

السياحة الإلكترونية أحد تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

Electronic tourism is an application of information technology communications

وسيلة السبتي^{1*} ، مسعودة رداش² ، أحمد بن خليفة³

¹ جامعة محمد خيضر - بسكرة (الجزائر)

² جامعة محمد خيضر - بسكرة (الجزائر)

³ جامعة حمه لخضر - الوادي (الجزائر)

ملخص: يشهد العالم اليوم تغيرات سريعة وتحديات كبيرة في مختلف المجالات لاسيما في ظل العولمة والمعلوماتية فالتغيرات التكنولوجية والتطور في تكنولوجيا المعلومات فرضت تطبيقات حديثة للتعامل في مقدمتها الخدمات السياحية الإلكترونية التي أصبحت في الوقت الحالي ضرورة حتمية لا يمكن لأي نشاط سياحي تجاهلها. وقد جاءت هذه الدراسة للتعرف على ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال و مختلف التحديات التي تواجهها، و تناولت الدراسة أيضا مفاهيم حول السياحة الإلكترونية كتطبيق ظهر نتيجة التطور في تكنولوجيا المعلومات و أهميتها، كما تهدف الدراسة إلى معرفة دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير السياحة الإلكترونية.

الكلمات المفتاح : تكنولوجيا المعلومات ؛ السياحة؛ السياحة الإلكترونية .

Abstract: The world today is under going rapid changes and major challenges in various fields, especially in the context of globalization and information. Technological changes and the evolution of information technology have imposed modern applications for dealing with, in particular, electronic tourism services, which are now a necessity that can not be ignored by any leisure activity. The study also examined the concepts of e-tourism as an application that emerged as a result of the evolution in information technology and its importance. The study also aims to know the role of information technology in the development of e-tourism

Keywords: Information technology; tourism; e-tourism;

I - تمهيد :

إن تكنولوجيا المعلومات تجمع جملة من الأجهزة الضرورية لمعالجة البيانات و تداولها، و قد شهد قطاع تكنولوجيا المعلومات في العالم تغيرات و تحولات دائمة و متسارعة ، وقد خفضت هذه التطورات التكنولوجية من تكلفة السلع الالكترونية، كما أنتجت تطبيقات حديثة في مجال السياحة منها السياحة الالكترونية باعتبارها تعتمد علي الحوسبة و الاتصال ومختلف الوسائل التقنية لتنفيذ و إدارة نشاطاتها المختلفة و قد أصبحت واقعا مفروضا لأي نشاط سياحي.

1.I- تكنولوجيا المعلومات:

1.1. I - مفهوم تكنولوجيا المعلومات

يتضمن مفهوم تكنولوجيا المعلومات كل الأدوات و التقنيات التي تستخدمها نظم المعلومات لتنفيذ الأنشطة الحاسوبية على اختلاف أنواعها وتطبيقاتها و تشمل كل من عتاد الحاسوب و المكونات المادية للحاسوب ، برامج الحاسوب (سعد، 2007) كما تعرف تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأنها: مجموع الوسائل أو الأدوات أو التقنيات أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي، والتي يتم من خلالها جمع البيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو المسموعة المرئية أو المطبوعة أو الرقمية (من خلال الحاسبات الالكترونية)، ثم تخزينها، بعد ذلك استرجاعها في الوقت المناسب، يلي ذلك عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين مسموعة أو مسموعة مرئية أو مطبوعة أو رقمية، ونقلها من مكان إلى آخر ومبادلتها، وقد تكون تلك التقنية يدوية أو آلية أو إلكترونية أو كهربائية حسب مرحلة التطور التاريخي لتقنيات الاتصال والمجالات التي يشملها هذا التطور (البيان، 2000).

