

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير النشاط السياحي

أ. لعقاقة فضيلة

جامعة الشلف

bessmalakhale@yahoo.com

الملخص:

لقد أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عصرنا الحاضر بنية أساسية للتنمية في مختلف المجالات والقطاعات فهي الدعامة الأساسية التي تضمن الإستمرارية والفعالية بفضل ما تقدمه من خدمات وخاصة في القطاع السياحي الذي أصبح يعتبر قطاعا مهما وإستراتيجيا فالسياحة هي حركة ديناميكية تربط بالجوانب الثقافية والحضرية للإنسان ، فهي بمثابة جسر للتواصل بين مختلف الثقافات والمعارف الإنسانية للأمم والشعوب ، ولم تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال خيارا فحسب ، بل ضرورة حتمية تفرضها طبيعة وجودة و نوعية الخدمات السياحية التي أصبحت تعتمد علي الوسائط الإلكترونية المختلفة وخاصة منها الانترنت في تسويق وترويج خدماتها وكسب السائح المحلي ودولي لها فالسياحة الناجحة هي التي تنطلق من إستراتيجية مدروسة و هادفة ، الأمر الذي يؤدي إلى تجسيد الفعلي للأهداف المسطرة لها وضمان إنتعاش هذا القطاع وجودته وهذا ما ينعكس بدوره علي تنمية الإقتصاد الوطني و إزدهاره فالتغيرات الحاصلة اليوم في العالم في جميع المجالات أثر على معظم إقتصاديات الدول المتقدمة والمتخلفة و بذلك برزت سمات العالم الجديد الذي تميزه الثورة التكنولوجية كحقيقة أساسية تحدد نجاح أو فشل المؤسسات السياحية و من هنا أصبحت القطاع السياحي في موقف يحتم عليها التكيف مع البيئة التكنولوجية من أجل خلق جو مفعم بالديناميكية و التطور وبإمكانه مساندة التطورات الحاصلة في هذا المجال فالسياحة تعتبر أحد القطاعات التي تلعب دور جلي في تحقيق التنمية والإزدهار وهذا ماتسعي الجزائر إلي تحقيقه .

الكلمات الدالة : تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، السياحة ، الانترنت ، السياحة الإلكترونية.

مقدمة :

أصبح استخدام تقنيات تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في المجال السياحي أحد العوامل الأساسية التي تستند عليها ، وأصبحت الأنترنت أكثر وسائل الاتصال إستعمالا، حيث أولت العديد من المؤسسات السياحية إهتماما كبيرا بها و هذا راجع إلى تطوير خدماتها السياحية والدور الكبير الذي تلعبه هذه التقنيات التكنولوجية في تنمية هذا القطاع

و نظرا لتزايد الإهتمام بالخدمة السياحية تسعى المؤسسات السياحية اليوم لتقديم خدمة سياحية متميزة للسياح مقارنة بباقي المنافسين و من أجل تحقيق التميز أصبحت المؤسسة السياحية تستخدم التقنيات التكنولوجية كوسيلة إتصالية حديثة تساهم في ترويج الخدمات السياحية بأقل تكلفة ممكنة ، حيث أصبحت السياحة مطلبا إقتصاديا و إستراتيجيا مهما و هذا يفرض على المؤسسة السياحية إدراك أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تقديم خدمة سياحية متميزة ويتجلى هذا من خلال ظهور شبكة الأنترنت حيث تطور مفهوم التسويق التقليدي إلى التسويق الإلكتروني الذي يعتبر وسيلة تفاعل مباشرة و فورية للتأثير على المستهلك "السائح" بإستخدام كل الوسائط الإلكترونية الحديثة بما فيها الأنترنت ، المواقع الإلكترونية والشبكات الإجتماعية وغيرها وكل هذا يصب في تطوير القطاع السياحي وتدعيمه.

والتساؤل المطروح حول دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير النشاط السياحي ؟ ولمعالجة هذا الموضوع سنتطرق إلى:

أولا : تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

ثانيا : النشاط السياحي .

ثالثا: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير النشاط السياحي .

