

واقع وافاق الفعاليات الاقتصادية السياحية الرقمية في الاردن

(الاقتصاد السياحي الرقمي ودوره في التنمية السياحية / تجارب دول مختارة)

بحث مستل من رسالة الماجستير الموسومة

The reality and prospects of economic events Digital tourism in Jorda

The digital tourism economy and its role in tourism development / experiences of)
selected countries

(Research paper from Master Thesis

أ.د محمد موسى دياب أ.د صفاء عبد الجبار الموسوي م.م زينب عبد الرضا
mhammad musa deyib safaa abduljabbae al musawi zainab abdulridhazainabalmoussawiii@gmail.comsafaa.almosaawe@yahoo.com

المخلص

تعد التحولات التكنولوجية في الاقتصاد العالمي المحرك الرئيس للتغيرات البنوية والاقتصادية نحو الاقتصاد الرقمي ومن ضمن ذلك يعد القطاع السياحي من اكثر القطاعات التي تصدرت التحول نحو القطاع السياحي الرقمي الذي يتضمن الانتقال من الفعاليات الاقتصادية السياحية التقليدية إلى الفعاليات السياحية الرقمية ويتمثل باستخدام التقنيات الحديثة في مجال الفعاليات الاقتصادية السياحية وتحولها نحو فعاليات اقتصادية سياحية رقمية، وعلى ضوء ذلك تتناول هذه الدراسة مدى التطور الحاصل في مجالات استخدام السياحة الرقمية من خلال دخول تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الخدمات السياحية في الاردن ، وجميع القطاعات التي لها صلة بالسياحة ومدى التطور الذي حصل باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجال الخدمات السياحية والمعوقات التي تواجه تطبيق السياحة الرقمية في الاردن من البنى التحتية والموارد البشرية واستراتيجية استخدام تكنولوجيا المعلومات في السياحة وقد اتضح من خلال الدراسة، أنه وبالرغم من كل المشاكل وُجد هناك استخدام وتطور في هذا المجال وإن كان محدود إلا أنه مؤثر .

Abstract

The technological changes in the global economy are the main engine of structural and economic changes towards the digital economy. Among these, the tourism sector is one of the sectors that led the shift towards the digital tourism sector, which includes the transition from traditional tourism economic activities to digital tourism activities. Tourism and its transformation into economic tourism and digital activities, and in light of this study deals with the development in the areas of the use of digital tourism through the entry of information technology and communications to Tourism services in Jordan, and all sectors related to tourism and the extent of development that has been achieved using

information and communication technology in the field of tourism services and the obstacles facing the implementation of digital tourism in Jordan from the infrastructure and human resources and the strategy of using information technology in tourism. Of all the problems found there is use and development in this area although limited but it is influential.

المقدمة

يعد التحول التكنولوجي الكبير في الاقتصاد العالمي هو المحرك الرئيسي للتغيرات البنوية والاقتصادية نحو الاقتصاد الرقمي الالكتروني وضمن قطاعات الاقتصاد الرئيسية يعد القطاع السياحي من أكثر القطاعات التي تصدرت التحول نحو القطاع السياحي الالكتروني الرقمي وشكل الالتقاء بالفعاليات الاقتصادية السياحية ضمن الاقتصاد الرقمي اتجاها نحو التحول باتجاه الاقتصاد السياحي الرقمي وهو يمثل مجمل الفعاليات الاقتصادية السياحية التي تتم باستخدام التقنيات التكنولوجية والالكترونية الحديثة ، فالاقتصاد السياحي هو فرع الاقتصاد الذي يختص بدراسة الفعاليات الاقتصادية السياحية ودور السياحة في الاقتصاد الوطني مثل مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات ودور ومساهمة السياحة في خلق فرص عمل وتشغيل الطاقات الوطنية ودور السياحة في الناتج المحلي الاجمالي ودور السياحة في تطوير وتنويع الإيرادات الحكومية.

ويهتم الاقتصاد السياحي في تحليل دور السياحة في الاقتصاد وكذلك انعكاس الاقتصاد على السياحة ، اما الاقتصاد السياحي الرقمي هو يدرس تحول الفعاليات الاقتصادية السياحية التقليدية إلى فعاليات سياحية الكترونية رقمية مثل التسويق السياحي الالكتروني و الحجز الالكتروني والسياحة الالكترونية والتجارة السياحية الالكترونية ، وهو يمثل تحول نحو استخدام التقنيات الحديثة في مجال تطبيق كافة الفعاليات الاقتصادية السياحية وتحولها نحو فعاليات اقتصادية سياحية الكترونية .

وفي بحثنا يوضح التطور في التنمية السياحية استخدام الاقتصاد السياحي الرقمي من خلال دخول تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الخدمات السياحية في الاردن من خلال (شركات السياحة والفنادق وشركات الطيران) وجميع القطاعات التي لها صلة بالسياحة ومدى التطور الذي حصل عند استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجال الخدمات السياحية و الصعاب التي تواجه تطبيق السياحة الاقتصادية الرقمية في الاردن في البنية التحتية والموارد البشرية واستراتيجية استخدام تكنولوجيا المعلومات في السياحة ورغم كل الصعاب كان هناك استخدام وتطور وان كان بسيط .

التعريف بالبحث وأهميته :

يعد التحول بالفعاليات الاقتصادية السياحية من الاطر التقليدية نحو الائمة والتقنيات الالكترونية الرقمية تحولا في بنية الانتاج السياحي وما يتبعه من تحول في تطور النشاط السياحي ودوره في الاقتصاد الوطني ومن هنا تأتي أهمية الدراسة التي تركز على دراسة هذا التحول وتأثيره في تطور السياحة إيجابا وسلبا وما يمكن ان يفرزه من متغيرات في الاجل القصير والطويل على دور الاقتصاد السياحي وفعالياته على مستوى الاقتصاد الوطني كما تحدد

الدراسة الافكار التي يجب ان يتم دراستها لتعظيم المنافع من هذا التحول وتدنيه الخسائر من هذا التحول ولكي تكون المحصلة ايجابية وفي صالح التنمية السياحية للاقتصاد الوطني.

اسباب اختيار الموضوع واهدافه :

لما كانت مفاهيم الاقتصاد الرقمي من الدراسات الحديثة العهد في علم الارشاد السياحي والسفر ، وجدت نفسي منجذبة للتعرف إلى الأثر السياحي لهذه النظرية والتعمق بأساليبها ومكوناتها وأهميتها في التنمية الاقتصادية والسياحية . وقد اخترت لهذه الغاية عددا من الدول المتقدمة في مجال هذا العلم الحديث. فالاقتصاد الرقمي هو ركيزة رئيسة في عالمنا المعاصر ، وتأثيراته واضحة في المفاهيم الاقتصادية .

اشكالية البحث :

يتناول البحث المشكلة الآتية:-

نتج عن التحول نحو الاقتصاد السياحي الرقمي تحولا في بنية الانتاج السياحي وتطورا من وسائل الانتاج، فما هو اثر ذلك في السياحة ودورها في التنمية الاقتصادية في الاردن؟

الفرضيات:

- 1- ان التحول إلى الاقتصاد السياحي الرقمي له اثار ايجابية على التنمية السياحية من ناحية تسهيل المعاملات والعلاقات بين الدول لبلوغ التقارب والمساهمة في هذه التنمية.
- 2 - ان التحول نحو الاقتصاد السياحي الرقمي قد يفرز اثار سلبية على التنمية السياحية وسنقوم بإبراز الأوجه المتعلقة بهذه الناحية.

منهج البحث :

أعتمد في هذا البحث :

- 1- المنهج الاستنباطي وهو منهج الدراسة من العام إلى الخاص اذ يتم فيه الاستعانة بالنظريات والافتراضات والافكار السابقة في دراسة الواقع وتحليله .
- 2- المنهج الاستقرائي و يتم فيه دراسة الواقع للوصول إلى معلومات يمكن استثمارها لخدمة موضوع الدراسة .

هيكلية البحث :

يتألف البحث من :

اولاً :- مدخل إلى الاقتصاد السياحي الرقمي (الفعاليات السياحية الرقمية المباشرة وغير المباشرة).

ثانياً :- : الفعاليات الاقتصادية السياحية الرقمية في الاردن.

الاستنتاجات والتوصيات.

أولاً : مدخل إلى الإقتصاد السياحي الرقمي

مفهوم الإقتصاد السياحي الرقمي : ان الإقتصاد السياحي الرقمي هو ذلك النوع من الإقتصاد الذي يقوم في مجمل عملياته على المعلومات، ويستند في اغلب خطواته على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي أسقطت وألغت كل الحدود والحواجز أمام تدفق المعلومات والسلع والخدمات وحركة رؤوس الاموال من وإلى أي نقطة في العالم ، وفي أي وقت⁽²⁾.

1- الفعاليات السياحية الرقمية المباشرة :

أ- قطاع الفنادق : إن جودة الخدمات السياحية لن تتم إلا بإتاحة وإستخدام التكنولوجيا في مختلف مجالات السياحة والفندقة، من تخطيط وترويج ...، وتسويق وحجز وتعاقد وتسوية مالية وغيرها، وقد نبهت إلى ذلك منظمة السياحة العالمية الحكومات والهيئات المؤسسات بأهمية إستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في قطاع السياحة والفندقة وأصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال اللبنة الأساسية للتنمية السياحية، ولم تعد خيارا بالنسبة للقائمين على القطاع، بل حتمية تفرضها الأوضاع الإقتصادية الراهنة لتطوير وتنمية القطاع السياحي والفندقي، ولا يمكن بأي حال من الأحوال إعتبار السياحة الإلكترونية هي منافسة للسياحة التقليدية، بل هي مكمل وضرورية من أجل تطوير قطاع السياحة، وينبع هذا التكامل من خلال:

- اعتماد الخدمات السياحة بمختلف انواعها بشكل كبير على تداول المعلومات السياحية، بحيث يمكن 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.
- 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 تقليل التكاليف، خصوصا تلك المتعلقة بالاتصال ، الاتصال المباشر بالوسط والسواح⁽³⁾.

ب- قطاع الشركات السياحية والسفر: **فشركة السياحة**: هي عبارة عن وسيط بين جهة تريد شراء خدمات معينة (السائح او مجموعة من السائحين) وبين جهة مالكة لتلك الخدمات (الفنادق ، شبكات النقل) وهي أيضاً منفذ توزيع لموردي الخدمات السياحية ، وشركة السياحة لها أعمال كثيرة منها استخدام تطبيقات الانترنت والتجارة الإلكترونية كتذاكر وخدمات الطيران، والخدمات الفندقية، الإلكترونية وشركات النقل وتأجير السيارات، والمطاعم السياحية. ويتعلق ذلك باستخدام أنظمة الحجز الآلي من خلال الانترنت في حجز وشراء تذاكر الطيران وغرف الفنادق، و في إتاحة

² -حسين العلمي، دور الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق التنمية المستدامة، رسالة ماجستير، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، 2012/2013، ص 4.

³ - بختي ابراهيم وشعوبي محمود فوزي، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة، مجلة الباحث ، عدد 7، 2009-2010، ص 280.

خدمات الانترنت سواء أثناء السفر على متن الطائرات أو أثناء إقامة السائح في الفنادق. فعلى سبيل المثال يتيح حجز وشراء تذاكر الطيران الالكترونية من خلال الانترنت حرية أكبر للسائح في تحديد خط السير الذي يريده، ومكان جلوسه ونوع الوجبات الغذائية التي يحصل عليها. كما تتيح بعض شركات الطيران الكبرى إمكانية تعديل الحجز وتعديل خط السير على التذاكر الالكترونية أو حتى بيعها إلى آخرين خلال ساعة فقط من تاريخ 24 ساعة من تاريخ السفر.

ج - أنظمة الحجز الآلي :

تطورت أنظمة الحجز الآلي كثيراً من اعتمادها على قاعدة بيانات إلى اعتمادها على قاعدة عريضة من البيانات والمعلومات وهي التي تخدم الحجز في المجال السياحي من حجز تذاكر السفر والسياحة والإقامة وهذه البيانات والمعلومات يتم تحديثها باستمرار بالتعاون مع الشركات المشاركة في نظام الحجز الآلي ، وقد تم ادخال هذا النظام أولاً في المطارات ، حيث حجز التذاكر ثم الانتقال بعد ذلك إلى باقي مجالات النظام السياحي من الفنادق والنقل السياحي بأنواعه واقسامه المختلفة.

