

السياحة الإلكترونية كألية لتنشيط الصناعة السياحية؛ التجربة المصرية

The electronic tourism as a mechanism to activate the tourism industry; Egyptian experience

مليكاوي مولود^{*1}

1 جامعة البليدة 02(الجزائر)، الايميل المهني: m.melikaoui@univ-blida2.dz

تاريخ النشر: 2022/03/02

تاريخ القبول: 2022/02/04

تاريخ الاستلام: 2021/12/01

مستخلص:

Abstract

This research aims to addressing the electronic tourism concept as one applications of telecommunication and information technology (TIC) in field of tourism industry and its importance relatively of national economy, as well as the causes of its development and increase their prevalence especially in countries with tourist attractions, the main requirements its success with reference to the Egyptian experience in field of application electronic tourism and diversity in tourism product.

The study conclude the importance of electronic tourism in support national economy and increase the competitive of country in field of tourism within the foundations such as the progress in telecommunications and information technology (TIC) and the availability of institutional and regulatory framework as well as exist the minimum of use the electronic commerce in different transactions, in addition to the availability of the supportive cultural environment.

Keywords: electronic tourism; information technology; tourism product; Egyptian experience.

JEL Classification: O₃ ; N₇

يهدف هذا البحث إلى التطرق لمفهوم السياحة الإلكترونية كأحد تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ودورها في تعزيز الصناعة السياحية لدى الدول وأهميتها بالنسبة للاقتصاد القومي، وكذا أسباب تطورها وزيادة انتشارها خاصة لدى الدول ذات الجاذبية السياحية، وأهم متطلبات نجاحها مع الإشارة للتجربة المصرية في مجال تطبيق السياحة الإلكترونية والتنوع في المنتج السياحي.

وقد خلصت الدراسة إلى الأهمية الكبيرة للسياحة الإلكترونية في دعم الاقتصاد القومي وزيادة تنافسية الدولة في المجال السياحي وذلك ضمن أسس ومرتكزات لعل من أهمها التقدم في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتوافر إطار مؤسسي وتنظيمي وكذا وجود حد أدنى من استعمال التجارة الإلكترونية في المعاملات المختلفة بالإضافة إلى توافر البيئة الثقافية المساندة.

الكلمات المفتاحية: سياحة إلكترونية؛ تكنولوجيا المعلومات؛ منتج سياحي؛ التجربة المصرية.

تصنيفات JEL: O₃ ; N₇

مقدمة

تعتبر السياحة الإلكترونية من المفاهيم الحديثة في علم السياحة الذي يتداخل ويرتبط ارتباطا وثيقا بالمفهوم الواسع للتجارة الإلكترونية الذي يشمل إنجاز مختلف الأعمال عن طريق الشبكة الدولية للمعلومات. وإذا نظرنا للسياحة الحديثة بشكلها الحالي والتي تشكل أحد تطبيقات التجارة الإلكترونية بمفهومها الواسع سنجدتها تختلف اختلافا كبيرا عن السياحة في الماضي، فبعد دخول عصر الاتصالات وتقنية المعلومات والطفرة الهائلة في وسائل الانتقال ودخول عصر الإنترنت ازدادت السياحة الحديثة واكتسبت شكلا جديدا وأهمية أكبر، وظهر ذلك جليا في زيادة اهتمام الدول بمثل هذا النشاط ومحاولة تنميته والاستفادة منه حتى صارت السياحة في العالم عنوانا على عصر التقدم والتطور، وفي السياحة الحديثة يتم استخدام الأعمال الإلكترونية والإنترنت في مجال السفر والسياحة، وذلك من أجل الحصول على تسهيلات أكثر فعالية للموردين والمستهلكين السياحيين.

وقد أسهم في ظهور السياحة الإلكترونية وزيادة انتشارها عدة عوامل لعل من أهمها ارتفاع نسبة إسهام السياحة الإلكترونية في إجمالي التجارة الإلكترونية الدولية، وتطوير المنتج السياحي المقدم واستحداث أنشطة سياحية جديدة تتفق مع شرائح السائحين المختلفة، فضلا عن زيادة القيمة المضافة للقطاع السياحي في الاقتصاد الوطني، الأمر الذي دفع بالعديد من الدول إلى تبني السياحة الإلكترونية من خلال إنشاء المواقع الإلكترونية السياحية والبنية التشريعية المنظمة لها، وتعتبر مصر من الدول التي تبنت مفهوم السياحة الإلكترونية كألية لتنمية الصناعة السياحية في البلد.

وبناء على ما سبق يمكن طرح التساؤل الرئيسي التالي: فيما تكمن أهمية السياحة الإلكترونية وما هي متطلباتها وما هو واقعها في الاقتصاد المصري؟

ويندرج ضمن التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

- ما المقصود بالسياحة الإلكترونية؟
- ما هي أسباب تطور السياحة الإلكترونية وزيادة انتشارها؟
- ما هي المتطلبات الأساسية لتطبيق السياحة الإلكترونية؟
- ما هي البنية التحتية الأساسية والتكنولوجية لتبني السياحة الإلكترونية في مصر؟
- ما هي البنية التشريعية المنظمة للسياحة الإلكترونية في مصر؟

أهداف البحث

يهدف هذا البحث إلى محاولة الكشف عن النقاط التالية:

- التعرف على مفهوم السياحة الإلكترونية كأحد منتجات الصناعة السياحية؛
- عرض أهم متطلبات تطبيق السياحة الإلكترونية في أي بلد يسعى لذلك؛
- إبراز أهمية السياحة الإلكترونية وتأثيرها على الاقتصاد القومي؛
- التطرق للتجربة المصرية في مجال السياحة الإلكترونية من خلال إبراز التنوع في المنتج السياحي المصري وكذا البنية التحتية الأساسية والتكنولوجية الموجودة، بالإضافة إلى التعرف على البنية التشريعية المنظمة للسياحة الإلكترونية وأهم المواقع السياحية الإلكترونية في مصر.

أهمية البحث

تستمد هذه الورقة البحثية أهميتها من الأهمية التي أصبحت تكتسبها الصناعة السياحية بصفة عامة والسياحة الإلكترونية بصفة خاصة، فالعديد من الاقتصاديات المتقدمة والنامية أصبحت تعتمد بصفة أساسية على المورد السياحي في موازنتها، وقد ازدادت أهمية الصناعة السياحية مع التطور الكبير الذي يشهده العالم في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال والذي أدى إلى تبني العديد من الدول لمفهوم السياحة الإلكترونية من خلال تنفيذ بعض المعاملات والتطبيقات ذات الصلة بالسياحة من خلال شبكة الإنترنت، حيث أصبح بالإمكان إجراء الحجوزات وتنظيمها واقتناء تذاكر السفر إلكترونياً بالإضافة إلى خدمات إلكترونية أخرى ذات صلة مباشرة بالصناعة السياحية كعرض المنتجات السياحية وتقديمها للسائحين على شبكة المعلومات، وكذا عروض البرامج السياحية وخدمة التأشيرة السياحية الإلكترونية.

