

السياحة الالكترونية كأسلوب لترقية القطاع السياحي

د: طوابيية أحمد*

المعهد الوطني للتخطيط والاحصاء

1- مقدمة:

تعد السياحة مكونا مهما من مكونات النشاط الاقتصادي (الصناعة السياحية)، التي تشكل مصدرا من مصادر الدخل الوطني، ولها من الامتدادات والتأثيرات في مختلف قطاعات النشاط الاقتصادي، فلقد أصبحت من القطاعات الهامة في اقتصاديات العديد من دول العالم.

تتضمن السياحة جملة من الأنشطة المترابطة، بالإضافة إلى الهياكل والمكونات الطبيعية والصناعية، التي تعد عناصر جذب، وتتمثل في النقل، الاستقبال، الإيواء، الإطعام، الترفيه، البحر والجبال والغابات....، الحدائق.... وكل ما سبق يشكل العرض السياحي.

بناء على ما تقدم نطرح الإشكالية التالية: ما هي الأهمية الاقتصادية للسياحة، ودور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ترقية السياحة من خلال السياحة الالكترونية؟

2- السياحة وأهميتها الاقتصادية:

أ- الطلب والعرض السياحي:

تمثل السياحة سوقا يلتقي فيه الطلب بالعرض، ويتشكل الطلب السياحي من مجموع أعداد السياح الوافدين إلى المنطقة

السياحية، الذين يستخدمون المنشآت السياحية من خلال تمتعهم بالمنتوج السياحي المتمثل في خدمات النقل، التنزه، الإطعام، الإيواء، التسلية والترفيه،... ويقاس الطلب السياحي، بأعداد السياح الوافدين، أعداد ليالي المبيت، عدد أسرة الغرف المشغولة، ويتأثر الطلب السياحي بعدة عوامل منها: السعر، الدخل، السكان، وقت الفراغ، الوسائل التسويقية، التكنولوجيا، المستوى التعليمي والثقافي، الاستقرار السياسي والأمني، سعر الصرف (خارجيا) إجراءات الرحلة السياحية(1).

يتمثل العرض السياحي في مجموعة المقومات السياحية الطبيعية وعناصر الجذب السياحي الأخرى التي أنشأها الإنسان وكذلك الخدمات والتسهيلات السياحية التي تقدمها الدولة للسائحين (المقومات الطبيعية، المقومات الصناعية، الخدمات والمرافق والتسهيلات السياحية)(2) ، وبعبارة أخرى كل ما تستطيع أن تقدمه منطقة ما لقاصديها من السياح الفعليين والمتوقعين، متمثلا بسلسلة متصلة ومتكاملة من العوامل والجاذب الطبيعية والبشرية ومن التسهيلات والخدمات والمنشآت، وتتمثل العوامل المحددة للعرض السياحي في: العامل الطبيعي، أسعار المنتج السياحي، تكاليف عوامل الإنتاج، التكنولوجيا، أهداف المؤسسات المشرفة على النشاط السياحي(3).

ب- الأهمية الاقتصادية للسياحة:

نتيجة العلاقة القوية التي تربط السياحة بالاقتصاد، والحجم الذي وصلت إليه السياحة من خلال التطور الذي حدث في هذا القطاع، فإن تأثير السياحة في الاقتصاد حاصل وهذا متوقف على مستوى القطاع السياحي في اقتصاد بلد ما، وتوسع السياحة يرجع إلى النمو الاقتصادي وفي نفس الوقت نجد أن السياحة عامل من عوامل النمو الاقتصادي على المستوى الوطني والدولي، ويرجع ذلك التوسع إلى عدة عوامل(4): نمو الدخل الفردي، زيادة وقت الفراغ، زيادة مستوى الثقافة والتعليم، الإشهار، الإنتاجية.