ومن اشهر أنظمة الحجز الآلي المعروفة على مستوى العالم :

- أ-نظام اماديوس : وقد مر هذا النظام بمراحل عديدة من التطور منذ بداية ظهوره عام 1975م إلى ان وصل إلى شكله الحالي في عام 1986م وحتى الان ، وهو من أهم الأنظمة التي انتشرت على الصعيد الدولي والمحلي بشكل واسع النطاق .
- ب-نظام كالييو : وقد ظهر عام 1971م وأخذ في الانتشار عام 1976م وهو من اكثر الأنظمة انتشارا وخاصة على الصعيد المحلي حيث تم استخدامه في اغلب شركات الطيران .
- ت-نظام وولدسبان : وينتشر هذا النظام على الصعيد الدولي بصورة اكبر وبدأ في عام 1990م .
- ث-نظام ساير: وقد ظهر في أوائل الستينات وبدأ عمله من خلال الشركات السياحية عام 1976م، وهو ايضا يعدّ من الأنظمة المنتشرة على الصعيد الولي والمحلي وخاصة في الولايات المتحدة الامريكية.
- ج-نظام بيجاسوس : وهو يعمل كنظام حجز خاص بالفنادق في المقام الاول بعكس الأنظمة السابق ذكرها التي اشتهرت بأجراء الحجوزات على خطوط الطيران بالمقام الاول(4).

⁴-احمد حسن عبد الحميد عيسى واحمد محمد علي غازي ، اثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات على القطاع السياحي ، مشروع تخرج لعام 2011-2012م ، جامعة المنوفية ، كلية السياحة والفنادق ، قسم الدراسات السياحية ، مصر ، ص34-35 .

ولإدراك العلاقة الوثيقة بين وكالة السياحة والسفر والتكنولوجيا الحديثة يجب ان نضع في اعتبارنا مجموعة من النقاط الآتية:

- ان صناعة السياحة تقوم على توافر كم هائل من البيانات والمعلومات سواء كانت تلك البيانات والمعلومات التي تتعلق بالأسواق السياحية ، الشرائح السوقية المختلفة والعملاء ، موردي الخدمات السياحية ، المنافسين ، المنتج السياحي ، عوامل الجذب الخ .
 - ان التطور السريع والمتزايد في تكنولوجيا المعلومات يسهل عملية حفظ وتصنيف وتبويب وتحليل وتوزيع واسترجاع البيانات والمعلومات .
- ومن هنا يتضح لنا العلاقة الوثيقة القائمة بين التكنولوجيا وقطاع السياحة ، فإن الامر لا يتوقف على مجرد استخدام مجموعة من الأجهزة التكنولوجية المنفصلة (كالحاسب ، التلكس ، الفاكس ، الهاتف الآلي) بل انه يمتد إلى منظومة كاملة من الحاسبات الآلية ووسائل الاتصال التكنولوجية وشبكات المعلومات ولا يقتصر استخدام تلك المنظومة على احد القطاعات السياحية دون غيره بل يستخدم شركات الطيران والفنادق والبواخر السياحية وشركات السياحة فجميع القطاعات السياحية لابد لها من استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة لضمان بقائها والحفاظ على وضعها التنافسي أي ان تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة لن تترك اي قطاع من القطاعات السياحية دون أن تتدخل في صميم عمله ، فخلال المدة القادمة لن يستطيع اي شخص ان يعمل في المجال السياحي أن يهرب من استخدام التكنولوجيا الحديثة ، ومن آثارها المختلفة⁽⁵⁾.

ج- قطاع التسويق السياحي الرقمي :

أصبح التسويق السياحي من العناصر الأساسية التي تعتمد عليها مختلف الدول لزيادة نصيبها من الحركة السياحية الدولية التي تتزايد بشكل مستمر ، وبهذا اصبح التسويق السياحي فرعاً مستقلاً عن التسويق العام ، نظراً للطبيعة المتميزة للنشاط السياحي ، ونظراً للأهمية التي اكتسبها التسويق السياحي مع زيادة شدة المنافسة بين الدول السياحية للاستحواذ على اكبر نصيب ممكن من السائحين في الأسواق المصدرة لهم ، حيث أصبح نجاح التسويق السياحي ، مقياس الدولة السياحية في تحقيق أهدافها السياحية المتنوعة⁽⁶⁾.

ومن هذا المنطلق فإن صناعة السياحة لن توتّي ثمارها إلا بتسويق سياحي جيد حيث يعدّ التسويق السياحي الحلقة الأهم التي تحكم مسار آليات صناعة السياحة، وهناك آليات حديثة للتسويق السياحي أهم هذه الآليات هي التسويق السياحي الإلكتروني الذي يعدّ مفتاح نجاح الاستراتيجيات التسويقية للتطبيق في صناعة السياحة. ومن المهم أن نعلم يقيناً أن نشر ثقافة التسويق الإلكتروني بصفة عامة والتسويق السياحي الإلكتروني بصفة خاصة يشكل الركيزة الأساسية التي تساهم في خلق وتعزيز الطلب على المنتجات السياحية، هناك معلومات وخدمات سياحية وفندقية يجب أن تقدمها الشركات والمؤسسات السياحية بشكل حضاري لذا يجب توظيف أدوات التسويق الإلكتروني في عرض تلك الخدمات

⁵ - حسنين السيد طه ومعالي فهمي حيدر ، نظم وتكنولوجيا المعلومات في المنظمات المعاصرة ، الطبعة 3، من دون ذكر دار النشر ، 2006/2002م.ص88.

⁶ - زهير ابو عكريف ، التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة ن دراسة حالة الجزائر ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية (تخصص تسويق) ، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية ، جامعة منتوري قسنطينة ، الجزائر ، 2012م، ص19.

والمعلومات السياحية التي تقدم للسائح باستخدام الطرق التكنولوجية والالكترونية الحديثة ، نجاح التسويق السياحي الرقمي هو التفاعل والاجابة السريعة لاستفسارات السائحين مع تأمين عملية الاتصالات وحمايتها من الدخلاء أثناء تصفح الموقع والتعامل المتبادل مع السائح.

ج- خصائص التسويق السياحي الرقمي : يتميز التسويق السياحي الرقمي بعدة خصائص أهمها⁽⁷⁾:

-الخدمة الواسعة : يتميز التسويق الالكتروني للسياحة بأنه يقدم خدمة واسعة ، حيث يمكن للزبائن المتعاملين مع الموقع التسويقي التعامل معه في أي وقت .

-عالمية التسويق الالكتروني : ان الوسائط المستخدمة في التسويق الالكتروني للسياحة لا تعرف الحدود الجغرافية ، بحيث يمكن للزبون ان يقوم بالتسويق من خلال حاسوبه الشخصي .

-سرعة تغير المفاهيم : يتميز التسويق الالكتروني للسياحة بسرعة تغير المفاهيم وما يغطيه من أنشطة وما يحكمه من قواعد ، ذلك ان التجارة الالكترونية مرتبطة بوسائل وتقنيات الاتصال الالكتروني وتقنيات المعلومات التي تتغير وتتطور بشكل متسارع لذلك فإن الترتيبات القانونية التي تخضع لها قابلة للتغير السريع بشكل متوافق مع تطورات الاتصالات والمعلومات .

-تقبل وسائل الترويج السياحي عبر الانترنت : مع الطبيعة الدولية للتسويق الالكتروني ، يؤدي الاختلافات الحضارية والثقافية دورا مهما في ذلك ، وخصوصا بالنسبة للطرق المتبعة بالترويج بحيث يمكن لبلد ما أن تتوافق فيه الوسائل الترويجية مع الثقافة السائدة في ذلك البلد.

ت-أهمية استخدام التسويق الرقمي السياحي للمعالم السياحية والفنادق :

يعتمد التسويق الالكتروني على استخدام شبكة الانترنت في الترويج للمنتج السياحي في مختلف انحاء العالم وعلى اوسع نطاق وامكانية وصول المعلومات أو الصور إلى كل مكان وسرعة تلقياها وسهولة بثها مما يسهل عملية اتخاذ القرارات الشرائية بواسطة الزبائن السياحيين ، ويفتح اوسع الافاق امام حركة السياحة العالمية ، للتسويق الرقمي أهمية كبيرة في قطاع السياحة ، يمكن ابرازها فيما يلي⁽⁸⁾.

- يتيح التسويق الالكتروني فرصا كبيرة لا برز المحميات الطبيعية والمواقع الاثرية الغائبة عن الخرائط السياحية التيلا تجد التسويق الكافي ولا يعلم السائحون عنها الا القليل سواء بالداخل او الخارج (المحلي والدولي).

⁷ - حسن عثمان ،التسويق الإلكتروني وصناعة السياحة ، مجلة مصرس / الاقتصادية ، نشرت في الاهرام اليومي ، 2010/5/2م، على الموقع

⁸ - بدون مؤلف ، دراسات التسويق السياحي والسياحة الالكترونية ، في 2013/3/6م،ص17-19. على الموقع
http://www.turism.com/rb/t10704.html

- التسويق الالكتروني للأنشطة والمنتجات السياحية عبر وسائل التسويق الاجتماعي (كالفيس بوك) وغيرها يمكن ان يكون مشروعاً جريئاً ومبادراً لفتح ابواب تعليمية وترفيهية وترفيهية .
- استخدام التسويق الالكتروني في التنشيط السياحي وانشاء المواقع الالكترونية ، فضلاً عن انظمة الحجز الالكتروني يوفر الكثير من الوقت والجهد ، حيث يتيح الموقع الالكتروني للمؤسسة السياحية عرض كتالوج الكتروني للمعالم السياحية والتعريف بالأنشطة والخدمات السياحية المقدمة من المؤسسة للسائحين والاتصال بمنظمي الرحلات والتواصل والتنسيق فيما بينهم ، فضلاً عن جذب زبائن جدد والوصول إلى شرائح جديدة.

ث- مزايا التسويق الرقمي للسياحة : وتتمثل في مايلي⁽⁹⁾:

- توفير المعلومات التي يحتاجها السائح حول المقاصد السياحية والخدمات التي تعرضها من فنادق واطعام وترفيه ونقل وغيرها اضافة إلى المعلومات حول حجوزات السفر وصرف العملات وطرق الدفع .
- توفير الجهد والوقت اذ يمكن للسائح الاتصال مباشرة بشبكة الانترنت والتصفح والتعرف على المواقع السياحية المختلفة عبر العالم واجراء المقارنات بينها فيما يتعلق بالأسعار وطرق الحجز والدفع متجنباً بذلك التكلفة المادية للزيارة الميدانية لوكالات السفر وشركات الطيران .
- تخفيض مصاريف الترويج والاعلان عن المنتج السياحي وتحسين وتطوير الخدمات السياحية.

د- الاعلان السياحي عبر (الانترنت)

يعدّ الاعلان السياحي عبر (الانترنت) من أكثر وسائل الترويج السياحي جاذبية وانتشاراً ، في ظل الاتجاه نحو التسويق (الالكتروني) ، فالإعلان المباشر عبر (الانترنت) يتزايد بمعدلات كبيرة سنوياً ، وقد قدم التسويق الالكتروني مفهوماً جديداً للإعلان السياحي ، وهو ان الشركات السياحية والفندقية ، تقدم رسائلها الترويجية بشكل معتمد إلى بيئات مستهدفة من خلال مواقع (الكترونية) محددة يتوقعون ان تكون جماهيرهم قادرة على تمييزها وادراكها ، ويتم ذلك عن طريق الاشكال الاتية : (الشريط الاعلاني ، الاعلان بالبريد الالكتروني ، الاعلان ضمن الموقع) .

ر- الدعاية والنشر السياحي :

تعرف الدعاية بأنها (النشر المجاني لأمر تتعلق بأنشطة منظمة ما أو سياستها ، وتستهدف الدعاية حمل المعلومات المقنعة عن منظمة ما إلى جماهير محددة سلفاً ، ثم العودة بردود الفعل التي صاحبت ذلك)⁽¹⁰⁾.
وقد مرت الدعاية منذ بدايتها بعدة عصور ومراحل حتى وصلت إلى الدعاية المعاصرة والاساليب والطرق المختلفة فأصبحت على الشكل التالي⁽¹¹⁾ :

⁹ -صبري عبد السميع ، الاسس العلمية للتسويق السياحي والفندقي وتجارب بعض الدول العربية ، المنظمة العربية للتنمية

الادارية ، حلوان ، مصر ، 2006م، ص314.

¹⁰ - خلود وليد العكلي ، دراسة ميدانية لعينة فنادق في محافظة اربيل وبغداد والنجف ، مجلة الادارة والاقتصاد ، العدد 87،

2011م، ص122 .

