المعلومات وتكنولوجيتها الحديثة أهميتها ودورها في التنمية السياحية . دراسة نظرية

علي عبد السلام عمار النعاجي
قسم المكتبات والمعلومات --- كلية الآداب --- الجامعة الاسمرية الاسلامية

المقدمة

في الوقت الذي يـ شهد فيه العالم اليوم تغيرات عديدة ، احتلت فيه المعلومات وتكنولوجيتها مكان الـصدارة في اهتمامات مختلف قطاعات الأعمال و الـصناعات والخدمات لا سيما صناعة الـسياحة والتي يرتبط تطورها ونموها ارتبا طا وثيقا بالمعلو مات والتقدم في مجال ا ستخدام تقنيات وتكنولوجيا المعلومات وخا صة شبكة الانترنت وتكنولوجيا الاتصالات المتنوعة ،باعتبار ان الـسياحة صناعة خدمية غير ملمو سة ، وأ صبحت التعاملات الالكترونية في مجال الـ سياحة صيحة عالمية وشرطا مهما من شروط تقديم خدمة سياحية تنافسية ذات جودة عالمية وفي بيئة تسويقية جديدة ، الغي فيها عنـ صري المـ سافة والوقت بين عارض الخدمة الـ سياحية وطالبها ، لدى ينبغي على المؤ سـ سات الـ سياحية تبني ا ستراتيجيه وثقافة الـ سياحة الالكترونية ، المبنية على تكنولوجيا المعلو مات والاتـ صالات ا لحديثة لتتمكن من المنافـ سة في هذه البيئة ا لجد يدة ،حيث تغيرت مـ صطلحات الاتـ صال التقليدي في ظل الاقتـ صاد الرقمي والتجارة الالكترونية ،وتنوعت مـ صادر المعلومات الالكترونية والتفاوض الالكتروني في مجال الأعمال الـ سياحية والخدمية والتجارية ذات

الصبغة العالمية . من هنا جاءت هذه الدراسة لتسليط الضوء على أهمية ودور المعلومات والتقنيات والتكنولوجيا الحديثة في استخدامها وتطويعها في مجال السياحة والتنمية السياحية .

الكلمات المفتاحية

المعلومات –المعلومات السياحية – تكنولوجيا المعلومات ---التنمية السياحية

مشكلة البحث:

تنطلق مشكلة البحث من حقيقة أن المعلومات السياحية الأساسية والتي يتم تقديمها بواسطة التقنيات الحديثة إلى متخذي القرارات ،وما يصاحبها من انعكاسات تؤثر على اتخاذ القرارات وخصوصا القرارات الاستثمارية مما يؤثر في عملية التنمية السياحية والاقتصادية بشكل عام .

من هنا فإن مشكلة البحث تبرز من خلال التساؤلات الاتية:

1 . هل المعلومات السياحية المجهزة والمعدة وفق الأنظمة التقليدية مفيدة لمتخذي القرارات في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة والمتطورة.

2 . هل هناك إمكانية لتوظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة المعلومات السياحية.

3 . كيف يساعد تحسين جودة المعلومات السياحية على ترشيد قرارات الاستثمار ليسهم في تحقيق التنمية السياحية المستدامة.

أهداف البحث:

1. التعريف بمفهوم المعلومات السياحية .

2. التعرف على ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبيان دورها في جودة المعلومات السياحية.

3 . التعرف على م ساهمة جودة المعلومات في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتـ صالات في تحقيق التنمية السياحية بشكل عام.

فرضية البحث:

يسعى البحث إلى اختيار فرضيتين أساسيتين ...هما:

1 . ان ....تكنولوجيا المعلومات والاتـ صالات في إعداد وتو صيل المعلومات يـ سهم في تحـ سين جودة المعلومات السياحية.

2 . ان تحسين جودة المعلومات السياحية (كنتيجة لدور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات) يساعد على ترشيد القرارات الاستثمارية التي تسهم في تحقيق التنمية السياحية.

مصطلحات البحث:

1 . **المعلومات:** تعرف المعلومات بأنها تلك البيانات التي تمت معالجتها لتحقيق هدف معين أو لا ستعمال محدد أو لأغراض اتخاذ القرارات في شكل ذي معنى ،والتي يمكن تداولها وتـ سجيلها، ونشرها وتوزيعها في صورة رسمية وفي أي شكل.(**جمال داوود سليمان.2009،ص ص54.53**)

2 . **تكنولوجيا المعلومات:** هي مجموعة من الحواسيب والمعدات الداعمة والبرامج والخدمات والموارد المرتبطة والمطبقة لدعم مراحل العمل، التي تجعل المعلومات الرقمية التي تم توليدها وتخزينها من السهل استخدامها والمشاركة فيها.(**قاسم التاوشي.2010،ص45**)

وتعرف أيـ ضا على أنها جميع التكنولوجيا المـ ستخدمة في تـ شغيل ونقل وتخزين المعلومات في شكل الكتروني. ويقـ صد بها أيـ ضا على أنها اندماج ثلاثي الأطراف بين الالكترونيات الدقيقة والحوا سيب وو سائط الاتـ صالات الحديثة التي تـ شمل جميع الاجهزة والنظم والبر مجيات المتعلقة بتداول المعلومات أليا.(**جمال داوود سليمان. ص ص54.53**)

3 . تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: هي التكنولوجيا التي تدمج الحاسوب بالاتصالات السريعة العالية التي تربط البيانات التي تم تحميلها والـ صوت والفيديو بين المـ ستخدمين للإفادة منها في اتخاذ القرارات.(**محمد محمد الهادي. 2000،ص171**)

