

توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتنشيط قطاع السياحة في البصرة | تجربة الصين والامارات العربية المتحدة اخموذجا|

ا.ج. اقبال جاسع جعفر
كلية الفنون الجميلة / جامعة البصرة

المخلص

تتمتع مدينة البصرة بمقومات تجعلها من المناطق السياحية الرائدة على مستوى العراق والعالم، لما لها من تاريخ عريق وطبيعة متنوعة ، ونشاط ثقافي يتمثل بكثرة أدبائها وشعرائها ، وبعد عام ٢٠٠٣م ومع انفتاح البلد وتزايد اعداد الوافدين الى المدينة سواء من الداخل ام الخارج اصبح من الضروري الاهتمام بقطاع السياحة والترويج لها عبر وسائل حديثة لتطويرها وتحقيق المردود الاقتصادي منها ومن اهم هذه الوسائل هي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (الانترنت والحاسبات) احد الوسائل المهمة في الاعمال اليوم وهو ما يدعى بالأعمال الالكترونية (E – Commerce) ، التي شملت جميع المجالات وتعرف بانها عملية البيع والشراء والعرض والتسويق باستخدام الانترنت بصورة خاصة، وتشمل ايضا تبادل المعلومات (E – Information) وذلك لان الانترنت يعد منصة عالمية تستقطب جميع الناس . وبعد قطاع السياحة من اهم القطاعات التي وظفت التكنولوجيا في اعمالها فظهر مايسمى بالسياحة الالكترونية.(e- tourism) التي يمكن تعريفها بأنها تلك الخدمات التي توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصال بغرض إنجاز وترويج الخدمات السياحية والفندقية عبر مختلف الشبكات المفتوحة والمغلقة، بالاعتماد على مبادئ وأسس التجارة الإلكترونية . نستعرض في هذه الدراسة مفهوم السياحة الالكترونية وتوظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فيها لأغراض تحقيق التنمية الاقتصادية والافادة من التجارب العالمية في هذا المجال. ولغرض تطوير قطاع السياحة في محافظة البصرة وخاصة لما تتمتع به من خصائص سياحية طبيعية وتاريخية ودينية ،ومن ثم تنشيط العمل في هذا القطاع .

Employment of ICTs to stimulate the tourism sector In Basrah (The experience of China and the United Arab Emirates model)

Assis. Prof. Iqbal JasimJaafar
College of Fine Arts / Basrah University

Abstract

The city of Basrah has its components which making it a leading tourist area at the level of Iraq and the world because of its history and diverse nature, and cultural activity is a lot of writers and poets. After 2003, with the country opening up and increasing numbers of arrivals to the city whether from inside or outside Iraq. It became necessary attention to the tourism sector and promotion through modern means to develop them and achieve economic returns from them. The most important of these means Is ICT.

Information and communication technology (Internet and computers) are very important means in business nowadays. E-Commerce, which covered all areas, is known as the process of buying and selling, supply and marketing by using the Internet in particular. It also includes information exchange (E-Information). This is because the Internet is longer a global platform that attracts all people. The tourism sector is the most important sectors. It employed technology in its work what is so-called (e-tourism) which can be defined as the services they provide information and communication technology for the purpose of completion and promotion the tourist services across different open and closed networks, drawing on the principles and foundations of e-commerce.

We review in this study the concept of e-tourism and the employment of ICTs for the purposes of economic development and to benefit from global experiences in this area. As well as for the development of the tourism sector in the province of Basrah especially for what it had from natural tourist characteristics and historical and religious locations then stimulate action in this sector.

المقدمة

تبرز الحاجة في عملية الترويج للسياحة وتنشيط هذا القطاع في محافظة البصرة عبر استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة حيث نشطت عدة شركات في هذا المجال ولو بشكل بسيط في استخدام الانترنت في الاعلان وفي الحجز للطيران والفنادق وقد نشطت مع توسع الاعمال السياحية وزيادة الشركات العاملة في البصرة ، فقد اتجهت صناعة السياحة الى السياحة الالكترونية بصورة محدودة لكونها تحتاج الى مقومات يجب ان تتوفر ومن الضروري تطويرها تتمثل في البنية التكنولوجية وجاءت الحاجة الى هذا النوع من الاعمال بعد عام ٢٠٠٣ والانفتاح على العالم الخارجي الذي تطورت فيه الاعمال الالكترونية مع ظهور الانترنت والاتصالات بشكل كبير. فقد احدثت ثورة تقنية المعلومات والاتصالات (Information and communication technology) تطورا في عالم المال والاعمال فبرزت تطبيقات الكترونية متعددة التي تدعى بالأعمال الالكترونية (E-Commerce) المرتبطة بالتجارة الالكترونية (Trade Commerce) والمتعلقة بالطلب والعرض في السوق عبر وسائط مختلفة تتيح سهولة الاتصال بين المنتجين والمستفيدين في مختلف القطاعات .ويعد قطاع السياحة من اهم القطاعات التي استخدمت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات منذ ظهورها عبر الدعاية والاعلان الى ان حدث تغيير في نشاطات السياحة كافة. ومع زيادة الطلب على السياحة في الاعوام الاخيرة كان لابد من التغيير الشامل في تسويق المنتج وظهور التنافسية بين الشركات في عرض الوجهات السياحية والخدمات حتى صارت السياحة من اهم القطاعات التي تدعم الاقتصاد في كثير من دول العالم . لذا فإن صناعة السياحة في محافظة البصرة لابد ان تركز على اسس حديثة تدفع بها نحو نمو هذا القطاع.

مشكلة البحث

تمتلك محافظة البصرة المقومات الاساسية للعمل السياحي الذي يمكن تطويره وجعله مصدرا اضافيا للاقتصاد وزيادة الدخل ، فالبصرة تمتلك المناطق الطبيعية والتاريخية والدينية والثقافية وازافة الى نهر شط العرب وهو امر يجعلها مدينة جاذبه

للسواح والمستثمرين في هذا المجال ، الا ان النشاط السياحي يفتقر الى جانب مهم يتمثل بالترويج والاعلان اضافة الى تبادل المعاملات عبر التكنولوجيا الحديثة (المعلومات والاتصالات) التي باتت تستخدم في معظم دول العالم التي تمتلك مقومات السياحة لما لهذا المجال من الاعمال التي تدعى بالسياحة الالكترونية من اهمية اقتصادية كبيرة.

هدف البحث

يهدف البحث الى الوقوف على اهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تنشيط العمل السياحي في البصرة من خلال:

- ١- التعرف على اهمية استخدام ICT في السياحة.
- ٢- التعرف على مفهوم السياحة الالكترونية (E- tourism) واسباب ظهورها.
- ٣- تقديم مقترحات تسهم في تطوير السياحة الالكترونية في محافظة البصرة تدعم الاقتصاد عبر الاطلاع على تجربتي الصين والامارات العربية المتحدة .

اهمية البحث

تتمثل اهمية البحث في:

- ١- توضيح اهمية استخدام ICT في احد اهم القطاعات التي تتمتع فيها محافظة البصرة وهي السياحة.
- ٢- الوقوف على واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومعدل استخدامها في محافظة البصرة لغرض تنشيط قطاع السياحة.
- ٣- تعد السياحة الالكترونية احد انواع الاعمال الالكترونية (e- commerce) والتي باتت منتشرة بصورة كبيرة في التعاملات والمجالات كافة ، فمن المهم تسليط الضوء عليها وبيان اهميتها لغرض تفعيلها على مستوى المحافظة ومن الممكن تعميم التجربة على العراق بصورة عامة وخاصة في مجال الحجزات

للطيران والفنادق وتأشيرة الدخول والتبادل المالي الالكتروني في استيفاء الاجور وغيرها من المعاملات السياحية.

فرضية البحث:

تتمتع محافظة البصرة ببيئة سياحية تجعلها مصدرا اقتصاديا مهما الا انها تعاني من ضعفا في توظيف تكنولوجيا (الحاسبات والانترنت والهواتف النقالة) التي تمكنها من تفعيل السياحة الالكترونية التي تشكل دعامة اساسية في تطوير هذا القطاع وبحسب التجارب في دول مختارة .

منهجية البحث

المقدمة

المبحث الاول: تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجال السياحة

المبحث الثاني: التجارب العالمية في مجال السياحة الالكترونية

المبحث الثالث: امكانية تطبيق السياحة الالكترونية في البصرة .