أولا : تكنولوجيا المعلومات و الاتصال طبيعتها ومفهومها

يكتسي موضوع تكنولوجيا المعلومات و الاتصال أهمية بالغة، نظرا للدور الذي تلعبه في استغلال المعرفة وتحقيق التنمية. فتكنولوجيا المعلومات هي بمثابة القلب النابض في مختلف المؤسسات ، إذ تساهم في تسهيل إنسيابية القرارات المناسبة و توجه و تنفيذ مختلف عملياتها فهي مصدر حيوي لديومتها و بقائها و تميزها التنافسي .

1- تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

لقد اختلفت تعاريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال بخلاف الباحثين وتخصصاتهم لهذا لا يمكن أن نجد تعريف شامل و عام بل هناك عدة تعاريف نذكر أهمها :

-تعرف تكنولوجيا "بأنها الفن و العلم المستخدم في إنتاج و توزيع السلع و الخدمات ، إذ تعد التكنولوجيا علما لأنها تركز على الأساليب و البحوث و الأمور العلمية ، وتعتبر فنا لأن الخبرات و المهارات الفنية تستخدم للتأكد من خدمة التكنولوجيا لحاجات المنظمة والمجتمع". (1)

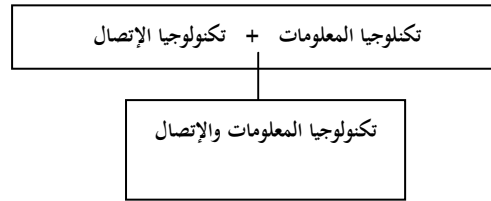
كما تعرف المعلومات "بأنها بيانات خضعت للتشغيل والعالجة و التحليل و التفسير لتوفير المعرفة لمتخذي القرارات و مساعدتهم على تحقيق أغراض معينة " (2)

أما الإتصال فيعرف بأنه "ظاهرة إجتماعية حركية تؤثر و تتأثر بمكونات السلوك الفردي و العوامل المؤثرة علي طرقي العملية المشتملة على نقل و تبادل المعلومات و الأفكار المعاني المختلفة وتفهمها بإستخدام لغة مفهومة للطرفين من خلال قنوات معينة" (3)

أما تكنولوجيا المعلومات "وهي إستخدام تلك الأنظمة والأجهزة التي تعتمد على التكنولوجيا الحديثة لإيصال المعلومات و تقديمها إلى الجهات المستفيدة بأقل جهد و أسرع وقت و أيسر السبل" (4)

-يمكن تعريف تكنولوجيا الإتصال بأنها"محمل المعارف و الخبرات المتراكمة والمتاحة والأدوات و الوسائل المادية و الإدارية و التنظيمية ، المستخدمة في جميع المعلومات و معالجتها و إنتاجها و تخزينها و إسترجاعها و تبادلها ، أي توصيلها إلى الأفراد و المجتمعات " (5)

أما تكنولوجيا المعلومات والاتصال " مجموعة من الأفراد والبيانات و الإجراءات والمكونات المادية والبرمجيات التي تعمل سوية من أجل الوصول إلى أهداف المنظمة " (6) ومنه نقول أن :



و ومنه يمكن أن نعتبرها جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل و نقل و تخزين المعلومات في صيغة إلكترونية و تشمل تكنولوجيا الحاسبات الآلية، وسائل الاتصال السلكية و اللاسلكية و شبكات الربط و غيرها من المعدات التكنولوجية الأخرى .

2-خصائص تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و فروعها

انطلاقا من التعاريف السابقة نستنتج أن هناك عدة خصائص ل (TIC) تجعلها تتمتع بقدرات فائقة و تأثيرات كبيرة في شتى المجالات(7):

-**التفاعلية:** أي أن المستعمل لهذه التكنولوجيا تمكن أن يكون في نفس الوقت مرسل و مستقبل، فالمعنيين بعملية الاتصال بإمكانهم تبادل الأدوار المهام و هو ما يتمخض عنه نوع من التفاعل بين المؤسسات و الأشخاص.

-**التزامنية:** و تعني بذلك استقبال الرسالة في أي وقت يناسب المستخدم فالمشاركين في الاتصال غير مطالبين باستخدام النظام في الوقت نفسه ففي البريد الإلكتروني مثلا نجد أن الرسالة ترسل مباشرة من المرسل الى المستقبل و دون تواجد هذا الأخير أثناء العملية.