منهج البحث

لقد تم الاعتماد في هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي من خلال وصف وتحليل الظاهرة المدروسة والمتمثلة في موضوع السياحة الإلكترونية بالتطرق لمفهومها ومتطلبات تطبيقها، بالإضافة إلى عرض وتحليل التجربة المصرية في مجال تطبيق السياحة الإلكترونية وأهم المقومات السياحية في مصر وواقع السياحة الإلكترونية ومدى مساهمتها في الاقتصاد القومي.

1- السياحة الإلكترونية: تأصيل للمعنى وتشخيص للتطور

تعتبر السياحة الإلكترونية جزءاً لا يتجزأ من التجارة الدولية، والتي تعمل في إطار الاتفاقية العامة لتحرير التجارة في الخدمات بمنظمة التجارة العالمية، وهو الأمر الذي جعل معظم الدول العربية تدرج الخدمات السياحية في جداول التزاماتها الملحقه بالاتفاقية العامة

لتحرير التجارة في الخدمات، وذلك بهدف التحرير التدريجي للقطاع السياحي لتحقيق أهداف التنمية المرجوة وجذب الاستثمار الأجنبي، ومن ثم تكون الاتفاقية العامة لتحرير التجارة في الخدمات هي الأساس للبحث عن المتطلبات القانونية لتنشيط السياحة بصفة عامة والسياحة الإلكترونية بصفة خاصة. (Dos santos, Lunardi, Rodrigues, & Silva anana, 2020, p. 139)

1-1 تعريف السياحة الإلكترونية

يمكن تعريف السياحة الإلكترونية بأنها نمط سياحي يتم تنفيذ بعض معاملاته التي تتم بين مؤسسة سياحية وأخرى أو بين مؤسسة سياحية ومستهلك (سائح) من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (Sanayei, Madjid, Shams, & Golchin, 2012, p. 28)، وبحيث تتلاقى فيه عروض الخدمات السياحية من خلال شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) مع رغبات السائحين الراغبين في قبول هذه الخدمات السياحية المقدمة عبر شبكة الإنترنت. (السردية، 2017، صفحة 90)

تعرف السياحة الإلكترونية أيضا بأنها استخدام الأعمال الإلكترونية في مجال السفر والسياحة، واستخدام تكنولوجيا الإنترنت من أجل تفعيل عمل الموردين السياحيين والوصول إلى تسهيلات أكثر فعالية للمعنيين بالسياحة أو بالأحرى للمستهلكين السياحيين. (Gulcin & urgun, 2010, p. 6587)

وتعرفها المنظمة الدولية للسياحة الإلكترونية بأنها تلك الخدمات التي توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصال بغرض إنجاز وترويج الخدمات السياحية والفندقية عبر مختلف الشبكات المفتوحة والمغلقة بالاعتماد على مبادئ وأسس التجارة الإلكترونية، وتتعدى في الواقع مفهومها إلى أبعد من ذلك، فهي تشمل حتى السياحة المتنقلة/الجوالة المستخدمة للأجهزة الإلكترونية الجوالة كالهواتف المحمولة والمفكرات الإلكترونية المحمولة وغيرها. (بختي و شعوبي، 2009، صفحة 276)

ويشير Buhalis إلى أنها تعني رقمنة جميع العمليات وسلاسل القيمة في قطاعات السياحة والسفر والضيافة والمطاعم، فعلى مستوى الأجل القصير تشمل الأعمال الإلكترونية وتطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحقيق أقصى قدر من الكفاءة والفعالية والتعويضات المالية لشركات السياحة، وعلى المستوى الإستراتيجي فإن السياحة الإلكترونية تعد ثورة في جميع العمليات التجارية وسلسلة القيمة بأكملها فضلا عن العلاقات الإستراتيجية لشركات السياحة مع جميع أصحاب المصلحة. (إقبال جاسم، 2018، صفحة 159)

2-1 أسباب تطور السياحة الإلكترونية وزيادة انتشارها

تشير المصادر إلى أن هناك أسبابا عدة تسهم في زيادة انتشار مفهوم السياحة الإلكترونية، يمكن تحديدها فيما يلي: (فنديجي، 2016، صفحة 276، 277)

- ارتفاع نسبة إسهام السياحة الإلكترونية في إجمالي التجارة الإلكترونية العالمية، فبعد أن كانت السياحة الإلكترونية تسهم بما مقداره 14% من التجارة الإلكترونية زادت هذه النسبة التي يتوقع البعض أن تصل إلى ما يقرب من 38% من إجمالي التجارة الإلكترونية؛
- ما ينتج عن دمج مفهوم السياحة الإلكترونية في البنى المؤسسية للجهات والهيئات المعنية بالسياحة، وما ينتج عن ذلك من تخفيض في تكاليف الخدمات السياحية والأسعار المقدمة؛
- تطور المنتج السياحي المقدم واستحداث لأنشطة سياحية جديدة تتلاءم مع تطلعات شرائح عدة من السائحين، وإن الإقدام على شراء الرحلات السياحية يتطلب وقت وتفكير ومقارنة بين العروض، وبتوفير أكثر من رحلة قبل القرار بالشراء، وحيث أن شبكة الإنترنت استطاعت أن تؤمن فرصا للمقارنة المناسبة والسريعة بين مختلف العروض. ومن هذا المنطلق فقد أصبحت هنالك عروض مرنة وحسب رغبات المستهلك، حيث يستطيع هذا الأخير أن يؤلف الرحلة حسب رغباته من درجة الفندق إلى أنواع الفنادق؛
- إضافة إلى خصائص أخرى أمنتها الإنترنت مثل تأمين المعلومات 24 سا في اليوم وسبعة أيام في الأسبوع؛

- وفوق كل هذا وذاك، أصبح هناك تعدد أماكن البحث عن المعلومات: في العمل، في المنزل... في السيارة، بمعنى مرونة وليونة أكثر في التحرك.

2- أهمية السياحة الإلكترونية ومتطلباتها

تظهر أهمية السياحة الإلكترونية في المنافع الكبيرة التي توفرها سواء لمقدمي الخدمات السياحية أو للسائحين والمسافرين أنفسهم، وهي تسهم في تجاوز الحواجز التقليدية في المعاملات السياحية النمطية.

