنها: "بيانات يتم تنظيمها وتبادلها".

2- الإتصال: يعود أصل كلمة إتصال "communication" إلى جذور الكلمة اللاتينية "communis" و التي تعني "الشيء المشترك" (عبد الرزاق محمد الدليمي، 2011، ص: 26)، إذ يعرف الإتصال على أنه: "أحد ركائز التوجيه، حيث ينطوي على تدفق المعلومات و التعليمات و التوجيهات و الأوامر و القرارات من فرد إلى مجموعة، بغرض الإبلاغ، أو التأثير، أو إحداث التغيير باتجاه بلوغ أهداف محددة مسبقاً" (بشير العلق، 2009، ص ص: 17-18).

فبناء على ما سبق يمكن تعريف تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات على أنها: "الجانب التكنولوجي في نظام المعلومات، و الذي يتضمن الأجهزة و قواعد البيانات و البرمجيات و الشبكات و أجهزة أخرى". (وصفي عبد الكريم لكساسبية، 2011، ص: 33)

3- مزايا تطبيق صناعة تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات: إن التطبيق السليم لصناعة تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات له عدة مزايا، تتمثل أبرزها في:

* رفع مستوى الأداء

* زيادة قيمة الإنتاجية

* فعالية اتخاذ القرارات.

* تنمية العمل وفق نظم واضحة و طرق عمل محددة.

* تدعيم نجاح المنظمات ذات المجالات الإدارية و التنظيمية المعقدة.

4- معوقات تطبيق صناعة تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات: تواجه غالبية الدول العربية مجموعة من القيود و المعوقات التي تحول دون التطبيق الفعال لصناعة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، و لضمان التطبيق السليم لابد من تخطي العقبات التالية: (سميرة مطر المسعودي، 2013، ص ص ص: 49-52-56-57).

1.4- معوقات إدارية: حيث لا تزال بعض الدول و خاصة الدول النامية تتخذ بعض الأساليب الإدارية التقليدية كالأسلوب البيروقراطي نموذجاً للعمل بها، و هذه الأساليب لا تتناسب مع متطلبات تطبيق صناعة تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات.

2.4- معوقات تقنية: إذ يلاحظ على الدول النامية أنها لم تستطيع الاستفادة من إمكانيات التقنية، بسبب وجود معوقات تقنية تقف حائلاً أمام أي تقدم في المجال المعلوماتي من أهمها: ضعف مستوى البنية التحتية للمعلومات و الإتصالات، قلة الوعي بما تنتجه صناعة تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات من فرص معرفية و بحثية و استثمارية، و محدودية انتشار و استخدام أجهزة الحواسيب في مختلف المجالات.

3.4- معوقات بشرية: إن النقص في عدد الأفراد المؤهلين للتأقلم مع البيئة الرقمية، أصبح أمر تعاني منه أغلب الدول و بالأخص الدول النامية، و هذا لعدم وجود مراكز تدريب موثقة.

4.4- معوقات مالية: إذ تعاني معظم المنظمات من النقص في الإمكانيات المادية اللازمة لمثل هذه المشاريع.

ثانياً: السياحة الإلكترونية في ظل صناعة تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات

يتزايد دور صناعة تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات في صياغة الحاضر و تشكيل المستقبل، و كذا بناء مجتمع متطور، فلقد أصبحت هذه التكنولوجيا مطلباً أساسياً في شتى مجالات الحياة، خاصة في المجال السياحي مما أبرز ما نسميه اليوم بالسياحة الإلكترونية.

1- أسباب ظهور السياحة الإلكترونية: تعود بداية السياحة الإلكترونية إلى العام 1990 و ذلك مع ظهور web world wide- www أي web، و دخول الأنترنت في سوق التجارة

العالمي، و على كل قنوات التجارة سواء كانت بين شركات مباشرة أو بين الشركات و المستهلكين و حتى بين المستهلكين فيما بينهم، و أول ممثل لهذا القطاع كان موقع "ديكريفتور" dégriftour في العام 1991. (حدة رايس، عبد الحق جنان، زينب بن تركي، 2010، ص: 26)

و تظهر الحاجة إلى السياحة الإلكترونية من خلال المنافع الضخمة التي توفرها إما لمقدمي الخدمات السياحية أو للسائحين أنفسهم، حيث تسهم في تجاوز الحواجز التقليدية في المعاملات السياحية النمطية و لعل من أهم هذه المنافع تيسير تقديم المعلومات التي يعتمد عليها القطاع السياحي من خلال تأمين المعلومات السياحية المطلوبة على مدار 24 ساعة في اليوم و 7 أيام في الأسبوع، و تأمين الثقة في وسائل الدفع عبر الإنترنت، و هنا أصبح بإمكان المستهلك السياحي الحصول على جميع البيانات و المعلومات التي يحتاجها عن المنتج السياحي من خلال شبكة الإنترنت.