جدول رقم 01: نسبة مساهمة العوائد السياحية في الناتج الوطني الإجمالي
لعدد من الدول سنة 1993 (الوحدة: مليون دولار)

الدول	و.م.أ	فرنسا	النمسا	تايلاندا	سنغافورة
العوائد السياحية	56501	22410	12566	5041	5793
الناتج الوطني	6287686	1289225	182520	120225	55272
نسبة المساهمة	0,9	1,74	6,884	4,2	10,48

المصدر: مثنى طه الحوري، اسماعيل محمد علي الدباغ، مرجع سابق، ص 119.

تجدر الإشارة إلى أن نسبة مساهمة العوائد السياحية في الناتج الوطني لكل بلد تتأثر بمستوى القطاعات الإنتاجية الأخرى، لذلك نجد نسبة بعض الدول ك و.م.أ أقل من 1% بالرغم من حجم العوائد السياحية أكبر من العديد من الدول التي نسبة السياحة في ناتجها الوطني قد تصل إلى رقمين مثل سنغافورة 10,48% والنمسا 6,884%، كما هو مبين في الجدول أعلاه.

للسياحة تأثير على العديد من الجوانب المتعلقة بالاقتصاد وفيما يلي الإشارة إلى بعضها(5):

- **الدخل الوطني:** إن السياحة تساهم في زيادة الدخل الوطني من خلال الدخل السياحي وهو مجموع المداخيل المتحققة للأشخاص العاملين في القطاع السياحي.
- **ميزان المدفوعات:** للنشاط السياحي أثر على ميزان المدفوعات وذلك من خلال الأثر الذي يحدثه دخول وخروج السياح الذي يتشكل من خلالهما الميزان السياحي الذي يتضمن بنودا تتمثل في الإيرادات السياحية الخارجية، تحويلات المواطنين العاملين في السياحة في الخارج، الصادرات المنظورة (هدايا، آلات ومعدات سياحية)، النقل، الدعاية والإعلان السياحي الأجنبي بالداخل، الاستثمار السياحي

الأجنبي بالداخل، والجانب الآخر من الميزان عكس ما ذكر سالفاً.

■ **فرص العمل:** إن السياحة عبارة عن نشاط خدمي، والنشاطات الخدمية تعتمد في غالب الأحيان على عنصر العمل وبالتالي فهي توفر فرصاً لليد العاملة بصفة مباشرة وغير مباشرة، فقد خلصت دراسة في منطقة البحر الكاريبي سنة 1973 إلى أن العمالة المتولدة عن وحدة من الإنفاق السياحي تمثل ضعف العمالة المتولدة عن وحدة من الإنفاق في أي قطاع آخر.

■ **إعادة توزيع التنمية والدخل:** العديد من المواقع المهمة سياحياً توجد في مناطق ريفية بعيدة عن المدن (جبال، شواطئ، غابات، ...) لذا فإن إقامة منشآت سياحية في مثل هذه المناطق وتوفير خدمات لجذب السياح يتطلب بناء وإنشاء العديد من المشاريع التنموية المرتبطة بخدمات الماء والكهرباء والنقل والاتصال، وبالتالي تحقق جملة من الآثار الاقتصادية والاجتماعية التي تسهم في تنمية الأقاليم الريفية، وزيادة الدخل وإعادة توزيعه.

جدول رقم 2: مداخيل السياحة (خارج النقل) - (الوحدة : مليون دولار)

منطقة الوصول	1999	2000	2001	نسبة التطور 2001/2000
أوروبا	232800	233800	231100	- 1,2 %
افريقيا	10300	10900	11700	7,3 %
شرق آسيا والمحيط الهادي	75200	81400	82000	0,7 %
جنوب آسيا	4600	4900	4700	4,1 - %
أمريكا	122400	132800	122400	7,8 - %

2,6 - %	11200	11500	9700	الشرق الأوسط
2,6 - %	463100	475300	455500	المجموع

Jean-Pierre Lozato-Giotart, Michel Balfet, Management du
Tourisme-Les Acteurs, Les Produits, Les Marchés et Les
Stratégies, Pearson Education, France, 2004, P 09.

