

## الخدمات الاتصالية عبر الموقع الإلكتروني السياحي



الأستاذة/ أمال بدرين

أستاذة بجامعة الجزائر<sup>3</sup>



### ملخص:

تعتمد السياحة على وسائل الإعلام والاتصال المتنوعة لتسويق صورتها وجلب اهتمام السياح المحتملين نحو المنتج السياحي، ومن بين هذه الوسائل الأكثر استخداما في العصر الحديث، الموقع الإلكتروني، باعتباره العنوان الافتراضي للمؤسسة السياحية لما يقدمه من معلومات عنها وعن منتجاتها.

فالموقع الإلكتروني السياحي له دور مهم في صناعة صورة سياحية للمنتج والمنشأة على حد سواء كما أنه حلقة وصل بين السياح المحتملين والمنشأة السياحية وكذلك السياح فيما بينهم من خلال الخدمات الاتصالية والتفاعلية المقدمة عبر صفحاته.

تهدف من خلال هذا المقال الى تحديد مفهوم الموقع الإلكتروني وأنواعه، كما نهدف الى التطرق للوسائل الاتصالية المتاحة عبره التي تستغلها المؤسسات السياحية لتحقيق أهدافها الاتصالية.

### **Abstract:**

*Tourism relies on various media to promote its image and attract potential tourists' attention. In this respect, the website, amongst other means, has been widely used regarding it as the virtual address that promotes Tourist Company, and provides information about its image and output.*

*In fact, the website plays an important role in constructing the tourist image of the product, as well as its establishment. It is a link between potential tourists and touristic establishment, and between the tourists themselves by means of communication and interactive services provided on web pages.*

*In this paper, we tend to highlight the concept of the tourist website and determine its types; we also address the available means of communication on the web, used by tourist companies to reach their communicative targets.*

## مقدمة:

السياحة هي مجموعة من الأنشطة المتنوعة والمختلفة المتعلقة بالسفر، تسوق في شكل منتج إلى السياح المحتملين " عبر وسائل الإعلام والاتصال، من خلال ترويج صورة المنتج عبر العالم، فلا يمكن نقله من مكان إلى آخر وإنما قار في مكانه"<sup>(1)</sup>، يباع ويشترى عن طريق الصورة ولا يتم الحصول عليه إلا بعد اقتنائه وانتقال السائح من مكان وجوده إلى المنطقة السياحية.

وقد وصفت الصناعة السياحية بالعملاق الاقتصادي الجديد والصناعة الأكثر نمواً من حيث ارتفاع عدد السائحين من 14,4 مليون سائح في عام 1947م<sup>(2)</sup> إلى 1,2 مليار سائح عام 2015م<sup>(3)</sup>، ويتوقع أن يصل هذا العدد إلى 1,8 مليار في 2030م<sup>(4)</sup>.

مما يجعل أغلب المنشآت السياحية تهتم بصنع صورة إيجابية عن منتجاتها من خلال وسائل الإعلام والاتصال المختلفة، مثل الإشهار عبر التلفزيون، والإذاعة والسينما وعبر الصحافة المكتوبة... ومع التطور التكنولوجي وظهور شبكة الإنترنت، والارتفاع المستمر<sup>(5)</sup> لعدد مستخدمي الشبكة الذين بلغ عددهم 3.2 مليار مستخدم عبر العالم في 2015م<sup>(6)</sup>، أدرجت أغلب المنشآت السياحية ووسائل الاتصال عبر الشبكة في استراتيجياتها الاتصالية، من خلال تحرير معطيات عنها وعن منتجاتها عبر صفحات الويكي وشبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك، والتويتير... وكذا دمج عروضها السياحية ضمن مواقع الحجز الإلكتروني على سبيل المثال لا الحصر <http://www.trivago.fr> و <http://www.booking.com> و <https://travel.jumia.com/fr-fr>... الخ. وفهرستها عبر البوابات الإلكترونية Web portal، أو فتح مواقع الكترونية مؤسسية Organizational sites أي مواقع خاصة بالمنشأة، فأنواع المواقع الإلكترونية تتنوع بتنوع أهدافها وتنوع الجهات الراعية لها، هذا التوجه أدى إلى ظهور السياحة الإلكترونية التي شهدت انتشاراً واسعاً في السنوات الأخيرة.