2- مفهوم السياحة الإلكترونية: تعرف السياحة الإلكترونية على أنها: "استخدام الأعمال الإلكترونية في مجال السفر و السياحة، و استخدام تقنيات الإنترنت من أجل تفعيل عمل الموردين السياحيين و الوصول إلى تسهيلات أكثر فعالية للمستهلكين السياحيين". (سمية عمراوي، سامية جودي، 2012، ص: 03)

كما تعرف على أنها: "استخدام لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال متمثلة في المواقع الإلكترونية و البريد الإلكتروني و الهواتف المحمولة و وسائل التواصل الاجتماعي الإلكتروني، و ذلك من قبل المؤسسات و الهيئات و الأفراد بهدف تقديم الخدمات السياحية و تسويقها بما يلبي مختلف المقاصد السياحية".

3- سمات السياحة الإلكترونية: تتسم معاملات السياحة الإلكترونية عن معاملات السياحة التقليدية بعدة خصائص، نذكر أهمها فيما يلي:

• تتعامل السياحة الإلكترونية بالمستندات الإلكترونية التي تعتمد على التوقيع الإلكتروني بدلا من المستندات الورقية ذات التوقيع الخطي.

• تستخدم السياحة الإلكترونية معظم الوسائط الإلكترونية في معاملاتها، و التي من ضمنها الإنترنت.

• يتم التعامل من خلال السياحة الإلكترونية بطريقة غير مباشرة بين أطراف العلاقة، أي بين السائح و الهيئات و المنظمات السياحية.

• تتسم السياحة الإلكترونية بالطابع الدولي أو العالمي في معاملاتها، حيث يمكن أن يتزود السائح بالخدمات السياحية من أي مكان و من أي دولة كانت.

4- مراحل تجسيد السياحة الإلكترونية: تتطلب السياحة الإلكترونية لتجسيدها عمليا أربعة مراحل أساسية لصناعة المحتوى الرقمي، و هي: (نبيل عيد، 2013، ص: 01)

• تجميع المعطيات السياحية: مثل عروض، أسعار، خرائط، تقارير، تحديد الأماكن السياحية وغيرها.

• رقمنة المعطيات المجمعة باستخدام مختلف الوسائط التكنولوجية.

• نشر المعلومات المجمعة إلكترونيا عبر الإنترنت، و عبر الوسائط الإلكترونية المتعددة، و بأكثر من لغة.

• تزويد الهيئات، الوكالات، و المؤسسات السياحية و الفندقية بوصلة أنترنت سريعة موزعة شبكيا إضافة إلى خدمات الإنترنت الأخرى.

5-متطلبات إرساء السياحة الإلكترونية: لوضع مفهوم السياحة الإلكترونية على أرض الواقع فلا بد من وجود عدّة متطلبات أساسية،تشكل نقطة الارتكاز التي من خلالها يمكن الانطلاق نحو التطبيق الشامل و الفعّال للسياحة الإلكترونية و بالأخص في الدول النامية، و التي تتمثل فيما يلي: (يوسف محمد ورداني،2009،ص:01)

1.5- تكوين البنية التحتية المعلوماتية: تتمثل البنية التحتية في المكونات المادية و البشرية التي يمكن من خلالها تنفيذ التطبيقات الإلكترونية للأجهزة الخاصة بالسياحة الإلكترونية، و هي تتضمن عنصرين أساسيين و هما:

✓ تجهيزات الحاسب الآلي.

✓ أنظمة المعلومات.

و لا تكتمل البنية التقنية إلا بتوفير الروابط الإلكترونية،من خلال هذه العناصر:

• أجهزة الاتصالات.

• شبكات الربط الإلكتروني.

• الخدمات المساندة المتمثلة في:مواقع شبكة الانترنت و البريد الورقي لخدمات توصيل الطرود و الإرساليات البريدية و الاهتمام بتحديد المواقع السياحية.

2.5- تحقيق الأمن و الموثوقية المعلوماتية: إذ يعتبر ضعف الأمن في مجال العمل إلكترونياً ضعفاً للثقة،مما يتطلب توفيرها ضمن أنظمة السياحة الإلكترونية و مستخدميها و البيئة الحاضنة أيضاً.

3.5- توافر البيئة الثقافية المساندة:و هذا من خلال البرامج التدريبية التي تهدف للتوعية بأهمية الوعي بتكنولوجيا المعلومات و الاتصال و ارتباط السياحة الإلكترونية بها، و تزويدهم بالمهارات اللازمة لذلك.