المناطق الكبرى المتوجه إليها سنة 2001 هي أوروبا (ما يقرب 60% من السياح)، أمريكا 17%، شرق آسيا والباسيفيك 16%، تلك المناطق تمثل ما يقرب 93% من المجموع العالمي للسياح، وتوجد أربع دول رائدة وهي فرنسا، إسبانيا، و.م.أ، إيطاليا، والتي تمثل في مجموعها 30% من السياح العالميين، وبشكل منفرد على التوالي: 11%، 7,1%، 6,6%، 5,6% (6).

لقد اعتبرت المنظمة العالمية للسياحة التابعة للأمم المتحدة في الدورة الثامنة عشر لجمعيتها العامة المنعقدة بكازاخستان في الفترة 5-8 أكتوبر 2009، السياحة كعامل مهم في النمو الاقتصادي، ووجهت نداء إلى رؤساء الدول والحكومات بإدراج السياحة ضمن كل الإجراءات التي تهدف إلى تعزيز الاقتصاد، وقد بينت أهميتها الكبرى في إنشاء مناصب الشغل، التجارة والتنمية الاقتصادية بصفة عامة، وقد عبرت الجمعية العامة للمنظمة عن انشغالها واهتمامها بأخطار ارتفاع الرسوم في القطاع السياحي في هذه الظروف التي يمر بها الاقتصاد العالمي، وناشدت الحكومات للتراجع عن هذه الزيادات، وقد وافقت على نداء موجه للحكومات لتسهيل الإجراءات الإدارية من أجل ترقية السياحة والقضاء على العوائق التنظيمية البيروقراطية غير المفيدة والمؤثرة سلبيًا والمعركة لحركة السياحة، والمخفضة للأثر الإيجابي للسياحة على النمو الاقتصادي، ولقد أبدت المنظمة تفاعلاً حول النشاط السياحي لسنة 2010 وذلك من خلال تقارير خبرائها حول مؤشرات السوق السياحي، التي تبين اتجاهها

إيجابيا وذلك بعد التراجع الذي حدث خلال سنة 2009 خاصة في السداسي الأول(7).

ج- الجهود الدولية لترقية السياحة:

لقد ظهرت العديد من الهيئات الدولية والوطنية التي تهتم بمجال السياحة من أجل تنظيمها وترقيتها، ومن أبرز تلك المنظمات، المنظمة العالمية للسياحة التابعة للأمم المتحدة (www.unwto.org)، والتي تلعب دورا مركزيا في ترقية السياحة بشكل مسؤول ومستدام ومفتوح للجميع، وتشجع على تعظيم الآثار الإيجابية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، مع تخفيض الآثار السلبية على المجتمع والبيئة، وتسعى المنظمة إلى تحقيق الأهداف الألفية للتنمية للأمم المتحدة، من أجل تراجع الفقر وتحقيق التنمية المستدامة(8)، وتعمل في إطار تعاوني فعال مع الأجهزة المؤهلة للأمم المتحدة والهيئات المختصة، وتسعى إلى إقامة علاقات تعاون ومساهمة مع برنامج الأمم المتحدة للتنمية(9).

على المستوى العربي تأسست منظمة للدول العربية والمتمثلة في المنظمة العربية للسياحة (www.arabictourism.org)، والتي وضعت إستراتيجية لتطوير وترقية السياحة على المستوى العربي، وفق الأهداف التالية(10):

- تعظيم العوائد الاقتصادية للسياحة.
- تفعيل مشاركة القطاع الخاص والمجتمعات المحلية في عملية التنمية السياحية.
- اعتماد قطاع السياحة كأداة فاعلة لتحسين دخل المواطن والحد من الفقر والبطالة.
- تعزيز مبدأ الشراكة في الإدارة الوطنية للسياحة.
- رفع كفاءة البناء المؤسسي لقطاع السياحة.
- وضع وقيادة سياسات التسويق والترويج السياحي.