-**اللامركزية:** و هي خاصية تسمح باستقلالية (ICT) مثال فالانترنت تتمتع باستمرارية عملها على الدوام، فلا يمكن لأي جهة أن تعطل الانترنت على مستوى العالم بأسره.

-**قابلية التواصل:** و نعني بذلك امكانية الربط بين أجهزة الاتصال المختلفة.

-**قابلية التحرك:** و هي امكانية نقل المعلومة من وسط الى آخر كتحويل الرسالة المسموعة الى رسالة مطبوعة أو مقروءة.

-**الشيوع و الانتشار:** و هو قابلية هذه الشركة للتوسع أكثر فأكثر لتشمل مساحات غير محدودة من العالم.

-العالمية و الكونية: و هو المحيط الذي تعيش فيه هذه التكنولوجيا حيث تأخذ المعلومات مسارات مختلفة و معقدة تنتشر عبر مختلف محيط عملها.

3- وظائف تكنولوجيا المعلومات و الاتصال

تدر (ICT) فوائد كثيرة على مستوى كافة النشاطات الاقتصادية لاسيما المتعلقة بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة نذكر منها ما يلي: (8)

- اتاحة المعلومات الدقيقة للمؤسسات بما يسمح باتخاذ القرارات الصائبة.
- جعل الاتصال أكثر سرعة و كفاءة و اقل كلفة بين المؤسسات و محيطها.
- توفير سبل فعالة لتسيير الموارد البشرية المتوفرة لدى المؤسسات.
- الاقتصاد في الوقت و الجهد و الموارد.
- زيادة الثروة المعرفية و اعطاء فكرة واضحة حول مستجدات الوضع الخارجي.
- اقامة علاقات جديدة مع شركاء المؤسسة و بناء اتصالات مستمرة.

4-تطبيقات تكنولوجيا المعلومات و الإتصال

- التطبيقات الداخلية لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال

- الأنترنت: تسمى الانترنت بشبكة الشبكات أو بالشبكة العنكبوتية، و ذلك لأنها تحقق عملية الاتصال ما بين أعداد هائلة من الحاسبات الالكترونية على شكل مجاميع تكون شبكات صغيرة و ترتبط هذه الشبكات بنظام أوسع من شبكات الانترنت و لقد تطورت هذه الشبكة الى أن أصبحت تسمى بالشبكة العالمية العنكبوتية و التي مكنت من استرجاع و تخزين النصوص و الصور المتحركة، و الرسوم و الصوت و اتمام صفقات البيع و الشراء، تحويل الأموال و غيرها من الأنشطة(9).

- خدمات شبكة الانترنت

- خدمة البريد الالكتروني: تسمح هذه الخدمة بإرسال و استقبال رسائل الكترونية من و الى جميع المشتركين في الشبكة عبر العالم(10).

- خدمة بروتوكول نقل الملفات: يسمح بروتوكول نقل الملفات بالاتصال المؤقت بين حاسبين، فيفضل هذه الخدمة يمكن جلب الملفات و تحويلها من حاسب إلى آخر عبر الشبكة العالمية، هذه الملفات عبارة عن تقارير أو بحوث أو برامج، و بالتالي فهذه الخدمة تعتبر للتبادل السريع و عموما يستعان بهذه الخدمة في تحديث مواقع الانترنت.

- الدردشة: للدردشة أهمية كبيرة حيث تم إدخال الاتصال المسموع و المرئي إضافة الى المقروءة، و هي عبارة عن وسيلة للحوار عبر الانترنت.(11)

- خدمة الشبكة العنكبوتية العالمية للمعلومات: هي وسيلة من وسائل الترويج و الدعاية و الإعلان على المستوى المحلي و الإقليمي و العالمي، هذه الخدمة تتميز بقدرة هائلة في التصفح و الانبحار بواجهة بيانية متعددة الوسائط مدعمة بالألوان و الصور مما يجعل منها أكثر شعبية من غيرها(12).

- خدمة الربط عن بعد: تتيح هذه الخدمة لأي مشترك في الشبكة، الاتصال بالحاسبات المختلفة على مستوى الشبكة و تنفيذ الوصول مباشرة إلى قواعد البيانات المتاحة على هذه الحاسبات و التفاعل معها.