1-2 أهمية السياحة الإلكترونية وتأثيرها الاقتصادي

مع دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في القطاع السياحي فقد تجلت منافع وعوائد كبيرة للشركات السياحية والأعمال الإلكترونية المرتبطة بها أو للسائح الذي وجد طرق سهلة في التعامل مع هذه الشركات، وتكمن أهمية السياحة الإلكترونية في:

- سهولة الحصول على المعلومات عن الخدمات التي تقدمها الشركات السياحية، مما يوفر فرصة للسائح للتعرف على هذه الخدمات والحصول عليها عبر الوسائل الإلكترونية؛ (السمان، 2005، صفحة 11)

- تخفيض تكاليف الخدمات السياحية المقدمة، ومن ثم تمتع المنتج السياحي بميزة مقارنة نتيجة لانخفاض الأسعار، فمن شأن استخدام السياحة الإلكترونية التقليل من تكاليف التسويق السياحي وتكاليف الإنتاج (تسهيل وتسريع التواصل بين منتج الخدمة السياحية والوسيط)، وتكاليف التوزيع (تسهيل إجراء الصفقات مع شريحة كبيرة من المستهلكين) بالإضافة إلى خفض حجم العمالة، فعلى سبيل المثال يمكن للسائح تسلم تذاكر الطيران الإلكترونية أو قسيمة التبادل الخاصة بحجز أحد الفنادق من خلال بريده الإلكتروني: (قنديلجي، 2016، صفحة 278)

- سهولة تطوير المنتج السياحي وظهور أنشطة سياحية جديدة تتفق مع مختلف شرائح السياح، وذلك من خلال قياسات الرأي التي يمكن من خلالها معرفة التوجهات السياحية الجديدة والخدمات الأساسية والمكملة التي يحتاجها السائح: (السردية، 2017، صفحة 94)

- زيادة القدرة التنافسية للشركات السياحية بما يسهم في زيادة مبيعاتها وإيراداتها وأرباحها، وهو ما ينعكس في النهاية على زيادة القيمة المضافة للقطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي؛ (رايس حدة، 2010، صفحة 08)

- السياحة الإلكترونية أداة توفر للمؤسسات السياحية القدرة على دخول الأسواق الحالية وفتح أسواق جديدة وزيادة القدرة التنافسية لمنتجاتهم في الأسواق العالمية، مع الاستفادة من خبرات المؤسسات المنافسة والإلمام بتجارب الدول في حقل السياحة الإلكترونية وكيفية الاستفادة منها في دعم أنشطتها السياحية المختلفة سواء الداخلية أو الخارجية؛ (أوسو، 2017، صفحة 296)

- و أخيرا كون شيوع استخدام السياحة الإلكترونية دليلا على تقدم البنية التكنولوجية والخدمات الإلكترونية في البلد المعني بما يسهم في زيادة الاستثمارات الأجنبية، وفي تمتع بنية الأعمال الحكومية والخاصة بالمصداقية في التقارير الدولية. (إقبال جاسم، 2018، صفحة 163)

وتزداد أهمية السياحة الإلكترونية مع زيادة الاهتمام بالتجارة الإلكترونية، فبعد أن كانت السياحة الإلكترونية تسهم ب 7% من التجارة الإلكترونية زادت النسبة إلى 35% من إجمالي التجارة الإلكترونية في سنة 2002، و رصدت بعض الدراسات والأبحاث ما يلي: (قنديلجي، 2016، صفحة 279)

- استخدام أكثر من 64 مليون مواطن أمريكي خدمة الإنترنت خلال سنة 2013 للبحث عن المعلومات الخاصة بالمقاصد السياحية المختلفة والأسعار والبرامج السياحية، وقيام 66% منهم بالحجز الإلكتروني؛

- زيادة مبيعات السفر عبر الإنترنت في دول الاتحاد الأوروبي لتصل إلى مبلغ 14 مليار دولار في سنة 2003، ثم ارتفعت لتصل إلى 54 مليار دولار في سنة 2013؛
- امتلاك 85% من الفنادق في أوروبا لمواقع إلكترونية وفقا لحصر المفوضية الأوروبية لسنة 2013.

2-2 متطلبات السياحة الإلكترونية

تعتمد السياحة الإلكترونية في قيامها على متطلبات عدة لتطبيقها، فهي لا تشتمل على البيئة السياحية فقط بل تشتمل المؤسسات والمنظمات السياحية، القوانين والتشريعات، البنية الأساسية لتكنولوجيا المعلومات. ويمكن حصر متطلبات السياحة الإلكترونية فيما يلي: (ورداني، 2008، صفحة 46)

1-2-2 توافر إطار مؤسسي وتنظيمي

يتعلق هذا الجانب بأهمية التعاون بين مؤسسات الحكومة، وكذلك الشراكة مع القطاع الخاص والمجتمع المدني عن طريق إبراز المزايا التي تعود على كل فاعل من جراء تطبيق نظم التجارة الإلكترونية في مجال النشاط السياحي. فوجود حوار بناء ما بين المؤسسات وبعضها البعض يساعد على خلق بيئة صحية ومواتية لتنفيذ المشروعات، حيث يمكن للحكومات ممثلة في وزارات السياحة والهيئات المعنية أن تقدم الدعم المادي للشركات والوسطاء السياحيين المختلفين من أجل استعمال تطبيقات الإنترنت في مجال عملها، وكذلك توفير قواعد بيانات تفصيلية عن الموارد السياحية والمنتج السياحي ودعم المواقع الإلكترونية الخاصة بتلك الصناعة. على حين يمكن لشركات القطاع الخاص المتميزة من خلال خبراتها مع تكنولوجيا المعلومات والتسويق والتجارة الإلكترونية أن تقدم نصائح واستشارات لصانعي القرار.

2-2-2 وجود إطار قانوني محدد على المستويين الدولي والمحلي

تعتبر السياحة الإلكترونية جزءاً لا يتجزأ من التجارة الدولية والتي تعمل في إطار الاتفاقية العامة لتحرير التجارة في الخدمات بمنظمة التجارة العالمية، وهو الأمر الذي جعل معظم الدول العربية تدرج الخدمات السياحية في جداول التزاماتها الملحقه بالاتفاقية العامة لتحرير التجارة في الخدمات، وذلك بهدف التحرير التدريجي للقطاع السياحي لتحقيق أهداف

التنمية المرجوة وجذب الاستثمار الأجنبي. ومن ثم تكون الاتفاقية العامة لتحرير التجارة في الخدمات هي البداية الحقيقية للبحث عن المتطلبات القانونية لتنشيط السياحة بصفة عامة والسياحة الإلكترونية بصفة خاصة.

3-2-2 التقدم في مجال بنية تكنولوجيا المعلومات

تتعلق هذه المتطلبات بحالة البنية التقنية الموجودة، وكيفية تطويرها واستثمار الموجود منها في مجال السياحة الإلكترونية. ويشمل ذلك ما يلي: (رشا، 2021)

- 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 في قطاع السياحة سواء مجال الفنادق، وخطوط الطيران، ووكالات السفر والمرشدين السياحيين، وغيرها من قطاعات العمل السياحي.

- خلق أنماط جديدة من المؤسسات والهيئات الخاصة بتنشيط السياحة والتي تعتمد في عملها على المواقع الإلكترونية المتقدمة على شبكة الانترنت، وتوفير الدعم الفني و المعلوماتي 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.