1.1. 2- خصائص تكنولوجيا المعلومات

لقد تميزت تكنولوجيا المعلومات عن غيرها من التكنولوجيا الأخرى بمجموعة من الخصائص أهمها :
 • التفاعلية : إن المستعمل هذه التكنولوجيا يمكن أن يكون مستقبل ومرسل في نفس الوقت ، فالمشاركين في عملية الاتصال يستطيعون تبادل الأدوار وهو ما يسمح بخلق نوع التفاعل بين الأشخاص والمؤسسات وباقي الجماعات .
 • اللامركزية : وهي خاصية تسمح باستغلال تكنولوجيا المعلومات ، فالانترنت مثلا تتمتع باستمرارية عملها في كل الأحوال ، فلا يمكن لأي جهة أن تعطل الانترنت على مستوى العالم بأكمله .
 • قابلية التواصل : وتعني إمكانية الربط بين أجهزة الاتصال المتنوعة الصنع ، أي بغض النظر عن المؤسسة أو البلد الذي تم الصنع منه .
 • التلازمة : وتعني إمكانية استقبال الرسالة في أي وقت مناسب المستخدم ، فالمشاركين غير مطالبين باستخدام النظام في نفس الوقت ، ففي البريد الإلكتروني مثلا نجد الرسالة ترسل مباشرة من المرسل إلى المستقبل ودون الحاجة إلى تواجدها هذا الأخير أثناء العملية .
 • قابلية التحرك و التحويل : وهي إمكانية نقل المعلومات من وسيط أو حامل لآخر ، كتحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة أو مرقوءة .
 • العالمية الكونية : وهي المحيط الذي تنشط فيه هذه التكنولوجيا ، حيث تأخذ المعلومات مسارات مختلفة ومعقدة تنتشر عبر مختلف مناطق العالم وهي تسمح للرأسمال أن يتدفق الكترونيا خاصة بالنظرية إلى سهولة المعلومات التجارية التي يحركها الرأسمال المعلوماتي فتسمح لها بتخطي عائق المكان والانتقال عبر الحدود الدولية.

كما يعتبرها البعض هي "عبارة عن استخدام التقنيات (الوسائل) الحديثة مثل الحاسوب و الطباعة و الإنترنت و المساحات الضوئية و الأجهزة الخلوية و غيره من الوسائل في عمليات جمع البيانات و حفظها ومعالجتها و توزيعها و بثه بسرعة ودقة كبيرة من أجل المساعدة في عمليات دعم اتخاذ القرارات و حل المشكلات وتحليل البيانات (حضر، 2010).

3.1.I - أسباب التوجه نحو تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

تعتبر المجالات الخمسة التالية من أهم الأسباب الدافعة نحو تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال (ضيف الله، 2017): تطورات الانترنت المتلاحقة وتفاعلاتها التكنولوجية: نتج عن هذه التطورات ظهور أعمال جديدة بتكاليف منخفضة، إدارة أعمال الكترونية جديدة، تجارة الكترونية وحكومات الكترونية مع ازدياد العزوف عن نماذج الأعمال التقليدية . ظهور وتطور اقتصاد المعرفة: يمثل هذا المجال ظهور اقتصاديات أساسها المعلومات والمعرفة، ظهور منتجات وخدمات جديدة؛ وبعبارة أخرى فإن المعرفة أصبحت أصول إستراتيجية أساسية منتجة . النمو في الاقتصاد المرتبط عالميا: والذي يطلق عليه مجازا مصطلح العولمة فهناك إدارة وسيطرة لمواقع الأسواق العالمية الالكترونية، منافسة في أسواق العالم مع وجود مجاميع عمل موزعة عالميا بفضل نظم توزيع واتصال عالمية . التحولات في مشاريع الأعمال: تعتبر الانترنت والتكنولوجيا عنصران ذا صلة بالمؤسسة، فقد جعلتا بالإمكان القيام بالأعمال عبر حدود المؤسسة بنفس الكفاءة تقريبا في قيامها بالأعمال داخل المؤسسة؛ وهذا يعني أن المؤسسات لم تعد تقتصر في أعمالها على حدود المنظمة التقليدية أو الحدود المكانية المتعارف عليها . ظهور ما يسمى بالشركة الرقمية: كل التغييرات التكنولوجية مصحوبة بإعادة تصميم منظمي أساسي يمكن أن تؤمن للمنظمة ظروف مناسبة باتجاه المؤسسة أو المنشأة الرقمية، فهي إذن المؤسسة التي تكون محمل علاقات الأعمال المهمة فيها تقريبا سواء مع الزبائن أو المجهزين أو العاملين، يتم تكييفها الكترونيا

4.1.I- إشكاليات وتحديات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

تعددت إشكاليات وتحديات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في عصر الاقتصاد الرقمي، فمنها ما تُعدّ إشكاليات وتحديات مباشرة ومنها ما تُعدّ غير مباشرة، ومن أهمها:

الجرمة السيبرانية:

تعرف الجرمية السيبرانية بأنها أي نشاط تستخدم فيه الحواسيب أو الشبكات كأداة أو هدف أو مكان لممارسة النشاط الإجرامي. و هي أيضاً أنشطة معتمدة على الحاسوب تُعد إما غير قانونية أو غير مشروعة من جانب أطراف معينة، ويمكن الاضطلاع بها عن طريق الشبكات الإلكترونية العالمية. ويمكن التفريق بين أربعة أنواع مختلفة من الجرائم السيبرانية هي: الجرائم التي تستهدف سرية البيانات والنظم الحاسوبية وتكاملتها، الجرائم المتعلقة بالحاسوب، الجرائم المتعلقة بالمحتوى، والجرائم المتعلقة بحقوق المؤلف القرصنة التقنية وأمن المعلومات:

إن القرصنة التقنية المتمثلة في نسخ محتويات الأقراص المضغوطة (مثل برامج الكمبيوتر) تشكل خطراً كبيراً يهدد الملكية الفكرية إذ أنها تمثل انتهاكاً لحقوق الغير، تمنعهم من استيفاء حقوقهم كاملة. إنه من السهل حماية ملكية الأشياء من معدات وموارد طبيعية، لكن الأمر أكثر تعقيداً بالنسبة لحماية الملكية الفكرية، وبدون تشريع واضح عملي وسهل التطبيق ستهز أركان الرأسمالية القائمة على المعرفة، ومن الطبيعي ألا أحد سيقدم على استثمار أمواله في البحث والتطوير في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ما لم يتأكد من تحقيق أرباح مستقبلاً. هجرة الأدمغة:

تشكل هجرة الأدمغة جزءاً مهماً من التدفق المعرفي في عصر العولمة، وتتأثر بالتحويلات في البيئات التمكينية الجاذبة منها أو الطاردة. فالحاجة للكفاءات والخبرات والموارد البشرية ازدادت بشكل ملحوظ في جميع أرجاء العالم، بما في ذلك أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية التي لم تعد قادرة على إنتاج المهارات محلياً وأصبحت تبحث عنها في الدول النامية بشكل خاص. و تمثل ظاهرة هجرة الأدمغة نزيفاً حقيقياً يكبد البلد الأصلي خسائر اقتصادية جد معتبرة، حيث أن النفقات الطائلة التي خصصت للاستثمار في الرأسمال البشري لم يحن

منها البلد العائد المنتظر. ولأن الاقتصاد الرقمي يقوم أساساً على الرأسمال البشري، فهو مهدّد بشكل مباشر بظاهرة هجرة الأدمغة خاصة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وهو بذلك يواجه بذاته تحدياً صعباً، و لا مناص من اتخاذ قرارات عملية لاسترجاع تلك العقول المهاجرة والحفاظ على العقول التي لم تهاجر، وذلك من خلال توفير الظروف الملائمة التي تهيأ لهذه الطاقات البيئية الملائمة للعمل والإبداع .

الفجوة الرقمية:

هناك مصطلحات عديدة تقارب هذا الموضوع مثل الفجوة المعرفية التي تدل على زيادة دور المعرفة مقارنة مع الأرض وأدوات الإنتاج. وهناك مصطلح الفجوة التقنية والذي يشير إلى الفروقات بين من يملك التقنية ومن لا يملكها، وهو يركز على سيادة بلدان ما بعد الثورة الصناعية على تقنيات الإنتاج بمختلف أشكالها مدعوما بنتائج الثورة العلمية التكنولوجية. أما مصطلح الفجوة الرقمية فهو استكمال لمصطلح الفجوة التقنية، مع التركيز على آخر مستجدات العلوم وخصوصاً ما يتعلق منها بالمنتجات المعرفية المحضة كالبرمجيات وغيرها بالتوازي مع حاملها الأساسي (شبكة الإنترنت) وهو يشير إلى الهوة ما بين البلدان النامية والبلدان المتقدمة في قدرتها على النفاذ إلى مصادر المعرفة والمعلومات، مترادفاً مع القدرة على استغلالها وتوظيفها.