- الوسائل المطبوعة : كالجرائد ، والمجلات ، والكتب ، والملصقات ، وغيرها .
- الوسائل المسموعة أو الصوتية : كالخطب ، والاعاني ، والانشيد الوطنية من خلال اجهزة المذياع.
- الوسائل المرئية : كالإعلان ، والرموز ، والشعارات ، والتمائيل ، والصور الفوتوغرافية .
- الوسائل المرئية المسموعة : التلفاز ، والمسرحيات ، والسينما .
- انشاء بعض الدول مؤسسات ، او المراكز الثقافية ، أو الجامعات ، أو المدارس والمكتبات ، أو الخدمات المصرفية في دول أخرى لأغراض دعائية مستمرة .
- العروض العسكرية ، والمناورات ، واللقاءات ، والاجتماعات ، ونشر الشائعات .
- استخدام وسائل حديثة : استخدام (الانترنت) ومواقع المختلفة .

وتقسم الدعاية السياحية إلى قسمين:

- لدعاية السياحية الداخلية :** وتوجه للسائح عن طريق التركيز على تحسين نوعية المنتج السياحي داخل البلد وارضاء الاذواق كافة وكذلك حسن المعاملة للسائح الموظفين ، وهذا النوع من الدعاية السياحية غير المباشرة أنفع من الدعاية المباشرة ، اذ يعود السائح بانطباع حسن عن البلد المزار .
- **لدعاية السياحية الخارجية :** ويقدم هذا النوع الصورة الجذابة والمتكاملة عن البلد إلى الاسواق السياحية أي تقديم العرض السياحي ، وايجاد طلب لذلك العرض عبر وسائل الاعلام ، وشبكات (الانترنت) .
أما النشر فيعرف بأنه (عملية اتصال غير مباشرة تهدف إلى اثاره الطلب على الخدمات والمنتجات السياحية)⁽¹²⁾ ، ويسهم (الانترنت) للترويج عن المنتج السياحي عبرالنشر (النشرات المختصرة) والدعاية بكل أشكالها وأنواعها ، وكذلك البيع المباشر ، وطلبات الشراء على الخط (اون لاين) .

¹¹ - صفاء عبد الجبار الموسوي وشذى كاظم علوان، التقدم التقني في صناعة السياحة، ط1، دار الأيام للنشر والتوزيع،

عمان، الأردن، 2015م، ص163.

¹² - زكي خليل المساعد ، التسويق الحديث ، الطبعة 1، مطبعة عصام ، بغداد ، 1987م، ص198.

جدول رقم (1) يوضح دور التكنولوجيا قديماً وحديثاً في المجال السياحي من خلال المقارنة الآتية :

وجه المقارنة	التكنولوجيا قديماً حتى الثمانينات	التكنولوجيا حديثاً بعد الثمانينات حتى الان
الوسائل التكنولوجية المستخدمة	الحاسبات الآلية - الهاتف - التلكس - بعض أنظمة الحجز المركزي ذات الكفاءة المحدودة .	أنظمة الحجز المركزي ذات الكفاءة العالية - نظم المعلومات التكنولوجية - وسائل الاتصال الحديثة - الموبايل .
مستخدمو التكنولوجيا	سلاسل الفنادق العالمية - شركات الطيران - بعض منظمي البرامج السياحية .	الشركات السياحية ووكالات السفر بصورة مكثفة - جميع موردي الخدمات السياحية .
دور التكنولوجيا	القيام بالعملية التوزيعية - التحكم الداخلي - التركيز على العملية الانتاجية .	تحسين مستوى الجودة -الالمام بالمعلومات والاحداث الخارجية التركيز على العملاء وكيفية توجيهم .
سمات التكنولوجيا	البطء في اوصول المعلومة - عدم امكانية الاكتفاء بأنظمة الحجز المركزي فحسب - تيسير الوظائف السياحية القائمة بالفعل.	السرعة في اوصول المعلومة -الكفاءة الكاملة لأنظمة الحجز المركزي -تيسير الوظائف السياحية وجعلها تتسم بالمرونة - خلق خدمات ووظائف سياحية جديدة .

المصدر : مجموعة من المؤلفين ، اثر تكنولوجيا المعلومات على القطاع السياحي ، مصدر سابق ، ص19.

2- الفعاليات السياحية الرقمية غير المباشرة:

أ- قطاع التجارة الالكترونية السياحية : تعد التجارة الالكترونية السياحية احدى نتائج الاقتصاد الرقمي ، ومن السمات البارزة له فضلا عن بقية الاعمال الالكترونية الاخرى مثل (التعليم الالكتروني ، الحكومة الالكترونية ، التسويق الالكتروني الخ) وقد ساعدت مجموعة من المتغيرات في نهوض وتطور التجارة الالكترونية مثل العولمة والتحرر والانفتاح وعمليات الخصخصة وظهور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، لهذا السبب تم التركيز بصورة خاصة على التجارة الالكترونية السياحية كونها تعتمد على نظام معلوماتي ونظام الكتروني وهذان النظامان يشكلان الركيزة الأساسية للاقتصاد الرقمي من خلال وسائله المعتمدة مثل الفاكس والبريد الالكتروني وشبكة الانترنت والهاتف النقال لان التجارة الالكترونية ساهمت في تحويل شكل السوق من السوق المحلي إلى السوق العالمي المفتوح المواكبة للتطورات التي رافقت التجارة ضمن الاقتصاد الجديد الذي ساهم في ازالة العقبات الجغرافية ما بين البلدان⁽¹³⁾.

ب- اقامة شبكات خاصة بها تربط الشركات بالعملاء واعمالهم من اجل تسهيل الاتصال وتقليل العمليات الورقية والاتصال ما بين الافراد اضمن خفض التكاليف التشغيلية وزيادة كفاءة العمليات ل(95%) فإن اكبر شركات الولايات المتحدة التي تمارس هذه العمليات التياخذت بالتوسع من مجرد معاملات مالية إلى معاملات اخرى ادت إلى ازدياد الشركات المساهمة هذه التقنيات وتحويلها من مؤسسات مالية إلى مصانع وبائعي التجزئة ومؤسسات خدمية ، اما في

¹³ - خضر مصباح الطيبي ، التجارة الالكترونية من منظور تقني وتجاري واداري ، دار الحامد ، عمان ، الاردن ،

مطلع التسعينيات فقد تطورت تقنية المعلومات حجم التجارة الالكترونية السياحية في الاقتصاد الرقمي: في بداية السبعينات من القرن الماضي بدأت تطبيقات التجارة الالكترونية حيث طبقتها الشركات الامريكية من خلال والاتصالات (ACT) وادى إلى زيادة استخدام الانترنت بشكل موسع في جميع قطاعات دول العالم لذا فإن تزايد اعداد المستخدمين ادى إلى تزايد حجم المعاملات والاتصالات التي تتم بطريقة الكترونية مما انعكس على نمو وتطور التجارة الالكترونية السياحية ولمختلف القطاعات الاقتصادية (السلعة ، الخدمة ، بيع ، شراء ، تسويق الخ) ، هذا التزايد في اعداد المستخدمين للانترنت إلى نمو حجم التجارة الالكترونية (14).

ج- قطاع تكنولوجيا الاتصالات السياحية

- مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات السياحية : تعرف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات السياحية بانها جميع انواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل ونقل وتقديم الخدمات والمعلومات في شكل الكتروني وتشمل تكنولوجيا الحاسبات الالية ووسائل الاتصال كالهواتف النقالة وشبكات الربط واجهزة الفاكس وغيرها من المعدات التي تستخدم بشدة في الاتصالات والتواصل السياحي وقد تستخدم هذه التكنولوجيا اما تكون محلية او دولية.

- خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصالات السياحية : ان لثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات دورا مهما وحيويا في الاقتصاد السياحي و حياة الافراد خاصة بعد ان اصبحت التكنولوجيا جزءاً رئيساً من الحياة الاجتماعية للفرد فيما تقدمه من خدمات جعلت من السهولة انتقال وتبادل المعلومات والحصول على جميع الخدمات في اي وقت ومكان حيث اصبحت مسألة التشارك في هذا الجانب التكنولوجي مهم على حدأ سواء للدول المتقدمة والنامية فليس من مصلحة الدول المتقدمة ان تبقى محتكره لنفسها انتاج وتسويق هذه السلع والخدمات التكنولوجية لأنه اذا انتفت صفة المشاركة العالمية سينهار هذا القطاع الحيوي لذا تمتاز تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بخصائص عديدة منها (15):

- **تقليص الوقت** : لان التكنولوجيا تجعل من الجميع ان يكونوا على مقربة واحدة زمانيا وبغض النظر عن البعد المكاني والتعرف على جميع الخدمات والعروضات التي تقدمها الشركات السياحية والفنادق والمنتجات وكل ما يحتاجه الزبون ويوقت قليل دون ان يتكبد عناء التنقل للتعرف عليها من خلال خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتوفرة.

- **نكاء الاصطناعي** : أهم ما يميز تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هو من خلال دمج جميع الخدمات والسلع السياحية التي يقوم بعرضها او تقديمها للزبون زد على ذلك امكانية اقتسام المهام الفكرية مع الآلة.

- **التفاعلية وقابلية التحرك والحركة** : اي ان كل شخص يستخدم هذه التكنولوجيا يكون اما مستقبل او مرسل في نفس الوقت وهذا يؤدي إلى التفاعل والتشارك بين الاثنين ، اي سوف يؤدي ذلك إلى التعرف على ثقافات والتعرف على جميع الخدمات والسلع السياحية بصورة مباشرة .

14 - عابد عبد العبدلي ، التجارة الالكترونية في الدول الاسلامية ، بحث مقدم للمؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي، تنظيم كلية الشريعة، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، المملكة العربية السعودية، 2011، ص9.

15- محمد محمد الهادي، "تحو توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتطوير التعليم في مصر"، أبحاث المؤتمر العالمي الثاني لنظم المعلومات وتكنولوجيا الحاسبات، 13-15 كانون الأول/ديسمبر 1994م، القاهرة، مصر، 1994م، ص153.

• تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات اداة يتم من خلالها تجاوز الانقسامات: اي بين الطبقة الغنية والفقيرة كونها تساعد في القضاء على الأمية والجهل والامراض والفقير من خلال نشر التعليم الالكتروني (دراسة عن بعد او دراسة مدى الحياة) وتوفير فرص عمل للعاطلين اصحاب الشهادات فمنافعها يمكن ان تصل إلى حتى إلى المناطق المعزولة.

• ان تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تساهم في التنمية الاقتصادية : ان الثورة التكنولوجية من سماتها الانتشار بشكل سريع جدا ولها تأثير واسع على جميع مناحي الحياة وتتمحور ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حول القوة التي تمكنها من وصول الناس إلى المعلومات والمعرفة الموجودة في اي مكان وزمان (16).

ت- أهمية قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التسويق السياحي

شهد العالم ثورة هائلة في معمار تقنيات المعلومات والاتصالات حيث احدثت هذه الثورة النوعية تغيرات وتحولات جوهرية في كل جزء من اجزاء الاعمال دون استثناء ومن الملاحظ ان الواقع الأكبر لهذه الثورة يجد أثره في ميدان التسويق بشكل عام ، والتسويق السياحي بشكل خاص ، حيث تسارع خطى المؤسسات على اختلاف أنواعها لإعادة هندسة الوظائف التقليدية ، وعناصر مزيجها بما يتناسب ومتطلبات وضغوط هذه الثورة الهائلة. ولقد وصف جل المراقبين ان تعدد وتنوع امكانيات شبكة المعلومات العالمية (الانترنت) يمثل القوى الخفية التي تدفع النشاط التسويقي ، فالطبيعة التفاعلية لشبكة الانترنت قد أتاحت وسطا مثاليا للاتصال بين المنتج والمستهلك السياحي وذلك لان المجهود الذي يبذله الأخير باستخدام شبكة المعلومات أقل من ذلك المجهود المبذول في حالة الاتصال التقليدي اضافة إلى امكانية الانتقاء حيث يستطيع المستهلك ان يختار المعلومات التي يحتاجها نوعا وكما ، حيث تزواج الشبكة والبريد الالكتروني يختلف نظاما جديدا يعزز ويدعم امكانيات الاتصال من شخص إلى آخر أو من شخص إلى مجموعة أشخاص ، وقد اجتهد الكثير من الباحثين في ايجاد تغييرات لعلاقة الانترنت:

ث-أهمية ودور قطاع تكنولوجيا ونظم المعلومات والاتصالات في الادارة السياحية (شبكة المعلومات الدولية) (17) :-

- تزايد نفوذ المعرفة والمعلومات في المجتمعات الحديثة .
- تزايد نفوذ وسلطات العاملين والمديرين في الادارات الحديثة .
- تنمية وتطوير شبكات الاتصالات والمعالجات الدقيقة .
- ظهور نظم معلومات جديدة مبنية على استخدام أجهزة الحاسبات الالكترونية وشبكات الاتصال المتقدمة .
- الطلب الكبير على المعلومات الذي حولها إلى مورد استراتيجي هام .