الاستنتاجات والتوصيات

المصادر

المبحث الاول: استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجال السياحة

ارتبطت السياحة ارتباطا وثيقا بتقدم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لأكثر من ٣٠ عاما. فقد ظهرت نظم الحجز بالكمبيوتر في ١٩٧٠ ومن ثم ظهرت نظم التوزيع العالمية في أواخر عام ١٩٨٠، وغيّرت شبكة الإنترنت في أواخر التسعينات الممارسات التشغيلية والاستراتيجية بشكل كبير في مجال السياحة، فأصبحت العلاقة بين العميل والمورد مباشرة عبر إزالة الوسطاء. وهو امر ادى الى ان تكون لدى العملاء الفرصة للوصول مباشرة إلى العروض السياحية. ومنذ الثمانينات، طورت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات صناعة السياحة العالمية وأصبحت ذات صلة بجميع المجالات، الهيكلية، والاستراتيجية والتسويقية لتسهيل التفاعلات العالمية بين الموردين والوسطاء والمستهلكين في جميع أنحاء العالم في الوقت الحاضر. وهي تؤدي دورا مهما في صناعة السياحة، ويجري بواسطتها تعزيز فعالية مختلف أقسام صناعة الخدمات وتحسينها بسرعة.^(١)

١ - تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

توجد تعريفات عدة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، منها :

- تشير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى التقنيات التي توفر الوصول إلى المعلومات من خلال الاتصالات. وهو مشابه لتقنية المعلومات (IT) ، لكنه يركز في المقام الأول على تكنولوجيات الاتصال. ويشمل ذلك الإنترنت والشبكات اللاسلكية والهواتف المحمولة وغيرها من وسائل الاتصال.^(٢)
- تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هي جميع المعدات التقنية وأدواتها التي تقوم بتحويل ومعالجة وحفظ ونقل أنواع مختلفة من المعلومات في شكل رقمي وتشمل الاتصالات الهاتفية الصوتية وأجهزة الكمبيوتر الخاصة بنقل البيانات والإذاعة والتلفزيون والتكنولوجيا المماثلة.^(٣)
- تمثل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مجموعة من التقنيات المرتبطة بها التي يحددها استخدامها الوظيفي في النفاذ إلى المعلومات والاتصالات، والتي يجسدها الإنترنت. يعرف الإنترنت من الناحية الفنية والوظيفية على النحو

التالي: "الإنترنت هو شبكة عالمية من أجهزة الكمبيوتر، ولكن من الناحية الاجتماعية يمثل شبكة من الناس الذين يستخدمون أجهزة الكمبيوتر التي توفر كميات هائلة من المعلومات المتاحة. والخدمات الأساسية للإنترنت الاتصالات واسترجاع المعلومات اضافة انه يوفر العديد من الخدمات غير مسبقة". وتعرف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ممثلة في شبكة الإنترنت: "انها القدرة على البث في جميع انحاء العالم في وقت واحد ، ووسيلة للتفاعل بين الأفراد وسوق السلع والخدمات".^(٤)

اما من وجهة نظر الباحث يمكن تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بأنها عبارة عن مصادر مختلفة سواء من الحاسبات ام شبكات الحاسبات (الانترنت والانترنت والاكسترنات) تقوم على خدمة اي قطاع . والسياحة من القطاعات التي خضعت لهذه التكنولوجيا في تطوير صناعتها والترويج لمنتجاتها ابتداء من الاعلانات الى تفويج السياح والفندقة والطيران وغيرها من الخدمات، وكان لذلك الاثر البالغ في تحقيق التنمية وارتفاع العوائد من هذه الصناعة وهذا ما سنناقشه لاحقا.

٢- تعريف السياحة الالكترونية

السياحة الإلكترونية هي جزء من التجارة الإلكترونية، تعد احد أسرع التكنولوجيات تنمية، التي تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في صناعة الضيافة والإدارة و التسويق والتخطيط الاستراتيجي، وتفترض الأنشطة المحددة للسياحة الإلكترونية وجود منظمي الرحلات السياحية، من وكالات السفر والكيانات الأخرى ذات المصالح في مجال السياحة في الفضاء الافتراضي من خلال بوابة متخصصة. الظاهرة نفسها، لها آثار على كل من السفر والمستهلكين ومنظمي الرحلات السياحية، ووكلاء السفر.^(٥) ويمكن تعريفها بأنها نمط سياحي يتم تنفيذ معاملاتها التي تتم بين مؤسسة سياحية وأخرى أو بين مؤسسة سياحية ومستهلك (سائح) من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وبحيث تتلاقى فيها عروض الخدمات السياحية من خلال شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) مع رغبات جموع السائحين الراغبين في قبول هذه الخدمات السياحية المقدمة عبر شبكة الإنترنت.^(٦)

فالسياحة الالكترونية تشير الى الاستخدامات للأعمال الذكية في طبيعة الخدمات السياحية وانماطها المختلفة او في مجال السياحة والسفر عموماً باستعمال الخدمات التي توفرها تقنيات الانترنت في اطار اعمال التجارة الالكترونية اذ تخطت الإيرادات العالمية للقطاع السياحي نحو 89 مليار دولار سنة ٢٠٠٤ في حين وصل حجم نشاط السياحة الالكترونية في فرنسا بنسبة 45% من التجارة الالكترونية في العام ٢٠٠٥، وهي دائماً في تصاعد مستمر. ^(٧)

ويرى الباحث ان السياحة الالكترونية تقوم على الانترنت بصورة تكاد تكون كاملة في مجمل خدماتها التي تقدمها للمستخدمين. حيث توفر شبكة المعلومات (الانترنت) مجموعة كبيرة من التطبيقات المستخدمة للتخطيط للرحلات والسياحة والسفر والبحث عن الاماكن الاثرية والتاريخية والفنادق والشركات وكذلك الترتيب لهذه الرحلات وتحقيق الإيرادات في تطبيقات السياحة والسفر الالكترونية من خلال الإيرادات المباشرة اي العمليات .

٣-مبررات السياحة الالكترونية

ان السياحة مثل بقية القطاعات الاقتصادية تتجه نحو تحسين خدماتها وزيادة العوائد المالية لها ولم تكن هذه المبررات فقط هي الدافع الوحيد للاتجاه نحو السياحة الالكترونية فقد اثرت التكنولوجيا الحديثة فيها حتى اصبحت مرتكزا للتنمية السياحية وفرضت نفسها على المنتجين والمستهلكين ويمكن الاطلاع على عدد من المبررات الاخرى منها: ^(٨)

أ-أدى تسارع وتيرة التطورات في استخدام تقنية المعلومات والاتصالات المصاحبة لظاهرة

العولمة إلى بزوغ تطبيقات السياحة الإلكترونية، التي تسهل ربط جانب العرض بالطلب في

سوق السياحة العالمي عبر وسائل وأساليب مختلفة تقرب المنتجين من المستهلكين، مما أدى

إلى تغير ملحوظ في هيكل وطبيعة قطاع السياحة نفسه.

ب- لمتعد السياحة الإلكترونية في الوقت الحاضر خياراً فحسب، بل ضرورة حتمية فرضتها

طبيعة الخدمات السياحية منجهة، والتنافس المحموم بين الوجهات السياحية منجهة أخرى.

وتأتي أهمية السياحة الإلكترونية لما تقدمه من منافع جمة لمنتجي الخدمات السياحية ومستهلكيها على السواء تتمثل في توفير المعلومات، وانخفاض تكاليف الإنتاج ومن ثم أسعار الخدمات السياحية، وتطوير منتجات سياحية جديدة.

ج- أدى التوسع في استخدام السياحة الإلكترونية إلى تغير ملحوظ في هيكل قطاع السياحة نفسه

وخاصة قطاع الوسطاء التقليديين الذين يقومون عادة بالوساطة بين مزودي الخدمات والسياح، حيث مكنت ثورة المعلومات وتطور شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت) والسياحة الإلكترونية من التواصل المباشر بين مزودي الخدمات والسياح دون الحاجة للاستعانة بخدمات الوسطاء التقليديين.

د- إعتدال الخدمات السياحة بمختلف أنواعها بشكل كبير على تداول المعلومات السياحية، المتصفة بالتباين، وهكذا، يصعب قياس جودتها إلا بعد التجربة، ولذلك يعد الانترنت الوسط المناسب لها، فهو يقلل من حدة هذا التباين عن طريق الزيارة التخيلية/ الافتراضية للخدمة السياحية إذ تمكن الزائر من التعرف على المعالم والمناطق السياحية بكل سهولة ويسر، من خلال صورة تفاعلية مرئية تخيلية للموقع، الاطلاع على البيانات والمعلومات التفصيلية للمناطق السياحية المراد زيارتها، وأيضاً، 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.

ان مبررات قيام السياحة الالكترونية انتجت مجموعة من الخدمات التي ساهمت في الترويج السياحي ، مع المنافسة في تقديمها سواء في طبيعة العرض في منصاتها ام في الاسعار مما وفر خيارات كبيرة للمستفيدين دون بذل جهود البحث والاستقصاء التقليدي بل بسرعة كبيرة وبجهد اقل مع توفير في الدفع المالي.

٤- خدمات السياحة الالكترونية:

لا تتبع السياحة الالكترونية الطرق المعتادة في المعاملات التي تحتاج الى وسطاء في تقديم الخدمات للمستخدمين ، فقد تخلت السياحة اليوم عن كثير من الطرق التقليدية مع اجتياح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هذا القطاع ، واهم المعاملات الالكترونية في النشاط السياحي هي: ^(٩)

١- المعلومات الالكترونية (*E-information*)

تشمل مرحلة المعلومات الإلكترونية توفير المعلومات في البوابات المتخصصة مثل الكتيبات الالكترونية، وأدلة السفر، والصوت، وألبومات (الصور الثابتة والاستعراضات) ،والصور أو أشرطة الفيديو المباشرة، وحتى يوميات السفر من خلال المنشور أو المجتمعات الافتراضية المتخصصة، مثل السياحية الافتراضية، وهي عرض الأدلة من خلال المدن الافتراضية.