تعتمد السياحة الإلكترونية بالدرجة الأولى على شبكة الإنترنت لتسويق المنتج السياحي وصناعة صورة إيجابية عنه، مما أدى إلى توجه المؤسسات السياحية للتواجد عبر الشبكة والمنافسة فيما بينها لجلب السياح مستخدمي الإنترنت لزيارة صفحاتها وهو ما يدل على الأهمية المتنامية للاتصال السياحي عبر الشبكة.

وفي ظل جل الوسائل المتاحة عبر الشبكة، سنتطرق في هذا المقال للموقع الإلكتروني، باعتباره العنوان الافتراضي للمؤسسة السياحية ووسيلة اتصال بجمهورها لما يقدمه من معلومات عنها وعن منتجاتها، فالموقع الإلكتروني السياحي له دور مهم في صناعة صورة سياحية للمنتج والمنشأة على حد سواء كما أنه حلقة وصل بين السياح المحتملين والمنشأة السياحية وكذا السياح فيما بينهم من خلال الخدمات الاتصالية والتفاعلية.

وبناءً على ما سبق يمكن طرح السؤال المحوري التالي:

ما هي ما هو الموقع الإلكتروني وما هي أهميته كوسيلة للاتصال السياحي؟

التطور التكنولوجي، والاهتمام المتنامي بالموقع الإلكتروني كوسيلة للاتصال والتواصل مع السياح المحتملين والفاعلين، أدى إلى تعدد الخدمات الاتصالية التي تدرج في الموقع الإلكتروني، في هذا السياق قمنا ببلورة السؤال الرئيسي ضمن السؤالين الفرعيين التاليين:

ما هي أنواع المواقع الإلكترونية؟

ما هي الخدمات الاتصالية التي يقدمها الموقع الإلكتروني السياحي عبر شبكة الإنترنت؟

تعتمد المؤسسات السياحية على الموقع الإلكتروني للاتصال بزبائنهم من السياح المحتملين سواء لعرض منتجاتها السياحية أو تحسين صورتها، وتهدف من خلال هذا المقال إلى تحديد مفهوم الموقع الإلكتروني وتحديد أنواعه، كما نهدف إلى التطرق للوسائل الاتصالية المتاحة عبره التي تستغلها المؤسسات السياحية لتحقيق أهدافها الاتصالية.

## 1- مفهوم الموقع الإلكتروني:

لا يوجد تعريف موحد ومحدد دولياً لمصطلح الموقع الإلكتروني، فقد اختلفت التعاريف التي قيلت بشأنه، وذلك راجع لتعدد جوانبه الفنية والتقنية والوظيفية والقانونية... فكلُّ يعرفه من وجهة نظره أو حسب تخصصه. كما يرجع هذا الاختلاف إلى " ما يتضمنه الموقع الإلكتروني من حقوق فكرية، إضافة إلى ما يلعبه من دور مهم في تطوير التجارة الدولية عموماً والإلكترونية بشكل خاص، حيث يساهم بشكل كبير في عملية تبادل السلع والخدمات، والتعريف بها عن بعد" (7) وقد تطرقت فانتن حسين حوى في كتابها حول المواقع الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية إلى تعريف الموقع الإلكتروني من خلال ثلاث جوانب أساسية وهي الجانب الفني والجانب الشكلي والجانب الوظيفي.

### - الجانب الفني للموقع الإلكتروني:

يعتبر الموقع الإلكتروني "بمجرد تحويل أو نقل مجموعة من الأرقام في صورة حروف تشكل مصطلحاً يتلاءم واسم المشروع أو المنظمة" (8). إلا أن هذا التوجه في تعريف الموقع يختصره في عنوانه الإلكتروني ولا يتطرق إلى مضمونه وأركانه وصفحاته.

### - الجانب الشكلي للموقع الإلكتروني:

فيما يخص تكوين الموقع الإلكتروني أي المعيار الشكلي له، فيتمثل في "مكونات العنوان، حيث يعتبر أن الموقع الإلكتروني يتكون من جزأين: جزء ثابت وجزء متغير" (9).

### - الجانب الوظيفي للموقع الإلكتروني:

أما الجانب الوظيفي فيستند على "الوظيفة التي يؤديها هذا الموقع، فهو يعد بديلاً للعنوان البريدي الذي يحدد عنوان شخص بعينه أو موقع شركة على شبكة الإنترنت" (10)، أي أن الوظيفة الأساسية للموقع الإلكتروني هي تحديد مكان افتراضي للمؤسسة أو الهيئة التابع لها.