16 - جاري شنايدر ، التجارة الالكترونية ، ترجمة ، سرور علي ابراهيم ، دار المريخ ، المملكة العربية السعودية ، الرياض ، 2008م، ص57.

17 - حميد عبد النبي الطائي ، التسويق السياحي مدخل استراتيجي ، الطبعة 1 ، مؤسسة الوراق للنشر ، عمان ، الاردن ، 2004م، ص7.

- دور المعلومة والمعرفة اليوم في صنع الميزة التنافسية حيث أصبحت الميزة التنافسية من صنع عقل الانسان وقدراته وليس هبة الطبيعة كما كانت سابقا .
- ويعدّ التسويق السياحي عبر قواعد المعلومات أسرع استثمار تسويقي فالتسويق عبر قواعد المعلومات ما هو الا نظام متكامل ومتفاعل يساعد على خلق مخزن كبير يحتوي على كافة المعلومات المتعلقة بعلاقة المستهلك

خ- مفهوم البنوك الالكترونية ودورها في القطاع السياحي :

هناك العديد من المصطلحات التي تطلق على البنوك المتطورة مثل (البنوك الالكترونية) أو (بنوك الانترنت) او (البنوك الالكترونية عن بعد) او (البنك المنزلي) أو (البنك المباشر) او (البنوك الخدمية الذاتية) أو (بنوك الويب) ، وعلى اختلاف المصطلحات فجميعها تشير إلى قيام العميل بإدارة حساباته أو انجاز أعماله المتصلة بالبنك عبر شبكة الانترنت سواء أكان في المنزل أو المكتب وفي أي مكان ووقت يرغبه ويعبر عنها بالخدمة المالية عن بعد. وبالتالي يمكن للعميل أن يتصل بالبنك مباشرة بالاشتراك العام عبر الانترنت وأجرائه لمختلف التعاملات على أساس أن يزود البنك جهاز الكمبيوتر الشخصي (BC) للعميل بحزمة البرمجيات الشخصية (BMA) لقاء رسوم او مجانا (18).

اذن البنوك الالكترونية هي جميع النشاطات المصرفية التي تقوم بها المصارف أو المؤسسات غير المصرفية من خلال الإنترنت ابتداء من مرحلة الإعلان عن الخدمات المصرفية وحتى التعاقد بشأنها وتسييرها، وبذلك فهي بنوك افتراضية تنشئ لها مواقع الكترونية على الانترنت لتقديم خدمات نفس خدمات موقع البنك من سحب ودفن وتحويل دون انتقال العميل إليها .

وذلك من خلال البطاقات الائتمانية التي تصدرها البنوك التي يمكن خلالها يمكن للزبون ان يستخدمها بدفع التكاليف والاجور إلى الشركات السياحية التي تقدم عروضها ايضا عن طريق البرامج التكنولوجية من خلال وسائل الاتصال المتوفرة وبذلك يستطيع الزبون الحجز واستخدام هذه الخدمات ودفن كل الاجور عن طريق التعامل مع هذه البنوك التي تسهل عملية الشراء لتذاكر الطيران وكذلك الحجز الفندقي والنقل الداخلي وجميع الخدمات السياحية ، حيث تقوم بتوفير الوقت

والجهد والسهولة في التعامل والحصول على الخدمات المصرفية وخلال 24 ساعة وسبعة ايام في الاسبوع من خلال جهاز الحاسب الشخصي دون عوائق وذلك بهدف :

- اتاحة معلومات عن الخدمة التي يؤديها البنك دون تقديم خدمات مصرفية على الشبكة أي الإعلان عن هذه الخدمات فقط.
- طلب العملاء تنفيذ عمليات مصرفية ، مثل تحويل الأموال (19).

18 - محمد سعد طالب الجبوري، البنوك الالكترونية ، كلية الادارة والاقتصاد ، جامعة بابل ، 6/6/2011م.

19 - سارة بوضياف، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ترويج الخدمات السياحية ، رسالة ماجستير غير منشورة ،

جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، الجزائر ، 2016-2017م، ص51 .

ج- قطاع الحكومة الالكترونية ودورها بالسياحة :

بسبب ظهور التجارة الالكترونية ونمو ازدهار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وانتشار الانترنت وطبيعة المعاملات التجارية وانتقالها من الاسلوب التقليدي إلى الأسلوب الالكتروني دعت الحاجة إلى تغيير الحكومة طريقة تعاملاتها بما يلائم التغيرات الحديثة ، لذا دعت الحاجة إلى تطبيق الجانب الالكتروني في تعاملاتها مع مؤسساتها والمواطنين ، على هذا الاساس ظهر مصطلح الحكومة الالكترونية .

د- مفهوم الحكومة الالكترونية

مفهوم الحكومة الالكترونية ضمن المنظور الضيق يقصد به استخدام تكنولوجيا المعلومات لزيادة حرية تنقل المعلومات دون قيود مادية تتمثل في القيود الورقية أو المكانية⁽²⁰⁾ ، اما على مستوى النطاق العريض فالحكومة الالكترونية تقوم باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لزيادة امكانية الدخول إلى الخدمات الحكومية ونشرها عبر الشبكة لتعم الفائدة على المواطن واصحاب الاعمال الخاصة والعاملين اما الامم المتحدة تشير إلى الحكومة الالكترونية بانها استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لزيادة القيمة العامة لما تقوم به الحكومة من مهام واعمال ، وايضاً يترافق مع مفهوم الحكومة الالكترونية مصطلح البوابات الالكترونية التي تعتمد على التطبيقات الداخلية لان من خلال البوابات الالكترونية تستطيع الدولة تأدية الخدمات للمواطنين فالبوابات الالكترونية تعد نواة الحكومة الالكترونية باعتبارها حلقة التواصل بينها وبين الافراد (قطاع خاص او عام) وقد قسمت هذه الخدمات إلى نوعين ، الاول هو تقديم معلومات تساعد المواطن في معاملاته مثل الوثائق والاستمارات التي يستطيع المواطن تنزيلها وطباعتها ، اما الثاني فهو الخدمات التفاعلية التي تقدم لزائر المواقع يمثل عمليات الدفع وتقديم الطلبات وغير ذلك من الخدمات⁽²¹⁾.

ذ - متطلبات تطبيق السياحة الالكترونية الحكومة

يقع على عاتق الدولة او الحكومة العمل على تحقيق عدة امور هي⁽²²⁾:

- زيادة حجم التجارة الدولية الالكترونية في مجال السياحة من خلال ازالة كافة القيود المحلية والدولية المتعلقة بحركة التنقل والسفر والحصول على تأشيرات السفر .
- العمل على تحقيق نوع من الامن والسلامة للسائحين من خلال مكافحة كل من شأنه ترويع السائحين واستغلالهم .
- العمل على تفعيل القوانين الخاصة بالعمل وما يترتب عليها من منح العاملين فترات اجازات طويلة مما يدعم العملية السياحية داخليا وخارجيا .

²⁰ - شوقي ناجي جواد وآخرون ، الابعاد المستقبلية للحكومة الالكترونية في الاردن ، متطلبات النجاح ، المجلة الاردنية في ادارة الاعمال ، العدد 3 ، 2007م، ص284.

²¹ - رأفت رضوان ، الحكومة الالكترونية ، سلسلة مفاهيم الاسس العلمية للمعرفة ، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية ، العدد 5 ، 2005م، ص7.

²² -يوسف محمد ورداني ، كيفية تنظيم السياحة الالكترونية ومردودها على صناعة السياحة ، 2008م، ص2. على الموقع

- تجميع المعطيات السياحية مثل (الاسعار ، الخرائط ، التقارير ، تحديد الاماكن) و رقمه المعطيات باستخدام الوسائل التكنولوجية المختلفة .
- نشر المعلومات المتعلقة بالسياحة الكترونياً وعبر الانترنت والوسائل الالكترونية الاخرى وبأكثر من لغة وتزويد الهيئات والوكالات والمؤسسات السياحية والفندقية بشبكات الانترنت والخدمات الاخرى التي تساهم في تطور السياحة .
- توفير البريد الالكتروني للتسوق السياحي لان معظم المتصفحين للموقع ليسوا على استعداد لدفع اموالهم مباشرة لكن عند اشتراك المتصفحين بالموقع لتزويدهم بالمعلومات وهذا يجعلهم يفكرون حتى يتوصلوا إلى قرار الشراء والعودة للموقع خاصة اذا كانت العروض مغرية

ثانياً : الفعاليات الاقتصادية السياحية الرقمية في الاردن

اولت الحكومة الأردنية في اطار عملية مسابرة التطورات التكنولوجية في صناعة السياحة أهمية عالية لهذا القطاع ، وقد انصب جهود الحكومة في هذا المجال على مشاريع وبرامج المساندة الالكترونية لقطاع السياحة عبر برامج التخطيط والتمويل ، واتجه الأردن في ذلك إلى القطاع الخاص لكي يقوم بالدور الرئيس في تنمية وتطوير قطاع السياحة الالكترونية وذلك من خلال :

1- مشروعات تطوير السياحة الالكترونية في الاردن

في هذا الميدان التفتت الحكومة إلى تطوير السياحة الالكترونية على اساس المتطلبات او الحاجات الأساسية وهي ثلاث (23):

- التوعية والتعليم وتهيئة الملاكات البشرية في مجال التسويق السياحي الالكتروني .
 - دور الحكومة في ادخال شبكة الانترنت وسن القوانين الملائمة لهذه التعاملات.
 - ربط مؤسسات القطاع السياحي بنظم اتصالات ومعلومات حديثة وشبكات متقدمة .
- وتسعى الحكومة الاردنية جاهدة إلى تذليل الصعاب امام ادخال شبكة الانترنت إلى المؤسسات السياحية ضمن اجراءات مخططة بأشراف لجنة الكترونية تابعة لوزارة السياحة والآثار ، ويمكن تلخيص واقع المعلوماتية في القطاع السياحي الاردني مما يلي :

ان اسلوب الادارة الحالي في مؤسسات القطاع السياحي يساعد على البدء في عمليات التسويق السياحي الالكتروني ، ان السياسات التي انتهجتها الحكومة تجاه المؤسسات التي تنشط عملية ترويج الخدمات السياحية الالكترونية ، ساعد على ان تقدم مؤسسات الاتصالات خدمتي الدخول إلى الشبكة مع خدمة البريد الالكتروني ، وتلقى مهمة انشاء صفحة الموقع الالكترونية وتجسيدها على عائق المؤسسات السياحية ، وهذا يشجع عملية البدء في التسويق الالكتروني ، لأن البداية تكمن في صفحة الموقع التي تروج لمنتجات هذه المؤسسات وتقدم المعلومات اللازمة للسياح ، علاوة على تزايد

²³ - الطائي عبد النبي ، اصول صناعة السياحة الحديثة ، دار الوراق للنشر ، عمان ، الاردن ، 2009م، ص14.

عدد المؤسسات المروجة لهذا النوع من السياحة على شبكة الانترنت بفضل الدعم والتحفيز الذي توفره الحكومة لهذا القطاع(24).

2- قطاع الادارة والحكومة الالكترونية الاردنية

تعرف الاردن في هذا المجال عدة تطورات لا يمكن تجاهلها ، والدليل على ذلك مواقع الانترنت والمشاريع الحكومية واهتمامات متعددة في المؤسسات السياحية ، وسيكون نتاج هذه الجهود اذا ما وضعت في اطار استراتيجية شاملة خطوات متسارعة في ميدان العلم والمعرفة تضم بقية دول العالم. وفي هذا الصدد بدأ الشروع في تحضير الاجيال الصاعدة لاستيعاب هذا التغيير بالاعتماد على التكوين في كل اطوار الحياة .