4. التنمية السياحية: تعرف التنمية السياحية على أنها توفر التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات الـ سياح، وتـ شمل كذلك بعض تأثيرات الـ سياحية مثل: إيجاد فرص عمل جديدة ودخول جديدة، تـ شمل التنمية الـ سياحية جميع الجوانب المتعلقة بالأنماط المكانية للعرض والطلب السياحيين، التوزيع الجغرافي للمنتجات السياحية، التدفق والحركة السياحية، تأثيرات السياحية المختلفة. فالتنمية الـ سياحية هي الارتقاء والتو سع بالخدمات الـ سياحية واحتياجاتها.(**www-fac.ksu.sa/falhuqbani**)

وتتطلب التنمية السياحية تدخل التخطيط السياحي باعتباره أ سلوبا علميا يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو الـ سياحي بأقل تكلفة ممكنة وفي أقرب وقت مـ ستطاع. ومن هنا فالتخطيط الـ سياحي يعتبر ضرورة من ضرورات التنمية الـ سياحية لمواجهة المنافـ سة في الـ سوق السياحية الدولية.

تكنولوجيا المعلومات والاتصالات Technol0gy.information.communications

تنطوي تكنولوجيا المعلومات والاتـ صالات على الطرق والتقنيات الحديثة المـ ستخدمة بغرض تبـ سيط نـ شاط معين ورفع أداء، وهي تجمع مجموعة الأجهزة الضرورية لمعالجة المعلومات وتداولها من حواسيب وبرامج ومعدات حفظ واسترجاع ونقل الكتروني سلكي ولاسلكي عبر وسائل الاتصال بكل أ شكالها وعلى اختلاف أنواعها : المكتوب والمـ سموعوالمرئي والتي تمكن من التوا صل الثنائي والجماعي تؤمن انتقال الر سالة من مر سل إلى متلقي عبر الـ شبكات المغلقة والمفتوحة؛ ولقد

سمحت عولمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالاستفادة من خدمات على مدار أربعة وعشرون ساعة، من أية نقطة في الكرة الأرضية، خصوصا مع انتشار التسوية المالية الالكترونية للمعاملات على الخط المباشر ونتيجة لتزويد وتسارع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كافة مناحي الحياة وأصبح الاعتماد عليها في عملية التنمية يزداد يوما بعد يوم، وقد أدى دخولها إلى المؤسسات السياحية في القطاعين العام والخاص الى تحسين أعمالها وتحسين الخدمة التي تقدمها للمواطنين، كما تعتبر إحدى الركائز الأساسية لاقتصاد المعرفة الذي يسود حاليا في الدول المتقدمة.

إن تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لا تقتصر على مجال محدد، بل لها تطبيقات في مجالات كثيرة منها المتعلقة بالأعمال والتجارة الالكترونية ومنها المتعلقة بقطاعات كالسياحية وصناعة النسيج والنفط والصناعات التقليدية والصناعات الغذائية والهندسية والصحة وغيرها، كما لها تطبيقات هامة في بناء القدرات البشرية عن طريق تطوير التعليم والتدريب، أي يمكن اعتبارها بحق محرك التنمية الشاملة ،حيث تحتاج الوحدات الاقتصادية والتنموية والسياحية التي تهتم بمواكبة التطورات المتسارعة في البيئة الحالية الى توظيف التكنولوجيا الحديثة والمتطورة في جميع المجالات بمستوى لا يقل عما هو سائد في البيئة المحيطة للوحدة الاقتصادية، ونتيجة لذلك انتشر مصطلح التكنولوجيا في عالمنا اليوم والكل يسعى جاهدا الى الاستفادة القصوى من استخدام هذه التكنولوجيا المتطورة وفي كافة المجالات ولاسيما المجالات السياحية.

وقد تم تعريف التكنولوجيا Technologyعلى أنها مكونة من جزئيين أحدهما (Techno) والذي يعني التطبيق أو الأسلوب العملي والثاني(Logy) أي العلم.

وعند دمج الجزئيين معا يكون مفهوم التكنولوجيا هو العلم التطبيقي أو الطريقة الفنية لتحقيق غرض عملي. كما عرفت التكنولوجيا بأنها تـ شير إلى إمكانية التطبيق العملي للو سائل العلمية المتطورة والحديثة على اعتبار أن هذه الو سائل العلمية غالبا ما تتعلق بالتطورات الجديدة في العمليات أو الانتاج بالإضافة إلى التقدم العلمي المؤثر في مختلف الأنشطة التي يمكن استخدامها فيها.

وتم تعريفها على أنها تحـ سينات في الأ ساليب الفنية التكنولوجية للإنتاج لتمكن الو حدات الاقتـ صادية من زيادة وحدات الإنتاج بأقل الموارد بينما تعد المعلومات نتاجا لمعالجة البيانات تحليلا أو تركيبا لا ستخلاص ما تتـ ضمنه، وتطبيق عمليات حـ سابية وموازنات ومعادلات وطرق إحـ صائية ورياضية ومنطقية. **(صلاح الدين عواد.2004،ص26)**

وتعرف أيـ ضا على أنها أ ساليب وطرق جديدة ذات كفاءة عالية لتبادل المعلومات بين جميع المستخدمين باستخدام الحواسيب والفاكس والهواتف السلكية والانترنت .

وأفضل مثال على تكنولوجيا المعلومات هو الحاسوب الذي يعرف على أنه جهاز الكتروني (وليس عقلا إلكترونيا) لديه القدرة على ا ستقبال البيانات وتخزينها داخليا ومعالجتها(أي إجراء العمليات الحسابية والمقارنات المنطقية) أوتوماتيكيا بوا سطة برنامج من التعليمات للحـ صول على النتائج المطلوبة.(**محمد السيد خشبة.1990،ص7)**

أما البرمجيات فتعرف بأنها البرمجيات التي تحتوي على التعليمات المطلوبة للأجهزة المادية لإكمال المهام المرغوب بها.(**حارت عبود.2009،ص66)**

أما شبكات الاتصال فهي المكون الرئيسي لنظم الاتصال الالكتروني والتي تقدم قنوات لتحويل البيانات الالكترونية، وهي في مستويات مختلفة حسب حاجة الوحدة الاقتصادية إليها، ومنها ربط حواسيب قليلة معا بالإنترنت.