إن التطور السريع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات سيؤدي إلى توسيع الفجوة الرقمية بين الذين يملكون التكنولوجيا والذين لا يملكونها. و إن خطورة الفجوة الرقمية لا تتعلق بانعكاساتها التلقائية المباشرة على الدخل بقدر ما تتعلق بانعكاساتها على النفوذ، والتي تعود بسلسلة من الانعكاسات السلبية المتصاعدة على الأمن والصحة والتعليم والعلاقات الإنسانية والدخول، وكذلك على الحق الإنساني في الإبداع وفي الاستفادة من المعلومات

2.I- السياحة الإلكترونية وأهمية تكنولوجيا المعلومات في تطبيقها:

1.2.I- (السياحة الإلكترونية)

تعرف السياحة الإلكترونية على أنها الخدمات التي توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بغرض انجاز و ترويج الخدمات السياحية والفندقية عبر مختلف الشبكات المفتوحة والمغلقة، بالاعتماد على مبادئ وأسس التجارة الإلكترونية، و تتعدى في الواقع مفهومها إلى أبعد من ذلك، فهي تشمل السياحة المتنقلة أو الجواله المستخدمة للأجهزة الإلكترونية المحمولة وغيرها (العلمي، 2013) و تتطلب السياحة الإلكترونية لتحسينها عملياً أربعة مراحل أساسية :

*تجميع المعطيات السياحية (عروض، أسعار، خرائط، تقارير، ...)

*رقمنة المعطيات المجمعة باستخدام مختلف الوسائل التكنولوجية.

*نشر المعلومات المجمعة إلكترونياً عبر الويب، و عبر الوسائط الإلكترونية المتعددة و بأكثر من لغة.

*تزويد الهيئات، الوكالات، المؤسسات السياحية و الفندقية بوصلة انترنت موزعة شبكياً و بريد إلكتروني بالإضافة إلى الهاتف و الفاكس.

1.2.I- أسباب و مراحل ظهور السياحة الإلكترونية:

تعود بداية السياحة الإلكترونية إلى عام 1990 مع دخول الانترنت في سوق التجارة العالمي و على كل قنوات التجارة إن كانت بين الشركات مباشرة و المستهلكين .و أول ممثل لهذا القطاع كان موقع ديكريفتور Dègriftour " في عام 1991. إن أول اجتماع قطاعي للتكنولوجيا الحديثة و السياحة معا أدى إلى ولادة قطاع جديد يسمى بالسياحة الإلكترونية e- tourisme تتطلب السياحة الإلكترونية لتحسينها عملياً أربعة مراحل أساسية لصناعة المحتوى الرقمي (وهاي، 2018)

-تجميع المعطيات السياحية (عروض ، أسعار ، خرائط ، تقارير)

- رقمنة المعطيات المجمعة باستخدام مختلف الوسائل التكنولوجية.

- نشر المعلومات المجمعة إلكترونياً عبر الويب و الوسائط الإلكترونية المتعددة و بأكثر من لغة.

- تزويد الهيئات الوكالات الدواوين و المؤسسات السياحية و الفندقية بوصلة انترنت موزعة شبكيا و مقبولة و متوافقة مع حجمها و بريد إلكتروني فضلا عن الهاتف و الفاكس.

* * وقد مهدت لظهور السياحة الإلكترونية عدة عوامل نوجزها في (بركان، 2012):

- ارتفاع نسبة إسهام السياحة الإلكترونية في إجمالي التجارة الإلكترونية الدولية.
- تطوير المنتج السياحي المقدم و استحداث أنشطة سياحية جديدة تتفق مع شرائح السائحين المختلفة
- زيادة في القيمة المضافة في القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني

- انتشار سريع لوسيلة الانترنت في العالم

- تأمين الثقة في وسائل الدفع عبر الانترنت.

3.2.I- أهمية السياحة الإلكترونية.

تنبع أهمية السياحة الإلكترونية من خلال المنافع الضخمة التي توفرها سواء لمقدمي الخدمات السياحية أو للسائحين أنفسهم، والتي تساهم في تجاوز الحواجز التقليدية في المعاملات السياحية النمطية، ومن بين هذه المنافع:

- تيسير تقديم المعلومات التي تعتمد عليها صناعة السياحة من خلال تأمين المعلومات السياحية المطلوبة على مدار 24 ساعة في اليوم و 7 أيام في الأسبوع و أصبح بإمكان المستهلك السياحي الحصول على جميع البيانات والمعلومات التي يحتاجها عن المنتج السياحي من خلال شبكة الإنترنت.