ويدخل في هذا الاطار تنفيذ خطة العمل الخاصة ، طرائق المعلومات الحكومية ، بغية خدمة المواطن والمؤسسات الحكومية ، وتعتمد هذه الخطة على تدعيم المفاهيم الآتية (25):

-التجارة الالكترونية E-commerce

-السياحة الالكترونية E-Tourism

-الادارة الالكترونية E-Administration

-الحكومة الالكترونية E-Government

ويقتضي تنفيذ هذه الخطة ، انجاز مشاريع تهدف إلى بناء مجتمع واقتصاد جديدين ، اذ يكون الافراد اكثر استقلالية وفعالية ، وتكون الخدمات اكثر سهولة ، وتكون فيهما المؤسسات اكثر تنافسا والاجراءات اقل تعقيد.

3 -تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحسين خدمات القطاع السياحي

يهدف هذا البرنامج إلى انجاز نظام لتطوير عمل مؤسسات القطاع السياحي في الاردن بالوصول إلى تعميم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على هذه المؤسسات ، ويسمح كذلك بتسهيل عملية التأطير عن بعد واستنادا إلى ذلك يعمل هذا البرنامج على :

أ- الاستجابة للحاجات في مجال التأطير بالنسبة للمستويات العليا ومنح امكانية التخصص بفروع غير متوفرة في بعض المناطق .

ب- تعميم تكنولوجيا المعلومات في مؤسسات القطاع السياحي وضمان ربطها عن طريق الانترنت.

4-انشاءشبكة وطنية لتطوير أنظمة معلومات السياحة ذات قيمة مضافة (a ajoutee Valeur)

الغرض من هذه الشبكة هو الحد والتضييق من التبعية في مجال البرامج المعلوماتية ، ويتمثل هذا البرنامج بتجهيز المؤسسات السياحية بمراكز انتاج البرامج ذات القيمة المضافة ، فضلا على تطوير مجال انتاج البرامج التي تدخل في

24 - عدلان محمد ، تأثيرات العولمة على السياحة في الاردن ، ورقة عمل مقدمة للهيئة العليا للسياحة مقدمة لندوة السياحة والعولمة ، خلال المدة من 22-24 ، اكتوبر ، 2010م، الاردن ، ص26.

25 - مرزوقة عيسى واخرون ، افاق السياحة الالكترونية على ضوء تجربة تونس والاردن ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، قسم العلوم الاقتصادية ، جامعة الحاج اخضر -باتنة ، تونس ، 2013-2014م، ص117.

نطاق انظمة المعلومات السياحية ، كما يسمح هذا المشروع باستيعاب التكنولوجيا المستخدمة ولاسيما من طرف الشركات الاجنبية العاملة في قطاع السياحة الاردني .

5- القطاع السياحي الالكتروني والقطاعات الاقتصادية الأخرى

تقوم مجموعة مهمة من المؤسسات العامة والخاصة وكذلك الصغيرة والمتوسطة منها بمجهودات لتطوير وسائل ونتاجات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عبر تطوير انظمة معلومات وشبكات محلية ومواقع سياحية اردنية على الانترنت ، وكذا مشروعات تطوير التكنولوجيا الرقمية من خلال تطوير صناعة المحتوى وهو الهدف الجوهرى الأساس من مشروعات تطوير السياحة الالكترونية في الاردن⁽²⁶⁾.

6- التعاملات السياحية الالكترونية في مختلف الأنشطة السياحية

من رئيسات اعتماد السياحة الالكترونية في مختلف تعاملات المؤسسات السياحية استخدامها لتكنولوجيا الاعلام والاتصال (الانترنت) ، وهي تندرج تحت اطار عولمة قطاع السياحة وهذا الامر يقتضي أن نؤشر بعض الاحصاءات عن هذا الموضوع ، اذ تتباين احصاءات استخدام السياحة الالكترونية في المؤسسات السياحية في الاردن ، بيد اننا نرمي إلى مراقبة استخدام السياحة الالكترونية في تعاملات المؤسسات السياحية في الاردن مستنديين إلى معطيات الدراسة الميدانية وذلك عبر الجدول الآتي:

الجدول (2) يبين قيم و نسب التعاملات السياحية الالكترونية في مختلف الأنشطة السياحية خلال المدة : 2009-2014 (دينار اردني)

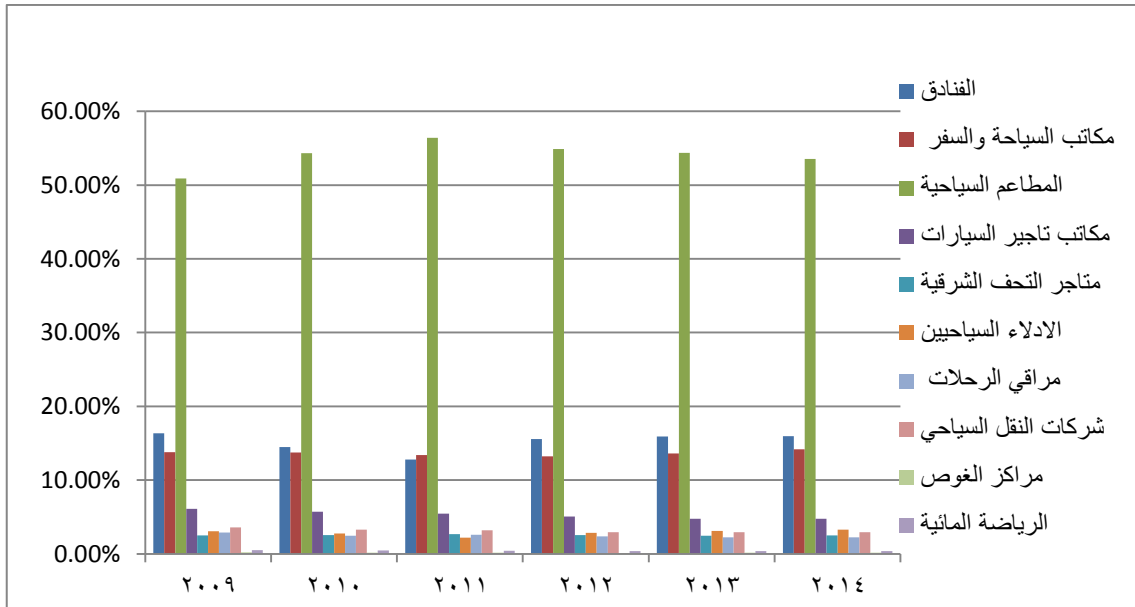
البند	2009	2010	2011	2012	2013	2014
الفنادق	3450	3593	3514	4690	5080	5092
مكاتب السياحة والسفر	2903	3408	3680	3981	4351	4528
المطاعم السياحية	10720	13472	15498	16517	17345	17091
مكاتب تأجير السيارات	1289	1417	1500	1520	1520	1520
متاجر التحف الشرقية	530	637	732	772	791	803
الادلاء السياحيون	646	686	803	855	988	1056
مرافق الرحلات	613	613	713	713	713	713
شركات النقل السياحي	758	814	881	879	939	939
مراكز الغوص	43	45	45	45	48	48
الرياضة المائية	111	120	120	120	125	125
المجموع	21063	24805	27486	30092	31900	31915

²⁶ - زكريا محمد عزام ، اثر استخدام التجارة الالكترونية كأداة تغيير على اداء صناعة وكلاء السياحة والسفر ، حالة الاردن ، بحث مقدم للمشاركة في فعاليات الملتقى الدولي حول الابداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة يومي 12-2010/5/13م، مخبر البحوث في الابداع والتغيير التنظيمي ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير في جامعة سعد دحلب ، البلدة ، ابريل ، 2010 ، ص 9-12 .

البند	2009	2010	2011	2012	2013	2014
الفنادق	16.37%	14.48%	12.78%	15.58%	15.92%	15.95%
مكاتب السياحة والسفر	13.78%	13.73%	13.38%	13.22%	13.63%	14.18%
المطاعم السياحية	50.89%	54.31%	56.38%	54.88%	54.37%	53.55%
مكاتب تأجير السيارات	6.11%	5.71%	5.45%	5.05%	4.76%	4.76%
متاجر التحف الشرقية	2.51%	2.56%	2.66%	2.56%	2.47%	2.51%
الادلاء السياحيين	3.06%	2.76%	2.20%	2.84%	3.10%	3.30%
مرافق الرحلات	2.91%	2.47%	2.59%	2.36%	2.23%	2.23%
شركات النقل السياحي	3.59%	3.28%	3.20%	2.92%	2.94%	2.94%
مراكز الغوص	0.20%	0.18%	0.16%	0.14%	0.15%	0.15%
الرياضة المائية	0.52%	0.48%	0.43%	0.40%	0.40%	0.40%
المجموع	99.94%	99.96%	99.23%	99.95%	99.97%	99.97%

المصدر : عدلان محمد ، ورقة عمل الهيئة العليا للسياحة مقدمة لندوة السياحة والعولمة ، بعنوان ، تأثيرات العولمة على السياحة في الاردن، ص32.

الرسم البياني (1) يبين نسب التعاملات السياحية الالكترونية في مختلف الانشطة السياحية خلال السنوات من (2011 - 2016)



الرسم البياني من عمل الباحثة استنادا إلى جدول رقم (2)

يوضح الرسم البياني (1) معدلات نسب الخدمات السياحية في الاردن للسنوات (2009 - 2014) ، حيث نلاحظ ان خدمات المطاعم السياحية هي المتصدرة بارتفاع النسب لجميع السنوات، حيث بلغت نسبة خدمة المطاعم لسنة 2009 (50.89%) وحتى سنة 2014 (53.55%) هذا يوضح الارتفاع الملحوظ ولو كان بسيط ، تأتي بالمرتبة الثانية خدمة الفنادق حيث بلغت منذ سنة 2009 نسبة (16.37%) وحتى سنة 2014 حيث بلغت النسبة (15.95%) ، هذا يعني يبين ان هناك ارتفاع وانخفاض بين السنوات ولكن هناك تطور بسيط ، بعد ذلك تأتي خدمة مكاتب السياحة والسفر حيث بلغت النسبة منذ سنة 2009 (13.78%) حتى سنة 2014 بنسبة (14.18%)، اي هناك ارتفاع ملحوظ ولكن بنسب بسيطة اما بالنسبة للخدمات الاخرى وهي (مكاتب تأجير السيارات ومتاجر التحف والادلاء السياحيين ومرافقي الرحلات وشركات النقل السياحي و مراكز الغوص و الرياضة المائية) تكون نسب استخدامها بصورة قليلة مقارنة بما سبق من الخدمات ، بمعنى ان المردود الاقتصادي السياحي يعتمد بالدرجة الاولى على البنود ذات النسب العالية وعليه يجب اتخاذ اجراءات جديدة بحيث ترفع من النسب الضعيفة من اجل ارتفاع المردود الاقتصادي للبلد .

يتضح من الجدول السابق ان هنالك تطور مستمر في وتيرة التطورات في اساليب السياحة الاقتصادية الرقمية وبالتالي يعود على انتعاش البلد اقتصاديا.

7- تطور الاقتصاد السياحي الرقمي في الاردن

يحظى الاردن باهتمام متزايد من الاجيال الجديدة من السياح الذين يتوافدون لزيارتها من جميع انحاء العالم على مدار السنة ، لكونها مكانا سياحيا فريدا من شأنه اثناء تجربتهم السياحية عبر تمتعهم بمنتجات سياحية تتسم بالجودة والتنوع من هذا المنطلق عمدت وزارة السياحة الاردنية بالتعاون مع القطاع الخاص إلى اطلاق مجموعة من الخدمات الالكترونية المغزى منها تطوير خدماتها السياحية وزيادة فاعليتها بما يسهم في تسهيل الانتفاع من هذه الخدمات التي تقدمها مؤسسات القطاع السياحي للسائح ، وذلك عبر الرفع من جودة المنشآت السياحية وتطوير نظم الدفع الالكترونية وغيرها من الخدمات السياحية المساندة وتتلخص أهم هذه الخدمات فيما يأتي⁽²⁷⁾:

أ- معايير جودة المنشآت السياحية الالكترونية الاردنية

عملت وزارة السياحة عبر قسم معايير الجودة التابع لمديرية المهن والترخيص في وزارة السياحة والاثار دوما إلى الارتفاع إلى أعلى معايير الجودة التي تجعل الاردن نقطة جذب سياحي لا مثيل لها تحوز اعجاب الزائرين ورضأهم وتحقق السمعة الطيبة للمنتج السياحي الاردني على مستوى العالم . اذ تنصب جهود هذا القسم على رفد أصحاب المشاريع السياحية بالخبرات والوسائل التي من شأنها ان تساعد في رفع معايير منشآتهم وتحقيق الازدهار استجابة للطلب المتزايد على الخدمات السياحية في الاردن . كما تقع على عاتق القسم مسؤولية تطوير وتنفيذ الخطط الموجهة بشكل رئيسي نحو تحقيق الجودة ومساعدة القطاع السياحي على تزويد السوق بمنتج سياحي متطور يلبي طموحات الزبائن وبحظى برضأهم ، وقد كان ذلك من خلال الموقع الالكتروني لمعايير جودة المنشآت السياحية ، الذي يشدد على الخدمات والمعلومات والوسائل المختلفة التي يوفرها هذا القسم للسياح ، ووكلاء السياحة والسفر ، والمستثمرين الراغبين في الاستثمار في السياحة والمشاريع السياحية الالكترونية⁽²⁸⁾.