3- السياحة الالكترونية:

أ- مفهوم السياحة الالكترونية:

مفهوم السياحة الالكترونية مفهوم حديث وهو مرتبط بمفهوم التجارة الالكترونية، وتعني السياحة الالكترونية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مجال السفر والسياحة للحصول على تسهيلات أكثر فعالية للموردين والمستهلكين السياحيين، ويشتمل على كافة العمليات السياحية من عروض البرامج السياحية وحجز الرحلات السياحية وتنظيمها من خلال الانترنت والتطبيقات المرتبطة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال(11)، فالسياحة الالكترونية هي نمط سياحي يتم تنفيذ بعض معاملاته التي تتم بين مؤسسة سياحية ومستهلك (سائح) من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أو هي نمط سياحي تتلاقى فيها عروض الخدمات السياحية من خلال شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) مع رغبات مجموع السائحين الراغبين في قبول هذه الخدمات السياحية المقدمة عبر شبكة الإنترنت(12).

لقد دعت الأمانة العامة لمجلس جامعة الدول العربية الدول الأعضاء، إلى تنفيذ نتائج دراسة «تطبيق السياحة الإلكترونية في الدول العربية»، والتي قامت الهيئة العليا للسياحة في السعودية بإعدادها بعد اعتمادها من قبل المجلس الوزاري العربي للسياحة في دورته السابعة التي عقدت في دبي سنة 2003، وأوصت الدراسة بتفعيل السياحة الالكترونية عبر ثلاث مراحل(13):

- المرحلة الأولى: إنشاء بوابة للسياحة العربية على شبكة

الانترنت تربط إدارات السياحة الوطنية العربية إلكترونياً، والتنسيق فيما بينها لعرض المعلومات السياحية، وإحالة الزائر الكترونياً 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.

الخدمات عبر الخط تسمح بمساعدة المهتم بالأسفار بالبحث عبر الإنترنت واستغلال خدماتها من خلال التطبيقات المتعلقة بالسياحة الالكترونية: الخدمات الإعلامية، مقارنة الأسعار، الحجز، الزيارة الافتراضية،.....

لقد تطورت الخدمات الالكترونية في مجال الأسفار والسياحة من الحجز عبر الخط إلى بيع التذاكر الالكترونية، وغيرها من الخدمات من خلال الموقع الإلكتروني وحلول أخرى لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، فكان التوجه نحو اللامادية للخدمات المقترحة من قبل شركات الطيران وغيرها من المؤسسات العاملة في المجال السياحي، وهذا لتحقيق أهداف مختلفة، منها: تسهيل وتدقيق الإجراءات في المطارات والفنادق،

تحسين جودة الخدمات، رفع ولاء الزبائن في محيط تنافسي، تخفيض تكاليف ووقت معالجة الحجوزات،...

إن الاستثمار في السياحة الالكترونية تسمح ب(14):

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

ب- سوق السياحة الالكترونية لفرنسا:

بلغ سوق السياحة الالكترونية لفرنسا 6,57 مليار أورو كرقم أعمال لسنة 2008، خارج سفر الأعمال، بمعدل تطور يقدر بـ 23 % مقارنة بسنة 2007، ويشكل نسبة 47 % من مداخيل التجارة الإلكترونية (أعمال- مستهلك/ B to C)، وقد بلغ عدد مستخدمي الانترنت لغرض السياحة 17 مليون شخص، وينفقون عبر الانترنت 18 % من ميزانية سفرهم(15).