- خدمة بروتوكول الربط عن بعد: و هو برنامج يساعد المستخدم في الاتصال بجهاز آخر في أي شبكة و استخدامه كما لو كان هذا المستخدم جالسا أمام ذلك الجهاز الذي قد يكون في أي بلد آخر و قد يبعد عنه آلاف الأميال، و ذلك بهدف الاستفادة من الخدمات و المصادر المتوفرة في الجهاز(13).

- خدمة الاتصال المباشر: تمكن هذه الخدمة من استخدام شبكة الانترنت كوسيلة اتصال مباشرة بين الأفراد أو المؤسسات، بغية خفض تكلفة الاتصال خصوصا منها الخارجة عن المنطقة الهاتفية مستفيدة بذلك المؤسسات من عقد لقاءات عبر الشبكة مع الزبائن أو وكلائها أو مورديها وفروعها الموزعين جغرافيا.

- الأنترانت: وهي وسيلة إتصال داخلية تسهل عملية الإتصال و تبادل المعلومات بين الموظفين داخل المؤسسة بين مختلف المصالحات أو بمعنى أدق يسهل عملية الإتصال داخل الهيكل التنظيمي . و الأنترانت لا تحظى بإستعمال نفس العدد الذي يستعمل في الشبكة العنكبوتية و ذلك لأن:- الشبكة الداخلية الأنترانت لا تلبي نفس التنوع من الخدمات التي تلبها الأنترنت و كذلك عدم كفاءة أغلب العمال في تسيير الشبكة لتسهيل العمل.

-التطبيقات الداخلية لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال

- التجارة الإلكترونية : أدى التطور المستمر في تقنية المعلومات والاتصالات إلى ظهور شبكة الإنترنت، في مطلع التسعينيات من القرن الماضي، وانتشارها بشكل سريع في جميع دول العالم حيث أصبحت وسيلة هامة لإنجاز المعاملات بأساليب إلكترونية.

- شبكة الأكسترنات :هي عبارة عن شبكة مكونة من مجموعة شبكات إنترنت ترتبط مع بعضها عن طريق الانترنت"، فهي تقوم بربط مجموعة من الشركات مع بعضها البعض في ظل نظام معين"، أي أن شبكة الأكسترنات الخاصة بالشركات والعملاء ومراكز الأبحاث الذي تجمعهم أعمال مشتركة وتؤمن لهم تبادل المعلومات والمشاركة فيها مع الحفاظ على خصوصية الانترنت المحلية لكل شركة .

-التطبيقات الجديدة لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال

يعد الذكاء الاصطناعي من أبرز و أهم التطبيقات الجديدة لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال التي نشأت في العصر الحالي في ظل تداخل فروع المعرفة المختلفة ، حيث يضم هذا العلم تخصصات متنوعة مثل الإعلام الآلي ، الرياضيات ، الفيزياء ، العلوم الطبيعية ، العلوم الإنسانية... إلخ و هو محاكاة لعملية الذكاء عند الإنسان ، و الذكاء الاصطناعي هو جزء من علوم الحاسوب يهدف إلى تصميم أنظمة ذكية تعطي نفس الخصائص التي نعرفها بالذكاء في السلوك الإنساني .

ثانيا: القطاع السياحي

تعتبر السياحة من إهتمامات هذا العصر و أحد الدعائم التي يستند عليها الإقتصاد الوطني فهي ترتبط بالجوانب الثقافية و الحضارية للإنسان ، إذ تعد بمثابة جسر للتواصل بين مختلف الثقافات والشعوب والأمم.

1-تعريف السياحة :

إن أول مشكل يواجه الدارسين لظاهرة السياحة هو التعريف ، و هذا كون النشاط السياحي ذا طبيعة إنسانية فهو مرتبط بعناصر مختلفة ، و بالرغم من كثرة الآراء في هذا الموضوع إلا أننا حاولنا حصر أهم التعاريف الخاصة بالسياحة نذكر منها:

-تعريف السياحة: تعرف علي أنها "مجموعة من الأنشطة الحضرية والإقتصادية والتنظيمية الخاصة بانتقال الأشخاص إلى بلد غير بلدهم الأصلية و إقامتهم فيه لمدة لا تقل عن أربع وعشرين ساعة في أي قصد عدا قصد العمل الذي يدفع فيه أجر داخل البلد المزور".(14)

ومنه فالسياحة هي ظاهرة إجتماعية و إنسانية تهدف إلى خلق الوعي الثقافي السياحي من أجل سد مختلف حاجيات السائح المحلي والدولي .