²⁷ - الطائي عبد النبي ، اصول التسويق السياحي الحديثة ، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن ، 2009م، ص14.

²⁸ - حمازنة مصطفى واخرون ، تطور السياحة الاردنية وآفاقها ، مركز الدراسات الاستراتيجية ، الاردن ، 2009م، ص 30 .

ب- استخدام نظام ال (GPS) Global Position System :

يتسم الوقت الراهن باتساع نطاق التحولات الرقمية في عدد من المدن المعاصرة بالنظر إلى وجود مسوغات وعوامل نمو وتطوير تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في المجال السياحي في الاردن ، فقد اهتمت الاردن بالجانب الذي يحسب حاجات السياح من خدمات تهيء له بصورة متطورة وسهلة لذلك كان التسابق على رقمه منظومة النقل وبناء خدمات سياحية رقمية متكاملة ومتعددة الجوانب ذات علاقة بشبكة نقل ذكية تمكن السائح من الافادة من خدمات هذه المنظومة في اوجه متعددة . تهدف هذه الورقة البحثية إلى تسليط الضوء على رقمه خدمات النقل والاتصالات وتقدير دورها من تنمية القطاع السياحي في البلد من خلال توفير تطبيقات حديثة تتيح للسائح طلب وسيلة نقل معينة ضمن الموقع مع تعزيز دور انظمة تحديد المواقع (GPS) Global Position System ، ليتسنى للسائح تحديد موقع اقرب وسيلة نقل او الحصول عليها من دونما تأخير ومن ثم نتكلم على تخطيط انظمة النقل الذكية واثرها في المجتمعات اضافة لما ستشكله من رافد اقتصادي من خلال تنشيط السياحة الرقمية وتمكينها للتنمية المستدامة .

رصدت العديد من الدراسات الحديثة اطار السياحة الالكترونية بغية تطوير الاقتصاد السياحي ، فمنها دراسات اشارت للإفادة من انظمة المعلومات الجغرافية (GIS) Geographic Information System ، لبناء خرائط للمواقع السياحية وتوثيقها بدءا بدراسات انصبت على ضرورة بناء قواعد وبيانات سياحية شاملة وانتهاء بدراسات تمس البعد التقني التي تعنى بتطوير انظمة الملاحة ، وتتبع تحديد المسارات بالتوافق مع انظمة تحديد المواقع (29).

كذلك تستخدم انظمة (GPS) في جميع مواقع الخدمات السياحية كالفنادق والشركات السياحية والنقل السياحي ، اذ يتعرف عبرها على جميع الخدمات والمواقع والاماكن السياحية ببسر ، ويتعرف على المواقع والمناطق السياحية المراد زيارتها وما تحتويه وكيفية الوصول اليها فضلا على السبل والمستخدمة للوصول اليها بمساعدات سهلة ، وكذلك الطرق المؤدية إلى اماكن الإقامة والمطاعم والحدايق والاماكن الترفيهية ، وذلك من خلال استخدام هذه الانظمة (GPS) اذ اصبح استخدامها سهلا ويسيرا وذلك عبر حملها على الهواتف لتسهيل عملية التنقل للسائح فقد اعتمدت الاردن هذه الانظمة في القطاع السياحي من اجل توفير وتقديم افضل واسهل الخدمات للسائح (30).

ج- تطور نظم الدفع الالكترونية في القطاع السياحي الاردني

كان للتطورات في مجال الدفع الالكترونية اثر كبير من قطاع السياحة لكونه من أكثر المراحل أهمية وذلك لكون الخدمات المصرفية الالكترونية من أهم المراحل التي تستند اليها السياحة الالكترونية سواء ما يتعلق بالمؤسسات السياحية أم فئات أو طبقات السياح المختلفين .

²⁹ - طارق تيسير كريشان ، رائد مساعد و ابراهيم بظاظو ، تطبيقات السياحة الرقمية ودورها في تعزيز رقمه المجتمعات والتحول نحو المدن السياحية الذكية على موقع ،

<https://www.researchgate.net/signUp.html>

³⁰ - احمد محمد عميرة ، بناء نظام معلومات تسويق للمواقع السياحية في الاردن باستخدام (GPS ، GIS) ، رسالة ماجستير غير منشورة ، 2015م، ص16-17.

(*) نظام PAYNET هو نظام الدفع من خلال الانترنت وذلك باستخدام بطاقات الدفع الالكتروني visa ، وهو نظام معد من طرف الوكالة الامريكية للتنمية الدولية usiad ويهدف إلى تحسين جودة الخدمات الالكترونية السياحية في الاردن .-

وفي هذا الإطار عملت الاردن على تطوير نظم الدفع من خلال تطوير مزودي الخدمات السياحية بالاردن بنظام بوابة الدفع الالكتروني PAYNET (*) ، التابعة لائتلاف شركتي STS وفيزا الاردن ونظام تطوير السياحة في الاردن الممول من الوكالة الامريكية للتنمية الدولية USIAD ، وقد أعد النظام بحسب ما يلائم القطاع السياحي الاردني ليتمكن من دخول اسواق جديدة وزيادة البيع والترويج للسياحة الاردنية ، كما ترمي هذه المبادرة التي تتلائم مع خطط وزارة السياحة إلى تطوير القطاع السياحي من خلال مواكبة آخر التطورات والاتجاهات العالمية في السياحة والسفر واستقطاب اعداد اكبر من زوار الاردن من خلال توفير تسهيلات الحجز الالكتروني⁽³¹⁾.

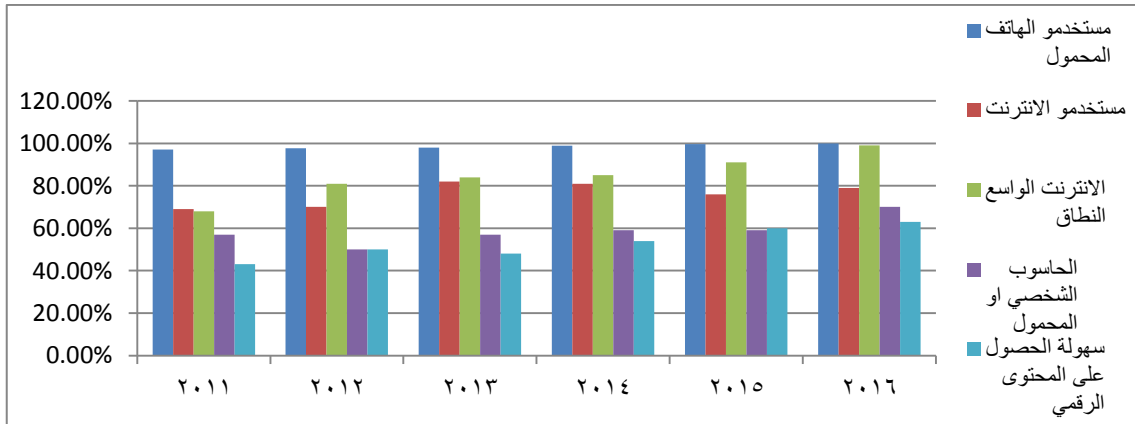
وفيما يأتي أهم التطورات كما مبين في الجدول التالي :

جدول (3) يبين التطور في استخدام الخدمات التكنولوجية في الاردن 2011-2016

البند	2011	2012	2013	2014	2015	2016
مستخدمو الهاتف المحمول	%97.06	%97.75	%98.05	%98.88	%99.58	%99.92
مستخدمو الانترنت	%69	%70	%82	%81	%76	%79
الانترنت الواسع النطاق في الهاتف المحمول	%68	%81	%84	%85	%91	%99
الحاسوب الشخصي او المحمول	%57	%50	%57	%59	%59	%70
سهولة الحصول على المحتوى الرقمي	%43	%50	%48	%54	%60	%63

المصدر : وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في الاردن موقع <https://jordan.gov.jo>

الرسم البياني (2) يوضح استخدامات تكنولوجيا المعلومات عن طريق الانترنت لعدة خدمات في الاردن للسنوات 2011 - 2016



الشكل من عمل الباحثة استنادا إلى الجدول رقم (3)

الرسم البياني يوضح لنا استخدام خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الاردن للسنوات

31 - حمازنة مصطفى وآخرون ، تطور السياحة الاردنية وآفاقها ، مركز الدراسات الاستراتيجية ، الاردن ، 2009م ، ص 34.

(2011 - 2016) يتضح لنا ان استخدامات الخدمات والمتمثلة (الهاتف الانترنت والهاتف المحمول واستخدام الانترنت بنطاق واسع وايضا استخدام الحاسوب الشخصي والمحمول وايضا الحصول على المحتوى الرقمي) حيث يوضح لنا ان جميع الخدمات في تطور ملحوظ وان كان بسيط ولكن هناك استخدام ولسنوات وفي تطور مستمر حيث ان بلغت نسب استخدام الهاتف المحمول سنة 2011 (97.06%) وحتى سنة 2016 بلغت (99.87%) ، حيث تبين ان التطور بدأ وتطور واستمر حتى لو بنسبة قليلة ، وبعد ذلك اتى بالمرتبة الآتية استخدام الانترنت الواسع النطاق من خلال النسب الواضحة حيث بلغت النسبة سنة 2011 (68%) وحتى سنة 2016 حيث بلغت النسبة (99%) ونلاحظ الارتفاع الواضح وبصورة كبيرة ، بعد ذلك تأتي نسبة مستخدمي الانترنت بنسبة (69%) في سنة 2011 وبلغت النسبة في سنة 2016 للانترنت في الاردن (79%) كذلك هناك تطور واضح وان كان قليل ، وفي سنة 2011 كانت نسبة استخدام الحاسوب الشخصي او المحمول (57%) وحتى سنة 2016 حيث بلغت النسبة (70%) اي ان هناك تطور واضح ومستمر وبصوره واضحة ، وبلغت خدمة الحصول على المحتويات الرقمية بنسبة (43%) في سنة 2011 وتطورت حتى وصلت إلى (63%) في سنة 2016، يبين لنا الجدول اعلاه ولسنوات (2011-2016) ان هناك تطور في استخدام الخدمات الرقمية بالرغم من التطور البسيط ولكن التطور مستمر ، وهذا يؤكد بوجود التطور في استخدام الخدمات السياحية الرقمية في الاردن ومستمرة بالارتفاع ، وذلك يعني تقدم وتأثير ايجابي في الاقتصاد السياحي وبالتالي في الاقتصاد القومي للبلد .

8- الصعاب التي تواجه تطبيق السياحة الاقتصادية الرقمية في الاردن

ثمة عدة صعاب تعترض تطور ونمو التجارة السياحية الرقمية في الاردن خاصة والعالم العربي عامة ، وان كانت نسبة تلك الصعاب متفاوتة بين هذه الدول في هذا الاطار . وتتنوع هذه العقبات بدءا من بطء تنفيذ الاستراتيجيات لهذا النوع من المعاملات وعدم وجود سياسة واضحة المعالم ومتناسكة تنسجم بالوضوح والشفافية ، وهو ما قد يزيك العقبات الاخرى ، مثل عدم وجود اطار قانوني يحكم وينظم هذه المعاملات في كل مراحلها ، بدءا من الاعلان عن السلعة أو الخدمة وانتهاء بتسوية المدفوعات المترتبة عليها ، وتحديد الاختصاص القضائي ، والقانون الواجب التطبيق ، ونشر الوعي والأهمية التي تمثلها السياحة الالكترونية بالنسبة للقطاع السياحي الاردني كما تواجه السياحة الالكترونية في الاردن مشكلات اخرى تتعلق بمستوى التعليم واعداد تأهيل الموارد البشرية ، والبنية الأساسية للمعلومات والاتصالات ، وقدرة القطاع السياحي على مواكبة هذه التطورات . ويمكن تسليط الضوء على أهم المشكلات التي تواجهها الاردن في هذا المجال وذلك من خلال دراسة مدى توافر البنى الأساسية للسياحة الالكترونية⁽³²⁾.