يشهد الإشهار السياحي عبر الانترنت ارتفاعا ملموسا للتعريف بالعروض التي تقدمها المؤسسات السياحية، بالإضافة إلى الخدمات عبر الخط سواء المتعلقة بالإعلام أو إجراءات الحجز وما يليها من عمليات متعلقة بالسفر، فالأسعار، وصف الخدمات السياحية، المعلومات حول اتجاه الرحلة، بيع الخدمات السياحية، وغيرها، يتم عرضها عبر المواقع السياحية والتي تلعب دورا مهما في مجال ترقية السياحة، وقد بينت دراسة قامت بها Benchmark Group/Médiamétrie أن 30 % من النساء و28

% من الرجال يتفحصون المواقع السياحية من أجل إيجاد أفكار حول اتجاه رحلاتهم(16)، واهتمام مستخدمي الانترنت لغرض السياحة يتوزع بين تحديد اتجاه رحلتهم إلى الدخول إلى فضاءات التبادل عبر الانترنت بين المسافرين قبل بدء رحلتهم، تفحص دليل السفر المنجز من قبل المهنيين في مجال السياحة، تحديد وسائل الترفيه المفضلة، الولوج إلى دفاتر السياحة للمسافرين(17).

في تصريح لـ Munshi Warini مديرة التنمية الدولية لـ Hotel.info الألمانية مكتب فرنسا المختص في الحجز الفندقية عبر الخط، أن نسبة 45% من النشاط يتم على المستوى الدولي من خلال الانترنت، وأيضا بالنسبة لسلسلة Accor الفندقية تحقق نسبة معتبرة من مبيعاتها السياحية عبر الخط، وتطمح بتحقيق 25% من مبيعاتها عبر الخط لغاية 2012، وفيما يخص مؤسسة Farm السياحية فإن 65% من الزبائن الجدد يتقدمون عبر الانترنت، ولقد أصبحت الأجهزة الرقمية للاتصال المتنقلة قناة مهمة في توزيع الخدمات السياحية من خلال الحجز عن بعد(18).

ج- الجهود الدولية لترقية السياحة الالكترونية:

بالإضافة إلى المنظمات المختلفة ومنها المذكورة سالفًا التي تهتم بتطوير السياحة والسياحة الالكترونية، فإن هناك منظمات جديدة تهتم بالخصوص بتطوير السياحة الالكترونية، وقد تم تأسيس المنظمة الدولية لصناعة السياحة الالكترونية (www.ioeti.org)، والتي تهدف إلى تطوير وترقية السياحة من خلال استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المجال السياحي (السياحة الالكترونية)، ومما تهدف إليه المنظمة(19):

- مساعدة الأعضاء على الاستعمال الأمثل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تقديم الخدمات السياحية والتسويق الالكتروني لها.

- إيجاد بيئة تنافسية عادلة بين كل الأعضاء وتمكينهم من الفرص لترقية خدماتهم على الخط.
- تقديم برامج تكوينية لصالح الأعضاء في المجال السياحي الالكتروني وما يرتبط به مواضيع كالتسويق الالكتروني،.....
- حماية المستهلكين عبر العالم في المجال السياحي المستخدمين للوسائل الالكترونية في طلبهم للخدمات السياحية.

تميز نشاط المنظمة المذكورة أعلاه هذه السنة بتحضير وعقد المؤتمر الدولي العربي الثاني للسياحة الالكترونية والتسويق الالكتروني في الفترة 14-18 ديسمبر 2009، والذي دعي له أربعون خبيرا عالميا(20)، ومن أهداف هذا المؤتمر هو إيجاد ونشر الوعي والتدريب في كل ما يخص هذا المجال الحيوي (السياحة الالكترونية)، للإمام بكل ما هو حديث في صناعة السياحة واستراتيجيات التجارة والتسويق الحديثة للخدمات السياحية، والمحور الرئيسي لهذا المؤتمر هو المعرفة بالاتجاهات الجديدة في مجال السياحة الالكترونية والتسويق عبر الانترنت، البحث، وكيفية عمل وبناء اسم وعلامة تجارية مميزة على الانترنت(21).