وتعرف أيضا شبكات الاتصالات على أنها دمج المعدات (الحواسيب)والاجراءات تحويل البيانات والمعلومات من التجميع والمعالجة والتخزين لأهداف المستخدم.(نفس المصدر السابق.ص67)

أن أحد الأسباب الرئيسية لاحتياج الوحدات السياحية إلى الشبكات هو توفير المعلومات المحدثة في الوقت المناسب إلى الإدارة لاتخاذ القرارات الملائمة.

أما تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من وجهة نظر الباحثين فهي التكنولوجيا التي تربط شبكات الحواسيب معا بواسطة الانترنت التي تسمح بتبادل المعلومات بين جميع المستخدمين في كل العالم بالوقت المناسب لاتخاذ قرارات رشيدة و سليمة وفي كافة المجالات ولا سيما المجالات السياحية.

وأفضل مثال على تكنولوجيا الاتصالات هو الانترنت الذي يعرف على أنه شبكة الشبكات التي يتم من خلالها توصيل الملايين من أجهزة الحواسيب والشبكات المحلية والشبكات الواسعة، التي تستخدم لنقل وتبادل المعلومات على نطاق العالم لما لها من مميزات التي من أهماها.

أن شبكة الانترنت هي شبكة الشبكات التي تعد قاعدة انطلاق تقنية لتطوير الاتصالات الالكترونية والهائل للأنشطة الاقتصادية.

أ. تمثل الفضاء الرقمي الافتراضي للأعمال الإلكترونية، الفضاء الذي ينقل الأعمال من المحتوى الساكن إلى المحتوى الديناميكي(تحديث، تطوير، توسيع، بحث)للحصول على المعلومات.

ب. بعد إن شبكة الإنترنت هي الأكبر م ستودع للبيانات والمعلومات والمعارف، وأهم ما يميزها عدم حاجتها إلى البنية التحتية ونمط ال شركات الكبيرة والعملاقة والتي لم تعد م سألة حاسمة وضرورية لإنجاز الأعمال.

وينظر علم الاقت صاد الحديث إلى تكنولوجيا المعلومات والات صالات لي ست قاعدة للتغيير بل أدوات لأطلاق الإمكانيات الإبداعية والمعرفية المتج سدة في الأفراد، ولذلك أ صبح م صطلح تكنولوجيا المعلومات والات صالات شائعا، إذ أن أهمية التكامل بين المعلومات والات صالات تأتي من خلال إمكانية الا ستفادة من نظم المعلومات بشكل أفضل عندما يتم دعمها بوسائل متطورة تتمثل بوسائل نقل سريعة أو معالجة سريعة، وبهذا فإن الاتصالات تعد جزءا مهما من التكنولوجيا ؛ لأنها ت ساعد على نقل وتوزيع المعلومات من مكان إلى أخر بهدف توفيرها لمتخذي القرار في الوقت المناسب. (عبدالله إسماعيل.2005،ص20)

أهمية وخصائص المعلومات وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

لقد أ سم التطور العلمي والتكنولوجي في تحقيق رفاهية الأفراد، ومن بين التطورات التي تحدث با ستمرار تلك المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والات صالات، وما تبلغه من أهمية من ناحية توفير خدمات الات صال بمختلف أنوعها، وخدمات التعليم والتثقيف وتوفير المعلومات اللازمة للأفراد والوحدات الاقتصادية والهيئات والمؤ سسات، حيث جعلت من العالم قرية صغيرة ي ستطيع أفرادها الات صال فيما بينهم ب سهولة وتبادل المعلومات في أي وقت وفي أي مكان، وتعود هذه الأهمية لتكنولوجيا المعلومات والات صالات إلى الخ صائص التي تمتاز بها هذه الأخيرة، بما فيها الانت شار الوا سع و سعة التحمل سواء بالن سبة لعدد الأفراد الم شاركين أو المت صلين ، أو بالن سبة لحجم

المعلومات المنقولة، كما أنها تتسم بسرعة الأداء وسهولة الاستعمال وتنوع الخدمات، بينما تتمثل أهم خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالاتي:

- تسهم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال الثورة الرقمية التي تؤدي إلى نشوء أشكال جديدة تماما من التفاعل الاجتماعي والاقتصادي وقيام مجتمعات جديدة.
- زيادة قدرة الأفراد على الاتصال وتقاسم المعلومات والمعارف والتي من خلالها يزداد التعرف على ثقافات وحضارات الشعوب الأخرى وترفع من فرصة تحول العالم إلى مكان أكثر سلما ورخاء لجميع سكانه. وهذا إذا ما كان جميع الأفراد لهم إمكانيات المشاركة والاستفادة من هذه التكنولوجيا.
- تمكن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بالإضافة إلى وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، الأشخاص المهمشين والمعزولين من أن يدلوا بدلوهم في المجتمع العالمي، بغض النظر عن نزعهم أو مكان سكنهم. وهي تساعد على التسوية بين القوة وعلاقات صنع القرارات على المستويين المحلي والدولي .وبوسعها تمكين الأشخاص والمجتمعات ،والبلدان من تحسين مستوى حياتهم على نحو لم يكن ممكنا في السابق. ويمكنها أيضا المساعدة على تحسين كفاءة الأدوات الأساسية للاقتصاد من خلال الوصول إلى المعلومات والشفافية.