2-أهمية القطاع السياحي (15)

تشير الإحصائيات الصادرة عن المنظمة السياحية العالمية لعام أن صناعة السياحة أصبحت ظاهرة إقتصادية وإجتماعية تستحق الإهتمام والدراسة والتحليل وسوف تحتل موقعا متميزا في النشاطات الإقتصادية لبعض البلدان السياحية في القرن الواحد والعشرين .ويشير نفس التقرير إلى أن السياح عالميا بلغ في عام 1999 حوالي 664مليون و العائدات السياحية التي تحقق نتيجة سفر هؤلاء هي 455بليون دولار أمريكي .أما اهداف السفر فكانت موزعة كالتالي : 62 بالمئة لأغراض التسلية والترفيه والعطلات أما المسافرين لأغراض العمل فقد بلغت حصتهم 18 بالمئة أما المتبقي منهم والبالغ 29بالمئة فهم لأغراض أخرى كالمؤتمرات والرياضة و الوازع الديني أما وسائل النقل التي استخدمت شركات النقل الجوي علي 43بالمئة أما شركات النقل البري فقد حققت 42بالمئة والقطارات فقط 7بالمئة ولم تحصل شركات النقل البحري سوي 8بالمئة .

وهذه الإحصائيات والأرقام تبين أهمية القطاع الحيوي في دعم وتطوير إقتصاديات البلد ان المصدرة والمستوردة للسياح ومنه نستنتج أن أهمية هذا القطاع تتمثل في :

-تعتبر السياحة المفتاح الأساسي للتدفقات المالية بالنقد الأجنبي للبلد و بتالي تدعيم النشاط الإقتصادي وتطويرة والرفي به وهذا من خلال جلب العملة الصعبة .

- تساهم في رفع مستوى المعيشي للأفراد وهذا بزيادة مستوى الدخل الفردي .

-إن السياحة تساهم في ربط بالجوانب الثقافية و الحضرية للإنسان .

- كما أن للسياحة دور سياسي كبير لأنها تساهم في تخفيف حدة التوتر وتحقيق السلام العالمي و توطيد العلاقات المتطورة بين الدول و تسير بالعالم إلى ما يسمى بالقرية العالمية.

-تساهم في خلق جو و جسر من التواصل و تبادل الأفكار بين مختلف الأفراد.

-تعمل علي تعريف السياح بثقافة وحضارة المجتمع المضيف له ومنه إعطاء صورة و إنطباع جيد له .

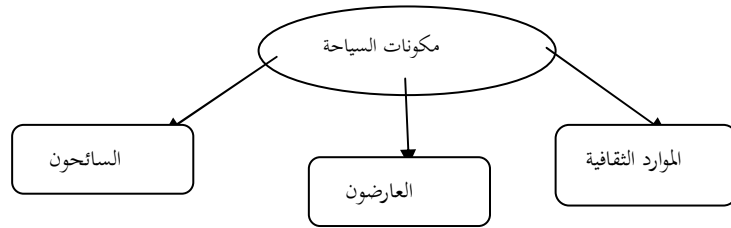
-كما تعتبر السياحة وسيلة فعالة للإفتتاح علي العالم الخرجي والتواصل مع مختلف الشعوب.

3-مكونات السياحة (16)

➤ **السائحون** :وهي الطاقة البشرية التي تستوعبها الدول المضييفة صاحبة المعالم السياحية وفقا لمتطلبات كل سائح.

➤ **العارضون** : و هي الدولة التي تقدم خدمة السياحة لسائحيها بعرض كل ما لديهم من إمكانات في هذا المجال تتناسب مع متطلبات و طلبات السائحون من أجل خلق بيئة سياحية ناجحة .

➤ **الموارد الثقافية** : بإختلاف أنواعها و التي تتمثل في أنواع السياحة و تقدم التعريفات المختلفة لها فنجد السياحة البيئية ، العلاجية ، الرياضية ، الإجتماعية ، التسوق ، مغامرات ، و سياحة الآثار.