4- الخاتمة:

أصبحت السياحة قطاعا اقتصاديا مهما في اقتصاديات الدول، إذ تشكل بعدا استراتيجيا في سياساتها، وأصبحت أيضا عامل منافسة، وهي تخضع للتطور المستمر، ومن أبرز تلك التطورات نجد السياحة الالكترونية التي تشكل ذلك المزيج بين السياحة وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، أو بعبارة أخرى الاستخدام الفعال لقطاع السياحة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وفيما يلي نورد النتائج والتوصيات التي توصلنا إليها من خلال دراستنا هذه:

أ- النتائج:

- زيادة أهمية السياحة في اقتصاديات الدول وتأثيرها على مؤشرات التوازنات المختلفة التي تشكل الاقتصاد الوطني(الناتج الوطني، ميزان المدفوعات، التشغيل،....).
- ارتباط السياحة بمختلف مكونات الاقتصاد الوطني، وحساسيته لكل تغير في مكوناته، وأيضا بالأوضاع الاجتماعية والسياسية السائدة في الدولة المعنية.
- زيادة الاهتمام الدولي بالسياحة، والتوجه العام لترقية السياحة على المستوى المحلي للدول، من خلال الاستراتيجيات والبرامج والتشريعات وإنشاء الهيئات المعنية بتنظيم وترقية السياحة.
- أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مجال السياحة، فيما يخص عرض وتقديم الخدمات السياحية وترقيتها، وهذا ما تجسده السياحة الالكترونية.
- تسجيل تأخر الدول العربية في المجال السياحي، إلا أن هناك وعيا بأهمية السياحة وتوجها إيجابيا للدول العربية للاهتمام وترقية هذا القطاع الاقتصادي المهم، وهذا الاهتمام يشمل كل ما تشكله السياحة اليوم بما فيها السياحة الالكترونية.

ب- التوصيات:

- إدراج السياحة ضمن أولويات السياسات الحكومية كقطاع استراتيجي.
- تعزيز برامج الجودة في تقديم الخدمات السياحية، والعمل على التأهيل والتجديد والتحسين المستمر للقدرات السياحية في الوطن العربي، والمتعلقة بالهياكل والخدمات، والموارد البشرية.

- الاستخدام الأمثل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تقديم الخدمات السياحية والتسويق الإلكتروني لها، ذلك ما يعبر عنه بالسياحة الإلكترونية.
- العمل على نشر الوعي لمفهوم السياحة الإلكترونية، وأهمية استخدامها لتنمية وترقية السياحة في الوطن العربي.
- تعزيز الرقابة من طرف الأجهزة المختصة والعمل على تجسيد المعايير القانونية والجودة.
- تعزيز القدرات السياحية من خلال برامج التكوين.
- تعزيز الشراكة العربية في المجال السياحي.
- إنشاء بوابة إلكترونية عربية مشتركة للخدمات السياحية، لتقديم العروض السياحية على المستوى العربي بلغات متعددة.

الهوامش:

- 1- مثنى طه الحوري، اسماعيل محمد علي الدباغ، اقتصاديات السفر والسياحة، مؤسسة الوراق، الأردن، 2001، ص 21، 22.
- 2- سعيد البطوطي، اقتصاديات السياحة والفنادق، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر، 2002، ص 31.
- 3- مثنى طه الحوري، اسماعيل محمد علي الدباغ، مرجع سابق، ص 71.
- 4-René Baretje, Pierre .P.Defert, Aspects Economiques du Tourisme, éd Berger- Levrault, Paris, 1972, P13,28.
- 5- مثنى طه الحوري، اسماعيل محمد علي الدباغ، مرجع سابق، ص 112.
- 6- Jean-Pierre Lozato-Giotart, Michel Balfet, Management du Tourisme-Les Acteurs, Les Produits, Les Marchés et Les Stratégies, Pearson Education, France, 2004, P 09.
- 7- Organisation Mondiale du Tourisme, Assemblée Générale, 18^e session, http://www.unwto.org/index_f.php, Consulté le 20/10/2009.

8- Organisation Mondiale du tourisme, Statuts de l'organisation mondiale du tourisme, http://www.unwto.org/aboutwto/index_f.php, Consulté le 21/10/2009.

9

- <http://www.unwto.org/aboutwto/statutes/fr/pdf/statutes.pdf>, Consulté le 21/10/2009.