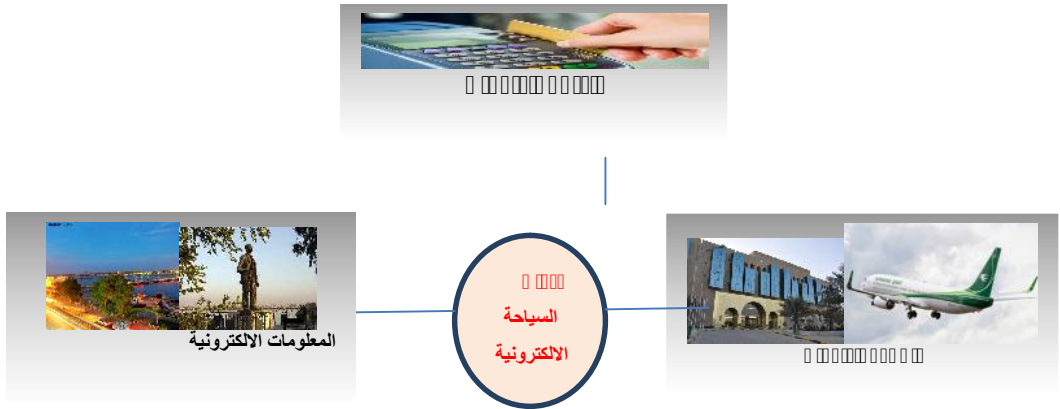
٢- الحجز الالكتروني (*E-booking*)

تستخدم الحجوزات عبر الإنترنت في الغالب للفنادق، وشركات الطيران، وتأجير السيارات، وخدمات الحجز، كخدمات المجتمع المعلوماتي، ويجب أن تتوافق مع المتطلبات القانونية التي لها مصدرها في اللوائح التي تشير إلى خدمات الإنترنت العامة، والتجارة الإلكترونية والتعاقد عن بعد، على وجه الخصوص.

٣- الدفع الإلكتروني (*Electronic payment*)

يمكن للمستخدمين استخدام بطاقات الائتمان، والشيكات الإلكترونية، والنقد الرقمي حتى (عندما تكون مبالغ المدفوعات بضعة سنتات فقط).تشبه أنظمة الدفع الإلكتروني على شبكة الإنترنت الأنظمة المستخدمة التقليدية ، مثل بطاقات الائتمان أو الشيكات.يمكن ان تكون فعالية التسويق عبر الإنترنت سريعة جدا ودقيقة من خلال توفير الإحصاءات التي يتم الحصول عليها من خلال التكنولوجيات عبر الإنترنت، التي تساعد على خلق مستند لنشاط العملاء، مما يؤدي الى الحصول على معلومات افضل واجراء التعديلات للوصول الى الهدف المطلوب.

تعتمد الشركات الى تحديث خدماتها وتطويرها عبر قنوات التكنولوجيا مع اضافة خدمات جديدة ، وهو امر خلق فرص تنافسية كبيرة في سوق العمل السياحي ويوضح الشكل رقم (١) خدمات السياحة الالكترونية.



الشكل رقم (١) خدمات السياحة الالكترونية

المصدر: اعداد الباحث

٥- متطلبات السياحة الالكترونية

ان الانتقال الى السياحة الالكترونية يتطلب توفر مجموعة من الشروط والامكانيات التي تمكن من تفعيل السياحة عبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبما يحفظ حقوق المنتجين والمستفيدين مع جودة الخدمة ، ويتطلب ذلك العمل من قبل الدولة والمستثمرين في توفير البيئة المناسبة ، ومن هذه المستلزمات الاتي:

أ-توافر إطار مؤسسي وتنظيمي: يتعلق هذا الجانب بأهمية التعاون بين مؤسسات الحكومة وبعضها البعض، وكذلك الشراكة مع القطاع الخاص والمجتمع المدني عن طريق إظهار المزايا التي تعود على كل فاعل من جراء تطبيق نظم التجارة الالكترونية في مجال النشاط السياحي.

ب-وجود إطار قانوني محدد على المستويين الدولي والمحلي: تعد السياحة الالكترونية جزءاً لا يتجزأ من التجارة الدولية التي تعمل في إطار الاتفاقية العامة لتحرير التجارة في الخدمات بمنظمة التجارة العالمية، ومن ثم تكون الاتفاقية العامة لتحرير التجارة في الخدمات هي البداية الحقيقية للبحث عن المتطلبات القانونية لتنشيط

السياحة بصفة عامة والسياحة الإلكترونية بصفة خاصة، وقد تضمنت الاتفاقية العامة لتحرير التجارة في الخدمات عدة التزامات خاصة بالنشاط السياحي. ويمكن تحديد أهـمال متطلبات القانونية اللازمة لتنظيم السياحة الإلكترونية فيما يلي:

- وجود نظام قانوني متكامل للمعاملات الإلكترونية على الصعيدين الدولي والوطني يتكاتف مع جهود الدول الحثيثة في توفير الإمكانيات المادية والفنية لشركات السياحة للعمل على تفعيل نمط السياحة الإلكترونية.
- وجود تشريعات ولوائح منظمة لعمل المؤسسات والوكالات السياحية تتلائم مع الأشكال المستحدثة التي فرضتها السياحة الإلكترونية مثل الشركات السياحية الإلكترونية، وتضع القواعد الخاصة بتنظيم التوقيع الإلكتروني والدفع الإلكتروني وغيرها من وسائل المعاملات الإلكترونية.
- وضع تشريعات قانونية خاصة بتنظيم عمل المرشدين السياحيين تشمل بيان التزاماتهم وشروط العمل والقدر المعرفي الواجب توافره في من يزاول هذه المهنة، ويراعى فيها العلم الكافي بكافة الوسائل التكنولوجية الحديثة والتعامل مع أجهزة الحاسوب الآلي وشبكة الإنترنت بوصفهما الأداة الحقيقية للسياحة الإلكترونية.
- زيادة حوافز الاستثمار السياحي لتشجيع رؤوس الأموال الوطنية والأجنبية للدخول بجدية في مجالات السياحة مع زيادة هذه الحوافز للشركات التي تعمل في مجال السياحة الإلكترونية التي ستصبح من أهم محددات اتجاهات الطلب السياحي العالمي مستقبلاً.^(١٠)

ت-التقدم في مجال بنية تكنولوجيا المعلومات: تتعلق هذه المتطلبات بحالة البنية التقنية الموجودة، وكيفية تطويرها واستثمار الموجود منها في مجال السياحة الإلكترونية. ويشمل ذلك ما يأتي:

- تنمية البنية الأساسية لوسائل الاتصال والمعلوماتية الحديثة لإتاحة فرصة أوسع للاتصال بخدمات الإنترنت سواء في دولة المنتج السياحي أم الدول المستهدفة بالتسويق السياحي. في قطاع السياحة.

• تشجيع ظهور الوسيط الإلكتروني تشجيع إقامة شبكة من المواقع الإلكترونية الموازية لجميع العاملين في قطاع السياحة سواء في مجال الفنادق، ام خطوط الطيران، ام وكالات السفر والمرشدين السياحيين ... وغيرها، من قطاعات العمل السياحي ويتم ذلك 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 الالكترونية المتقدمة على شبكة الانترنت، وتوفير الدعم الفني والمعلوماتي لهذه المواقع. ويلزم أن يتم تصميم هذه المواقع وفق المعايير العالمية المتعارف عليها، وذلك حتى يمكن لها التنافس مع غيرها من المواقع السياحية المنافسة في الدول الأخرى.

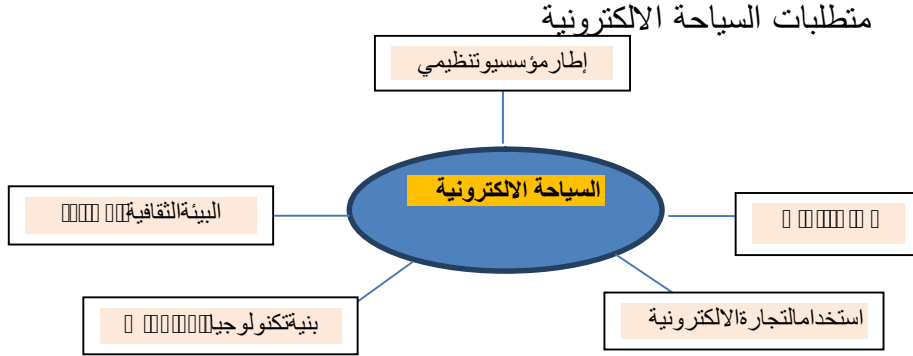
ج- وجود حد أدنى من استخدام التجارة الالكترونية في المعاملات المختلفة: ويقصد بها ، في مجال السياحة الإلكترونية، استخدام تطبيقات الانترنت والتجارة الالكترونية كتذاكر وخدمات الطيران، والخدمات الفندقية، وشركات النقل وتأجير السيارات، والمطاعم السياحية. ويتعلق ذلك باستخدام أنظمة الحجز الآلي من خلال الانترنت في حجز وشراء تذاكر الطيران وغرف الفنادق، وفي إتاحة خدمات الانترنت سواء أثناء السفر على متن الطائرات أم أثناء إقامة السائح في الفنادق.