المصدر: من إعداد الباحثة

4- خصائص القطاع السياحي:

- تعتبر السياحة صادرات غير منظورة فهي إنتاج معنوي لا يمكن نقله من مكان لآخر .
- إن المنتج السياحي و المتمثل في عوامل الجذب السياحي كالموارد السياحية -طبيعية ، تاريخية ، أثرية - فهذه المواد لا تدر عائدا إلا من خلال إستعمالها في إيطارها السياحي .
- تحتاج السياحة إلى عمال أكفاء و ذا خبرة و تخصص، كما أنها نشاط يحتاج إلى عمالة متزايدة و إستراتيجية محكمة وفعالة مبنية علي أطر و دراسات علمية فهي نشاط حيوي يتميز بديناميكية و الحيوية علي مستوى النسق الداخلي و الخارجي

- لا تقوم السياحة من عدم و إنما تعتمد بالأساس علي المورد البشري الذي يلعب دورا فعالا في تنميتها وتطويرها والرقى بها إلي المستوى المطلوب منافسا في ذلك القطاع السياحي للدول الرائدة في هذا المجال .

ثالثا: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطويرالنشاط السياحي (17)

1-السياحة الإلكترونية: هي 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 المستخدمة للأجهزة الإلكترونية الجواله كالهواتف المحمولة والمفكرات الإلكترونية (m-tourism) تشمل حتى السياحة المتنقلة/الجوالهالمحمولة وغيرها، وبذلك فإن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تستخدم من طرف جميع شركاء القطاع السياحي من مؤسسات و هيئات وأفراد ، وقد تستغل هذه التكنولوجيا في تشييد وإقامة كيانات سياحية يتطلب تشغيلها أيضا قدرا من المعرفة التكنولوجية لدى روادها، مثل الفنادق الذكية التي تعتمد في بنائها وتشغيلها وإدارتها على تقنيات حديثة.

ظهرت السياحة الإلكترونية مع بداية ظهور خدمة الشبكة العنكبوتية (world wide web)، أي تزامنا مع إستخدام الأنترنت ما بين المؤسسات ومثيلها (B2B) وما بين المؤسسات والمستهلكين (B2C) وما بين المستهلكين انفسهم (C2C) وقد ظهر ديكريفتور degriфтour.com كأول موقع سياحي إلكتروني في سنة 1990 . يستحوذ قطاع صناعة السياحة الإلكترونية علي ما نسبته 24 بالمئة من عائدات إعلانات الأنترنت المختلفة وحسب تقرير التسويق الإلكتروني الصادر عن مؤسسة فوريستر للبحوث فإن عائدات قطاع السياحة الإلكترونية من تذاكر السفر الجوية و البحرية ،الحجوزات بالفنادق ، وإستئجار السيارات السياحية لسنة 2008، حازت منها الرحلات الجوية مبلغ 32.8مليار دولارأمريكي مقابل مبلغ 16.4 مليار دولار عائدات الفنادق.

كما يمكن أن نعتبرها "نمط سياحي يتم تنفيذ بعض معاملاته التي تتم بين مؤسسة سياحية وأخرى أو بين مؤسسة سياحية ومستهلك (سائح) من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات... وبحيث تتلاقى فيه عروض

الخدمات السياحية من خلال شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) مع رغبات جموع السائحين الراغبين في قبول هذه الخدمات السياحية المقدمة عبر شبكة الإنترنت (18).

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

- تجميع المعطيات السياحية (عروض ، أسعار ، معطيات ...)
- رقمنة المعطيات المجمعة باستخدام مختلف الوسائل التكنولوجية
- نشر المعلومات المجمعة إلكترونيا عبر الواب و عبر الوسائط الإلكترونية المتعددة و بأكثر من لغة
- تزويد الهيئات ، الوكالات ، الدواوين ، المؤسسات السياحية والفندقية بوصلة الأنترنت موزعة شبكيا و مقبولة ومتوافقة مع حجمها (بريد الإلكتروني فضلا عن الهاتف والفاكس).