أ-عدم وجود استراتيجية لتكنولوجيا المعلومات :

تمثل تقنية المعلومات والاتصالات وما يرتبط بها من منتجات وخدمات ونشاطات اقتصادية مختلفة صناعة مهمة ورئيسة وذات دور متنامي في الناتج الاجمالي العالمي ، وتحقيقاً للتحسن المستمر للوضع الاقتصادي كانت الحاجة ماسة لزيادة الناتج الاجمالي للدولة عن طريق رفع مستوى الاداء والانتاجية للفرد والمؤسسات في القطاعين الحكومي والخاص عن طريق استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وذلك بتتويج مصادر الدخل عن طريق تبني صناعات

³² - قاسم النعيمي ، الحكومة الالكترونية في دول الخليج ، دراسة متطلبات وجاهزية ومعوقات التجربة ، غير منشورة ،

جديدة ونقل وتوطين ما يرتبط بها من تقنيات وهذا من التحديات او العقبات التي تواجه صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الاردن اذ تفتقر إلى وجود استراتيجية تكنولوجية شاملة تحدد الاهداف العامة طويلة الأمد لبناء مجتمع المعلوماتية والتكنولوجيا ، ومن ثم تعاني من عدم وجود سياسات واضحة المعالم تتسم بالشفافية والتماسك والاستمرارية في هذا المجال وقد انعكست على تطور السياحة الالكترونية ونموها(33).

ب- ضعف البنية الأساسية للاتصالات

تعد الاتصالات الالكترونية العمود الفقري للسياحة الالكترونية ، اذ كانت خدمات الاتصالات في الدولة ضعيفة وعدد خطوط الهواتف محدودا فإن السياحة الالكترونية سوف تواجه الكثير من الصعاب ، وبالنظر إلى البنية الأساسية للاتصالات في الاردن وعلى الرغم من الجهود المبذولة خلال السنوات الأخيرة في مجال تطوير وتحديث قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية ، ومع وجود بعض التحسن في مجال الاتصالات والمعلومات كما جاء في تقرير الاتحاد الدولي للاتصالات في سنة 2015، لا يرقى إلى المستوى المطلوب بالنظر إلى الارقام المحققة في مجال الاتصالات ومعدل الاشتراك في عدد الخطوط التليفونية أو عدد المشتركين في شبكة الانترنت في الاردن ، وعلى الرغم من زيادة عدد مقدمي الخدمات في الاردن ظل يتميز بضعف الاستثمارات ، كما ان اسعار خدمات الاتصالات والمعلومات اعلى من التوسط العالمي .كما ان انخفاض نسبة الاشتراك الفردي للانترنت في الاردن وهو عامل جوهري وداعم لقيام السياحة الالكترونية بين قطاع الاعمال والقطاع الحكومي والمستهلكين اذ يوصد الابواب بوجه هذا النوع من التعاملات فهو قاعدة رئيسة يمكن ان توسع من خلالها عمليات السياحة الالكترونية(34).

9- المعوقات المتعلقة بالموارد البشرية

تؤدي الموارد البشرية المؤهلة والمدربة دوراً محورياً في تفعيل السياحة الالكترونية اذ تستطيع هذه الموارد اذا توفرت ان تبتكر فنيات جديدة من جهة ، كما يمكنها ان تشغل السياحة الالكترونية من جهة اخرى ، علاوة على انتشار التعليم وانخفاض مستوى الامية يسهمان في زيادة الوعي وادراك أهمية السياحة الالكترونية وسرعة تقبلها وخفض المقاومة لها ، ومن ثم اتساع نطاق انتشار هذا النوع من التقنيات بين رجال الاعمال انفسهم والمستهلكين وقطاع الاعمال ، هذا فضلا عن تيسير المعاملات الحكومية من خلال الوسائل الالكترونية وانتشار التعليم الإلكتروني وما سوى ذلك. اما عن مكانة الاردن في دليل تقنية المعلومات والاتصالات الصادر عن برنامج الامم المتحدة الالمانى NDP الذي يحدد قدرة الدولة والافراد على المشاركة في عصر الشبكات ، ويكشف عن ادائها في خلق ونشر التقنية والابتكارات فقد احتلت المرتبة الثانية من بين خمس دول فقط، وهي (تونس ، والاردن ، وسوريا ، ومصر، والجزائر) المواقع (17-18-19-20-21) ضمن (26) دولة في المجموعة الثالثة ويطلق عليها المتبنون النشطون التي توجد فيها مهارات بشرية عالية يمكن الاستفادة من امكانياتها ، وهذا هو التحدي الحقيقي الذي تواجهه الاردن سواء أكان ذلك من خلال استغلال الطاقات البشرية ام من خلال ضمان مواكبتها للتطورات ، أم من خلال التدريب والتعليم أم خلال الدعم

³³ - قاسم النعيمي ، الحكومة الالكترونية في دول الخليج ، مصدر سابق ، ص 29-30.

³⁴ - الطائي عبد النبي ، اصول صناعة السياحة الحديثة ، مصدر سابق ، ص 33.

المادي والقدرة على تنمية المهارات ، اذ يساعد توافر هذه العوامل على مواكبة التطورات في السياحة الالكترونية ، ودونها يصعب على القطاع السياحي الاردني توسيع استخدامات التعاملات الالكترونية في هذا القطاع⁽³⁵⁾.

10- العوائق المتعلقة بالبيئة التشريعية السياحية الالكترونية

يعد الاطار التشريعي للتعاملات الالكترونية احد أهم الدعائم الأساسية لقيام مثل هذا النوع من التعاملات وهي تختلف في القوانين المنظمة لها عن التعاملات التقليدية ، اذ تعتمد السياحة الالكترونية بمقتضاها، السعي الحثيث إلى سنّ القانون الواجب التطبيق على هذه التعاملات ضمن معايير الهيئات والمنظمات الدولية، من خلال اصدار التشريعات التي تكفل توفير حد من الامان Security وهو يمثل احد أهم التحديات والعقبات بوجه السياحة الالكترونية ، وهو لا يعتمد على وضع القوانين فقط بل يلزمه زرع الثقة والامان ودرء الحاجز النفسي لدى المتعاملين .اذ يمثل غياب التنظيم الخاص بالمعاملات الالكترونية العقبة الرئيسية ، لأنه يعني ببساطة غياب الحماية القانونية لا طرف التعامل ، ويفتح الباب على مصريه لحدوث تجاوزات تمضي بغير رادع ، والنتيجة هي اضعاف الثقة بالخدمات الالكترونية ومن ثم النفور منها⁽³⁶⁾.

اذ الاطار التشريعي الناظم للسياحة الالكترونية من أهم المشكلات التي تعيق تطبيق هذا النوع من التعاملات في الاردن سواء أكان ذلك بين المؤسسات بعضها مع البعض الآخر ، أم بين المؤسسات والأفراد ، وبالنظر إلى التشريعات القائمة في الاردن نجدها إلى حد بعيد توفر الحماية الكافية لا طرف التعامل ، الا أنها تكتفي بالحلول القصيرة الأجل في غالبيتها⁽³⁷⁾.

11-عوامل اخرى

فضلا على ما تقدم ذكره من عقبات رئيسة تقف حائلا دون نمو السياحة الالكترونية في الاردن عامة ، توجد ايضا مجموعة من العقبات الثانوية التي لها الأثر السلبي نفسه على نمو وتطور السياحة الالكترونية ، في الاردن وغيرها من الدول العربية بصفة خاصة .

³⁵ - عبد الله بن مالك الراشدي ، تأهيل الكوادر البشرية لتطبيق الحكومة الالكترونية في الدول العربية ، مجلة مركز البحوث والمعلومات ، عمان ، 2008م، ص 7.

³⁶ - وسن العراب ، تقييم التجربة التشريعية في ميدان التعاملات التجارية الالكترونية ، المركز العربي للقانون والتقنية العالية ، عمان ، الاردن ، 2014، ص 21.

³⁷ - من امثلة التشريعات التي اصدرتها الاردن في هذا المجال كما ورد في قانون المعاملات الالكترونية الاردني :
-المادة الثالثة :

الذي يضبط شروط وكيفيات التعاملات من خلال شبكات الانترنت ، وكيفيات استغلالها ، قانون المعاملات الالكترونية الاردني ، 2001.

-المادة الرابعة : المتعلقة بنظام الاستغلال المطبق على انواع التعاملات على شبكات العمومية بما فيها السلكية واللاسلكية ومختلف الخدمات الالكترونية .

وفيما يأتي استعراض لأهم العقبات⁽³⁸⁾.

من العقبات التي تعيق تطوير السياحة الالكترونية في الاردن عدم وعي قطاع الأعمال بما يدره من فوائد عبر استخدام السياحة الالكترونية . ويزيد من تعقيد هذه المسألة عدم معرفة قدرة المؤسسات السياحية على استخدام نظم المعلومات وتوظيفها. وهذا يجعل منه مشكلة حقيقية بين كبار المسيرين ، وقد تسود هذه المشكلة في المشروعات السياحية الفردية التي يجمع صاحبها بين الملكية والادارة ، وهي منتشرة في الكثير من الدول النامية والعربية إلى حد بعيد ، ثم ان ضعف دور كل من القطاع المصرفي والقطاع الخاص في الاردن يفقد إلى روح المبادرة والابداع في مجالات المعلومات والاتصالات والوعي والادراك للضوابط التي يسير عليها التعاملات الالكترونية عبر شبكة الانترنت اذ يعدّ البنك الفاعل الأساس بين أطراف التعامل ذلك ان القوانين الخاصة بوسائل الدفع موجودة والعقبة تكمن في البنوك على المستوى التطبيقي اما بالنسبة للمؤسسات السياحية الاردنية تعاني في غالبيتها من تأخر في الربط بينها وبين شبكة الانترنت ، فقد قدم البنك الدولي برصد مبلغ من اجل انشاء مجتمع تقني في ضواحي العاصمة الاردنية وذلك في العام 2018، والهدف منه اعادة تأهيل المؤسسات السياحية الاردنية ومساعدتها على تصميم مواقع الكترونية خاصة بها تعرض فيها أنشطتها السياحية المختلفة وتطوير صناعة المحتوى برامج الانترنت خاصة المتعلقة بالجوانب الاقتصادية التنبؤي ضعيفة نظراً لضعف استخدامات التكنولوجيا الرقمية ونقص الكوادر المؤهلة لتسيير المواقع التابعة للمؤسسات ، والواقع انه توجد مؤشرات عديدة في قياس وضع الدولة في مجال الاتصالات بصفة عامة والتعامل مع المعلومات والحاسب بصفة خاصة ، ولا يعتمد فقط على المقدرة على الاتصال بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، ولكن يعتمد ايضا على المهارات ذات الصلة ، ومدى توافرها الافراد والشركات ومدى استخدامها لتطبيقات التجارة الالكترونية .

الاستنتاجات والتوصيات**أولاً : الاستنتاجات**

- 1- تواضع وقلة المؤسسات التعليمية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، وضعف مستوى التأهيل والتدريب لدى نسبة عالية من العاملين ، وقصور برامج التدريب السياحي والفندقي ، للنهوض بمستوى الخدمات والتسهيلات السياحية التي تتطلب قوى عاملة مؤهلة .
- 2- يسأهم استخدام الاقتصاد السياحي الرقمي في زيادة الدخل الوطني ، وفي تحسين ميزان المدفوعات وذلك ليس فقط بمقدار ما ينفقه السواح والمسافرون اثناء رحلاتهم ، بل عن طريق ما يطلق عليه في علم الاقتصاد "بالمضاعف الاقتصادي" لان الاستثمارات السياحية تؤدي إلى سلسلة اخرى من الاستثمارات التي تؤدي بدورها إلى زيادة الدخل .
- 3- يتضح لنا ان استخدامات الخدمات والمتمثلة (الهاتف الانترنت والهاتف المحمول واستخدام الانترنت بنطاق واسع وايضا استخدام الحاسوب الشخصي والمحمول وايضا الحصول على المحتوى الرقمي) حيث يوضح لنا ان جميع الخدمات في تطور ملحوظ وان كان بسيط ولكن هناك استخدام ولسنوات وفي تطور مستمر .
- 4- يمثل الاقتصاد السياحي الرقمي دورا هاما في تطوير الاقتصاد الاردني ، حيث تستطيع المنظمات السياحية والفندقية ترويج خدماتها وتوزيعها بتكلفة منخفضة ، مقارنة بأساليب الترويج والتسويق التقليدية .