4-2-2 وجود حد أدنى من استخدام التجارة الإلكترونية في المعاملات المختلفة

ويشمل ذلك استخدام تطبيقات الانترنت والتجارة الإلكترونية في المجالات المرتبطة بالسياحة الإلكترونية كتذاكر وخدمات الطيران، والخدمات الفندقية، وشركات النقل وتأجير السيارات، والمطاعم السياحية، ويتعلق ذلك باستخدام أنظمة الحجز الآلي من خلال الانترنت في حجز وشراء تذاكر الطيران وغرف الفنادق، وفي إتاحة خدمات الانترنت سواء أثناء السفر على متن الطائرات أو أثناء إقامة السائح في الفنادق. فعلى سبيل المثال يتيح حجز وشراء تذاكر الطيران الإلكترونية من خلال الانترنت حرية أكبر للسائح في تحديد خط السير الذي يريده، ومكان جلوسه ونوع الوجبات الغذائية التي يحصل عليها، كما يتيح بعض شركات الطيران الكبرى إمكانية تعديل الحجز وتعديل خط السير على التذاكر الإلكترونية أو حتى بيعها إلى آخرين خلال 24 ساعة فقط من تاريخ السفر. (حامد، 2003، الصفحات 157-167)

5-2-2 توافر البيئة الثقافية المساندة

فمن الضروري وجود بيئة ثقافية مهيأة لمثل هذا النوع من التعاملات، فمن المحتمل أن الماضي قدما في برامج السياحة الإلكترونية يسبب إلحاق الضرر بالهيئات الحكومية والهيئات الخاصة التي هي موجودة أصلا، ولكنها لا تستطيع أن تقدم للمواطن والمستفيد ذات الخدمة التي تقدمها مواقع السياحة الإلكترونية. وبذلك فإنه من المحتمل والطبيعي أن يقاوم العاملون في تقديم الخدمات التقليدية وموظفوها نظم العمل الجديدة ونظام الحوسبة الجديد المطور للخدمات المقدمة كنتيجة لعدم إلمام الموظفين التقليديين بالمهارات اللازمة لسوق العمل الإلكترونية المتطورة الجديدة. (قنديلجي، 2016، صفحة 284)

3- مظاهر التنوع في المنتج السياحي المصري

تعتبر مصر من أهم نقاط الجذب السياحي بين دول العالم نظرا لما تتمتع به من مناطق سياحية متعددة وتنوع المنتج السياحي الذي تقدمه، وقد ظهرت في الفترة الأخيرة أنماط سياحية جديدة أصبحت تخاطب شرائح أوسع من السائحين عبر العالم وذلك إضافة إلى الأنماط التقليدية، ومن هذه الأنماط سياحة المؤتمرات والمعارض الدولية وسياحة السفاري الصحراوية وسياحة اليخوت والسياحة البحرية والبيئة العلاجية والرياضية، وسياحة المهرجانات والفعاليات الترفيهية والثقافية. وفيما يلي عرض مبسط لأهم مظاهر التنوع في المنتج السياحي المصري، والذي أسهم في زيادة إجمالي عدد السائحين الوافدين إلى مصر خلال عام 2019 إلى 13,1 مليون سائح.

1-3 سياحة الاستجمام

وهي من أقدم أنماط السياحة، وسياحة الاستجمام هي السياحة التي يلجأ إليها السائح للترويح عن نفسه بقصد استعادة نشاطه والتمتع بالراحة الذهنية والفكرية في أماكن خلوية أو مناطق خضراء أو شواطئ البحار والبحيرات أو المناطق الجبلية أو الصحراوية أو المنتجعات السياحية. تعد السياحة الترفيهية أحد أهم أنواع الأنشطة السياحية التي توجد في مصر والتي تجتذب عددا كبيرا من السائحين من مختلف دول العالم، لما تتمتع به مصر من شواطئ خلابة على البحرين الأبيض والأحمر وتمتد لنحو 3000 كلم، وتتمثل أهم المناطق التي يمكن زيارتها لممارسة هذه السياحة: الساحل الشمالي وسيناء والعريش ومطروح. (السردية، 2017، صفحة

(121)

2-3 سياحة الندوات والمؤتمرات

وهي السياحة التي تحدث من جراء اللقاءات التي تعقد لبحث قضية معينة أو مشكلة محددة، وقد يكون الغرض منها رسم إستراتيجية مستقبلية لمنظمة تضم أكثر من دولة، وقد يكون موضوع البحث في المؤتمر سياسيا أو اقتصاديا أو علميا أو اجتماعيا، كما وتتميز مواقع المؤتمرات بوجودها في المدن الكبرى أو المدن الإقليمية أو المدن السياحية (السردية، 2017، صفحة 122). ومن ثم أصبحت سياحة إقامة الندوات والمؤتمرات من أهم أنواع النشاط السياحي. ومن مميزات سياحة المؤتمرات أنها تجتذب نوعية عالية المستوى من الناحية الثقافية والاقتصادية، ويتمتع هؤلاء بقدرة عالية من الإنفاق وكثيرا ما يكررون زيارة المقصد السياحي.

تمثل سياحة المؤتمرات والمعارض نمطا سياحيا هاما حيث يتيح موقع مصر الجغرافي ومكانتها السياحية فرصة كبيرة لاستضافة عشرات المؤتمرات الدولية سنويا في المجالات السياحية والاقتصادية والثقافية والطبية والمهنية، ويعتبر مركز القاهرة الدولي للمؤتمرات الواجهة الحضارية الرئيسية لهذا النمط السياحي لما يتوافر عليه من إمكانيات فنية وتكنولوجية.

3-3 سياحة السفاري

ويزدهر هذا النوع من السياحة في جبل سانت كاترين وجبل موسى والواحات الداخلية والخارجية الزاهرة بالآثار والعيون المائية والآبار، والعين السخنة، وتوفر شركات السياحة الخيام والمعدات اللازمة للحياة البدوية في هذه المناطق بما يمكن السياح من معايشة هذه الحياة التي تجمع بين البساطة وقسوة الطبيعة الجبلية الصحراوية، ومراقبة الحيوانات في الصحراء والطيور المهاجرة من مكان لآخر. (السردية، 2017، صفحة 128)

4-3 سياحة اليخوت

أما بالنسبة لسياحة اليخوت فقد اهتمت مؤسسة السياحة اليونانية بهذا النوع من المشروع منذ 15 سنة إيمانا منها بأهميته في مجال التنمية السياحية، على سبيل المثال قامت اليونان بتنفيذ مشروع ميناء كارفو خلال عام 1977 يتسع ل1000 يخت، وتتوفر فيها جميع التسهيلات من حيث تنوع الخدمات من مطاعم وكافيتريات ووسائل الإنارة والمياه والاتصالات السلكية واللاسلكية. هكذا انتشرت سياحة اليخوت بشكل يدعو الدول السياحية للاهتمام بها. تزدهر سياحة اليخوت في ساحل البحر الأبيض المتوسط الذي يجوبه أكثر من 30 ألف يخت سنويا.

5-3 السياحة العلاجية

ويطلق على هذا النوع سياحة الأمل واستعادة الحياة، إن هذا النوع من السياحة تزداد وعدد السائحين فيها خاصة القادمين من الدول الأوروبية المتقدمة، حيث يلاحظ ازدياد الدخل وازدياد معدل الأعمار وازدياد العزلة المترتبة عن الحياة العصرية وانفكك الترابط الأسري. ومن ثم كثيرا ما يكون المرض ناجما عن حالات الإحساس بالوحدة أو الاغتراب أو الانفصال أو الاكتئاب، وتشمل هذه السياحة العديد من أنشطة السياحة العلاجية ومن أهمها: سياحة العلاج وإجراء العمليات والفحوص الطبية، سياحة النقاهاة بعد العمليات الطبية، سياحة الاسترخاء، سياحة المعالجات النفسية والعاطفية.