إلا أن فانتن حسين حوى ومن خلال هذا التعريف ورغم تطرقها لثلاثة جوانب من الموقع الإلكتروني ( الفنية، الشكلي والوظيفي )، إلا أنها حصرت في عنوانه فقط، متجاهلة بذلك صفحات الموقع الإلكتروني في حد ذاته وأركانه، والذي " يتكون أساساً من التصميم Conception، التقنية Technical، المحتوى Content، خريطة الموقع

Navigation ergonomics والرسم الفني (الغرافيك) Design<sup>(11)</sup>، كما يتكون الموقع الإلكتروني من مجموعة الخدمات الاتصالية المقدمة عبره، ولكل عنصر من هذه العناصر أهمية بالغة ودور في نجاح أو فشل الموقع الإلكتروني في جلب مستخدمي الإنترنت للاطلاع على صفحاته والاستمرار في التصفح إليه.

ينطلق الجانب الفني للموقع الإلكتروني من تعريف شبكة الإنترنت على أنها شبكة تصل بين مجموعة من الحواسيب عن طريق بروتوكول TCP/IP، حيث يتكون الـ IP من 32 رقم، وهو يدل على عنوان الشبكات والأجهزة المضيئة على شبكة الإنترنت. " ونظرا لصعوبة حفظ هذه الأرقام الكبيرة وصعوبة التعامل معها، "قررت الهيئات والشركات التي تعمل في مجال الإنترنت أن تستبدل هذه الأرقام بحروف يسهل التعامل معها وحفظها، وعلى ذلك بمجرد كتابة المستهلك لبعض الحروف التي تشتق من اسم الشركة أو علامتها التجارية يصل إلى موقعها مباشرة، وبالتالي يستطيع المستهلك أن يصل إلى الموقع الإلكتروني لأي شركة من كتابة العنوان الإلكتروني بدلا من كتابة مجموعة من الأرقام<sup>(12)</sup>. الذي يتخذ في أغلب الأحيان الشكل التالي: [www.exemple.com](http://www.exemple.com) حيث أن لكل جزء من هذه الأجزاء معنى وينقسم إلى أنواع، ويطلق عليه مصطلح الباحث المتماثل للموارد Uniform Resource Locator ويرمز له بـ: URL.

أما الجانب الشكلي للعنوان فينطلق من مبدأ تقسيم مكونات URL إلى جزء ثابت وآخر متغير. ويتمثل الجزء الثابت دائما في المقطع (www) ويشير هذا الجزء إلى أن الموقع يوجد على شبكة الاتصالات العالمية (World Wide Web) ويشير هذا الجزء إلى جميع الشركات والأشخاص الذين يمتلكون مواقع على الشبكة. أما الجزء المتغير، وهو الجزء الذي يلي الجزء الثابت، فهو الذي يميز الموقع الإلكتروني عن غيره، وهو الذي يطلق عليه اسم الموقع الإلكتروني (domain name).

وينقسم الجزء المتغير بدوره إلى نوعين: الأول هو العنوان الإلكتروني من الدرجة الأولى (Top level domain name) ويمثله المقطع (.com) أو (.org) أو (.net). أما الثاني فهو الموقع الإلكتروني من الدرجة الثانية (second level domain) وتمثله الحروف الأولى من اسم المشروع أو المنظمة أو حروف كل اسم<sup>(13)</sup>.

فعلى سبيل المثال لا الحصر، موقع المنظمة العربية للسياحة، المتوفرة على الرابط التالي: <http://www.arab-tourism.org>، بحيث أن:

www هو الجزء الثابت من العنوان الإلكتروني وهو يرمز للشبكة العنكبوتية العالمية، الذي تتشابه فيه كل العناوين عبر الإنترنت.

المقطع (.org) هو اسم الموقع الإلكتروني من المستوى الأول (ويطلق عليه كذلك مصطلح اللواحق) وهو يرمز إلى نشاط المؤسسة، أو البلد الذي تنتمي إليه، ومنه العديد من الأنواع ولكل نوع معنى خاص به موضحة في الجدول رقم 01. (arab-tourism.org) فهو اسم الموقع الإلكتروني من المستوى الثاني والذي يدل على اسم المنظمة أو المؤسسة القائمة على الموقع الإلكتروني.