4.5- تهينة الأنظمة و التشريعات: إذ لا بد من تحقيق الإصلاح التشريعي الذي يعد مقوم أساسي و هام للسياحة الإلكترونية،و هذا بغرض تحقيق عدّة أهداف منها:

• إعطاء المشروعية لكل الأعمال الإلكترونية الخاصة بالسياحة الإلكترونية.

• تحقيق مبدأ الشفافية.

• تحقيق الأمن الوثائقي،و خصوصية و سرية المعلومات.

5.5- تحقيق التحول التنظيمي:إن مرحلة الانتقال بالأجهزة السياحية من الإجراءات التقليدية المتبعة حالياً إلى تطبيقات السياحة الإلكترونية يحتاج إلى جهود مكثفة و الكثير من الصبر،و إلى خطوات متعددة تأخذ صفة التحول و تهدف إلى تحقيق تطوير جوهري و طموح يكفل سرعة أداء المؤسسات السياحية و تخفيض التكلفة و جودة الخدمة السياحية،و هي تتعلق بعدّة جوانب رئيسية تتمثل أهمها في الدعم و المساندة من قبل المستويات الإدارية العليا لمختلف الهيئات و المؤسسات السياحية،و إعداد موظفين و عاملين متقبلين لفكرة السياحة الإلكترونية.

6-الخدمات التي تقدمها مواقع السياحة الإلكترونية:توفر مؤسسات السياحة الإلكترونية جميع الخدمات التي تقدمها المؤسسات التقليدية بدءاً من توفير المعلومات وصولاً إلى عمليات الحجز،شراء البطاقات،و البيع المباشر لتذاكر السفر من خلال الإنترنت أو الهاتف،و يسمى ذلك "**التذاكر الإلكترونية**".

و منه على السائح البحث عن مواقع لشركات طيران مثلا و الحجز إلى أي دولة يريد،و الطلب منهم إرسال التذكرة الإلكترونية إلى عنوان بريده الإلكتروني ثم يقوم بنسخها إلى ملف وورد،و يوضح في الموقع الذي حجز السائح من خلاله طرق الأمان المستخدمة.

1.6- التذاكر الإلكترونية: تعد التذاكر الإلكترونية تلك التذاكر التي يتم فيها تخزين تفاصيل بيانات الحجز من قبل السائح بشكل آمن في نظام شركة الطيران الآلي للحجز، وبالتالي تزيل الحاجة إلى تزويده بتذكرة ورقية.

✓ **مزايا استخدامها:** إن استخدام التذاكر الإلكترونية له مميزات و فوائد عديدة نذكر منها التالي:

- وفرة التكاليف و العمالة و الجهد للسائحين.
 - تمكن من معرفة الحضور الفعلي من السائحين الذين يحملون التذاكر الإلكترونية في حضور حدث ما، و ما هو العدد الفعلي منهم (عدد الأشخاص)، و التسليم الفوري.
 - تتميز التذاكر الإلكترونية بوفرة المساحة اللازمة لوجود بيانات و معلومات إضافية مثل: عنوان الشارع، الخريطة، و أي معلومات أخرى قد يحتاج لها السائح.
- 2.6- آلية الحجز و الإصدار الإلكتروني:** هي عمليات تخص بالمقام الأول مجال السياحة و الفنادق و السفر و جميع أوجه المواصلات المعروفة إما نقلا بالجو أو برا أو بحرا، و هنا تقوم كل جهة بدور مختلف عن الأخرى في كيفية إبراز تلك التذاكر بشكل يوحى للسائح أن هذه التذكرة لا يمكن التلاعب بها أو حتى التفكير بالقيام بتزويرها لإعادة استعمالها أو طباعة تذاكر أخرى لبيعها في السوق السوداء، كما يجب أن يكون لدى السائح البطاقة الائتمانية للقيام بالحجز عن طريقها للسفر.
- ثالثا: إنعكاسات صناعة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات على جودة خدمات السياحة الإلكترونية.**

إن الحديث عن التغيرات التي قد تطرأ على السياحة الإلكترونية تحت تأثير صناعة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات يطرح عدّة إشكالات منهجية، لا سيما و أن هذه التكنولوجيا تعرف تسارعات مستمرة جعل الإعتقاد بأن التطور التكنولوجي في ميدان المعلومات و الاتصالات سيدفع لا محالة بالسياحة الإلكترونية أن تغير نماذجها الشاملة لاستخدامها في المحافظة على الريادة في خضم المنافسة.