تتعدد المناطق السياحية التي تتمتع بميزة السياحة العلاجية في مصر وهي مناطق ذات شهرة تاريخية عريقة مثل: حلوان، عين الصيرة، والعين السخنة، والغردقة، والفيوم، ومنطقة الواحات، وأسوان، وسيناء، ومدينة سفاجا على شاطئ البحر الأحمر والتي تشتهر بالرمال السوداء التي لها القدرة على التخلص من بعض الأمراض الجلدية. (الهيئة العامة للاستعلامات، 2012)

وأشارت إحصائيات منظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة إلى أن هذا التنوع قد أدى إلى أن واحد من بين كل 5 سياح قادمين إلى الشرق الأوسط وشمال أفريقيا يتوجه إلى مصر الأمر الذي نتج عنه أن بلغت الإيرادات السياحية في مصر خلال العام المالي 2019 قيمة 13,3 مليار دولار. وبلغت مساهمة قطاع السياحة نسبة 49,2% من قيمة الصادرات الخدمية لمصر في عام 2011 (مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، 2012، صفحة 03)

6-3 سياحة زيارة الآثار والأماكن التاريخية

يعتبر هذا النمط من السياحة من أهم أنواع السياحة وتتميز به دول معينة في العالم، ويتمثل هذا النوع من السياحة في زيارة الأماكن الأثرية والتاريخية، والدولة التي لا تمتلك آثارا أو لم تسكنها حضارات قديمة لا يمكن أن تنافس في مثل هذا النمط من السياحة. وبالتالي يعتبر من أرقى أنماط السياحة ويستقطب أعدادا ضخمة من السياح، وتتوفر مصر في هذا المجال على العديد من الأماكن الأثرية والتاريخية ولعل من أهمها الأهرامات.

7-3 حالة البنية التحتية الأساسية التكنولوجية الموجودة

احتلت مصر المرتبة 18 في تقرير التنافسية السياحية والسفر الذي أصدره المنتدى الاقتصادي العالمي في 2010، وتم على 50 مقصد سياحي عالمي بعد أن كانت تشغل المرتبة 58 في سنة 2007. والمركز الأول بين دول الشرق الأوسط وكذا قارة إفريقيا، و أشار التقرير إلى أن مصر تمتلك أفضل تنافسية في الأسعار في العالم بعد إندونيسيا بسبب الأسعار المنخفضة

بما فيها أسعار الوقود والغرف الفندقية، بالإضافة إلى ضرائب التذاكر ورسوم المطار المنخفضة إلى حد ما (السردية، 2017، صفحة 139). وتستحوذ السياحة المصرية على 1,5% من حصة السوق العالمية لسنة 2010.

8-3 الفنادق

تزايد إجمالي عدد الفنادق الثابتة والقرى السياحية والفنادق العائمة بشكل ملحوظ خلال الفترة 1998-2011، حيث وصل عددها في سنة 2006 إلى 1332 فندق وقرية مقارنة ب 829 فندق وقرية سنة 1998 و 2082 فندق سنة 2011، ونتيجة لهذه الزيادة زادت الطاقة الإيوائية بحوالي 10 أضعاف خلال الفترة 1982-2006، ووصل عدد الغرف بالفنادق الثابتة والعائمة والقرى السياحية إلى 5187 غرفة في جوان 2007 بمعدل زيادة 18% عما كان عليه الوضع في سبتمبر 2005، و 225,6 ألف غرفة فندقية سنة 2011.

هذا وقد واصل إنشاء 750 فندقا وقرية سياحية خلال الفترة 2005-2011، وبالفعل انتهت الدولة خلال الفترة سبتمبر 2005- جوان 2007 من إنشاء 160 فندقا جديدا، وتحقيق زيادة في عدد الليالي السياحية بنسبة 4,12% . ويتزامن ارتفاع عدد الليالي السياحية من سنة لأخرى مع التزايد في أعداد السائحين الوافدين إلى مصر. وشهد عام 2006 تنفيذ أكثر من مشروع فندقى حيث هدف مشروع تطوير منطقة سيدي عبد الرحمان إلى إضافة نحو 3000 غرفة فندقية وملاعب جولف ومارين على مستوى عالمي، كما تم افتتاح فندق عالمي بالساحل الشمالي خلال سنة 2006 يتكون من 400 غرفة كمرحلة أولى من المشروع الذي يضم 6 فنادق باستثمارات بلغت مليار جنيه، حيث يوفر 5 آلاف فرصة عمل. (السردية، 2017، صفحة 140)

9-3 الشركات السياحية

ارتفع عدد الشركات السياحية في مصر بمعدل 6,58% خلال الفترة 1997-2006، حيث وصل عدد الشركات السياحية إلى 1334 شركة في سنة 2006 مقارنة ب 841 شركة في سنة 1997، ووصل عدد الشركات ووكالات السفر أعضاء الجمعية العمومية لغرفة شركات ووكالات السفر والسياحة إلى 1195 شركة سياحية (ورداني، 2008، صفحة 78). حيث أن معظمها يتوفر على موقع خاص بالشركة على شبكة الإنترنت يقتصر نشاطه على التعريف بالشركة وخدماتها السياحية، وأن معظم الشركات السياحية تعتمد بشكل أساسي على البريد الإلكتروني في تعاملاتها مع الوكلاء السياحيين ومنظمي البرامج السياحية بالخارج. ويبلغ عدد

الشركات السياحية في سنة 2019 حوالي 2280 شركة سياحية تعتمد أغلبها على وسائل إلكترونية للترويج السياحي.

4- تطبيق السياحة الإلكترونية في مصر: المقومات التكنولوجية والبنية التشريعية

بالنظر للرواج السياحي الذي شهدته مصر وفي ظل التطورات الحاصلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فقد توجهت الحكومة المصرية نحو تطبيق مفهوم السياحة المصرية من خلال توفير البنية التشريعية المنظمة للسياحة الإلكترونية وكذا المواقع الإلكترونية السياحية وتبني التعاملات الإلكترونية من حجز ودفع إلكتروني على مستوى سلاسل الفنادق العالمية أو على مستوى الشركات السياحية، وكذا تبني نظام التأشيرة السياحية الإلكترونية.

1-4 الأعمال الإلكترونية على مستوى سلاسل الفنادق العالمية

من أمثلة هذه السلاسل فنادق هيلتون والفورسيزون وروترز كارلتون وحياء بشرم الشيخ، وتقوم هذه الفنادق بتطبيق نظام التجارة الإلكترونية في جميع خدماتها بدءاً من عرض الخدمات والإمكانيات التي تقدمها، وإتاحة إمكانية الحجز من خلال مواقعها الإلكترونية على شبكة الإنترنت، ومروراً بإمكانية الدفع الإلكتروني عن طريق إدخال رقم بطاقة الائتمان الخاصة بالعميل والتي تقوم السلسلة العالمية بتحصيلها لصالح فرع مصر، وانتهاءً بتوفير الخدمات التكنولوجية وخدمة الإنترنت للنزلاء بالفندق.