أما http فهو بروتوكول الاتصال بخادم الويب Web Serveur.

## الجدول رقم 01: معنى بعض اللواحق المستخدمة

اللواحق	معنى اللواحق
.com	المؤسسات ذات الأغراض الربحية
.org	المؤسسات ذات الأغراض غير الربحية
.gov	المؤسسات الحكومية
.net	موقع مزود بحواسيب تستخدم للحفاظ على الإنترنت
.edu	مواقع تعليمي
.dz	المواقع الجزائرية
.fr	المواقع الفرنسية

أما من وجهة النظر التقنية فيعرف الموقع الإلكتروني على أنه "مجموعة متعلقة ببعضها من مساندات (http) والملفات والنصوص وقواعد البيانات والتي تقوم على خدمتها الكمبيوتر الخادم للويب web server. وهذا الموقع قد يخدم مجالا موضوعيا واحدا أو عدة مجالات موضوعية... ومعظم مواقع الويب لها صفحة رئيسية Home page وهي الصفحة الأولى التي يراها المستخدم عندما يدخل للموقع، وذلك كنقطة بداية للوصول إلى معلومات الموقع، وهي تعمل كقائمة محتويات الموقع، والمؤسسات الضخمة يكون لها أكثر من كمبيوتر خادم للنصوص التشعبية http server، وكذلك قد تعمل كموقع يمتلكها أشخاص وهيئات أخرى، أما المستخدم، فيحتاج إلى برنامج للتصفح Web browser لاستعراض محتويات الموقع، مثل: Internet Explorer, Netscape, Firefox، وكل موقع له اسم مجال " Dmaine name" (14).

أما من ناحية المضمون فالموقع الإلكتروني هو "مجموعة من الصفحات الإلكترونية المرتبطة ببعضها والتي تحتوي على نصوص وصور ورسوم متحركة ووصلات وربما موسيقى وأفلام، بها معلومات حول موضوع ما قد يكون شركة أو جهة حكومية أو شخصا أو بحثا، داخل صفحات منسقة ويحمل اسما منفردا يمكن فتحه بواسطة من خلال شبكة الإنترنت (15). وفي هذا السياق تصنف المواقع الإلكترونية حسب مضامينها، إلى مواقع عامة ومواقع متخصصة أي التي تهتم بموضوع بعينه، كما تصنف على حسب نشاط المؤسسة التي تنتمي إليها إلى مواقع اقتصادية، إعلامية، علمية، إلخ وبالتالي لا يختلف الموقع الإلكتروني السياحي عن باقي المواقع عبر الشبكة من الناحية التقنية والفنية، إلا أنه يتميز بمضمونه والمواضيع الذي يحتويها.

## 2- الموقع الإلكتروني السياحي:

يعرف الموقع الإلكتروني حسب المضامين السياحية التي يحتويها، على أنه " صفحة خاصة على شبكة الإنترنت تصمم بحيث تستخدم كواجهة عرض تقدم للمستهلكين معلومات متنوعة عن الشركة ومنتجاتها، ويمكن للشركات والمنشآت والهيئات السياحية أن تنشئ لنفسها موقعا يتضمنه كل ما تريد طرحه عن المزارات السياحية سواء في شكل نص مكتوب أو في شكل مصور، وعن البرامج السياحية وعن الاستثمارات وعن الدراسات والبحوث، وكذلك معلومات تاريخية وأثرية عن معالم النهضة وعن المزايا التي توفرها للسائح وأماكن الحجز لهذه الخدمة وأسعارها" (16).

كما تسعى المنشآت السياحية إلى التعريف بالعنوان الإلكتروني لموقعها وجذب أكبر عدد من مستخدمي شبكة الإنترنت لزيارته، وذلك بالإعلان عنه في وسائل الإعلام والاتصال المختلفة، فالموقع الإلكتروني هو وسيلة تواصل بين المنشأة وجمهورها، بشكل مستمر ودون انقطاع ويخضع كل موقع إلكتروني للخطة الاتصالية للمؤسسة السياحية التي ينتمي إليها، وبالتالي كل مؤسسة تقدم الخدمات التي تتناسب مع أهدافها عبر موقعها.