و من التغيرات الكبرى التي من المتوقع حدوثها في قطاع السياحة الإلكترونية جراء التحولات التكنولوجية الجارية ما يلي: (رشيد الناصري، 2013، ص: 01)

1- أثر صناعة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات على عملية الجذب السياحي: تعد تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات الوسيط المناسب لتحسين جودة الخدمات السياحية، إذ تسهل على السائح عملية البحث و التعرف على المعالم و المناطق السياحية، من خلال صورة تفاعلية مرئية تخيلية للموقع، و الإطلاع على البيانات و المعلومات التفصيلية للمناطق السياحية المراد زيارتها، و أيضا تمكن السائح من تخطيط و وضع برنامج لرحلته و اختيار المناطق التي يرغب في زيارتها، و ترتيب مواعيد زيارته لها حتى يتسنى له مشاهدة أكبر عدد ممكن من المعالم السياحية، و تخصيص ميزانية تقريبية لنفقاته.

2- أثر صناعة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات على تكاليف الخدمات السياحية: حيث يؤدي استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات إلى تخفيض تكلفة إنتاج الخدمة السياحية، فهي تساهم من جهة في رفع الترويج السياحي، و من جهة أخرى تعمل على تخفيض التكاليف، خصوصا تلك المتعلقة بالاتصال المباشر بالوسطاء و السياح و تلك المتعلقة بالتوزيع، مما يقلص تكاليف طباعة المطبوعات و الدوريات السياحية، بالإضافة إلى خفض حجم العمالة الزائد و رفع قدرات العاملين في القطاع السياحي و تدريبهم على استخدام الحاسب الآلي و الأنترنت و التطبيقات و البرامج المختلفة.

3- أثر صناعة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات على تحسين جودة الخدمات السياحية: إن التوسع في استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات قد يؤدي إلى ظهور احتياجات

كامنة لم تكن موجود من قبل، مما يدفع بالعاملين بالقطاع السياحي إلى تطوير منتجات جديدة و متنوعة تلبي كثرة الطلب السياحي، و أيضا هذا التوسع يؤدي إلى تحسين الخدمة المقدمة، و توسيع قاعدة السياح، و منه الرفع من القدرة التنافسية للمؤسسة السياحية، و يضيف عليها حالة من المصدقية و جودة الخدمة، مما ينعكس إيجابا على دخل القطاع السياحي إجمالاً.

5- أثر صناعة تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات على أنظمة الحجز الجوي و وكلاء الأسفار: إن ظهور الوسائل المعلوماتية الجديدة كالأنترنت تتيح للسياح و مندوبي الأسفار مدخلا لنطاق معلومات السفر و الحجز دون المرور عبر الأنظمة الكلاسيكية، حيث يستعمل كل من قطاع النقل الجوي و وكلاء الأسفار و بكثافة التقنيات الجديدة في المعلومات و الإتصالات، ففي الولايات المتحدة الأمريكية مثلا يستعمل منذ أواسط السبعينات نظام (SABRE Semi automatic Business environment) وهو نظام تم طرحه بالتعاون مع شركة IBM لإتمام الحجز و عمليات الرحلات على الخطوط الجوية الأمريكية. و في الوقت الراهن تقوم أنظمة على غرار SABRE بما هو أكثر من مجرد الحجز، فقد تحولت أنظمة متكاملة للرحلات ترتبط بالفنادق و المنتجعات السياحية و وكلاء الأسفار و مؤجري السيارات مما يمكن هذه الأنظمة من تحقيق ربحية عالية.

6- أثر صناعة تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات على قطاع الفنادق: من المتوقع أن تفتح صناعة تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات لقطاع الفنادق آفاقا و طرقاً جديدة للتسويق و أن تصبح أداة مساعدة في الترويج و الحجز، فميزة هذه الأداة أنها تحت تصرف جميع المؤسسات الفندقية أيا كان حجمها، إذ أن هذه المؤسسات تنشأ مواقع معلوماتية على شبكة الأنترنت من أجل تسويق فنادقها بواسطة الصورة و الصوت، حيث لم يعد يتصور في المستقبل أن يقبل السائح الحجز من أي فندق إن لم يتمكن من معاينته و مشاهدته.

رابعاً: إجراءات تفعيل السياحة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية.

نظرا لأهمية قطاع السياحة الإلكترونية في الإقتصاد الوطني، تعتمد كل دولة إلى وضع خطط لتنمية هذا القطاع و جعله أكثر تنافسية و بالتالي أكثر ربحية، حيث نجد أن المملكة العربية السعودية التي تعد مقصدا سياحيا منذ الأزل، قد أنشأت الهيئة العامة للسياحة و الآثار حتى تقوم بتفعيل السياحة الإلكترونية و هذا من خلال وضع عدة مقومات ذات أهداف معينة، تسعى من خلالها إلى اجتذاب الملايين من السياح، و ذلك بناء على عدة إجراءات، تتمثل في: (الهيئة العامة للآثار و السياحة، 2013، ص: 01).