د- توافر البيئة الثقافية المساندة :من الضروري لتطبيق السياحة الإلكترونية والمعاملات المرتبطة بها وجود بيئة ثقافية مهينة لمثل هذا النوع من التعاملات، فمن شأن المضي قدماً في برامج السياحة الإلكترونية إلحاق الضرر بالهيئات الحكومية والخاصة التي يقاوم فيها الموظفون الحاليين نظم العمل الجديدة وميكنة الخدمات المقدمة كنتيجة لعدم إلمامهم بالمهارات اللازمة لسوق العمل أو بسبب الاجراءات الروتينية والبيروقراطية المعوقة التي يؤدي فيها موظفو الخدمة العامة أدوار سيادية على من حولهم.^(١١)

ان توافر هذه المتطلبات يقع على عائق الحكومات عبر توفير البيئة المناسبة والبنية التحتية للسياحة وتشجيع الاستثمار الذي سيؤدي الى تحرير قطاع السياحة

وبالتالي تحويل العمل السياحي للقطاع الخاص كشريك او مستقل . يوجز الشكل رقم (٢) متطلبات قيام السياحة الالكترونية.

الشكل رقم (٢)



المصدر: اعداد الباحث

المبحث الثاني: التجارب العالمية في مجال السياحة الالكترونية

نستعرض في هذا المبحث تجربتين رائدتين في توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير قطاع السياحة وهما تجربة الصين ودولة الامارات العربية المتحدة على المستوى العالمي .

١- تجربة الصين

لقد أدرجت الصين واحدة من أهم خمس وجهات سياحية في العالم. وذلك يعود الى ان الآلاف من الناس أصبحوا يستخدمون الإنترنت يوميا، ومئات من الشركات تنشر الآلاف من صفحات الويب الجديدة كل يوم وقد عملت الصين الى توفير متطلبات السياحة الالكترونية وهي: (١٢)

١- الاطار المؤسسي والحكومي: إدارة السياحة الوطنية الصينية (China National

Tourism Administration (CNTA) هي الوكالة المسؤولة عن السياحة في

الصين، وتنتمي مباشرة إلى مجلس الدولة ومهمتها:

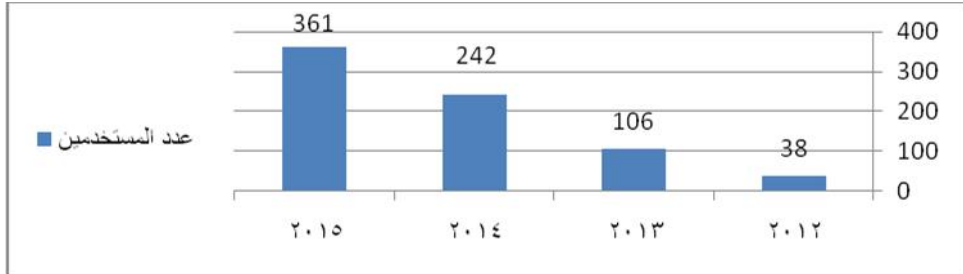
- وضع وتنظيم تنفيذ استراتيجيات تنمية السوق للسياحة الداخلية والسياحة الوافدة والسياحة الصادرة.

- الإشراف على عمليات الاقتصاد السياحي. وتتولى مسؤولية الإحصاءات السياحية؛ والتحكم في نشرات المعلومات التجارية.

- تطبيع عمليات السوق السياحية، الإشراف وإدارة جودة الخدمة؛ والحفاظ على الحقوق والمصالح القانونية للمستهلكين والسياحة والمشغلين.
 - وضع سياسات للسياحة الخارجية والسياحة الحدودية والإشراف على تنفيذها.
 - فحص واعتماد وكالات السفر الأجنبية التي أنشئت في الصين.
 - دراسة مؤهلات الوصول إلى الأسواق من وكالات السفر الأجنبية المستثمرة ووكالات السفر العاملة في مجال السياحة الدولية.
 - دراسة وإقرار السياحة الخارجية وحالات السياحة الحدودية.
 - وضع الإشراف على تنفيذ سياسات السفر إلى هونغ كونغ وماكاو وتايوان.
 - تنظيم وإجراء التعليم السياحي والتدريب.
- وفي البنية التكنولوجية وتعاملات التجارة الالكترونية ،على وفق مركز المعلومات لشبكة الإنترنت الصينية، زاد مستخدمي الإنترنت للفترة ٢٠٠٠-٢٠٠٦ من ٢٢.٥ مليون إلى ١٢٣ مليون، ووصل عدد المواقع الالكترونية ٢,٩٥٢,٥٠٠ في عام ٢٠٠٦. لتعزيز بيئة جيدة لتطوير التجارة الإلكترونية. ان الزيادة المطردة في عدد مستخدمي الإنترنت تظهور اللوائح الحكومية ساعدت على تغيير المشهد التنافسي لمجال السياحة. اذ تغيرت كثيرا مع تطور التجارة الإلكترونية في الصين، وظهر عدد كبير من شركات السياحة والسفر المرتبطة بالتجارة الإلكترونية، عبر مواقع السفر على الانترنت التي تعزز تجربة البحث لعملائهم خلال تزويدهم بالمعلومات قبل السفر عبر استعراض الوجهة السياحية ، والبحث عن أسهل منتج للسفر ، مع مقارنة الأسعار والحجز والخدمات، والمزيد من الخدمات والتفاعلات مباشرة مع العملاء على الويب. مثل عرض مجموعة واسعة من الحجزات عبر الإنترنت وكذلك خدمات النقل (الهواء، سيارة، القطار، سيارة أجرة، أو حافلة)، والسكن، ووجبات الطعام، ورسوم الدخول إلى مناطق الجذب السياحي، والترفيه، وخدمات الدليل السياحي، وغيرها من الأنشطة.^(١٣) يبين الشكل رقم (٣) عدد المستخدمين لسوق السياحة الالكترونية عبر الانترنت ، حيث نلاحظ الزيادة الواضحة للفترة من ٢٠١٢ الى ٢٠١٥ في اعداد المستخدمين من ٣٨ مليون الى ٣٦١ مليون فرد. ويعود ذلك الى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي لعبت دورا اساسيا في تنمية قطاع السياحة في الصين.

الشكل رقم (٣)

عدد المستخدمين لسوق السفر الإلكتروني في الصين



Source: EU SME Centre, The Tourism Market in China, 2015, p17.

ومن الناحية القانونية اصدرت الحكومة الصينية قوانين وانظمة، مثل قانون التوقيع الإلكتروني ودليل الدفع الإلكتروني، ولمنع الإساءة المتكررة وحماية المستهلك، تم إدخال قانون جديد للسياحة في أبريل / نيسان ٢٠١٢ خلال الدورة الثانية لمؤتمر الشعب الصيني، وتم تنفيذه من قبل *China National Tourism Administration (CNTA)* في الأول من أكتوبر ٢٠١٣. يحظر قانون السياحة الصيني، المادة ٣٥ على وكالات السفر تنظيم الأنشطة السياحية واستقطاب السياح بأسعار منخفضة بشكل غير معقول، أو الحصول على مكاسب غير مشروعة مثل الحسومات من خلال ترتيب التسوق أو توفير الخدمات السياحية التي تتطلب دفعات إضافية.^(١٤)

وفرت الصين البيئة الثقافية المساندة اذ تحتل المركز السادس اقليميا و١٧ عالميا في قطاع السياحة. بفضل حجم وزيادة اهتمامها بالشركات فقد استضافت أكثر من ٥٥ مليون زائر من الخارج في عام ٢٠١٣. وينجذب السياح الى الموارد الطبيعية حيث تحتل المرتبة الثالثة في المواقع الطبيعية للتراث العالمي، في حين أن العديد من اجتماعات الجمعيات الدولية سنويا تسجل زوار الأعمال. تواصل الصين الاستثمار في بنيتها التحتية، خاصة مع التخطيط لتحسين البنية التحتية الجوية بما في ذلك المطارات الجديدة الموسعة. اذ أن تحسين البنية التحتية للخدمات السياحية توفر فرصا كبيرة للتنمية المستقبلية، وخاصة في قطاع الفنادق.^(١٥)

يتبين من تجربة الصين في توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في السياحة الالكترونية ان للحكومة دورا مهما وتعد لاعبا رئيسيا في عملية الدمج واخضاع هذا القطاع للعمل ضمن مجال التجارة الالكترونية وفي توفير البنية التحتية والقوانين التي تحمي المستثمرين ونرى تصاعدا في وتيرة اعمالها السياحية وارتفاع في المستوى الاقليمي والعالمي.

٢- تجربة الامارات العربية المتحدة

تعد الامارات العربية المتحدة من الدول المهتمة بالسياحة الالكترونية . وفي ذلك تأتي مساعيها في مواكبة التحول الالكتروني العام تماشيا مع المكانة العالمية لامارة دبي ، عمدت دائرة السياحة والتسويق التجاري في دبي بتقديم مجموعة خدمات الكترونية للسياح على موقعها في شبكة الانترنت وهو امر ادى الى زيادة عدد السياح والمستثمرين من جميع انحاء العالم الى دبي ، من هذه الخدمات نذكر:

١- خدمة الصور: حيث يمكن للمتصفح طلب الصور القديمة والحديثة الكترونيا.

٢- خدمة الكاميرا الحية : ويمكن من خلالها مشاهدة لقطات مباشرة من مدينة

دبي

٣- خدمة الفيديو: وتضمن عرضا مباشرا لعالم السياحة والاعمال في دبي عبر الانترنت

٤- خدمة الكتيبات الإلكترونية : وهي توفر نسخ إلكترونية لمختلف كتيبات الدائرة.

٥- خريطة دبي : ويمكن من خلالها التعرف على الطرق الرئيسية في دبي،

اضافة إلى المواقع السياحية والتراثية والتجارية والصناعية والمشروعات الجديدة

قيد الإنشاء، ومراكز التسوق، والمدارس والجامعات والفنادق والشقق الفندقية

والمستشفيات.