³⁸ - سلاوي بو بكر، افاق السياحة الالكترونية على ضوء تجربة الاردن وتونس، مصدر سابق ، ص 135.

- 5- حادثة السياحة المحمولة (الرقمية) على مستوى العالم بصفة عامة والاردن بصفة خاصة.
- 6- لقد غيرت السياحة الالكترونية (الرقمية) في الاردن من طبيعة الانشطة المختلفة ذات الصلة مثل : الفنادق ، تذاكر الطائرات ، سياحة المؤتمرات ... ، مما ادى إلى استخدام اساليب جديدة ومختلفة ، حيث ظهر سوقان الاول تقليدي والثاني الالكتروني ، الا ان الامر لن يبقى على ما هو عليه لان الكفة مرجحة باتجاه السوق الالكتروني على حساب التقليدي وبالتالي فإن ضرورة النمو والبقاء تحتم على المؤسسات السياحية خاصة التكيف مع السوق الجديد من خلال التركيز على السياحة الالكترونية .
- 7- تواجه الاردن كغيرها من الدول النامية تحديات كبيرة في استخدام السياحة الالكترونية ، ومن ابرز هذه التحديات عدم توفر البنى التحتية اللازمة لقيام السياحة الالكترونية رقمية، ضعف الثقافة والوعي التقني والالكتروني بين الناس ، وقصور الطاقات البشرية والمؤهلة في مجال تطبيقات السياحة الالكترونية الرقمية ، وضعف امكانية وقدرة المؤسسات السياحية في هذه الدول للتحويل إلى الانماط الالكترونية ، فضلاً عن ضعف الدور الحكومي الرسمي لتهيئة القطاع للدخول في عصر تقنية المعلومات ، اضافة إلى عقبات تشريعية تتمثل في غياب الانظمة والتشريعات المتعلقة بالسياحة الالكترونية .
- 8- ان دراسة افاق السياحة الالكترونية من خلال تجربة الاردن تثبت صحة فرضية البحث (ان للسياحة الالكترونية الرقمية تأثيراً إيجابياً على تنافسية قطاع السياحة) من خلال زيادة الحصة السوقية والتحسين في الانتاجية وهذا ما تدعّمه الدراسة التي تمت من خلال الوقوف على تجارب بعض الدول والخصوص تجربة الاردن .

ثانياً : التوصيات

- 1- دعم البنى التحتية واستكمال البنية المؤسسية - التشريعية وانفاذ القوانين الناطمة للسياحة الاقتصادية الرقمية في الدول العربية .
- 2- اعداد وتجهيز القيادات القادرة على مواجهة تحديات المستقبل رقمياً (تكنولوجياً وإدارياً وتسويقياً) .
- 3- اتباع نظم تعليمية متطورة تتركز على الاستيعاب والتلقين وتهتم اساساً بالعلوم السياحية الاقتصادية الرقمية الحديثة وتتمى حركات الابتكار مع نشر وتعميم تلك النظم بجميع الجامعات والمعاهد العالمية والمدارس المتخصصة في مجال السياحة .
- 4- انشاء مراكز التدريب الخاصة التي تعمل تحت اشراف الشركات السياحية التي تختص بعقد دورات تدريبية اجبارية لكل من الرؤساء والمؤوسين بالقطاعات السياحية للتعرف على أهم الوسائل التكنولوجية الحديثة التي تظهر على الساحة الدولية والتدريب على كيفية استخدام الخدمات الرقمية في القطاع السياحي .
- 5- التسليح بتكنولوجيا المعلومات الرقمية اي بتهيئة نظم معلومات الكترونية متطورة ومؤمنة تستند لكفاءات بشرية واجهزة وبرامج تسويقية وفنية وعلمية وادارية فعالة .
- 6- من الأهمية ان تبادر الدول التي تعمل على تطوير صناعة السياحة الاقتصادية الرقمية إلى سن التشريعات القانونية وتحديد الاطر التنظيمية لحماية مستخدمي تقنية المعلومات والحفاظ على حقوق المستهلكين والبائعين في بيئة السياحة الالكترونية والعمل على تحقيق الاستفادة من دور الشركات السياحية الاجنبية العاملة في هذه الدول في مجال السياحة الرقمية .
- 7- زيادة حوافز الاستثمار السياحي لتشجيع رؤوس الاموال الوطنية والاجنبية للدخول بجدية في مجالات الاقتصاد السياحي الرقمي مع زيادة هذه الحوافز للشركات التي تعمل في مجال السياحة الالكترونية التي ستصبح من أهم محددات اتجاهات الطلب السياحي العالمي مستقبلاً.

8- تحديث الانظمة المصرفية للسياحة الرقمية بما يتناسب والمتطلبات الحديثة التي تفرض نفسها في ظل استخدام نظم الدفع والسداد المختلفة وتكوين قاعدة تكنولوجية جديدة في الاعلام والاتصال ، بالتكوين والتدريب المستمرين للقوى العاملة في قطاع السياحة ، بل واستحداث وظيفة البحث وتطوير هذه المؤسسات حتى تلائم التطورات في صناعة السياحة الالكترونية .

9- تشجيع ظهور الوسيط الالكتروني (Intermediary) في قطاع الاقتصاد السياحي الرقمي، وهذا من خلال العمل على تشجيع اقامة شبكة من المواقع الالكترونية الموازية لجميع العاملين في قطاع السياحة سواء في مجال الفنادق ، وخطوط الطيران ، ووكالات السفر والمرشدين السياحيين ، وغيرها من قطاعات العمل السياحي ، ويتم ذلك بالتعاون مع الوسطاء التقليديين في مجال السياحة فكلاهما مكملا للآخر .

10- اعطاء الأولوية لقطاع الاقتصاد السياحي الرقمي وتقنية المعلومات في اعداد وصياغة برامج وخطط التعليم لتعزيز دور المعلوماتية في المجتمع وبين الافراد في الدولة وحتى بين المؤسسات السياحية مع شرائح السياح من خلال تعزيز البنية التحتية وتطوير منظومة الاتصالات وزيادة حجم الاستثمار وترقية الخدمات السياحية بما يتماشى وتطورات العالمية في هذا المجال وتحفيز وتشجيع القطاع الخاص .

قائمة المصادر والمراجع:

- 1- احمد حسن عبد الحميد عيسى واحمد محمد علي غازي ، اثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات على القطاع السياحي ، مشروع تخرج لعام 2011-2012م ، جامعة المنوفية ، كلية السياحة والفنادق ، قسم الدراسات السياحية ، مصر .
- 2- احمد محمد عميرة ، بناء نظام معلومات تسويق للمواقع السياحية في الاردن باستخدام (GIS, GPS) ، رسالة ماجستير غير منشورة ، 2015م.
- 3- بختي ابراهيم وشعوي محمود فوزي، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة ،مجلة الباحث ، عدد 7 ، 2009-2010م.
- 4- بوضياف سارة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ترويج الخدمات السياحية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة محمد خضير ، سكرة ، الجزائر ، 2016-2017م.
- 5- جاري شنايدر ، التجارة الالكترونية ، ترجمة ، سرور علي ابراهيم ، دار المريخ ، المملكة العربية السعودية ، الرياض ، 2008م.
- 6- حسن عثمان ،التسويق الإلكتروني وصناعة السياحة ، مجلة مصرس / الاقتصادية ، نشرت في الاهرام اليومي ، 2010/5/2م.
- 7- حسنين السيد طه ومعالي فهمي حيدر ، نظم وتكنولوجيا المعلومات في المنظمات المعاصرة ، الطبعة 3، من دون ذكر دار النشر ، 2002/2006م.
- 8- حسين العلمي، دور الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق التنمية المستدامة، رسالة ماجستير، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، 2012/2013.
- 9- حمازنة مصطفى واخرون ، تطور السياحة الاردنية وآفاقها ، مركز الدراسات الاستراتيجية ، الاردن ، 2009م.
- 10- حميد عبد النبي الطائي ، التسويق السياحي مدخل استراتيجي ، الطبعة 1 ، مؤسسة الوراق للنشر ، عمان ، الاردن ، 2004م.

- 11- خضر مصباح الطيبي ، التجارة الالكترونية من منظور تقني وتجاري واداري ، دار الحامد ، عمان ، الاردن ، 2008م.
- 12- خلود وليد العكيلي ، دراسة ميدانية لعينة فنادق في محافظة اربيل وبغداد والنجف ، مجلة الادارة والاقتصاد ، العدد 87، 2011م.
- 13- رأفت رضوان ، الحكومة الالكترونية ، سلسلة مفاهيم الاسس العلمية للمعرفة ، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية ، العدد 5، 2005م.
- 14- زكريا محمد عزام ، اثر استخدام التجارة الالكترونية كأداة تغيير على اداء صناعة وكلاء السياحة والسفر ، حالة الاردن ، بحث مقدم للمشاركة في فعاليات الملتقى الدولي حول الابداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة يومي 12-13/5/2010م، مخبر البحوث في الابداع والتغيير التنظيمي ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير في جامعة سعد دحلب ، البليدة ، ابريل ، 2010 .
- 15- زكي خليل المساعد ، التسويق الحديث ، الطبعة 1، مطبعة عصام ، بغداد ، 1987م.
- 16- زهير ابو عكريف ، التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة ن دراسة حالة الجزائر ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية (تخصص تسويق) ، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية ، جامعة منتوري قسنطينة ، الجزائر ، 2012م.
- 17- سلالى بو بكر، افاق السياحة الالكترونية على ضوء تجربة الاردن وتونس رسالة ماجستير ، جامعة الحاج لخضر - باتنة ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية ، 2013-2014م،،
- 18- شوقي ناجي جواد وآخرون ، الابعاد المستقبلية للحكومة الالكترونية في الاردن ، متطلبات النجاح ، المجلة الاردنية في ادارة الاعمال ، العدد 3، 2007م.
- 19- صبري عبد السميع ، الاسس العلمية للتسويق السياحي والفندقي وتجارب بعض الدول العربية ، المنظمة العربية للتنمية الادارية ، حلوان ، مصر ، 2006م.
- 20- طارق تيسير كريشان ، رائد مساعد و ابراهيم بظاظو ، تطبيقات السياحة الرقمية ودورها في تعزيز رقمته المجتمعات والتحول نحو المدن السياحية الذكية ، رسالة غير منشورة.
- 21- الطائي عبد النبي ، اصول التسويق السياحي الحديثة ، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن ، 2009م.
- 22- عابد عبد العبدلي ، التجارة الالكترونية في الدول الاسلامية .
- 23- عبد الله بن مالك الراشدي ، تأهيل الكوادر البشرية لتطبيق الحكومة الالكترونية في الدول العربية ، مجلة مركز البحوث والمعلومات ، عمان ، 2008م.
- 24- عدلان محمد ، تأثيرات العولمة على السياحة في الاردن ، ورقة عمل مقدمة للهيئة العليا للسياحة مقدمة لندوة السياحة والعولمة ، خلال المدة من 22-24 ، اكتوبر، 2010م، الاردن.
- 25- قاسم النعيمي ، الحكومة الالكترونية في دول الخليج ، دراسة متطلبات وجاهزية ومعوقات التجربة ، غير منشورة..
- 26- محمد العقاب، الانترنت وعصر ثورة المعلومات، دار هومة للطباعة، الجزائر، 2001
- 27- محمد سعد طالب الجبوري، البنوك الالكترونية ، كلية الادارة والاقتصاد ، جامعة بابل ، 2011/6/6م.
- 28- مرازقة عيسى وآخرون ، افاق السياحة الالكترونية على ضوء تجربة تونس والاردن ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، قسم العلوم الاقتصادية ، جامعة الحاج اخضر -باتنة ، تونس ، 2013-2014م،..

- 29- من امثلة التشريعات التي اصدرتها الاردن في هذا المجال كما ورد في قانون المعاملات الالكترونية الاردني :
نظام PAYNET هو نظام الدفع من خلال الانترنت وذلك باستخدام بطاقات الدفع الالكتروني visa ، وهو نظام معد
من طرف الوكالة الامريكية للتنمية الدولية usiad ويهدف إلى تحسين جودة الخدمات الالكترونية السياحية في الاردن
- 30- وسن العراب ، تقييم التجربة التشريعية في ميدان التعاملات التجارية الالكترونية ، المركز العربي للقانون والتقنية
العالية ، عمان ، الاردن ، 2014.
- 31- يوسف محمد ورداني ، كيفية تنظيم السياحة الالكترونية ومردودها على صناعة السياحة ، 2008.