1- عن الهيئة: لقد مرت الهيئة بعدة مراحل لتصل إلي هيكلها الحالي و تصبح الجهة الرسمية الأولى المسؤولة عن السياحة الإلكترونية، تأكيداً على اعتماد السياحة الإلكترونية قطاعاً إنتاجياً رئيسياً في الدولة، خاصة فيما يتعلق بجذب المواطن السعودي للسياحة الداخلية، و زيادة فرص الاستثمار و تنمية الإمكانات البشرية الوطنية و تطويرها، و إيجاد فرص عمل جديدة للمواطن السعودي، و هذا يستلزم قيام الجهات المسؤولة بالتخطيط لتطويرها و تنميتها، انطلاقاً من العديد من المقومات السياحية المتميزة التي تتمتع بها المملكة.

2- الأهداف و التطلعات: كان الهدف من إنشاء الهيئة:

- تسهيل حصول المواطنين على المعلومات عن الوجهات و الأنشطة و الخدمات و المنتجات السياحية بطريقة ميسرة و سهلة، كما تضيف للمواطنين خدمات تساعدهم في التخطيط المبكر للرحلات السياحية ليكفل لهم أفضل الخيارات و أنسب الأسعار.
- كما تعمل الهيئة و تطلع دائما إلى تعزيز دور قطاع السياحة، و تذليل عوائق نموه معتمدة على عوامل و مقومات هائلة تتمتع بها المملكة.

• كما تسعى الهيئة من تطوير موقع السياحة السعودية الإلكتروني الجديد (www.sauditourism.sa) إلى أن يكون المرجع الرئيسي للسائح في رحلته السياحية المحلية الذي يمكنه من معرفة المواقع السياحية الطبيعية، و المواقع الأثرية و الخدمات السياحية في مختلف المناطق السعودية، بالإضافة إلى إحتواء الموقع على وسائل تمكن السائح من التخطيط الأفضل لرحلته السياحية.

3-رؤية و مهمة الهيئة:تعد الهيئة مركزاً لتحفيز السياحة الإلكترونية، إذ تعمل من خلال شراكة وثيقة مع الأطراف و الشركاء المعنيين لتكون الداعم الأساسي لإحداث تنمية بقطاع السياحة الإلكترونية، كما تعمل الهيئة على تسهيل تنمية مستدامة و ناجحة للسياحة الإلكترونية في المملكة من خلال توفير توجه واضح لها، والعمل من خلال الشراكة الوثيقة مع رواد صناعة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و الشركاء لإيجاد و تهيئة مناخ تستطيع هذه السياحة الناشئة من خلاله تحقيق درجة عالية من الإكتفاء الذاتي.

4-قاعدة بيانات مقدمي الخدمات السياحية الإلكترونية:تقدم الهيئة من خلال موقع السياحة الإلكترونية رؤية متخصصة للنشاط السياحي في المملكة، معلومة، و خدمة، و وصولاً سهلاً، و ينجز الموقع ذلك من خلال باقة متكاملة من المعلومات للباحثين عن خدمات سياحية، أو معلوماتية بخصوص السياحة في المملكة.

و تتيح القائمة الرئيسة بالموقع روابط عديدة عن إحصاءات سياحية و دراسات و أبحاث، و يشمل ذلك تقارير سنوية و ربع سنوية فضلاً عن إحصاءات المؤسسات و قطاع الإيواء، و ينشر الموقع كذلك إصدارات عامة عن السياحة و على صعيد الدراسات و الأبحاث، يتيح نبذة مختصرة عن بعض الأبحاث التي تم إنجازها.

و يقدم الموقع خدمة أخرى مهمة و هي بنك معلومات السياحة الجغرافية، حيث يتيح عبر تلك الزاوية، خريطة سياحية يمكن تكبيرها للإطلاع على أي من التفاصيل التي تقدمها، كما يتيح الموقع تصفحاً لنظام إصدارات الهيئة، بنفس نمط البحث في قواعد البيانات.

5-برنامج أمن المعلومات الشخصية في الهيئة: إذ تقوم الهيئة من خلال برنامج أمن المعلومات الشخصية باتخاذ الإجراءات و التدابير المناسبة و الملائمة للمحافظة على معلومات السائح الشخصية التي لديها، بشكل آمن يضمن حمايتها من الفقدان أو الدخول غير المصرح به أو إساءة الاستخدام، أو التعديل و الإفصاح غير المصرح بهما، و من أهم التدابير المعمول بها في الهيئة لحماية معلومات السائح الشخصية:

• الإجراءات و التدابير المشددة لحماية أمن المعلومات و التقنية التي تستخدمها للوقاية من عمليات الاحتيال و الدخول غير المصرح به إلى أنظمتها.