- تأمين الثقة في وسائل الدفع عبر الانترنت

- إن استخدام القنوات الإلكترونية المتنوعة يساعد السائح على التعرف السلع والخدمات السياحية مثل الفنادق والمطاعم ووكالات السفر وشركات الطيران.

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

- تحسين الأداء الاقتصادي للمنشآت السياحية خاصة الصغيرة والمتوسطة منها، وكذلك لتخفيض تكاليف الخدمات السياحية مما ينعكس بدوره على أسعار البرامج السياحية وكذلك سهولة تطوير المنتج السياحي و ظهور أنشطة سياحية جديدة تتناسب مع شرائح مختلفة من السائحين إلى جانب زيادة القدرة التنافسية للشركات السياحية بما يساهم في زيادة المبيعات وبالتالي الأرباح .

- توفر فرصا وخيارات متنوعة من حيث مواعيد رحلات الطيران وأنواع الفنادق وأسعارها والدول المقصودة ونوع السياحة المطلوبة سواء كانت تاريخية أو ترفيهية أو غيرها في وقت قصير بدلا من مراجعة مكاتب السفريات .(بركان، 2012)

- السياحة الإلكترونية تجعل السائح يعيش تجربة السفر من خلال التجول في الأماكن التي يريد السفر إليها بعيدا عن عوامل أخرى ممكن أن تؤثر على اختياره في مكاتب السفريات

- سهولة تطوير المنتج السياحي وظهور أنشطة سياحية جديدة تتفق مع شرائح السائحين المختلفة وذلك من خلال قياسات الرأي التي يمكن من خلالها معرفة التوجهات السياحية الجديدة والخدمات الأساسية والمكملة التي يحتاجها السائحون، كون شيوع استخدام السياحة الإلكترونية دليلا على تقدم البنية التكنولوجية والخدمات الإلكترونية في البلد المعنى بما يساهم في زيادة الاستثمارات الأجنبية وفي تمتع بنية الأعمال الحكومية والخاصة بالمصادقية في التقارير الدولية

-زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات السياحية بما يساهم في زيادة مبيعاتها وإيراداتها وأرباحها، وهو ما ينعكس في النهاية على زيادة القيمة المضافة للقطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي.

4.2.I- دوافع استخدام تكنولوجيا المعلومات في قطاع السياحة

إن جودة الخدمات السياحية لن تتم إلا بإتاحة و استخدام التكنولوجيا في مختلف مجالات السياحة و الفنادق، من تخطيط وترويج وتسويق وحجز وتعقد وتسوية مالية... وغيرها، وقد نبهت إلى ذلك منظمة السياحة العالمية الحكومات والهيئات والمؤسسات بأهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في السياحة و الفنادق ؛ و أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال اللبنة الأساسية للتنمية السياحية، ولم تعد خيارا بالنسبة للقائمين على القطاع، ولا يمكن بأي حال من الأحوال اعتبار السياحة الإلكترونية هي منافسة للسياحة التقليدية، بل هي مكملتها وضرورة من أجل تطوير قطاع السياحة، وينبع هذا التكامل من خلال (بختي و شعوبي، 2009):

- اعتماد الخدمات السياحية بمختلف أنواعها بشكل كبير على تداول المعلومات السياحية، المتصفة بالتباين، وبالتالي يصعب قياس جودتها إلا بعد التجربة، ولذلك تعد الانترنت الوسط المناسب لها، فهي تقلل من حدة هذا التباين عن طريق الزيارة التخيلية/ الافتراضية للخدمة السياحية بحيث تمكن الزائر من التعرف على المعالم والمناطق السياحية بكل سهولة ويسر، من خلال صورة تفاعلية مرئية تخيلية للموقع والاطلاع على البيانات والمعلومات التفصيلية للمناطق السياحية المراد زيارتها، وأيضا تمكن السائح من تخطيط ووضع برنامج لرحلته واختيار المناطق التي يرغب في زيارتها، وترتيب مواعيد زيارته لها حتى يتسنى له مشاهدة أكبر عدد ممكن من المعالم السياحية، وتخصيص ميزانية تقريبية لنفقاته.