وتتميز المواقع الإلكترونية لهذه الفنادق بعناصر الجذب المتطورة والمتعارف عليها في المواقع العالمية سواء من حيث استخدام عرض الصور للخدمات المتاحة بالفندق وإمكانية تصفحها من خلال الجولات الافتراضية، وإجابتها على جميع الاستفسارات التي يحتاجها السائح مثل تحديد فترة الإقامة وطريقة الدفع والشروط التي يتطلها في مكان الإقامة كحجم الأسرة وموقع الغرفة. (حامد، 2003، صفحة 179)

2-4 المواقع الإلكترونية السياحية في مصر

من مطالعة المواقع الإلكترونية السياحية في مصر يتضح أنه لا يوجد حصر دقيق بعناوينها الإلكترونية، فعلى سبيل المثال أورد موقع الهيئة العامة للاستعلامات في الجزء الخاص بالسياحة في مصر حصراً 23 موقعا ذات صلة بالحركة السياحية مثل موقع وزارة السياحة المصرية وهيئة تنشيط السياحة والهيئة العامة للتنمية وموقع المكاتب السياحية المصرية في الولايات المتحدة والاتحاد المصري للغرف السياحية، وغرفة شركات ووكالات السفر والسياحة المصرية، وبوابة التراث المصري، ودليل مصر السياحي، ومركز القاهرة الدولي للمؤتمرات والمعارض، والهيئة العامة لشؤون المعارض والأسواق الدولية، والصوت والضوء،

ومطار القاهرة الدولي، وشركة مصر للطيران، والقرية الفرعونية، والفنادق ووسائل الترفيه بالقاهرة، وأهم الخدمات الموجودة في أحياء القاهرة، ومناطق الغوص في سيناء ومناطق الغوص بالبحر الأحمر، ودليل السفريات، ومصر أرض الفراغة، وملتقى الحضارات على أرض مصر، والمتحف المصري.

على حين أورد موقع الحزب الوطني الديمقراطي عرضاً لـ 13 موقعا سياحيا يتوزعون بين المواقع القومية كموقع وزارة السياحة وملتقى الحضارات على أرض مصر ومواقع ثقافية كمكتبة الإسكندرية وآثار القاهرة الإسلامية وعدد من المتاحف كالمتحف المصري والمتحف القبضي والمتحف اليوناني الروماني، ومواقع جمعيات رجال أعمال كموقع مجتمع السياحة المصرية. (السردية، 2017، صفحة 144)

3-4 التأشيرة السياحية الإلكترونية في مصر

تأشيرة الدخول الإلكترونية عبارة عن وثيقة تسمح للأجانب دخول الأراضي المصرية، وتشكل خياراً لتأشيرات الدخول الممنوحة عن طريق البعثات المصرية أو المنافذ الحدودية المصرية. وتوفر الفيزا الإلكترونية المجهود والعناء للسائحين الذين يرغبون في زيارة مصر، كما تقلل الأعباء المالية التي يتحملونها كعمولة لشركات السياحة، وتساهم الفيزا في سرعة إتمام الإجراءات الأمنية من خلال ما تتيحه من إمكانية الربط مع قواعد البيانات الإلكترونية وربط الموانئ وإدارة الحجوزات، للتأكد من هوية السائحين الراغبين في الحصول على التأشيرة، مما يسهل استخراج التأشيرة الإلكترونية. وقد تم إنشاء موقع إلكتروني يتقدم من خلاله السائح للحصول على الفيزا بملء الطلب، على أن يكون الرد عليه خلال 48 ساعة فقط. ويمكن لأصحاب الطلبات الحصول على تأشيرات الدخول الإلكترونية بمجرد تقديمهم بالمعلومات اللازمة ودفعهم الرسوم المفروضة على التأشيرة عن طريق البطاقات الائتمانية أو المصرفية. (<https://www.masrawy.com>)

4-4 الحجز الفندقي عبر الويب

تتبنى أغلب الفنادق في مصر إجراءات الحجز الفندقي عبر شبكة الإنترنت، حيث يتم استعراض صور الفندق على الويب، وحسب المواصفات ورغبات السائح الذي يستطيع الحجز عبر شركات حجز مستقلة أو عبر سلسلة الفنادق أو مباشرة مع الفندق نفسه وعبر عنوانه البريدي أو الويب المخصص له. وهناك شركات تقوم بخدمات الحجز في الفنادق بالطريقة الفورية. (مارك، 2001، صفحة 163)

5-4 البنية التشريعية المنظمة للسياحة الإلكترونية

لا يوجد في مصر قانون لتنظيم التجارة الالكترونية والمعاملات الالكترونية على غرار القوانين الموجودة في العديد من الدول العربية مثل القانون رقم 2 لسنة 2002 بشأن المعاملات والتجارة الالكترونية في الإمارات. وإن كان المشرع المصري قد أصدر في عام 2004 القانون رقم 15 الخاص بتنظيم التوقيع الالكتروني وإنشاء هيئة تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات. وقد حدد القانون في المادة الثالثة منه الأهداف التي تسعى هيئة تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات إلى تحقيقها فيما يلي: (ورداني، 2008)

- تشجيع وتنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- نقل التكنولوجيا المتقدمة للمعلومات وتحقيق الاستفادة منها.
- زيادة فرص تصدير خدمات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات ومنتجاتها.
- الإسهام في تطوير وتنمية الجهات العاملة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- توجيه وتشجيع وتنمية الاستثمار في صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- رعاية المصالح المشتركة لأنشطة تكنولوجيا المعلومات.
- دعم البحوث والدراسات في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتشجيع الاستفادة بنتائجها.
- تشجيع ودعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة في مجال استخدام وتوظيف آليات المعاملات الالكترونية.
- تنظيم نشاط خدمات التوقيع الالكتروني وغيرها من الأنشطة في مجال المعاملات الالكترونية.
- وأعطى القانون للهيئة في مجال مباشرة عملها الاختصاصات التالية: (ورداني، 2008)
- إصدار وتجديد التراخيص اللازمة لمزاولة أنشطة خدمات التوقيع الالكتروني وغيرها من الأنشطة في مجال المعاملات الالكترونية وصناعة تكنولوجيا المعلومات.
- تحديد معايير منظومة التوقيع الالكتروني بما يؤدي إلى ضبط مواصفاتها الفنية.
- تلقي الشكاوى المتعلقة بأنشطة التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكترونية وتكنولوجيا المعلومات.
- تقديم المشورة الفنية بشأن المنازعات التي تنشأ بين الأطراف المعنية بأنشطة التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكترونية وتكنولوجيا المعلومات.
- تقديم المشورة الفنية إلى الجهات العاملة في أنشطة تكنولوجيا المعلومات، وتدريب العاملين فيها.