10- المنظمة العربية للسياحة، أهداف الإستراتيجية، تاريخ الإطلاع: 2009/10/20.

<http://www.arabictourism.org/Javascripts/ajax.js>

11- عبد الله بن سليمان العمار، السياحة الالكترونية، الجريدة الالكترونية كل الوطن، السعودية، 16 أوت 2009، تاريخ الاطلاع: 2009/10/14.

http://www.kolalwatn.net/sys.asp?browser=view_article&ID=70126&loac=1§ion=32&supsection=12&file=0

12- المنظمة الدولية لصناعة السياحة الالكترونية والتسويق الالكتروني، خلفية عن الموضوع والمؤتمر (المؤتمر الدولي العربي الثاني للسياحة الالكترونية والتسويق الالكتروني المزمع انعقاده في الفترة 14- 18 ديسمبر 2009 بمصر)، تاريخ الاطلاع 2009/10/14.

http://www.ioeti.org/ioeticonference/arabic/our_conf.php

13- أسماء المحمد، أمانة جامعة الدول العربية تدعو لتطبيق نتائج دراسة السياحة الإلكترونية، جريدة الشرق الأوسط، العدد 18، 2004/10/9456، تاريخ الإطلاع 2009/10/14.

http://www.aawsat.com/details.asp?section=43&article=261094&issu_eno=9456

14- Guide E-Tourisme, Consulté le 02/10/2009.

http://74.125.132/search?q=cache:iwPANLE5iV8J:territoires.rhone.alpes.fr/IMG/pdf_E-Tourisme.pdf+guide+e-tourisme&cd=3&hl=fr&ct=clnk&gl=fr

15- Journaldunet, Le marché du e-tourisme en France,
[http://www.journaldunet.com](http://www.journaldunet.com/ebusiness/tourisme/dossier/le-marche-du-e-tourisme-en-france/budget-voyages-18-depenses-sur-internet.shtml) /
ebusiness/tourisme/dossier/le-marche-du-e-tourisme-en-
france/budget-voyages-18-depenses-sur-internet.shtml,
Consulté le 18/10/2009.

16- Journaldunet, Le marché du e-tourisme en France,Consulté
le 18/10/2009.

[http://www.journaldunet.com/ebu
siness/tourisme/dossier/le-
marche-du-e-tourisme-en-france/un-role-determinant-dans-le-
choix-des-vacances.shtml](http://www.journaldunet.com/ebusiness/tourisme/dossier/le-marche-du-e-tourisme-en-france/un-role-determinant-dans-le-choix-des-vacances.shtml)

17-Journaldunet, Le marché du e-tourisme en France,
Consulé le 18/10/2009.

[http://www.journaldunet.com/ebu
siness/tourisme/dossier/le-
marche-du-e-tourisme-en-france/la-recherche-par-criteres-et-l-
interactivite-plebiscitees.shtml](http://www.journaldunet.com/ebusiness/tourisme/dossier/le-marche-du-e-tourisme-en-france/la-recherche-par-criteres-et-l-interactivite-plebiscitees.shtml)

¹⁸ - Journaldunet, Tourisme, Consulté le 18/10/2009.

<http://www.journaldunet.com/ebusiness/tourisme>,

19- International Organization For The E-Tourism Industry,
About us (IOETI), http://www.ioeti.org/about_us.htm,
Consulted :21/10/2009

20- حسام علاء الدين، المؤتمر الدولي العربي الثاني للتسويق الالكتروني
والسياحة الالكترونية، صحافة دوت نت، تاريخ الإطلاع:2009/10/21.
<http://www.sa7afa.net/news/open.php?id=1446>

21- المنظمة الدولية لصناعة السياحة الالكترونية، نبذة عن المؤتمر الدولي
العربي الثاني للسياحة الالكترونية والتسويق الالكتروني، تاريخ
الاطلاع:2009/10/21.

<http://www.ioeti.org/ioeticonference/arabic/index.php>