٦- البطاقة الإلكترونية : وبواسطتها يمكن اختيار صورة الى دبي وإرسالها الى

صديق إلكترونيا.

٧- حجوزات الفنادق : حيث يمكن لزوار دبي الحجز إلكترونياً بالضغط على المنطقة المطلوبة للخدمة يمكنهم أيضاً التعرف على بعض الفنادق من خلال زيارة ثلاثية الأبعاد داخل ردهاتها وأروققتها.

انطلاقاً من نشر الوعي بأهمية التعامل الإلكتروني قامت مؤسسة مطارات دبي بدعم بيئة الأعمال الإلكترونية بتشييد بوابة إلكترونية تعمل على مدار الساعة، فقد أشارت المؤسسة إلى أن أكثر من 99 % من خدماتها متاحة عبر الإنترنت مثل التعرف على مواعيد الرحلات وحجز السيارات والفنادق وخدمة رصد الأحوال الجوية وغيرها من الخدمات الإماراتي.^(١٦)

تقود الإمارات العربية المتحدة المنطقة وتحتل المرتبة ٢٤ عالمياً، واستقبلت أكثر من ١٠ مليون سائح في عام ٢٠١٣. في حين أن الإمارات العربية المتحدة لا تملك الموارد الطبيعية الوفيرة، فقد بنت بيئة فريدة من نوعها لجذب كل من رجال الأعمال والسياح. ابتداءً من مشروع Expo ٢٠٢٠ دبي (إكسبو لايف برنامج ابتكار وشراكة أطلقه إكسبو ٢٠٢٠ دبي لتمويل الحلول الإبداعية...) إلى بناء متحف اللوفر متحف غوجنهايم، تستثمر الإمارات العربية المتحدة في صناعة السياحة الإلكترونية وتعطيها أهمية كبيرة لغرض تطويرها. وتدعم البنية التحتية للنقل الجوي عالمياً وهي بوابة للأوروبيين إلى أفريقيا والشرق الأوسط وآسيا. وقد خلقت علامة تجارية فعالة للغاية وبيئة أعمال تمكينية لتطوير هذه الصناعة، مع خطوات واسعة في السفروتييسير نظام تحرير التأشيرات. فالبلد يتمتع ببيئة آمنة ومأمونة.^(١٧)

وعلى مستوى القوانين انجزت دبي وضع قوانين التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية والتجارة الإلكترونية للمداولات الإلكترونية. ونظمت السجلات الإلكترونية ورسالة المعلومات وزمن ومكان إرسالها، والعقود الإلكترونية والتوقيعات الإلكترونية ضمن هذا القانون كما نصت على سلطات التوثيق وعلى تجريم بعض أشكال الأفعال ذات الصلة بالجرائم الإلكترونية وقد استكملت كافة التشريعات من أجل تيسير وتسهيل المعاملات الإلكترونية ومنها السياحة الإلكترونية.^(١٨) دائرة السياحة والتسويق التجاري في دبي هي الجهة الرئيسية المسؤولة عن التخطيط والإشراف والتطوير والتسويق السياحي في إمارة دبي.

رؤيتها: سوف تصبح دبي وبحلول عام ٢٠٢٠ الوجهة الرائدة للسفر والأعمال والفعاليات.

مهمتنا: تعزيز اقتصاد دبي من خلال جذب السياح وعبر الاستثمارات الداخلية في الإمارة.

وسيتم ذلك من خلال:

- تبسيط الاجراءات بطريقةٍ عملية لتلبية متطلبات النظام العام، ومعايير الجودة واهتمامات العملاء على وفق السياسات العامة التي تعتمدها دائرة السياحة والتسويق التجاري في دبي.
- متابعة التراخيص السياحية وفقاً لقوانين دولة الإمارات العربية المتحدة والأوامر الإدارية، مع مراعاة التقاليد والقيم العربية والإسلامية والتواصل مع الدوائر الحكومية الأخرى إذا دعت الحاجة.
- التواصل مع الدوائر الحكومية الأخرى إذا دعت الحاجة^(١٩).

المبحث الثالث: امكانية تطبيق السياحة الالكترونية في البصرة .

تعد محافظة البصرة إحدى أكبر المدن العراقية، تحدها الكويت والمملكة العربية السعودية من الجنوب، وإيران من الشرق، والحدود المحلية لمحافظة البصرة تشترك مع كل من محافظة ذي قار وميسان شمالاً، والمثنى غرباً. تعتبر البصرة ميناء العراق الأوحد، ومنفذ البحرى الرئيسى، كما تزخر المحافظة بحقول النفط الغنية ومنها حقل الرميلة وحقول الشعبية، تقع في سهول وادي الرافدين الخصيبة، مساحتها ١٩,٠٧٠ كم^٢، وعدد سكانها نحو ٢٥٣٢٨٣١ مليون نسمة حسب إحصاءات ٢٠١١ عام^(٢٠). وتتمتع البصرة بأنواع السياحة الدينية والتاريخية والثقافية ومن اجل تنشيط القطاع السياحي، ومع ما عرضناه سابقا من تجربة الصين والامارات العربية المتحدة في هذا المجال، فالاتجاه نحو توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هو السبيل نحو التحول الى السياحة الالكترونية لتحقيق التنمية وجعل القطاع السياحي موردا اقتصاديا مهما. حيث انه في الوقت الحالي ينشد السياح المواقع السياحية الالكترونية عبر الانترنت وخاصة المواقع التي تسمح بالحجز لأغراض الإقامة أو خدمات النقل. ويجب

ان تتمتع هذه المواقع بسرعة في الاداء ووفرة في المعلومات والامنية وسهولة الاستخدام لكي تكون فعالة في جذب السياح. من ملاحظة الجدول رقم (١) نرى تطورا في السياحة في العراق مع ازدياد عدد شركات السفر والسياحة للفترة ٢٠٠٤-٢٠١٣ حيث بلغت ٦٠ شركة في عام ٢٠٠٤ لترتفع الى ٩٠٢ شركة في عام ٢٠١٣ مع ارتفاع قيمة الانتاج الى ٨٣٩.٤ الى ٥٣٢٦١.٤ دينار عراقي للاعوام ٢٠٠٤، ٢٠١٣ ، في عموم العراق وتشمل محافظة البصرة.

جدول رقم (١)

عدد شركات السياحة والسفر في العراق للسنوات ٢٠٠٤-٢٠١٣

السنة	عدد الشركات	قيمة الانتاج (مليون دينار)
٢٠٠٤	٦٠	٨٣٩.٤
٢٠٠٥	١٥٨	٣٢١٥.٧
٢٠٠٦	١٣٤	٣٥٩٧.٩
٢٠٠٧	٢٢٨	٦٠٧٠.٩
٢٠٠٩	٣٤٤	١٢٢٦٧.٥
٢٠١١	٦٧٨	٣٤٣٥٢.٨
٢٠١٣	٩٠٢	٥٣٢٦١.٤

المصدر:

وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، 2016-aas-1010-ar/1010-aas 2016 <http://www.cosit.gov.iq>

ومن ملاحظة الجدول رقم (٢) ان البصرة عبر الخدمة الفندقية هي الرابعة على مستوى العراق بعد بغداد وكربلاء والنجف التي تعد من اهم المدن السياحية بامتلاكها ٥٥ فندق من مجموع ١٢٦٧١ فندق في العراق . ويوضح الجدول رقم (٣) عدد النزلاء في الفنادق حسب الجنسية ، اذ تحتل البصرة المرتبة الرابعة في عدد النزلاء العراقيين (١٩٤٩٥٠) نزلاء و (١٧٦٥٧) نزلاء عربيا و(٧٩٥٠) نزلاء اجنبيا. وهي تمثل

اعداد ضعيفة مع ماتمتع به محافظة البصرة من ميزات سياحية واقتصادية ويعود ذلك الى ضعف الصناعة السياحية من حيث الاعلان والترويج والنشاط السياحي فيها.

الجدول رقم (٢)

عدد الفنادق حسب المحافظات (عدا اقليم كردستان) لسنة ٢٠١٣

المحافظة	عدد الفنادق
نينوى	٣٣
كركوك	٣٥
ديالى	٠
الانبار	٠
بغداد	٢٨٨
بابل	٨
كربلاء	٥٧٧
واسط	٨
صلاح الدين	١٤
النجف	٢١٤
القادسية	٨
المتن	١٠
ذي قار	١٢
ميسان	٥
البصرة	٥٥
المجموع	١٢٦٧١

المصدر: وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، -<http://www.cosit.gov.iq/ar/1010>

aas2016

الجدول رقم (٣)

توزيع النزلاء في الفنادق حسب الجنسية والمحافظة لسنة ٢٠١٣

المحافظة	عراقيون	عرب	اجانب
نينوى	٦٦٢٠٢	٦٦	١٨٩
كركوك	٧٣٦١١	٥	١٤٥
ديالى	٠	٠	٠
الانبار	٠	٠	٠
بغداد	٩٩٦٧٧٠	١٥٠٢٣	٤٨٢٤٧٦
بابل	١٨٨٥٨	٦١	١١٦
كربلاء	١٨٥٩٣٧٥	٦١٢٩٠	١١٩٤٤٨٤
واسط	٦٢٤٠	٠	٠
صلاح الدين	٨٨٤٣	٠	٠
النجف	٣٧٦٩٠٤	٧٦٩١٠	٨٠١٣٢٢
القادسية	٣٢٤٦٩	٦٩	٣٩
المتن	٢٦٨٢	٢١٣	٣٢
ذي قار	٩٩٢٨	٥٧٨	١٠٩
ميسان	١٥٢٥٤	٨٨	١٩٧
البصرة	١٩٤٩٥٠	١٧٦٥٧	٧٩٥٠
المجموع	٣٦٦٢٠٨٦	١٧١٩٦٠	٢٤٨٧٠٥٩

المصدر: وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، -<http://www.cosit.gov.iq/ar/1010>

aas2016

ويبين الجدول رقم (٤) ان عدد المسافرين المتنقلين عبر مطارات العراق لعام ٢٠١٧ اكثر من ٨ مليون مسافر.اذ بلغ اعداد المسافرين عبر مطار البصرة (٨٥٠,٠٠٠) مسافرا ويبدو هذا العدد مقارنة مع مطارات العراق الاخرى مطار النجف وبغداد واربيل متواضعا وعموما ان حركة المسافرين في العراق مازالت دون الطموح ويظهر ان السياحة في البصرة والعراق عموما قطاع بطيء النمو.