- يؤدي استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى تخفيض تكلفة إنتاج الخدمة السياحية، حيث تساهم من جهة في رفع الترويج السياحي، ومن جهة أخرى تعمل التكنولوجيا على تدنئة التكاليف، خصوصا تلك المتعلقة بالاتصال (الاتصال المباشر بالوسطاء و السواح) وتلك المتعلقة بالتوزيع فطالب الخدمة هو من يسعى لاقتنائها، مما يقلص تكاليف طباعة المطبوعات والدوريات السياحية، بالإضافة إلى خفض حجم العمالة الزائدة ورفع قدرات العاملين وتدريبهم على استخدام الحاسب الآلي والانترنت والتطبيقات والبرامج المختلفة .

-التوسع في استخدام التكنولوجيا قد يؤدي إلى ظهور احتياجات كامنة لم تكن موجودة من قبل، مما يدفع العاملين بالقطاع السياحي بتطوير منتجات جديدة ومتنوعة تلي هذه الاحتياجات الكامنة، وأيضا هذا التوسع يؤدي إلى تحسين الخدمة المقدمة، وتوسيع قاعدة الزائرين، والرفع من القدرة التنافسية للمؤسسة السياحية وتلميع علامتها التجارية، ويضفي عليها حالة من المصداقية وجودة الخدمة، مما ينعكس إيجابا على دخل القطاع السياحي إجمالا.

5.2.I- أهمية التقدم في تكنولوجيا المعلومات لتطبيق السياحة الإلكترونية :

تتعلق هذه المتطلبات بحالة البنية التقنية الموجودة، وكيفية تطويرها واستثمار الموجود منها في مجال السياحة الإلكترونية . ويشمل ذلك ما يأتي (علوان و عبد الرزاق، 2016):

-تنمية البنية الأساسية لوسائل الاتصال والمعلوماتية الحديثة لإتاحة فرصة أوسع للاتصال بخدمات الانترنت سواء في دولة المنتج السياحي أو الدول المستهدفة بالتسويق السياحي .

-تشجيع ظهور الوسيط الإلكتروني في قطاع السياحة، وهذا من خلال العمل على تشجيع إقامة شبكة من المواقع الإلكترونية الموازية لجميع العاملين في قطاع السياحة سواء مجال الفنادق، خطوط الطيران، وكالات السفر والمرشدين السياحيين ... وغيرها، من قطاعات العمل السياحي ويتم ذاك بالتعاون مع الوسطاء التقليديين في مجال السياحة فكلهما مكمل للآخر .

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

II - الخلاصة :

أدخل إن تكنولوجيا المعلومات أحد أهم العوامل التي تستند إليها المنشآت السياحية على اختلافها في تطوير أساليبها و من بين أساسيات العمل في النشاط السياحي الحديث و من أهم تطبيقاتها التوجه إلى تبني آليات السياحة الإلكترونية فعن طريقها يمكن التواصل مع السواح وتزويدهم بالمعلومات والعروض السياحية، كما توفر السياحة الإلكترونية العديد من المزايا مقارنة بالسياحة التقليدية من بينها على سبيل المثال لا الحصر الجودة في الخدمات و سرعة تقديمها مع تخفيض التكاليف و كذا رفع القدرة التنافسية،...

- الإحالات والمراجع ::

- 2013 دور الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في تحقيق التنمية المستدامة دراسة مقارنة بين ماليزيا و تونس و الجزائر (رسالة ماجستير 29) كلية الاقتصاد سطيف جامعة سطيف 1
- 2017 استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و أثره على تحسين جودة العملية التعليمية :دراسة عينة من الجامعات الجزائرية، أطروحة الدكتوراه، 84 كلية الاعلام والاتصال جامعة باتنة
- أساسيات نظم المعلومات الإدارية و تكنولوجيا المعلومات 2007الأردن، دار المناهج
- استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و أثره على تحسين جودة العملية التعليمية :دراسة عينة من الجامعات الجزائرية (أطروحة الدكتوراه 84 2017) كلية الاعلام و الاتصال جامعة باتنة
- استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في شركات السياحة و السفر و أثرها عملية تطوير الخدمات المقدمة 2016مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة 47182
- أهمية تكنولوجيا الاعلام و الاتصال في تطوير الخدمات السياحية 07350
- تكنولوجيا الاتصال المخاطر و التحديات و التأثيرات الاجتماعية 2000 القاهرة الدار المصرية الاردنية
- خضر مصباح 2010
- دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تنمية قطاع السياحة و الفنادق 2009مجلة الباحث 07280