في هذا الإطار ما هي أنواع المواقع الإلكترونية السياحية عبر الشبكة؟

### 3- أنواع المواقع الإلكترونية السياحية:

إن الهدف من التطرق إلى هذا العنصر هو تقديم أنواع المواقع الإلكترونية السياحية، من الزاوية الاتصالية، الفنية والتطبيقية، حيث حددت ماري إنان دلود وأخرون Marie-Hélène DELMOND et all ثلاثة معايير لتقسيم المواقع الإلكترونية وهي الجمهور المستهدف، درجة التفاعلية والأهداف<sup>(17)</sup>.

#### 3-1- حسب الجمهور المستهدف:

حيث تصنف المواقع الإلكترونية حسب جمهورها إلى ثلاثة أنواع:

##### - المواقع الداخلية:

هي جزء من الإنترنت، موجهة للاتصال الداخلي، فهي مواقع خاصة بالعاملين في المنشأة، تستخدم للتواصل فيما بينهم، وتنتشر بها أخبار المنشأة التي تهم الموظفين مثل الإنتاجية الشهرية، تطور المشاريع أو القرارات الإدارية... الخ، كما يمكن أن تحتوي على معلومات عن المنشأة مثل أرقام هواتف المسؤولين، العاملين وعناوين بريدهم الإلكتروني... وتنتشر بها التقارير الدورية بدل من توزيعها على العاملين في صورة تقارير ورقية... وبالتالي فهي تساهم في تسريع عملية التواصل بين الإدارة والعمال، والعمال فيما بينهم وتقليل نفقات الورق.

##### - المواقع الخارجية المخصصة لجمهور محدد:

هذا النوع من المواقع الإلكترونية يدعى بالاكسترات ويلعب دور شبكة اتصال خاصة مع المتعاملين والزبائن، ويمكن الولوج لمواقع الاكسترات عن طريق اسم المستخدم login وكلمة السر Pass word.

##### - المواقع الإلكترونية الخارجية المفتوحة:

هي فئة المواقع الإلكترونية الموجهة لعامة مستخدمي الإنترنت يمكن لكل مستخدم للإنترنت من بلوغها عبر الشبكة وهي الأكثر شيوعا المتعارف على تسميتها بالمواقع الإلكترونية على الشبكة، وقد تتوجه بعض المواقع إلى فرض الاشتراك للإطلاع على جزء معين من صفحاتها.

#### 3-2- حسب درجة التفاعلية:

كما يمكن تقسيم المواقع إلى ثلاثة أنواع حسب درجة التفاعلية:

**- مواقع النشر:**

وهي مخصصة لبث المعلومات في اتجاه واحد من القائم على الموقع إلى المتلقي أي ( مستخدم الإنترنت ) وتتميز بضعف التفاعلية أو انعدامها، وعُرف هذا النوع من المواقع الإلكترونية انتشارا كبيرا عبر الشبكة في مرحلة الجيل الأول من الإنترنت، ورغم التطور التكنولوجي وظهور الجيل الثاني من الإنترنت إلا أن هذا النوع من المواقع لا يزال متواجدا.

**- مواقع المعاملات:**

هي مواقع تجارية وخدمائية، تتيح إمكانية التفاعل الإلكترونية مع مستخدم الإنترنت، من خلال الخدمات الإلكترونية، مثل خدمات الدفع الإلكتروني، حجز غرف الفنادق، حجز رحلة سياحية كاملة أو جزء منها...، هذا النوع من المواقع يعرف انتشارا في الدول المتقدمة وفي الدول التي اهتمت بتطبيق الحكومة الإلكترونية.

**- مواقع العمل التعاوني Site de travail collaborateur:**

وهي إمكانية العمل في مجموعات باستخدام برمجيات متكاملة في الموقع.

**3-3- حسب الأهداف:**

وتقسم المواقع الإلكترونية حسب أهدافها إلى:

**- مواقع الاتصال المؤسسي:**

تهدف للترويج لنشاطات المنشأة ومجمل عملها، بدلا من الترويج المباشر لمنتجاتها أو خدماتها وهي أول خاصية ميّزت المواقع الإلكترونية منذ ظهورها، وبالتالي فهي تستهدف البيئة العامة للمؤسسة من شركائها، المستثمرين والعملاء، بالإضافة إلى مجموع زبائنهم... الخ.