- إقامة المعارض والمؤتمرات المتخصصة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات داخليا وخارجيا.

- إنشاء الشركات التي تساعد في تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أو المساهمة فيها.

وتخدم هذه الاختصاصات مجال عمل السياحة الإلكترونية، ولاسيما في البندين (5) و (6) واللذان يمكن من خلالهما تقديم المشورة الفنية اللازمة إلى وزارة السياحة بشأن رفع كفاءة الشركات السياحية العاملة في مجال السياحة الإلكترونية أو تلك التي لا تمتلك الدعم الفني لإنشاء المواقع الإلكترونية وتأمينها واستخدامها في المعاملات التجار

5- تطور النشاط السياحي في مصر خلال الفترة 2010-2020

استنادا للتقرير السنوي الصادر عن الاتحاد المصري للغرف السياحية لعام 2020-2021 تحت عنوان "صناعة إستراتيجية وخدمة تصديرية على أرض مصر"، فإن حركة السياحة المصرية تأثرت بشكل كبير بعد عام 2010 والذي كان قد سجل ارتفاع في عدد السائحين وصل إلى 14 مليون سائح، وبلغت الليالي السياحية 147 مليون ليلة سياحية محققة بذلك نحو 12,53 مليار دولار. وقد مر القطاع السياحي المصري بفترات صعبة منذ عام 2011، ثم بدأ في التعافي تدريجيا إلى أن حقق في عام 2019 ازدهارا كبيرا حيث بلغ عدد السائحين 13,1 مليون سائح بإجمالي إيرادات 13,3 مليار دولار، وهي الإيرادات الأعلى في تاريخ السياحة المصرية.

وفي عام 2020 واصلت السياحة المصرية نجاحاتها خلال شهري يناير وفبراير إلا أنه في شهر مارس تفشت جائحة فيروس كورونا في العالم وما تبعه من اتخاذ إجراءات تعليق حركة الطيران الدولي، مما أدى إلى هبوط معدلات الحركة السياحية إلى مستويات غير مسبوقة في تاريخ القطاع السياحي المصري. ويمكن توضيح تطور حجم النشاط السياحي في الاقتصاد المصري خلال الفترة 2010-2020 من خلال الجدول الموالي:

الجدول رقم (01):تطور النشاط السياحي المصري خلال الفترة 2010-2020

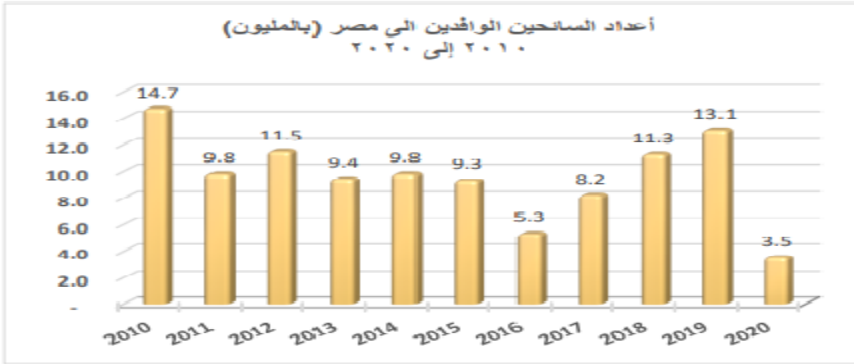
السنة	أعداد السائحين الوافدين (بالمليون)
2010	14,7
2011	9,8
2012	11,5
2013	9,4
2014	9,8
2015	9,3

5,3	2016
8,2	2017
11,3	2018
13,1	2019
3,5	2020

المصدر: التقرير السنوي للاتحاد المصري للغرف السياحية، 2020-2021

كما يمكن توضيح تطور النشاط السياحي في مصر من خلال الشكل الموالي:

الشكل رقم (01): تطور النشاط السياحي في مصر خلال الفترة 2010-2020



المصدر: التقرير السنوي للاتحاد المصري للغرف السياحية، 2020-2021

يلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه النشاط السياحي في مصر بلغ أعلى درجة الازدهار عام 2010 بحوالي 14,7 مليون سائح، ثم شهد النشاط السياحي تراجعاً وتذبذباً من سنة لأخرى ليستعيد ازدهاره عام 2019 بحوالي 13,1 مليون سائح، ونظراً لانتشار جائحة فيروس كورونا تراجع النشاط السياحي بشكل كبير عام 2020 ليبلغ حوالي 3,5 مليون سائح، وهو أدنى مستوى للسياحة المصرية.

تعد السياحة من أهم مصادر الدخل في الاقتصاد المصري، إذ تساهم بـ 49,2% من صادرات الخدمات، و20% من النقد الأجنبي و11,3% من الناتج المحلي الإجمالي، وتوفر 12,6% من فرص العمل وتمثل 25% من إجمالي حصيلة الضرائب على الخدمات. (المركز المصري للدراسات الاقتصادية، 2011، صفحة 12)

الخلاصة

لقد أفرزت التطورات الحاصلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات العديد من التطبيقات ولعل من أهمها السياحة الإلكترونية، هذه الأخيرة عبارة عن الخدمات والنشاطات السياحية المرتبطة بشبكة الإنترنت، وتعود بداية السياحة الإلكترونية إلى ظهور الإنترنت

والشبكة العنكبوتية في مطلع التسعينات من القرن الماضي، ومن الممكن أن نعزو أهم أسباب تطور قطاع السياحة الإلكتروني إلى تأمين عروض مختلفة وواسعة من الخدمات السياحية، وتأمين الثقة في وسائل الدفع والتسديد عبر الإنترنت. ويعتبر مفهوم السياحة الإلكترونية من المفاهيم الحديثة في علم السياحة الذي يتداخل بشدة مع مفهوم التجارة الإلكترونية، وقد تبنت العديد من الدول وخاصة السياحة منها مفهوم السياحة الإلكترونية، وتعتبر مصر من بين الدول ذات الجاذبية السياحية والتي عملت على تطبيق السياحة الإلكترونية من خلال تهيئة البنية التشريعية المنظمة لها والترويج السياحي من خلال المواقع الإلكترونية وتنفيذ عمليات الحجز الفندقي عبر الويب وكذا تبني إجراء التأشيرة السياحية الإلكترونية بغرض تسهيل إجراءات تدفق السائحين. وبناء على ما سبق يمكن عرض النتائج التالية:

- تعتبر الصناعة السياحية عنصر فاعلا في تحقيق التنمية الاقتصادية وإحداث التنوع الاقتصادي، وتزداد أهميتها وفعاليتها عندما يتم استغلال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المجال السياحي من خلال الترويج السياحي الإلكتروني والحجز الفندقي الإلكتروني وكذا التأشيرة السياحية الإلكترونية؛

- إن نجاح السياحة الإلكترونية في البيئة الاقتصادية لأي دولة يستدعي وضع البنى التشريعية اللازمة وتوفير الحد الأدنى من تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وهذه البنى تراعي حماية المعلومات السرية للسائح من الاستغلال غير القانوني أو التلاعب أو الاختراق؛