• التحديث المنتظم و الدوري لإجراءات و ضوابط الحماية.

• إن موظفي الهيئة مؤهلون و مدربون على احترام سرية المعلومات الشخصية لزائري المملكة.

6-ميزانية الهيئة:للهيئة ميزانية مستقلة تعد و تصدر وفقاً لترتيبات إصدار الميزانية العامة للدولة، و تصرف الإعتمادات التي تخصص لها في ميزانية الدولة وفقاً لتعليمات ميزانية الدولة، و تتكون أموال الهيئة مما يلي:

• الإعتمادات التي تخصص لها في ميزانية الدولة.

• الهبات و الإعانات و المنح و الوصايا و التبرعات التي يقبلها مجلس الإدارة.

• الموارد الأخرى التي يقرر مجلس الإدارة إضافتها إلى أموال الهيئة.

• المقابل المالي للعضوية، و يحدد مقداره بقرار من مجلس الإدارة، و يستوفى من المستثمرين المستفيدين من التسهيلات و الخدمات التي تقدمها الهيئة.

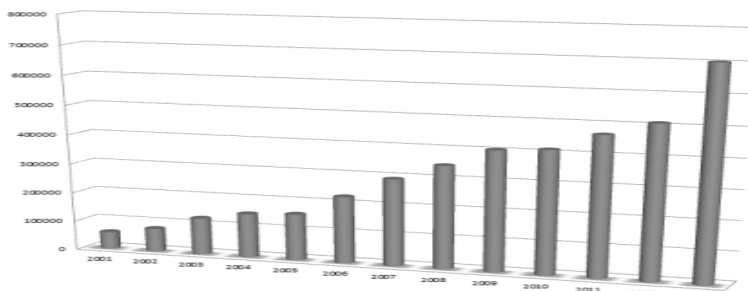
• المقابل المالي الذي يستوفى مقابل الخدمات التي تقدمها الهيئة في مجال اختصاصها.

و تعد مخصصات الهيئة من الميزانية العامة للدولة هي الدعامة الأساسية للموارد المالية السنوية، ومن الجدول التالي تتضح لنا الزيادة المطردة و النمو في اعتمادات ميزانية الهيئة قياساً بميزانية أول عام مالي للهيئة حتى ميزانية العام المالي لسنة 2013: جدول رقم(01): يبين النمو في اعتمادات الهيئة المالية خلال الفترة (2001-2013).

| السنوات | الاعتمادات | النمو السنوي في الاعتمادات | |
|---------|------------|----------------------------|----------|
| | | المبلغ | النسبة % |
| 2001 | 57,790 | - | - |
| 2002 | 97,123 | 21,333 | 36,91 |
| 2003 | 125,000 | 45,877 | 57,98 |
| 2004 | 149,623 | 24,623 | 19,70 |
| 2005 | 157,480 | 7,857 | 5,25 |
| 2006 | 226,125 | 68,645 | 43,59 |
| 2007 | 294,074 | 67,949 | 30,05 |
| 2008 | 347,000 | 52,926 | 18,00 |
| 2009 | 405,049 | 58,049 | 16,73 |
| 2010 | 413,650 | 8,601 | 2,12 |
| 2011 | 468,400 | 54,750 | 13,24 |
| 2012 | 511,250 | 42,850 | 9,15 |
| 2013 | 703,000 | 191,750 | 37,51 |

و المصدر: من إعداد الباحثة بناء على معلومات جمعت من: (ميزانية الهيئة العامة للسياحة الآثار، 2013، ص:01).

شكل رقم(01): يوضح النمو في اعتمادات الهيئة المالية خلال الفترة (2001-2013).



المصدر: نقلاً عن: (ميزانية الهيئة العامة للسياحة والآثار، 2013، ص:01).

7-برنامج تطوير السياحة الإلكترونية في المملكة: يهدف هذا البرنامج إلى تقديم الدعم و المساعدة الفنية و التسويقية و الإعلامية لمنظمي فعاليات السياحة الإلكترونية لتنمية و تطوير خبراتهم في تخطيط و تنظيم و إدارة هذه الفعاليات، و ذلك لضمان تطوير الفعاليات السياحية الإلكترونية الحالية، و تصميم و تنفيذ فعاليات سياحية إلكترونية جديدة جاذبة و ممتعة تناسب كافة شرائح المجتمع في مختلف المناطق، و يشمل هذا البرنامج على ما يلي:

1.7- برنامج منظمي الرحلات السياحية: و يتضمن ما يلي:
* سياحة الشباب. * سياحة الصحة و الاستشفاء. * سياحة الأعمال.