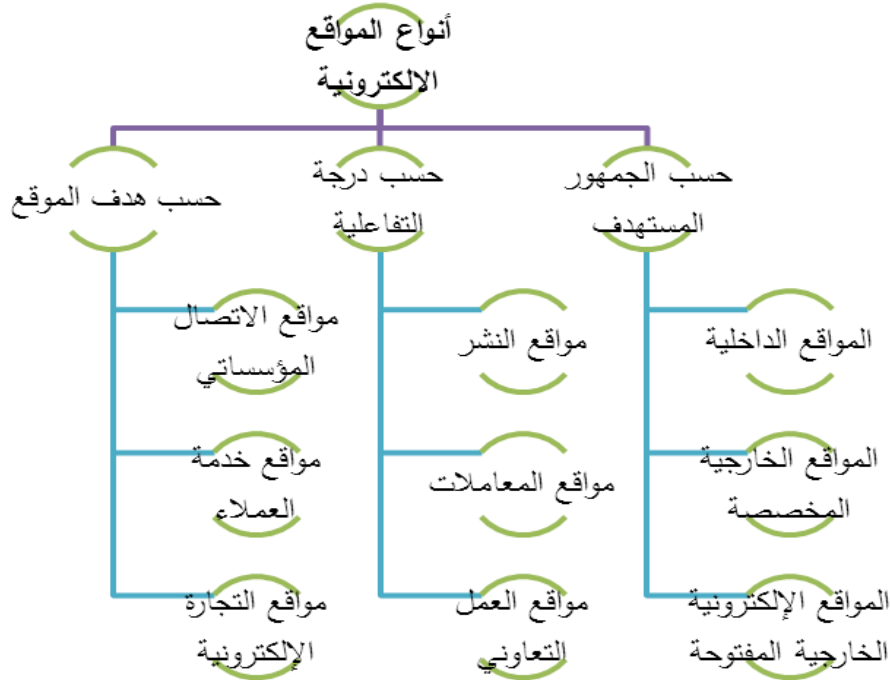
**- مواقع خدمة العملاء:**

وهي مواقع تفاعلية تقدم معلومات وخدمات إلكترونية لمستخدمي الإنترنت، مثل خدمة الخريطة التفاعلية أو أحوال الطقس، قائمة المطاعم أو الإجابة على استفسارات السياح...

**- مواقع التجارة الإلكترونية:**

مواقع التجارة الإلكترونية هي مجمل المواقع الإلكترونية التي تعتمد بشكل مطلق على نظام يتيح عبر الإنترنت حركات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات، كما يتيح أيضا الحركات الإلكترونية التي تدعم توليد العوائد مثل عمليات تعزيز الطلب على تلك السلع والخدمات أو المعلومات، سواء كانت العلاقة التجارية القائمة عبر هذه المواقع الإلكترونية ما بين الأفراد (CtoC) أو بين مؤسسة تجارية وأفراد Business to consumer (BtoC) أو بين المؤسسات Business to Business (BtoB).

## الشكل رقم 01: أنواع المواقع الإلكترونية



المصدر: من إعداد الباحث

تعتمد المنشآت السياحية على المواقع الإلكترونية السياحية Web sites كوسيلة للإعلام والاتصال عبر شبكة الإنترنت للتواصل مع جمهورها الداخلي والخارجي، وهي عبارة عن مجموعة من الصفحات المتخصصة تقدم معلومات عن المنتج السياحي، ويختلف مضمونها باختلاف أهداف القائمين عليها والتي قد تكون تعريفية بالمنتج وقد تتجاوز ذلك إلى تقديم خدمات محددة كالحجز والدفع الإلكتروني. يتميز الموقع الإلكتروني بتنوع وتعدد الخدمات الاتصالية التي يقدمها عبر صفحاته، وماهي أنواع الخدمات الاتصالية عبر الموقع الإلكتروني السياحي؟

## 4- الخدمات الاتصالية عبر مواقع الإلكترونية السياحية:

يضمن الموقع الإلكتروني للمؤسسة تواجدا افتراضيا عبر شبكة الإنترنت، وهو عبارة عن نافذة افتراضية عن نشاطها ومختلف الخدمات التي تقدمها، ويتيح الموقع الإلكتروني للمؤسسة السياحية فرصة للتواصل مع العملاء من مستخدمي الإنترنت لتحقيق أهدافها الاتصالية، وبالتالي تحرص مجمل المنشآت السياحية على تقديم مضامين تراعي خصوصيتها، بالإضافة إلى تقديم خدمات اتصالية وتفاعلية من خلال مواقعها الإلكترونية، فهي تسهل على السائح مستخدم الإنترنت عملية التحضير لعطلته بنفسه دون اللجوء إلى المنشآت الوسيطة، من خلال عدة خدمات إلكترونية من بينها الحجز الإلكتروني، الخرائط التفاعلية، تحميل المطويات، مذكرة التظاهرات... إلخ.