الجدول رقم (٤)

اعداد المسافرين عبر مطارات العراق للعام ٢٠١٧

المطار	اعداد المسافرين
مطار اربيل	١.٨٠٠.٠٠٠
مطار بغداد	١.٨٥٠.٠٠٠
مطار السليمانية	٩٥٠,٠٠٠
مطار النجف الاشرف	٣.٣٠٠,٠٠٠
مطار البصرة	٨٥٠.٠٠٠
مطار الناصرية	٥٢٠٠
المجموع	٨.٧٥٥.٢٠٠

المصدر: الغد برس <https://www.alghadpress.com/news>

الا ان هذا الرقم ممكن ان يتضاعف اذا ما نشطت السياحة في المحافظة ويتم ذلك عبر تنشيط السياحة الالكترونية والتي من اهم اعمالها هي الحجزات الفندقية. حيث لا تزال السياحة الالكترونية في مهدها ومن المتوقع ان تتوسع على نطاق واسع وأن تتطور صناعاتها على الانترنت. فلابد من تنشيط عملية الاختيار، والتي سوف تطرح لاعبين اقوى في السوق السياحي عبر منصات على الانترنت . ومن المرجح أن يعتمد النجاح على قدرة الشركات على استهداف المنافذ المناسبة (كالفنادق ورحلات الطيران والمرافق السياحية)، وتشكيل الشراكات التي تعزز تلبية حاجة السوق، وان زيادة حصتها في السوق هي أن تكون قادرة على تلبية توقعات العملاء وتوفير خدمة شاملة. وهذا يتطلب ، في محافظة البصرة، توفر بنية تكنولوجية (الانترنت ،الحاسبات، الهواتف المحمولة) ويوضح الجدول رقم (٥) نسبة الافراد الذين يستخدمون الانترنت حسب الفئات العمرية ، التي توضح توفر البيئة التكنولوجية ويمكن قراءة ذلك عبر استخدام الانترنت والحاسبات في المجتمع العراقي عموما والبصرة خاصة بإعتبار ان احد متطلبات السياحة الالكترونية الداخلية، اولاً، ان يكون هنالك وعي باستخدام التكنولوجيا الحديثة من المستخدمين للولوج الى المنصات السياحية ان مجموع مستخدمي

الانترنت هو ١٣.٢١% في عموم العراق مقابل ٨٦.٧٩ % لا يستخدمون الانترنت واكثر فئة استخداما للانترنت هم الذين تقع اعمارهم ٢٠-٢٤ بنسبة ٢٥.٦١% تليها الفئة ٢٥-٢٩ بنسبة ٢٣.٩٣%. وهذا يشير الى ضعف انتشار الانترنت في العراق بضمنها محافظة البصرة عموما مقارنة مع الدول المختارة والتي حققت تطورا كبيرا في هذا المجال.

الجدول رقم (٥)

نسبة الافراد الذين يستخدمون الانترنت حسب الفئات العمرية (%)

الفئة العمرية	يستخدم	لايستخدم	المجموع
٩-٥	١.٢٠	٩٨.٨٠	١٠٠.٠٠
١٤-١٠	٥.٥٠	٩٤.٥٠	١٠٠.٠٠
١٩-١٥	١٨.٠٢	٨١.٩٨	١٠٠.٠٠
٢٤-٢٠	٢٥.٦١	٧٤.٣٩	١٠٠.٠٠
٢٩-٢٥	٢٣.٩٣	٧٦.٠٧	١٠٠.٠٠
٣٤-٣٠	١٩.٩٥	٨٠.٠٥	١٠٠.٠٠
٣٩-٣٥	١٦.٩٣	٨٣.٠٧	١٠٠.٠٠
٤٤-٤٠	١٤.٨٤	٨٥.١٦	١٠٠.٠٠
٤٩-٤٥	١٣.٢٩	٨٦.٧١	١٠٠.٠٠
٥٤-٥٠	١٢.٢٠	٨٧.٨٠	١٠٠.٠٠
٥٩-٥٥	٨.٧١	٩١.٢٩	١٠٠.٠٠
٦٤-٦٠	٥.٦١	٩٤.٣٩	١٠٠.٠٠
٦٥ فأكثر	١.٦١	٩٨.٣٩	١٠٠.٠٠
المجموع	١٣.٢١	٨٦.٧٩	١٠٠.٠٠

المصدر: وزارة التخطيط، الجهاز المركز للإحصاء، -<http://www.cosit.gov.iq/ar/1010>

aas2016

ويبين الجدول رقم (٦) نسبة الافراد الذين يستخدمون الحاسوب في محافظة البصرة ، حيث يستخدم الحاسوب ١٤,٧٦% مقابل ٨٥,٢٤% من مختلف الفئات العمرية وللجنسين وهو يمثل ضعفا في استخدام هذه التكنولوجيا وهوما يشير الى ان

قيام السياحة الالكترونية تتطلب الى الدفع نحو تنقيف الافراد في المحافظة نحو استخدام الحاسبات بنطاق اوسع.

الجدول رقم (٦)

نسبة الافراد حسب استخدام الحاسوب (%)

المحافظة	الذكور			الاناث			المجموع	
	يستخدم	لايستخدم	المجموع	يستخدم	لايستخدم	المجموع	يستخدم	لايستخدم
دهوك	٣٠.١٥	٦٩.٨٥	١٠٠.٠٠	١٦.٧٢	٨٣.٢٨	١٠٠.٠٠	٢٣.٤٦	٧٦.٥٤
نينوى	١٩.٧٤	٨٠.٢٦	١٠٠.٠٠	١٠.٢٨	٨٩.٧٢	١٠٠.٠٠	١٥.١٦	٨٤.٨٤
السليمانية	٢٩.٢٩	٧٠.٧١	١٠٠.٠٠	١٧.٧٧	٨٢.٢٣	١٠٠.٠٠	٢٣.٥٥	٧٦.٤٥
كركوك	٢١.٣١	٧٨.٨٧	١٠٠.٠٠	١٢.٧٢	٨٧.٢٨	١٠٠.٠٠	١٧.١٢	٨٢.٨٨
اربيل	١٩.٧٢	٨٠.٢٨	١٠٠.٠٠	١٠.٣٢	٨٩.٦٨	١٠٠.٠٠	١٥.٠٤	٨٤.٩٦
ديالى	١١.٣٢	٨٨.٦٨	١٠٠.٠٠	٧.٩٤	٩٢.٠٦	١٠٠.٠٠	٩.٦٤	٩٠.٣٦
بغداد	٢٣.٠٦	٧٦.٤٩	١٠٠.٠٠	١٤.٤٩	٨٥.٥١	١٠٠.٠٠	١٨.٨٣	٨١.١٧
بابل	١٦.٣٧	٨٣.٦٣	١٠٠.٠٠	٧.٩٤	٩٢.٠٦	١٠٠.٠٠	١٢.٢٩	٨٧.٧١
كربلاء	١٤.٠٣	٨٥.٩٧	١٠٠.٠٠	٥.٨٧	٩٤.١٣	١٠٠.٠٠	١٠.٢١	٨٩.٧٩
واسط	١٦.٥٥	٨٣.٤٥	١٠٠.٠٠	٦.٧٩	٩٣.٢١	١٠٠.٠٠	١١.٦٨	٨٨.٣٢
صلاح الدين	١٦.٨١	٨٣.١٩	١٠٠.٠٠	٧.٤١	٩٢.٥٩	١٠٠.٠٠	١٢.١٧	٨٧.٨٣
النجف	١٣.٢٠	٨٦.٨٠	١٠٠.٠٠	٥.٧٦	٩٤.٢٤	١٠٠.٠٠	٩.٤٧	٩٠.٥٣
القادسية	٩.٥٦	٩٠.٤٤	١٠٠.٠٠	٥.٠٧	٩٤.٩٣	١٠٠.٠٠	٧.٩٤	٩٢.٦٤
المتن	١٠.٠٤	٨٩.٩٦	١٠٠.٠٠	٥.٥٩	٩٤.٤١	١٠٠.٠٠	٧.٨١	٩٢.١٥
ذي قار	١٣.٤٤	٨٩.٥٦	١٠٠.٠٠	٦.٩٧	٩٣.٠٣	١٠٠.٠٠	١٠.٢٥	٨٩.٧٥
ميسان	١٢.٦٠	٨٧.٤٠	١٠٠.٠٠	٤.٣٨	٩٥.٦٢	١٠٠.٠٠	٨.٥٣	٩١.٤٧
البصرة	١٧.٦٨	٨٢.٣٢	١٠٠.٠٠	٩.٣٠	٩٠.٧٠	١٠٠.٠٠	١٣.٦٤	٨٦.٣٦
الاجمالي	١٨.٨٩	٨١.١١	١٠٠.٠٠	١٠.٤٧	٨٩.٥٣	١٠٠.٠٠	١٤.٧٦	٨٥.٢٤