الخاتمة :

إن السياحة الإلكترونية أصبحت نموذج أساسي ومهم في القطاع السياحي فقد غيرت الانترنت والوسائط التكنولوجية المختلفة وجه عالم التجارة و الأعمال إلى الأبد ويجب على المؤسسة و الشركة السياحية أن تعي هذه الاتجاهات وهذا مايجب أيضا علي السياحة الجزائرية أن تقوم به كي ترتقي إلي مستوى قطاع خدمات متميز يملك مؤهلات تمكنه من التمتع في السوق السياحية العربية والعالمية لأنه الوسيلة المناسبة لإحداث التغيير في المجتمع و تحضيره لتقبل فكرة التنمية السياحية، و حثه على العمل لإنجاح و الصعود بهذا المشروع هذا من جهة و من جهة أخرى أداة فعالة و معاصرة للتعريف بالمواقع السياحية و مختلف المنتجات السياحية التي تقترحها الدولة على الساحة المحلية والدولية معا فهذه الوسائط الإلكترونية جعلت من وجودها ضرورة حتمية ومنه لابد علي القطاع السياحي الجزائر أن يستخدم هذه التكنولوجيا ويجعلها أحد الدعائم من أجل النهوض وتنمية هذا القطاع الحساس و المهم والذي بات يعرف أهمية جليلة في شتى المجالات والقطاعات و هذا مايجب علي المؤسسة السياحية العمل به من أجل تحقيق تطور و الإزدهار و المكانة في السوق السياحية .

النتائج المتوصل إليها :

ومنه يمكن أن نعتبر أن إستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المجال السياحي وهذا بإستخدام تقنيات الانترنت وغيرها من الوسائط الإلكترونية يعمل علي تفعيل عمل الموردين السياحيين والوصول إلى تسهيلات أكثر فعالية للمستهلكين السياحية ومنه العمل علي تطوير هذا القطاع و تفعيله .

- يؤدي إستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى تطوير الخدمات السياحية وهذا نظرا للمكانة العالية التي يكتسبها في الساحة العالمية مما يجعلها تكون ضرورية و أساسية لمواكبة مختلف التطورات الحاصلة

- تعتبر الأنترنت ضمن أنجع الوسائل إستخداما لأنها تعمل على الحصول على مختلف المعلومات والمستجدات مما يدفعها إلى زيادة فعالية عملية الإتصال وتقويتها سواء كان هذا داخل المؤسسة السياحية أو مع زائنها "السياح"

- تلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصال دور كبير في رفع مردودية العمل من خلال تنمية الأداء و ترفيته وجعله يتميز بالإتقان والسرعة ومنه الوصول إلى المستوى المطلوب والمرغوب

- تكنولوجيا المعلومات والاتصال تساهم في تسويق الخدمات السياحية وهذا يتطلب التسويق الإلكتروني الذي يعتبر كمناسبة حلقة وصل بين المؤسسة وزائنها والذي يقوم بالأساس علي شبكة الأنترنت فهي تلعب دور كبير في إنجاح العملية التسويقية

يجب على المؤسسات السياحية أن تضع تكنولوجيا المعلومات والاتصال ضمن إستراتيجياتها المستقبلية وهذا نظرا لدور الكبير الذي يلعبه هذا النوع من التقنيات و الوسائل في مواكبة متطلبات العولمة.

الإقتراحات والتوصيات:

الجزائر طاقة سياحية كبيرة إن تم إستغلالها جيدا تعطي نتائج مثمرة، وحتى يقوم القطاع السياحي الإلكتروني بدوره لابد من القيام بما يلي:

- تشجيع التعاون في القطاع السياحي بين القطاع العام والخاص وزيادة التحفيزات والإعفاءات الضريبية وحثهم على إرساء الثقافة الإلكترونية بين موظفي هذا القطاع.
- يجب على الدولة الإهتمام بالبنى التحتية والهياكل القاعدية للقطاع السياحي الإلكتروني .
- إنشاء مراكز تكوين متخصصة في الميدان السياحية الإلكترونية .
- إشهار أوسع لوجهة الجزائر في وسائل الإعلام والاتصال والوسائط التكنولوجية و إعادة النظر في مواصفات الموارد البشرية العاملة بالجهاز السياحي والاستعانة بالخبراء الملمين بالتكنولوجيا.
- الإستغلال الأمثل للإمكانيات السياحية التي تتوفر عليها الجزائر و ذلك من خلال الإستفادة من التجارب السابقة للدول المتقدمة في مجال السياحة الإلكترونية.