## 4-1- المنتدى Forum:

المنتدى جمع منتديات، وأصل كلمة المنتدى مشتقة من نادٍ، وهو "مجلس القوم ما داموا مجتمعين فيه، وفي العصر الحديث المنتدى هو موقع على الشبكة العنكبوتية لتبادل الآراء"<sup>(18)</sup>.

يقابله في اللغة الإنجليزية كلمة Forum وهو مصطلح من أصل لاتيني، يقصد به "مكان مخصص للتجارة ومكان تجمع الناس وكان مركزا للحياة السياسية والاقتصادية والدينية في مدينة روما"<sup>(19)</sup>، ويعرفه تيري فيدات Thierry VEDET على أنه "فضاء للحرية يمنح لكل الأفراد فرص متساوية للتعبير عن آراءهم بدون عوائق، والمشاركة في المناقشات المتنوعة مع إمكانيات طرح الآراء بكل صراحة متجاوزين القيود الاجتماعية والمكانة المؤسساتية بفضل خاصية عدم الكشف عن الاسم أو استخدام الاسم المستعار"<sup>(20)</sup>.

يمكن أن تقدم المنتديات خدمة غرف الحوار Chat Room وهي "فضاء عبر الشبكة تمكن مستخدمي الإنترنت من الشروع في مناقشة المواضيع المختارة والمحادثة بشكل متزامن"<sup>(21)</sup> (RUTENBECK, 2006, p. 43) في شكل مجموعات مصغرة إلى حد ما، و"يمكن للمنشأة السياحية التي تمتلك موقعا على الإنترنت أن تدخل خدمة المنتديات على موقعها لتُمكِّنها من التعرف على آراء الجمهور حول خدماتها وأسعارها، على أن يتم إسناد إدارة المنتدى لشخص ملم بتقنية المواقع وإدارة المنتديات لضمان الرقابة على جودة المنتدى"<sup>(22)</sup>، مما يعطي صورة إيجابية عن المنشأة السياحية مالكة الموقع من جهة، ويمكنها من التعرف على آراء رواده من السياح الحقيقيين أو المحتملين من جهة أخرى.

#### 4-2- القوائم البريدية Mailing lists:

هي نظام إرسال نفس الرسالة الإلكترونية لعدد كبير من مستخدمي الإنترنت<sup>(23)</sup>، يجمعهم اهتمام مشترك حول موضوع ما، على سبيل المثال السياحة الريفية، سياحة المغامرات، السياحة الشاطئية... الخ، "حيث يمكن نشر الرسائل التي يرغب أصحابها في نشرها وإتاحتها لأي مستخدم لقراءتها، وعادة ما تكون منظمة حسب الموضوع وتخدم أصحاب الاهتمامات المشتركة"<sup>(24)</sup>. تمكن القوائم البريدية مستخدم الإنترنت من الإطلاع الدوري على المستجدات المتعلقة بالموضوع المختار. وتمكن المنشأة من إبلاغ رسالة إلكترونية ما لهدف معين إلى عدد كبير من مستخدمي الإنترنت (المسجلين في القائمة) في نفس الوقت وبصفة سريعة، بطريقة آلية من خلال استخدام أحد البرامج المخصصة لذلك على سبيل المثال، Listserv و Majordomo.