وخلاصة لما سبق أن أهم خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هي السرعة في معالجة البيانات إلكترونيا وإمكانية توصيلها إلى جميع المستخدمين في جميع انحاء العالم بالوقت المناسب لاتخاذ القرارات.(**نوري منير ونعيمة بارك.2005،ص22**)

أثر المعلومات على السياحة:

تمر عملية تحديد المقصد السياحي واختياره بعدة متغيرات مختلفة تعتمد على المعلومات ، وهذه المتغيرات تتلخص في ثلاثة عناصر أساسية هي كما يلي:

أولا: الدوافع:

ذ شأ فكرة الـ سياحية عند الـ سائح وفقا لرغبة معينة وهذه الرغبة لها دوافع متعددة يمكن تقسيمها إلى ما يلي:

1.دافع جسدي:

ي ستلزم هذا الدافع توفير كافة المعلومات التي ت ساعد الـ سائح في تأكيد رغبة وت سهيل فهمه لاختيار مق صدة الـ سياحي، فهذا الدافع يتطلب معلومات عن أنواع العلاجات الطبيعية، وأنواع أماكن الراحة والإقامة، وغيرها من المعلومات التي تشكل عناصر هذا الدافع.

2.دافع ثقافي:

يعتمد هذا الدافع في تحقيقه على المعلومات المتوفرة لدى الـ سائح عن الدول والمناطق الـ سياحية وأي منها ينا سب دافعه الثقافي لذلك يبرز الاهتمام بتقديم كافة المعلومات التي تتعلق بتاريخ الدولة الـ سياحية وجغرافيتها، إ ضافة إلى العادات والتقاليد، وغيرها من المعلومات التي ت شبع رغبات الـ سائح الثقافية، فمثل هذه المعلومات ت ساعد الـ سائح على تحديد مقت صدة وغر ضة من السياحة.

3.دافع اجتماعي:

هذا الدافع ي ستلزم لتحقيقه إمداد الـ سائح بالمعلومات التي تلبي رغبة الاجتماعية سواء كانت هذه الرغبة زيادة الأقارب أو ح ضور المؤتمرات أو تنفيذ بعض الأعمال التجارية المختلفة، فكلما وجدت هذه المعلومات زادت دوافع السائح ورغبته لزيادة الدوافع أو المنطقة السياحية.

ثانيا: الاختيار:

يعد تحديد الدوافع تأتي المرحلة الثانية من مراحل تكوين الطلب الـ سياحي وهي مرحلة اختيار السائح للمكان الذي يشبع الدافع أو الدوافع السياحية لديه، وهذه العملية يحكمها ثلاثة بدائل تقوم وتعتمد على المعلومات التي تساعد السائح على اتخاذ قراره

وهي كالتالي: **(فؤادة البكري.2007،ص12)**

1 . . **التفضيل الشخصي:** يقصد به بحث السائح عن الأماكن التي يمكن أن توفر له السعادة التي يرغب فيها، وتناسب ميوله الشخصية، لذلك ينبغي أن تتوفر لديه معلومات عن البدائل المختلفة التي يمكن أن تناسب ميوله وتسهيل عملية التفصيل هذه.

2 . . **الخبرات السياحية السابقة:** وهي التجارب السابقة التي مر بها السائح، وتعد هذه الخبرات مـ سئولة عن تحديد الاختيار بين الأماكن الـ سياحية ، فقد يرى الـ سائح من خلال تجربته الـ سياحية الـ سابقة ومدى الإ شباع الذي حـ صل عليه منها، أن يكرر هذه التجربة ، ينبغي بقدر المـ ستطاع إر ضاء الـ سائح قبل مغادرته البلد الـ سياحي وبعدها حتى ينـ شأ بذلك نوع من الاقتناع لدى السائح بهذا البلد، وبالتالي ثبات معلوماته عن هذا البلد بصورة إيجابية، فيصبح بذلك قناة من قنوات المعلومات المهمة في نظام السياحي، التي يمكن استخدامها في عملية الترويج والجذب السياحي.**(محمد أحمد.2005،ص671)**

3 . . **حكايات الآخرين وتجاربهم:** وهي المعلومات التي يستقيها السائح من معارفه وأقاربه أو أجهزة الإعلام والدعاية المختلفة، أو الهيئات والمؤسسة المتعلقة بالسياحة والسفر ،أو أي مـصدر معلومات يشمل على معلومات عن البلد أو المنطقة السياحية.

ثالثا: التوقع:

وهي المرحلة الثالثة من مراحل تكوين الطلب ال سياحي، مرحلة دوافع ال سائح مع اختياراته لتبني أو ت شكل ما ي سمى ت صور أو خيال ال سائح عن المكان ال سياحي ، أو هي مجموعة العقائد والأفكار والانطباعات التي تكونت لدى ال سائح عن المكان ال سياحي فهذه المرحلة تعتمد على مزيج مركب من المعلومات تكون لدى ال سائح ومن خلالها ي ستطيع ر سم صورة افترا ضية عن رحلته ال سياحية ولذلك ينبغي عند التخطيط لزيارة الطلب ال سياحي أن يراعى بناء ذلك الخيال والتأكيد عليه، وذلك عن طريق اختيار الحقائق والمعلومات ال سياحية وتنظيمها عن الأماكن ال سياحية المختلفة ب صورة تجذب ال سائح وتنمى خياله تجاه هذه الأماكن ال سياحية.(فؤادة البكري . ق،ص14)

استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في السياحة:

أ بدت العد يد من ا لدول ذات المقو مات ال سياحية في ال سنوات الأخيرة اهتما ما ملحو ظا بتكنولوجيا المعلومات ودورها في المجالات ال سياحية الدولية وقد عبر عن هذا الاهتمام خلال العديد من المؤتمرات والندوات الدولية التي من أهمها في هذا الصدد ما يلي:

1-A-new era in information technology; it is implication Tourism polies(عهد جديد في تكنولوجيا المعلومات ينبغي تضمينه في السياسات السياحية)