2.7- نموذج طلب دعم فعالية سياحية: حيث حققت استراتيجية الفعاليات السياحية السعودية خلال الفترة (2013-2005) ما يلي:

جدول رقم(02): يبيّن استراتيجية الفعاليات السياحية السعودية خلال الفترة (2013-2005).

| الإجمالي | الفعاليات السياحية السعودية |
|-----------------|--|
| 130 مؤسسة وشركة | تدريب المؤسسات والشركات المنظمة للفعاليات |
| 1500 متدرب | المتدربين من خلال الدورات وورش العمل |
| 19 دورة تدريبية | الدورات التدريبية لتطوير القدرات المتخصصة بالفعاليات |
| 9 رحلات | الرحلات الإستطلاعية |
| 4 ملتقيات | متطلبات تطوير صناعة الفعاليات السياحية |

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على: (استراتيجية الفعاليات السياحية السعودية 2014 – 2014، 2018، ص:10).

3.7- نموذج التقرير النهائي للفعالية.

4- كتيب برنامج تطوير الفعاليات السياحية: و الذي يتبين من خلاله ما يلي:

جدول رقم(03): يبيّن تطور دور الفعاليات السياحية السعودية خلال الفترة (2013-2005)

| 2013 - 2005 | 2013 | 2005 | برنامج الفعاليات |
|-------------|------------|-----------|------------------------------|
| 518 فعالية | 68 فعالية | 20 فعالية | عدد الفعاليات الأساسية |
| 68 مليون | 13.2 مليون | 870 ألف | عدد الزوار |
| 18 مليون | 2.3 مليون | 170 ألف | عدد السياح من زوار الفعاليات |

إعداد من

الطالبة بالإعتماد على: (استراتيجية الفعاليات السياحية السعودية 2014 – 2014، 2018، ص:11).

8- برنامج توظيف مهن القطاع السياحي: يعنى هذا البرنامج بوضع استراتيجيات و خطط توظيف مهن القطاع السياحي، و من هنا قامت الهيئة بالتعاون مع العديد من الشركاء في القطاعات الحكومية و الخاصة المعنية بإعداد خطط لتوظيف مهن القطاع السياحي، تتضمن رعاية و تشجيع مبادرات التوظيف وفقاً لمعايير تضمن استيفاء الموارد البشرية المستهدفة لكافة متطلبات العمل في المنشآت السياحية بما يدعم قدراتها التنافسية،و ذلك لتحديد المعارف و المهارات و السلوكيات المطلوبة للقيام بمهام و مسؤوليات المهن السياحية، لضمان جودة و فعالية برامج التدريب و التأهيل السياحي، فقد عملت الهيئة مع شركائها على ما يلي:

- الاستفادة من دعم صندوق تنمية الموارد البشرية في برامج التدريب، و التوظيف.
- توفير المعايير المهنية و الحقائق التدريبية المتخصصة بمستويات عالية الجودة.
- إستقطاب كفاءات سعودية مدربة حسب معايير معتمدة عالمياً و ذلك من خلال:

✓ إختبارات المبول.

✓ إختبارات تحديد مستوى اللغة الإنجليزية.

✓ متابعة التدريب.

✓ إختيار جهات تدريبية رائدة.

✓ برامج تدريبية معدة و معتمدة عالمياً.

9.برنامج التوعية السياحية: يُعنى هذا البرنامج بتوعية المجتمع بكافة شرائحه، أي تنمية الصورة الذهنية الإيجابية حول طبيعة العمل، و ذلك من خلال تنفيذ حملات توعية مكثفة على مختلف المستويات و من خلال وسائل و أساليب متعددة لإبراز المزايا و الفوائد العديدة التي توفرها السياحة الإلكترونية، كما يعنى البرنامج بتنفيذ عدد من البرامج التدريبية التوعوية لفئات مختلفة من العاملين في القطاعات الخدمية الحكومية و الخاصة بغرض تنمية مهاراتهم في خدمة قطاع السياحة الإلكترونية و السياح، و من تلك البرامج:

• برنامج تصميم البرامج السياحية.

• برنامج الإرشاد السياحي.

• برنامج منظمي فعاليات السياحة الإلكترونية.

الخاتمة:

مما سبق يتضح لنا أن تكنولوجيا المعلومات و الإتصال هي كل الأجهزة و المعدات الرقمية التي تقوم بعملية معالجة و تخزين و استرجاع المعلومة و القيام بإرسالها عبر شبكات الإتصال، لذا على كل المؤسسات السياحية إدراك أهميتها و ضرورة اكتسابها لما توفره من تقليل للتكاليف و الجهد مع توفير الوقت الكافي للسائح من خلال جعله يصل لأي مكان في العالم دون أي عناء.