- تعمل السياحة الإلكترونية على تخفيض تكاليف الخدمات السياحية المقدمة، ومن ثم تمتع المنتج السياحي بميزة مقارنة نتيجة لانخفاض الأسعار، فمن شأن استخدام السياحة الإلكترونية التقليل من تكاليف التسويق السياحي وتكاليف الإنتاج (تسهيل وتسريع التواصل بين منتج الخدمة السياحية والوسيط)، وتكاليف التوزيع (تسهيل إجراء الصفقات مع شريحة كبيرة من المستهدفين) بالإضافة إلى خفض حجم العمالة؛

- تمكن السياحة الإلكترونية من زيادة القدرة التنافسية للشركات السياحية بما يسهم في زيادة مبيعاتها وإيراداتها وأرباحها، وهو ما ينعكس في النهاية على زيادة القيمة المضافة للقطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي؛

- إن شيوع استخدام السياحة الإلكترونية دليلا على تقدم البنية التكنولوجية والخدمات الإلكترونية في البلد المعني بما يسهم في زيادة الاستثمارات الأجنبية، وفي تمتع بنية الأعمال الحكومية والخاصة بالمصداقية في التقارير الدولية؛

- أثبتت التجربة المصرية في مجال السياحة الإلكترونية نجاحها في دعم معدلات النمو وزيادة الإيرادات الحكومية، فهي تساهم بنسبة كبيرة في الناتج القومي المصري، ومرد ذلك توفر البيئة التكنولوجية والبنى التشريعية المنظمة للسياحة الإلكترونية، وكذا التقدم الملحوظ في اعتماد التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكتروني في مصر، وهذا ما ساهم في نجاح وتطور الصناعة السياحية عامة والسياحة الإلكترونية.

وانطلاقاً من النتائج المذكورة أعلاه يمكن تقديم المقترحات التالية والتي من شأنها تفعيل دور السياحة في تحقيق التنمية المستدامة في الجزائر:

- لابد من توفير إطار تنظيمي ومؤسسي لخلق التعاون بين مؤسسات الحكومة، وكذا الشراكة مع القطاع الخاص والمجتمع المدني تجسيدا لمفهوم الحكومة المفتوحة، فوجود حوار بناء بين المؤسسات وبعضها البعض يساعد على خلق بيئة صحية ومواتية، حيث يمكن للحكومات ممثلة في وزارة السياحة والقطاعات المعنية أن تقدم الدعم المادي للشركات والوسطاء السياحيين من أجل استعمال تطبيقات الإنترنت في مجال عملها؛

- يجب توفير قواعد بيانات تفصيلية عن الموارد السياحية والمنتج السياحي ودعم المواقع الإلكترونية الخاصة بتلك الصناعة، على حين يمكن لشركات القطاع الخاص المتميزة من خلال خبراتها مع تكنولوجيا المعلومات والتسويق والتجارة الإلكترونية أن تقدم نصائح واستشارات لصانعي القرار؛

- يجب العمل على تفعيل وتطوير قانون التجارة الإلكترونية وكذا وسائل الدفع الإلكتروني لأنها تعتبر الدعامات الرئيسية لتطبيق السياحة الإلكترونية في أي بلد، وبذلك يمكن تنفيذ العمليات ذات العلاقة بالمنتج السياحي الإلكتروني بسهولة مثل الحجز الإلكتروني للفنادق والحصول على التأشيرة الإلكترونية؛

- التوجه نحو العمل بنظام التأشيرة الإلكترونية في مجال الصناعة السياحية من أجل تخفيف إجراءات الحصول عليها؛

- العمل على تشجيع ظهور الوسيط الإلكتروني Intermediary في قطاع السياحة، وهذا من خلال العمل على تشجيع إقامة شبكة من المواقع الإلكترونية الموازية لجميع العاملين في قطاع السياحة سواء مجال الفنادق، وخطوط الطيران، ووكالات السفر والمرشدين السياحيين، وغيرها من قطاعات العمل السياحي؛

- خلق أنماط جديدة من المؤسسات والهيئات الخاصة بتنشيط السياحة والتي تعتمد في عملها على المواقع الإلكترونية 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.

قائمة المصادر والمراجع

- الهيئة العامة للاستعلامات. (2012). *السياحة في مصر*. تاريخ الاسترداد 2021 10، 17، من <http://www.sis.gov.eg/Ar/Tourism/Types/Archaeological/060201000000000001>
- Dos santos, F., Lunardi, G., Rodrigues, M. c., & Silva anana, e. d. (2020). Factors that influence consumers' participation in electronic tourism. *Brazilian journal of tourism journal* , 14 (02), 139-155.
- Gulcin, B., & urgun, B. (2010). Intelligent system applications in electronic tourism. *expert systems with applications* , 38 (2011), 6586-6598.
- Sanayei, a., Madjid, M. s., Shams, H., & Golchin, H. (2012). , Effects of ICT on Marketing Mix in Electronic Tourism, Shaping Marketing Strategies in E-Tourism Enterprises. *new marketing research journal* , special issue, 27-40.
- ابراهيم بختي، و محمود فوزي شعوبي. (2009). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة. *مجلة الباحث* ، 7 (01)، 276.
- أحمد عبد الله السمان. (2005). التجارة الإلكترونية وتنمية الصادرات. *سلسلة أوراق اقتصادية* ، 11.
- أروول مارك. (2001). *دليل السياحة والسفر الإلكتروني*. لبنان: الدار العربية للعلوم.
- جعفر إقبال جاسم. (2018). السياحة الإلكترونية وأثرها في تطور صناعة السفر والسياحة: تجربة دولة الإمارات العربية المتحدة. *مجلة الخليج العربي* ، 46 (03)، 159.
- خالد مرشد السردية. (2017). *الأعمال الإلكترونية في السياحة والاستضافة*. عمان: مكتبة المجتمع العربي .
- خيرى علي أوسو وآخرون. (2017). السياحة الإلكترونية ودورها في تحقيق التميز السياحي، دراسة استطلاعية لآراء المديرين في عدد من المنظمات السياحية في محافظة دهوك. *ورقة بحثية* ، 21 (02)، 296.
- عامر ابراهيم قنديلجي. (2016). *التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها*. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- علي الدين أحمد رشا. (2021). *السياحة الإلكترونية، حلم دبي القادم: نظرة قانونية*. تاريخ الاسترداد 15 10، 2021، من <http://www.oman0.net/forum/showthread.php?t=117336>
- مجلس الوزراء المصري مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار. (2007). *السياحة في مصر...هل أصبحت بالفعل قاطرة التنمية الاقتصادية*. القاهرة.
- هند محمد حامد. (2003). *التجارة الإلكترونية في المجال السياحي*. مصر.
- راييس حدة وآخرون. (2010). السياحة الإلكترونية ودورها في تنشيط القطاع السياحي. *اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة* ، (صفحة 08). الجزائر.
- يوسف محمد ورداني. (2008). *كيفية تنظيم السياحة الإلكترونية ومردودها على صناعة السياحة*. القاهرة.