المصدر: وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء،

<http://www.cosit.gov.iq/ar/1010-aas> 2016

لقد أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات سمة أساسية لنمط الحياة الإبداعية وخبرات المستهلكين السياح المعاصرين. وينظر هذه الأيام الى التقنيات مثلاً لأجهزة النقالة، على أنها أجهزة الكمبيوتر الذكية القابلة للنقل، ولهذا أصبحت جزءاً من أساليب حياتنا وبالتوافق مع هذه الحقيقة، يلاحظ أن الاتجاه الرئيسي يشير إلى أن التكنولوجيا تخلق وتعزز الخبرات السياحية. وفي المستقبل القريب جداً سوف تخلق تكنولوجيا الأجهزة النقالة مجموعة كاملة من السياح.^(٢١) ويبين الجدول رقم (٧) نسبة

توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتنشيط قطاع السياحة في البصرة

استخدام الهاتف المحمول ، حيث ان ٦٣.٢٢% في عموم العراق يستخدمون الهاتف المحمول وتتقارب النسب بين مختلف الفئات العمرية وتتميز بإرتفاعها الى مستوى ٩٠% . ومن الجدول نجد ان حصة البصرة من الهاتف المحمول لمختلف الشركات (اسيا، زين ، اتصالنا، كورك، كلمات..) تبلغ ٢.٥٩٣.٨٩٢ هاتف وهو رقم يمثل نسبة عالية مع عدد سكانها البالغ ٣,٨٠٠,٢٠٠ نسمة والرقم في تصاعد مستمر .

الجدول رقم (٧)

عدد خطوط الهاتف النقال واللاسلكي حسب المحافظات

المحافظة	عدد خطوط الهاتف النقال			عدد الهاتف اللاسلكي		
	زين (عراقنا+اثير)	اسيا سيل	كورك	اتصالنا	كلمات	فانوس الشركة العامة للاتصالات والبريد
نينوى	١٠٧٥٩٩١	٦٤٤٨٤٠	١٧	١٧	-	١٥٠٠٠
كركوك	٤٥٨٠٠١	٨٣٠١٢٦	٢٥٠١٣١	١٨	-	-
ديالى	٤٩٤٢٨٨	٨٣٩٥٦٧	١٥٨٧٧١	٢٩٩٧	-	١٠٠٠٠
الانبار	٨٢٤٣٤٢	٢٩٤٢١٥	٨٨٧	٧١٦	-	-
بغداد	٢٦٩٤٧٢٦	٤٢٦٣٥٤٥	١٩٢٠٣٢٨	١١٠١٢١	١٧٨٣٦٥	١٦٠٠٠٠
بابل	١٨٧٢١٥	٤١٦٨٧٢	٧٥٣٩٤	٤٩٤٦	٢١٧٩٠	٤٨٠٠٠
كربلاء	٩٩١٩٣٠	٤٣٩٣٩٣	١١٥٣٠٨	٤٧٧١	١٣٣٧٧	-
واسط	٧١٢٣٠٥	٤٢٦٦٤٩	٤٧٠١٠	٣٤٨	١١٥٢	-
صلاح الدين	٤٣١٢٧٥	٢٨٣٩١٢	١٧٧٤٠	١٧	-	-
النجف	١٢٧٩٠٩٥	٢٩٨٢٤٦	١٩٨٦٨٥	٥٧٣٦	٢٧٢٩٦	٥٠٠٠٠
القادسية	٧٣٠٩٢٦	١٩٠٣٤٣	٥٩٤٢٨	٢٧٨٦	١٣٣٧٩	-
المتن	٤٧١٧٠٠	٦٦٢٨٨	١٩٥١٤	٧١٦	-	-
ذي قار	١٣٣٨٥٧٥	٢٠٢٣٠٥	٩١٣٦٠	٣٥٨	-	-
ميسان	٤٣٤٩١٩	٤٢٦٤٤٢	٩٠٤٧٣	٢٠٣٩٩	-	-
البصرة	٨٣٠٠٨٩	١٤٦٤٧١٤	٢٠٥٧٨١	٥٧٤٤٢	٦٠٣٣	-
دهوك	١٣٤٧٧٠	١٢٢٤٣٣	١٢٧٢٨٢٧	-	-	-
اربيل	٢٩٦٣٤٧	٤١٣١٤٤	٢٦١١٢٩١	-	-	-
السليمانية	١٥٧٦٢٩	١١٥٤٦٣٤	١٠٩٠١٠٨	-	-	-
الاجمالي	١٣٧٦٨١٢٩	١٣٢٠٨٨١٩	٨٨٦٩٨٧٦	٢١١٤١٥	٢٦١٣٩٢	٣٧٣٠٠٠

المصدر: وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء،

<http://www.cosit.gov.iq/ar/1010-aas2016>

ان تهيئة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات داخل العراق والبصرة خاصة موضوع البحث سيوفر منصات للشركات السياحية وبالتالي سيطور من البيئة الثقافية للأفراد في استخدام هذه التكنولوجيا للبحث عن السياحة الكترونيا وهو البداية نحو السياحة الداخلية ، وعلى الشركات العمل مع الحكومة لتشجيع السياحة الخارجية عبر المواقع الالكترونية وكما لاحظنا في تجربة كل من الصين والامارات العربية المتحدة في رسم استراتيجية ورؤية واضحة باتجاه زيادة عدد السياح. تتأثر جميع القرارات المتعلقة بالتكنولوجيا ورأس المال والتواصل والاستراتيجية بالقوانين واللوائح، أي قرارات السياسة العامة. ولا تؤثر البنية التحتية للسياسة العامة على الأعمال التجارية المحددة فحسب بل تؤثر أيضا على المنافسين المباشرين وغير المباشرين. وينبغي أن يفهم مديري التجارة الإلكترونية كلا من القوانين الحالية وكيف يمكن أن تؤثر القوانين على أعمالهم ومن حولهم.^(٢٢) هذا وقد اصدرت الحكومة العراقية قانون التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكترونية رقم (٧٨) لسنة ٢٠١٢ الذي يهدف هذا القانون الى ما يأتي:

١- توفير الاطار القانوني لاستعمال الوسائل الالكترونية في اجراء المعاملات الالكترونية

٢- منح الحجية القانونية للمعاملات الالكترونية والتوقيع الالكتروني وتنظيم احكامها

٣- تعزيز الثقة في صحة المعاملات الالكترونية وسلامتها
تسري احكام هذا القانون على :

أ- المعاملات الالكترونية التي ينفذها الاشخاص الطبيعيون او المعنويون

ب . المعاملات التي يتفق اطرافها على تنفيذها بوسائل الكترونية

ج . الاوراق المالية والتجارية الالكترونية

وشرع القانون انسجاماً مع التطور الحاصل في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وانشطة الانترنت وتوفير الاسس والاطر القانونية للمعاملات الالكترونية من خلال وسائل الاتصالات الحديثة وتشجيع صناعة الانترنت وتكنولوجيا المعلومات وتمييزها وتنظيم خدمات التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكترونية ومواكبة التطورات القانونية في الجوانب الالكترونية وتطوير النظام القانوني التقليدي بما ينسجم مع نظم تقنية المعلومات والاتصالات الحديثة .^(٢٣) ان استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال يؤدي إلى تخفيض تكلفة إنتاج الخدمة السياحية، حيث تسهم من جهة فيرفع الترويج السياحي، ومنجهة أخرى تعمل التكنولوجيا على تقليل التكاليف، خصوصاً تلك المتعلقة بالاتصال (الاتصال المباشر بالوسطاء والسياح) وتلك المتعلقة بالتوزيع فطالب الخدمة هو من لابد ان يتعرف على البيئة التكنولوجية التي هي اهم اسس اقامة السياحة الالكترونية التي يسعى لإقتنائها، مما يقلص تكاليف طباعة المطبوعات والدوريات السياحية، بالإضافة إلى خفض حجم العمالة الزائد ورفع قدرات العاملين وتدريبهم على استخدام الحاسب الآلي والإنترنت والتطبيقات والبرامج المختلفة. وان التوسع في استخدام التكنولوجيا قد يؤدي إلى ظهور احتياجات كامنة لم تكن موجودة من قبل، مما يدفع العاملين بالقطاع السياحي بتطوير منتجات جديدة ومتنوعة تلبي هذه الاحتياجات الكامنة، وأيضاً هذا التوسع يؤدي إلى تحسين الخدمة المقدمة، وتوسيع قاعدة الزبائن، والرفع من القدرة التنافسية للمؤسسة السياحية وتلميع علامتها التجارية، ويضفي عليها

حالة من المصادقية وجودة الخدمة، مما ينعكس إيجاباً على دخول قطاع السياحة جمالاً.^(٢٤) هذه الاسس التي يجب اتباعها حين التحول الى السياحة الالكترونية وفرض التعامل بها مستقبلاً في محافظة البصرة سواء على الشركات ام الافراد بما يؤدي الى تنمية هذا القطاع لرفد الاقتصاد وارتفاع وارداته. وستدفع نحو التنافس في مختلف الخدمات السياحية سواء الفنادق او النقل او الاماكن الترفيهية مع زيادة في الشركات العاملة في هذا القطاع . وجميع هذه النشاطات الالكترونية ستغير من سلسلة القيمة السياحية من الشكل التقليدي الى الشكل المدعم بالتكنولوجيا بما ييسر ويسهل التعامل بين اطراف هذه العملية. وان هذه الاتفاقيات ستدعم تطوير البنية التحتية في ايجاد شركات جديده مزودة لخدمة الانترنت الى سوق العمل في البصرة على المستوى المحلي وبالتالي ستشمل العراق كاملاً. ان الاهتمام بأنشاء شركات وتشجيع المستثمرين بتوجيه راس المال نحو الاعمال الالكترونية وتحرير قطاع السياحة سيمكن من تنمية هذا القطاع في البصرة وهذا يتطلب جهود من الحكومة المحلية بالتعاون مع الحكومة المركزية بتطبيق القوانين واللوائح الخاصة بالتجارة الالكترونية والتوقيع الالكتروني.