و يمكننا القول أيضا أن استخدام تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات له تأثير واضح على مستوى خدمات السياحة الإلكترونية و هذا من خلال جودة الخدمات السياحية المقدمة.

التوصيات: على ضوء الدراسة السابقة يمكننا تقديم بعض التوصيات، و المتمثلة في:

✓ على كل المؤسسات و الهيئات السياحية تبني مفهوم تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في ميدان الخدمات السياحية الإلكترونية بين مختلف فروعها، لتستطيع لفت انتباه السياح و إقناعهم بأهمية المزايا التي تقدمها.

✓ يجب على المؤسسات السياحية مراعاة البيئة التي تنشط فيها و الانتباه للخصائص الديمغرافية للسائح و سلوكياته.

✓ العمل على تبسيط الخدمات السياحية الإلكترونية من خلال النشرات و إعلام السائح عن كيفية العمل بها قبل تطبيقها فعليا.

✓ توفير الأمن في مختلف العمليات السياحية الإلكترونية، من أجل خلق الطمأنينة لدى السائح و إشعاره أنه لا وجود لأي خطر عند استخدامه للوسائل الإلكترونية.

قائمة المراجع و الهوامش:

1. بشير العلق، الإتصال في المنظمات العامة: بين النظرية و الممارسة، (عمان: دار اليازوري للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، 2009).

2. ربحي مصطفى عليان، إدارة المعرفة، (عمان: دار صفاء للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، 2008).

3. عبد الرزاق محمد الدليمي، المدخل الى وسائل الاعلام و الإتصال، (عمان: دار الثقافة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، 2011).

4. محمد الصيرفي، إدارة تكنولوجيا المعلومات، (الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، 2009).

5. وصفي عبد الكريم لكساسة، تحسين فاعلية الأداء المؤسسي من خلال تكنولوجيا المعلومات، (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، 2011).
6. وليد عودة المهنري، عقود نقل التكنولوجيا، (عمان: دار الثقافة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، 2009).
7. حدة رايس، عبد الحق جنان، زينب بن تركي، "السياحة الالكترونية و دورها في تشييط القطاع السياحي"، في ملتقى علمي دولي حول: اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة، جامعة بسكرة، الجزائر، 09- 10 مارس 2010.
8. سمية عمراوي، سامية جودي، "متطلبات تطبيق السياحة الالكترونية-واقع بعض الدول العربية(مصر-الامارات-الجزائر)"، في ملتقى علمي دولي حول: السياحة رهان التنمية المستدامة-دراسة تجارب بعض الدول، جامعة البليلة، الجزائر، 24- 25 أبريل 2012.
9. إستراتيجية الفعاليات السياحية السعودية 2014 – 2018، الموقع الالكتروني: <http://www.scta.gov.sa/ebooks/Documents/Others/TourismEventsStrategy.pdf> / <http://www.scta.gov.sa/ebooks/Documents/Others/TourismEventsStrategy.pdf> / تاريخ الاطلاع: 28/12/2014.
10. الهيئة العامة للآثار و السياحة، الموقع الالكتروني: <http://www.scta.gov.sa/AboutSCTA/Pages/Foundation-Goals.aspx>، تاريخ الاطلاع: 27/11/2013.
11. رشيد الناصري، "تأثير تكنولوجيا المعلومات على السياحة بالمغرب"، الموقع الالكتروني: <http://www.aljabriabed.net>، تاريخ الاطلاع: 06/11/2013.
12. سميرة مطر المسعودي، "معوقات تطبيق الادارة الالكترونية في ادارة الموارد البشرية بالقطاع الصحي الخاص"، الموقع الالكتروني: <http://www.abahe.co.uk>، تاريخ الاطلاع: 13/10/2013.
13. ميزانية الهيئة العامة للسياحة و الآثار، الموقع الالكتروني: <http://www.scta.gov.sa/AboutSCTA/Pages/Budget.aspx>، تاريخ الاطلاع: 27/11/2013.
14. نبيل عيد، "السياحة الالكترونية في المنطقة العربية ودور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة"، الموقع الالكتروني: <http://mogtamaa.ning.com>، تاريخ الصدور: 15/07/2013.
- يوسف محمد ورداني، "كيفية تنظيم السياحة الالكترونية و مردودها على صناعة السياحة"، الموقع الالكتروني: <http://historicalcities.wordpress.com>، تاريخ الاصدار: 18/03/2009