وهو مؤتمر قا مت بتنظيمه منظمة التعاون الاقت صادي والتنمية((OECP))بالتعاون مع وزارة الثقافة الكورية في الفترة من 10 ـ 11 نوفمبر في مدينة سينول عام 1998، ويأتي الهدف .....هيئة الحكومات إلى ضرورة إ صدار سيا سات سياحة تهتم بتكنولوجيا المعلومات في مجال ال سياحة واستراتيجيات التنمية السياحية

(.ال سيا سة ال سياحية والنمو الاقت صادي) 2-Tourism policy and Economic Growthوهو مؤتمر أخر قامت بتنظيمه أيضا منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية بالتعاون مع مجلس ال سياحة الكندي ووزارة الاقت صاد والتكنولوجيا الألمانية بالمك سيك ووزارة الدولة للشؤون الاقتصادية بسويسرا وذلك في الفترة من 6 . 7. مارس في مدينة برلين بألمانيا عام 2001 وكان أحد محاور اهتمامه تفعيل ا ستخدام تكنولوجيا المعلومات في أوجه الأن شطة ال سياحية المختلفة، وأهمية دور هذه التكنولوجيا في مجال التنمية ال سياحية وبالتالي النمو الاقت صادي الناتج كما يظهر هذا الاهتمام من خلال إ شاء اتحاد دولي التكنولوجيا المعلومات السياحية International Federation Travel and Tourism (IFTT)

وهو الجهة الدولية الوحيدة ذات الاهتمام بتكنولوجيا المعلومات ال سياحية وتعمل على تنميتها في مختلف القطاعات هذا وقد سارعت كثير من الدول إلى ترجمة هذا الاهتمام في سيا ساتها وخططها الرامية إلى تنمية صناعة ال سياحة ، فقد ا شتملت هذه ال سيا سات والخطط على بنود تؤكد على أهمية الأخذ بو سائل تكنولوجيا المعلومات والات صالات الحديثة، وتطبيقها في مختلف الجهات المعنية بالتنمية ال سياحية سواء كانت رسمية أو غير رسمية ولم يقت صر الأمر على ذلك بل سارعت حكومات الدول المختلفة إلى تذليل جميع العقبات التي من شأنها أن تعيق تكنولوجيا المعلومات في مختلف المجالات والأنشطة السياحية، فظهرت في هذه البلدان نظم معلومات سياحية متميزة تم التخطيط لها وإنشاؤها بعناية واهتمام بالغين. **(محمد أحمد . 2005،ص20)**

فإن دل ذلك على شيء فإنه يدل على مدى إيمان هذه الدول بدور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في دعم وتنمية صناعة ال سياحة وإذا نظر إلى الو ضع الحالي في ليبيا، لاكت شفنا أن هناك حاجة

ملحة للاهتمام با ستخدام مثل هذه التقنيات والعمل على توظيفها في كافة المجالات الـ سياحية دعم المؤسسات والهيئات العاملة في القطاع السياحي لمواكبتها.

2ـ العوامل التي ادت إلى استخدام(TIC) في المجالات السياحية:

ر صدت الدرا سات التي تناولت مو ضوع تكنولوجيا المعلومات والاتـ صالات وعلاقتها بالـ سياحة عددا من العوامل التي كان لها دور مهم في ا ستخدام هذه التكنولوجيا ،ومن أهم العوامل المتفق على أهميتها في هذا المجال ما يلي:

1 . .العولمة الاقتصادية وما أرفقها من كسر للحواجز التقليدية بين الأسواق، ومن تعميم لبعض أنماط الـ سلوك الا ستهلاكي على المجتمعات كافة، وذلك على تباين الثقافات الـ سائدة في هذه المجتمعات وتفاوت مـ ستويات المعي شة فيها ، الا ستخدام المكثف للمعلومة في كافة المجالات الـ سياحية، وقد تمثل ذلك أ سا سا بالاعتماد المتزايد على تقنيات أكثر تطورا وأ ساليب عمل أ شد تعقيدا، مع ما يستدعيه ذلك من ضرورة اللجوء بصورة متزايدة إلى مهارات متخصصة وخبرات متنوعة من أجل تشغيل تلك التقنيات وإدارة هذه الأساليب.

2 . .التطور الكبير في بيئة الاعمال الـ سياحية الحالية ، وما أدى إليه من تغيرات مهمة في بنية الأنشطة والخدمات السياحية وأساليب ممارستها.

3 . .التغير التكنولوجي السريع وانخفاض تكاليف النقل والاتصالات جعل من الأوفر اقتصاديا إجراء تكامل بين العمليات المتباعدة جغرافيا ونقل المنتجات والمكونات والثقافات عبر أرجاء العالم بحثا عن الكفاءة.

4 . .المنافسة المتزايدة التي أجبرت الهيئات والمؤسسات السياحية على اكتشاف طرق جديدة لزيادة كفاءتها، بما في ذلك استخدام أسواق جديدة وتغيير أماكن أنشطة إنتاجية معينة لتقليل

التكاليف. (يحي إبراهيم، شعوبي محمود فوزي.2009،ص45)