آفاق الدراسة:

إن دراستنا لموضوع تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودوره في تطوير ودعم القطاع السياحي دفعنا إلى طرح العديد من التساؤلات نذكر منها :

- 1- ماهي الخطط و الإستراتيجيات التي يتبناها القطاع السياحي لتكيف والتأقلم مع الوسائط الإلكترونية الحديثة ؟
- 2- ماهي العوائق التي تحول دون تكييف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في القطاع السياحي الجزائري ؟
- 3- ماهو الحل الذي يحول دون أن يكون القطاع السياحي الجزائري مواكبا لشتي التطورات التكنولوجية العالمية ؟

قائمة الإحالات والمراجع

- (1)- محمد الصيرفي، إدارة تكنولوجيا المعلومات ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، الطبعة الأولى 2009، ص14.
- (2)- عبد الله فرغلي على موسى ، تكنولوجيا المعلومات و دورها في التسويق التقليدي و الإلكتروني ، إيتراك للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى ، 2007، ص17.
- (3)- عامر يس ، الإتصالات الإدارية و المدخل السلوك لها ، دار المريح ، الرياض ، 1986، ص30.
- (4)- عطا الله أحمد سويلم الحسبان ، الرقابة الداخلية و التدقيق في بيئة تكنولوجيا المعلومات ، دار الراجية للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى ، 2009، ص88.
- (5)- حورية بولعيدات ، إستخدام تكنولوجيا الإتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية -دراسة الميدانية بمؤسسة سونلغاز فرع تسيير شبكة نقل الغاز بالشرق -قسنطينة-مذكرة ماجستير ، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإجتماعية قسم علوم الإعلام والاتصال ، السنة الجامعية 2008، ص22.

- (6)- فتيحة يحياوي دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تكوين المعرفة التنظيمية -دراسة حالة مؤسسات اتصالات الجزائر -، مذكرة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، قسم علوم التسيير ، تخصص إدارة الأعمال ، جامعة سعد دحلب البليدة ، 2011، ص26
- (7)- بوقلقول الهادي، مرجع سابق، ص 731.
- (8)- يحي محمد سعيد، ظاهرة العولمة: الأوهام و الحقائق، مكتب و مطبعة الاشعاع الفنية، الاسكندرية، 1999، ص353.
- (9)- ردينة عثمان يوسف، محمود جاسم الصميدعي، مرجع سبق ذكره، ص: 185.
- (10)-ابراهيم بختي، " التجارة الالكترونية مفاهيم و استراتيجيات التطبيق في المؤسسة"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص: 27.
- (11)- مزهر شعبان العاني، شوقي ناجي جواد، " العملية الادارية و تكنولوجيا المعلومات"، الاثراء للنشر و التوزيع، الأردن، 2008، ص: 215.
- (12)-ابراهيم بختي، " التجارة الالكترونية مفاهيم و ... ، مرجع سبق ذكره، ص: 29.
- (13)-جعفر صادق الحسني، سرحان سليمان داود، تكنولوجيا شبكات الحاسوب، دار وائل للنشر، الأردن، الطبعة الثالثة ، 2007، ص: 197.
- (14)-نعيم الظاهر،سراب إلياس،مبادئ السياحة ، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان ، الطبعة الثانية ، 2007، ص31.
- (15)-حميد الطائي المفهوم المجتمعي للتسويق في صناعة السياحة ملقي التسويق في الوطن العربي -الشارقة 15-16 أكتوبر 2002 ص44-45.
- (16)-رابح يخلف، واقع النشاط السياحي في الجزائر ،يوم دراسي حول : السياحة و الإستثمار السياحي في الجزائر ،جامعة البليدة ، كلية الاداب و العلوم الإجتماعية ، قسم علم الاجتماع ، دون سنة ، ص2.
- (17)-بختي ابراهيم، شعوي محمود فوزي، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية القطاع السياحي والفندقة ،مجلة الباحث كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير ، جامعة قاصدي مرياح ورقلة ، العدد السابع 2009-2010 ص 276-277.
- (18)-عبد الله بن سليمان العمار ، السياحة الإلكترونية :من موقع الإلكتروني :www.al-jazirah.com 2011/10/25