الاستنتاجات

أصبحت صناعة السياحة تعتمد على المعلومات التي يجب توفيرها للمستخدمين (السياح)، ومعالجة المعلومات المطلوبة من قبلهم. هذه العلاقة أصبحت اليوم تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والتي أصبحت اللاعب الرئيسي في التنافسية والتنمية في هذا القطاع فهي تتجاوز سلسلة القيمة الخطية التقليدية في العلاقة بين الاعمال والمستهلك. ولابد للعراق ومحافظة البصرة التي تتمتع بمقومات السياحة والتي تتطلب جهدا في تطوير البيئة من جانب النظافة والصحة والمجتمعية والثقافية وهي من مقومات السياحة التقليدية للتحويل نحو تطوير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والتي تعاني من :

- ١- ضعف في شبكات الانترنت والاكسترنات ، وقلة اعداد المستخدمين وكما بينا سابقا حوالي ١٣% من نسبة السكان في العراق هم من يستخدمون الانترنت .
- ٢- ضعف في استخدام الحاسوب ونسبة ١٤% من نسبة السكان في العراق.
- ٣- ارتفاع نسبة مستخدمي الهاتف المحمول لتصل الى ٦٣% من نسبة السكان في العراق وحصّة البصرة هي ٢٠٩٣.٨٩٢ هاتف وهي نسبة عالية ومع توفر هذه النسبة بات بالإمكان استغلالها في الترويج للسياحة الالكترونية .
- ٤- ان ظهور عدد من المواقع الالكترونية ، يبين ان البذرة الاولى قد بدأت لأعمال الالكترونية في البصرة خصوصا والعراق عامة خاصة مع تشريع القوانين الخاصة بالمعاملات الالكترونية رقم ٧٨ لعام ٢٠١٢.

التوصيات

- ١- الاهتمام بتصميم المواقع بحيث يمكن ان تعرض كل الخدمات السياحية بصورة ميسرة للمستفيد ومراعية جميع المستويات في فهم التكنولوجيا الحديثة.
- ٢- تشجيع رجال الاعمال وتوعيتهم بأهمية دمج اعمالهم بالتكنولوجيا الحديثة خاصة الطيران والفنادق والخدمات الاخرى.
- ٣- تحرير الخدمات المرتبطة بالسياحة وفتحها الى الاستثمار لرفع العبء عن الحكومة المحلية في البصرة وخاصة مع الضائقة المالية التي يمر بها البلد.
- ٤- تشهد البصرة ارتفاعا في اعداد الفنادق والمطاعم وتطورا في الاسواق (المولات) ، وهي احد الوجهات السياحية والتي يجب ان يرافقها الاعلان التجاري والتسويقي الالكتروني لتسريع نشر المنتج.
- ٥- تتطلب البصرة عناية بموروثها التاريخي والديني بأعتبره احد مقومات السياحة ، مع نشر الكتيبات الالكترونية للترويج لها بجهود حكومية واستثمارية.
- ٦- تشجيع شركات الانترنت والاتصالات على الاستثمار بالبصرة لتقوية نطاق البث.
- ٧- تكثيف دراسة الحاسوب في المدارس من المرحلة الابتدائية وجعلها شرطاً للتعين لتحويل المجتمع الى مجتمع معلوماتي قادر على التعامل مع الاعمال الالكترونية ومنها السياحة الالكترونية.
- ٨- عقد الاتفاقات مع الدول ذات التجربة المتقدمة في مجال توظيف التكنولوجيا الحديثة في السياحة وتوفير فرص استثمارية جادة لها في البصرة.
- ٩- وضع استراتيجية محددة ورؤية واضحة لمعالم السياحة في البصرة للسنوات القادمة.

الهوامش والمصادر

1- Ibrahim Mohamed and Leila Moradi,"A Model of E-Tourism Satisfaction Factors for Foreign Tourists",, National Australian Journal of Basic and Applied Sciences, Faculty of Information Science , and Technology 5(12), Australia, 2011.

١. انظر <https://techterms.com/definition/ict>.

3-Drink Niebel, Gudrun Koop,Flans Jurgen," Information and Communications Technology (ICT), BMZ Strategy Paper2,Federal Ministry for Economic Cooperation and Development,Berlin,2013,P6.

4-United Nations Conference on Trade and Development Information and Geneva, 2003.p13

5- Sion Beatrice, Cezar Mihalcescu, The Impact and Perspectives Of the E-tourism at a global level ,2013 ,p290.
<https://ideas.repec.org/a/rau/journal/v8y2013i4.1p289-296.html>

٦. نوفل عبدالرضا علوان، محمد زكي عبدالرازق، استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في شركات السياحة والسفر وأثرها على عملية تطوير الخدمات المقدمة دراسة تحليلية لعينة من شركات السياحة والسفر في مدينتي بغداد وكربلاء المقدسة مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد السابع والاربعون، جامعة بغداد، العراق، 2016، ص ١٧٩.

٧. سالم حميد الجبوري، توطین ذكاء الأعمال وتطبيقاته في تسويق السياحة الالكترونية، مجلة دنانیر، العدد التاسع، مركز التطوير والتعليم المستمر، جامعة بغداد، العراق، ٢٠١٦، ص ٣٠٢.

٨. تأثير العولمة على السياحة في المملكة العربية السعودية ورقة عمل الهيئة العليا للسياحة مقدمة لندوة السياحة والعولمة كلية الأمير سلطان لعلوم السياحة والفندقة بمدينة أبها ٢٢-٢٤ محرم ١٤٢٥ المملكة العربية السعودية الهيئة العليا للسياحة.ص.٥

9-Georgeta Sovava.,Amelia Badica, Electronic Tourism, 2008.p3.http://feaa.ucv.ro/annals/v2_2008/0036v2-015.pdf

١٠. تقرورت محمد، "أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير الخدمات السياحية"،الملتقى الوطني حول: السياحة والتسويق السياحي في الجزائر -الإمكانيات والتحديات التنافسية،الجزائر،٢٠٠٩، ص.١٢

١١. نوفل عبدالرضا علوان ، مصدر سابق. ص.١٨١

12-European Union, EU SME Centre, Report: The Tourism Market in China,2015,p5.<http://www.eusmecentre.org.cn/report/tourism-market-china>

13- Jing Ge,Tourism Marketing Communications on a Chinese,Social Media Platform, University of Wollongong, Australia,p12
<http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1303&context=buspapers>

14-EU SME Centre, Report: The Tourism Market in China,2015,p8.

15-Yaobinlu, Zhaohua Deng and Bin Wang,Tourism and Travel Electronic Commerce inChina,2007,p105

<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10196780701295974>

١٦. بختي ابراهيم شعوبي ومحمود فوزي، " أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التنمية المحلية المستدامة"،مجلة الباحث،عدد ٧، جامعة ورقلة، 2009.

17- The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015.

١٨. مجلة الخليج ، دار الخليج، مركز الخليج للدراسات، الامارات العربية المتحدة، ٢٠١٢ .

www.alkahaleej.ae/portal/a547انظر

١٩. بوابة حكومة دبي للسياحة

<https://www.visitdubai.com/ar/departments-of-tourism/about-dtcm/legislation>

٢٠. وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء،-<http://www.cosit.gov.iq/ar/1010>

aas2016

21- Rodolfo Baggio,Marianna Sigala,Alessandro Inversini,Juho Pesonen ,Information and Communication Technologies in Tourism 2014,eProceedings of the ENTER 2014 PhD Workshop in Dublin, Ireland.January 21, 2014.

22- Chulwon Kim , TOURISM: AN INNOVATIVE APPROACH FOR THE SMALL AND MEDIUM-SIZED TOURISM ENTERPRISES (SMTES) IN KOREA,Kyunghee University, Korea . <http://www.oecd.org>.

٢٣. المكتبة القانونية العراقية للحكم المحلي.

<http://www.iraq-ig-law.org/ar/content/%D9%82%D8%>

٢٤. نوفل عبدالرضا علوان ،محمد زكي عبدالرازق ، ص ١٨٥.