لقد أثر التطور المذهل والـ سريع لتكنولوجيا المعلومات والاتـ صالات تأثيرا بالغا على المعلومات ومعالجتها وتخزينها وا سترجاعها وطرق توزيعها ، وأ صبحت هذه الو سائل والتقنيات الحديثة من القوى الدافعة وراء الثورة التكنولوجية الحديثة، والتي فر ضت سيطرتها على مختلف المؤ سـ سات الـ سياحية حتى باتت أوعية المعلومات التقليدية أمام تحديات عديدة إذ تعد تكنولوجيا المعلومات فرصة للتطور الاقتصادي والمعرفي الذي يتيح تشكيل قاعدة وا ضحة للازدهار الاقتصادي وتحقيق فرص التنمية بكافة مـ ستوياتها ويعمل التطور الكبير في مجال التكنولوجيا ، والذي يرتكز بـ شكل كبير على الحا سوب والاتـ صالات الأن على تو سيع انتـ شار المعلومات وا ستخداماتها والانتقال بتكنولوجيا المعلومات إلى التكنولوجيا الرقمية والا ستفادة منها في المجالات الـ سياحية، مما سيـ ضاعف من حجم الـ تداولات وخزن المعلو مات (حـ سين عودة الـ سريحي، هدى محـ مد .2000،ص73)، وفي الوقت نفـ سه فإن انتـ شار الاتـ صالات يزيد من سرعة تداول هذه المعلومات وبالتالي بحيث أ صبح للمعلومات الدور الحا سم في بنية الاقتـ صاد العالمي مع تطور ما يـ سمى بتكنولوجيا المعلومات

والاتـ صالات التي يتم تو صيلها إلى المـ ستفيدين من خلال و سائل التوزيع المختلفة والتي لابد وأن تتلاءم وطبيعة هذه المنتجات وطرق استخدامها.

من هذا يتـ ضح أن لتكنولوجيا المعلومات والاتـ صالات دور مهم في تعزيز التنمية البـ شرية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياحية، وذلك لما لها من خصائص مميزة وأكثر كفاءة من و سائل الاتـ صال التقليدية، فتكنولوجيا المعلومات والاتـ صالات وا سعة الانتـ شار تتخطى بذلك الحدود الجغرافية والـ سيا سية للدول لتـ صل إلى أي نقطة من العالم عجزت أن تـ صل إليها و سائل

الاتصال القديمة، كما أنها تمتاز بكثرة وتنوع المعلومات والبرامج التثقيفية والتعليمية لكل مختلف شرائح البشر، متاحة في أي مكان وزمان ، وبتكلفة منخفضة فهي تعد مصدرا مهما للمعلومات سواء للأفراد أو الوحدات الاقتصادية والهيئات والمؤسسات بمختلف أنواعها أو للحكومات، كما أنها تلعب دورا مهما في تنمية العنصر البشري من خلال البرامج التي تعرض من خلالها، كبرامج التدريب وبرامج التعليم وغيرها. لهذا يكون من الضروري الاهتمام بهذه التكنولوجيا وتطويرا ستخدامها بشكل فعال، مع تدريب وتعليم الاشخاص على استعمالها، وتوعيتهم بأهميتها في التنمية والتطور.

استنادا لما سبق يمكن القول: أن التطور الذي حدث في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات له إثر بارز في تطوير وتحسين معالجة البيانات الكترونيا وتوصيل كافة المعلومات السياحية إلى جميع المستخدمين المنشرين في أنحاء العالم بالوقت المناسب لاتخاذ قرارات رشيدة. وهذا يعني ضرورة الاستفادة من مزايا هذه التكنولوجيا في جميع المجالات السياحية وتيسير استخدامها وتوفيرها تكنولوجيا المعلومات والتنمية السياحية أصبح النمو الكبير الذي يشهده النشاط السياحي الدولي أحد أبرز الظواهر الاقتصادية والاجتماعية الجديرة بالاهتمام والملاحظة في هذا القرن وبداية الألفية الثالثة، حيث ارتفع عدد السياح ومعدل نمو العائدات السياحية حتى فاق معدل النمو في مكونات الاقتصاد العالمي مما جعل السياحة الدولية واحدة من أكبر مجالات الدولية حيث تعد السياحة مزيجا لمنتج متنوع من السلع والخدمات والمعارف يرتبط بحقائق الجغرافيا الطبيعية والاقتصادية والبشرية وتعد إضافة إلى حقائق التاريخ الحضاري والثقافي والإنجازات المعاصرة المختلفة. كما أن السياحة اليوم تواجه مشكلات عديدة في معظم البلدان النامية والأقل نموا، وتتراوح هذه المشكلات بين نقص المعرفة الفنية وضعف الأنشطة التطويرية، والوعي العام الشعبي،

وعدم كفاية البنية التحتية الأ سا سية الـ سياحة والا ستثمارات فيها، وتحديات الأمن والـ سلامة الـ سياحية ومدى ا ستخدام وتفعيل تكنولوجيا المعلومات والاتـ صالات الحديثة والمتطورة، وهذا ما تعالجه الا ستراتيجية الوطنية للتنمية الـ سياحية، و صولا لتحقيق التنمية المـ ستدامة وفق أسسوخطط وبرامج قصيرة ومتوسطة الأجل على المستوى الوطني والمحلي ، مواكبة للتوجه نحو خلق بيئة داعمة للتعاون بين دول العالم من جانب، ودول الأقاليم المصدرة للسياحة من جانب أخر، ليلعب هذا القطاع دورا مهما في خطط التنمية وعليه المـ ساهمة في دعم التنمية الـ سياحية والاقتـ صادية والاجتماعية الـ شاملة ، التي تعتبر أن الـ سياحة قطاعا واعدا وأن نمو الـ سياحة واستدامة مواردها ، وزيادة عائداتها ومنافعها الاقتصادية، يفرض توسيع وتعميق الاهتمام والرعاية من قبل الجهات المختـ صة بهذا القطاع وفق أ سس ومعايير وا ضحة و محددة في إطار هذه الاستراتيجية التي تتوافق والرؤية الاستراتيجية الشاملة والممتدة في فترتها الزمنية حتى تتماشى مع أهداف الألفية الثالثة، ومواكبة التطور والتنافس العالمي في الأ سواق وفي الترويج للمقا صد الـ سياحية، وبما يمنح مـ ساحات أو سع للحراك الـ سياحي داخل الوطن، ويفتح مجالات اقتـ صادية أوسع للاستفادة من المنافع والعوائد السياحية، وتجنب الآثار السلبية المحتملة للسياحة تكنولوجيا المعلومات والاتـ صالات أحد الأ سس الا ستراتيجية للتنمية الـ سياحية يمكن توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة كأحد أ سس التنمية السياحية من خلال :(**يحي إبراهيم، شعوبي محمود ،ص80**)

1. تعظيم العوائد والمنافع الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية للسياحة.
2. زيادة الوعي المجتمعي بأهمية السياحة وقيمتها الاقتصادية .
3. إبراز دور السياحة في خدمة أفراد المجتمع وخدمة السائح على السواء.

4.التعريف بأهم عناصر الجذب السياحية الطبيعية، وأهم الخدمات والتسهيلات السياحية.

5.تطوير مستوى جودة الخدمات السياحية بكافة مستوياتها.

6.تطوير مهارات وقدرات الموارد البشرية للسياحة من خلال الاستفادة من الخبرات والتجارب العالمية في كافة الخدمات السياحية.

7.الارتقاء بأساليب ووسائل الترويج والتسويق السياحي، وذلك من خلال طرق التسويق الالكتروني المتنوعة للمنتجات والخدمات السياحية.

8.تحفيز زيادة الاستثمارات في القطاع السياحي بما يتوافق وزيادة أعداد السياح وذلك من خلال التعريف بالمقومات السياحية المختلفة.

دور(TIC)في تحقيق التنمية السياحية:

إن جودة الخدمات السياحية لن تتم إلا بإتاحة واستخدام التكنولوجيا في مختلف مجالات السياحة والفندقة، من تخطيط وترويج وتسويق وحجز وتعاقد وتسوية مالية وغيرها، وقد نبهت إلى ذلك منظمة السياحية العالمية الحكومات والهيئات والمؤسسات بأهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في قطاع السياحة والفندقة؛ وأصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال اللبنة الأساسية للتنمية السياحية ،ولم تعد خيارا بالنسبة للقائمين على القطاع السياحي، بل حتمية تفرضها الأوضاع الاقتصادية الراهنة لتطوير وتنمية القطاع السياحي والفندقي، ولا يمكن بأي حال من الأحوال الاستغناء عن التقنيات والوسائل الالكترونية في تطوير السياحة، بل هي مكملة وضرورية من أجل تطوير قطاع السياحة ،وينبع هذا التكامل من خلال:

1.اعتماد الخدمات السياحية بمختلف أنواعها بشكل كبير على تداول المعلومات السياحية، المتصفة بالتباين، وبالتالي يصعب قياس جودها إلا بعد التجربة، ولذلك تعد الانترنت الوسط

المنا سب لها، فهي تقلل من حدة هذا التباين عن طريق الزيادة التخيلية الافترا ضية للخدمة الـ سياحية بحيث تمكن الزائر من التعرف على المعالم والمناطق الـ سياحية بكل سهولة ويـ سر، من خلال صورة تفاعلية مرئية تخيلية للموقع والاطلاع على البيانات والمعلومات التفصيلية للمناطق الـ سياحية المراد زيارتها، وأيـ ضا تمكن الـ سائح من تخطيط وو ضع برنامج لرحلته واختيار المناطق التي يرغب في زيارتها، وترتيب مواعيد زيارته لها حتى يتـ سنى له مـ شاهدة أكبر عدد ممكن من المعالم السياحية ، وتخصيص ميزانية تقريبية لنفقاته.

2.يؤدي ا ستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتـ صال إلى تخفيض تكلفة إنتاج الخدمة الـ سياحية ، حيث تساهم من جهة في رفع الترويج السياحي ، ومن جهة أخرى تعمل التكنولوجيا على(تخفيض التكاليف، خصوصا تلك المتعلقة بالاتصال) الاتصال المباشر بالوسطاء والسواح وتلك المتعلقة بالتوزيع فطالب الخدمة هو من يـ سعى لاقتنائها، مما يقلص تكاليف طباعة المطبوعات والدوريات الـ سياحية، بالإ ضافة إلى خفض حجم العمالة الزائدة ورفع العاملين وتدريبهم على ا ستخدام الحاسب الآلي والانترنت والتطبيقات والبرامج المختلفة.

3.التو سع في ا ستخدام التكنولوجيا قد يؤدي إلى احتياجات كاملة لم تكن موجودة من قبل، مما يدفع بالعاملين بالقطاع الـ سياحي بتطوير منتجات جديدة ومتنوعة تلبي هذه الاحتيا جات ، ويؤدي هذا التو سع أيـ ضا إلى تحـ سين الخدمة المقدمة، وتو سيع قاعدة الزبائن، والرفع من القدرة التنافسية للمؤسسة السياحية وتلميع علامتها التجارية، ويضفي عليها حالة من المصداقية وجودة الخدمة، مما ينعكس إيجابيا على دخل القطاع الـ سياحي إجمالا ويمكن أن نورد عدة عوامل تدفع ا لـ قا ئـ مين عـ لى ا لـ قـ طاع الـ سـ يا حي وا لـ فـ ند قي با سـ تـ خدام TIC ند كر منها:(http://www.euoticonf.com)

- رغبة المسيرين ومدراء أعمال القطاع السياحي في التعريف بأعمالهم ومنتجاتهم، والخدمات التي يقدموها إلى العديد من السواح، وكيفية الاتصال بهم في حالة الحاجة إليهم بسرعة أكبر وتكلفة أقل.
- النشر الالكتروني لكل المعلومات المتاحة التي تخص المؤسسات السياحية والفندقية، والتي يرغب السواح في معرفتها دون الذهاب إلى المؤسسة السياحية.
- قديم خدمات مميزة للسائح من حيث السرعة والسهولة، عن طريق الويب وعن طريق البريد الالكتروني عند طلبها.
- جلب فئة جديدة من السواح الذين هم على اتصال بالإنترنت من خلال نشر المعلومات السياحية للسواح في الوقت المناسب ، فأي تأخير في آجال نشرها تفقد المعلومة أهميتها.
- انتاج المؤسسات السياحية والفندقية على السوق المحلي، الإقليمي والدولي .والحصول على معلومات عن الخدمات المنافسة حتى تبقى المؤسسة السياحية والفندقية في وضعية تنافسية جيدة.
- نشر إعلانات وإشهار لمنتجات وخدمات المؤسسات السياحية والفندقية لجلب أكبر عدد من السواح والمستثمرين في المجال السياحي.
- السماح للسواح بالقيام بحجوزات عبر الانترنت والتسوق الالكتروني والتجارة الالكترونية.
- ومتابعة تطور القطاع، من خلال الاتصال الدائم بالعالم من أجل الحصول على معلومات سياحية، كزيارة مواقع مؤسسات أخرى من نفس نشاط القطاع.
- وسيلة لتخفيض مصاريف الترويج وتحسين وتطوير الخدمات والمنتجات السياحية والفندقية.

- ركيزة للإبداع والتنمية وخلق منتجات جديدة، خدمات جديدة، أ سواق جديدة، ميزة تنافسية...الخ. والسماح بتقديم خدمات سريعة ومتنوعة للسواح.
- الو سيلة المف ضلة بالن سبة للمؤ سـ سات الـ سياحية والفندقية الكبيرة ذات الفروع. وهي وسيلة منافسة، إذ تسمح بالخروج من الأسواق المحلية إلى استهداف الأسواق العالمية.

(http://www.misr.gov.eg/arabic/default.asp2015-7-2)

المقترحات :

من خلال العرض الـ سابق لمو ضوع البحث يمكن أن ذ ستخلص مجموعة من المقترحات أهمها:

1 . نظرا لأهمية التنمية السياحية في كل بلد ينبغي ا ستنباط أ ساليب إنتاجية جديدة أفضل وتنمية المهارات والطاقات البـ شرية وخلق تنظيمات أف ضل لرفع مـ ستويات الإنتاج لتحقيق تنمية شاملة، وذلك من خلال تفعيل واستخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة.

2 . نظرا لأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير صناعة السياحة والمهنالأخرى المتعلقة بها يجب تضمين موضوع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في كافةالخدمات والتسهيلات السياحية التي تسعى الهيئات والمؤسسات السياحية تقديمها.

3 . دعم الوسائل التكنولوجيا الحديثة وتحقيق الاستفادة منها وتطوير شبكات المعلومات لتتماشي مع متطلبات السياحة الالكترونية .

4 . تعليم وتدريب كافة العاملين في القطاع السياحي العام والخاص على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وخصوص الحاسب الآلي والانترنت والبر مجيات وبما يتلاءم مع التطورات الحالية.

5 . .الاهتمام بالمواقع السياحية الموجودة وضرورة العمل على أنشاء مواقع الكترونية جديدة يراعى فيها المعايير الدولية في التصميم وجودة المحتوى وبأكثر من لغة

قائمة المراجع:

أولا: الكتب:

1. جمال داوود سلمان. اقتصاد المعرفة ـ دار اليازوري العلمية للنشر: عمان ،2009.

2. صلاح الدين عواد الكبيسي. اداره المعرفة. مفاهيم أساسية . نماذج ـ عمليات ، د.م: 2004.

3. حارت عبود. تكنولوجيا التعليم المستقبلي، دار وائل للنشر : عمان،2009.

4 . عبدالله إسماعيل الـ صوفي، "التكنولوجيا الحديثة ومراكز المعلومات والمكتبة المدر سية"، دار الم سرة، 2005.

5 . فؤاده عبدالمنعم البكري، التـ سويق الـ سياحي وتخطيط الحملات الترويجية في ع صر تكنولوجيا الاتصالات، عالم الكتب ، القاهرة، 2007.

6. قاسم النغواشي. استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التعليم. دار وائل للنشر: عمان،2010.

7. محمد السيد خشبة. أساسيات الحاسبات الالكترونية، دار الوليد للنشر: القاهرة، 1990.

8 . محمد محمد الهادي. توجيهات. توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتـ صالات في مرافق المعلومات. ـ القاهرة: المكتبة الأكاديمية،2004.

9 . نوري منير ونعيمة بارك /تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأهميتها في اقتصاديات الدول العربية لمسايرة الاقتصاد العالمي الجديد، الجزائر،2005.

ثانيا: الدوريات والمجلات:

1 . حسين عوده السريحي ،هدى محمد بالطويل المعلومات وأهميتها في السياحة: دراسة تجربتي أبها وجدة . عالم الكتاب: السعودية ،ع2000،2.

2 . يحي إبراهيم ، شعوبي محمود فوزي. دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تنمية قطاع السياحة والفندقة، مجلة الباحث:ع2009،7/2010.

ثالثا: الرسائل العلمية:

1 . محمد أحمد عبد الرؤوف. تطبيقات نظم المعلومات الجغرافية في التسويق السياحي في مصر: دراسة تحليلية للوضع واستشراف الوضع في المستقبل.(رسالة ماجستير غير منشورة) جامعة القاهرة: كلية السياحة والفندقة،2005.

رابعا: المواقع الالكترونية:

المؤتمر الدولي العربي للسياحة الالكترونية والتسويق الالكتروني: www.misr. Gov.eg /Arabic /default.asp

التسويق الالكتروني والتنمية السياحية:http://www.euoticonf.com

الاهتمامات البحثية والعملية في مجال التخطيط والتنمية السياحية: fac.ksu.sa/falhuqbani -