#### 4-3- الرسائل الإخبارية Newsletter:

هي نشرات إخبارية بسيطة ومختصرة، تضم مجموعة متنوعة من المقالات عن نشاطات المنشأة أو معلومات عن المنتج المعروض... تصدر بانتظام وبشكل دوري وترسل عن طريق البريد الإلكتروني للمشاركين<sup>(25)</sup>. في أغلب الأحيان يتم تصميم غرافيك الرسائل الإخبارية بطريقة متناسقة مع الهوية البصرية للمؤسسة أو للموقع الإلكتروني المؤسسي ويتم إخراج مضامين الرسائل الإخبارية في بعض الأحيان في شكل مبسط يعتمد على النص فقط، إلا أنه في أغلب الأحيان يتم تدعيمها باستخدام الصور، الفيديو والتسجيل الصوتي مع إمكانية إضافة الرابط الإلكتروني Lien Hypertexte نحو الصفحة الإلكترونية المخصصة للموضوع كاملا في حالة وجوده، لدفع مستخدمي الإنترنت للاتصال بالمنشأة أو الإطلاع على الموقع الإلكتروني الخاص بها، كما أنها تشكل وسيلة فعالة في الاتصال المؤسسي، لزيادة عدد زوار الموقع الإلكتروني والإبلاغ عن المستجدات من العروض السياحية أو الخدمات الجديدة عبر الموقع الإلكتروني.

### 4-3- الحجز الإلكتروني La réservation en ligne:

يتعلق الحجز الإلكتروني باستخدام أنظمة الحجز الآلي من خلال شبكة الإنترنت في المجالات المرتبطة بالسياحة الإلكترونية كخدمات الإقامة ( غرف الفنادق ... )، شركات النقل ( تذاكر الطائرة، القطار، الميتر أو تأجير السيارات... )، والمطاعم السياحية... الخ.

وتعتبر خدمة الحجز الإلكتروني من أهم الخدمات التي يهتم بها مستخدم الإنترنت، فهي تمكنه من التأكد من توفر الغرف الشاغرة في فندق أو مخيم بفضل نظام شبكة المعلومات\* والإطلاع على ثمن المنتج السياحي وإمكانيات الدفع عبر الخط، وبالتالي تمكين مستخدم الإنترنت من التحضير للعطل السياحية بنفسه دون اللجوء للمؤسسات الوسيطة.

ومن الطرق الحديثة التي توفرها بعض مواقع الفنادق ما يعرف باسم الجولات الافتراضية Interactive Hotel Tours التي تمكن العميل من " القيام بجولة افتراضية أو تخطيطية داخل الفندق يستطيع من خلالها التعرف على جميع الخدمات التي يقدمها الفندق وشكل الغرف كأنه يراها في الواقع"<sup>(26)</sup>.

### 4-4- الخرائط الديناميكية على شبكة الإنترنت Webmapping:

هذا المصطلح يعني عملية عرض الخريطة الرقمية من خلال شبكة الإنترنت، وعرضها عبر المتصفح. وبعبارة أخرى يمكن أن نسميه نظام المعلومات الجغرافية على شبكة الإنترنت.

من بين المواقع الإلكترونية التي تقدم هذه الخدمة موقع [www.googleearth.com](http://www.googleearth.com) وهو موقع إلكتروني يقدم خدمة مجانية لتحديد المواقع الجغرافية، ويستخدم لعرض البيانات الجغرافية على خلفية من صور الأقمار الصناعية ذات الدقة العالية مما يمكن مستخدم الإنترنت التحصل على معلومات جوهرية مثل العناوين.... بفضل نظام تحديد المواقع العالمي Global Positioning System وهو النظام الأميركي للأقمار الصناعية، والذي يسمح بتحديد موقع ما في أي وقت ومن أي مكان على الكرة الأرضية، يشار إليه اختصاراً بـ GPS نظام مؤلف من أقمار اصطناعية وأجهزة استقبال، ويستخدم لتحديد المواقع على سطح الأرض.

يشهد نظام تحديد الموقع GPS تطبيقات واسعة للغاية في المجال السياحي فهي توفر للسائح مزيداً من السيطرة والتحكم في شتى شؤون رحلته السياحية.

### 4-5- الهاتف النقال وخدمة الرسائل القصيرة SMS:

بالإضافة إلى استخدام الهاتف في الاتصال المباشر فقد " زادت أهمية الاتصالات الهاتفية في السنوات الأخيرة كوسيلة أساسية لنقل المعلومات، وربط المنازل وأماكن العمل بالحواسيب الإلكترونية ". ومع تطور تقنيات الهاتف المتنقل بشكل متسارع سيكون لهذا النوع من الهواتف أهمية كبيرة يوماً بعد يوم لما يتيح من الاتصال الفوري بأي موقع في العالم<sup>(27)</sup>، للإطلاع على المستجدات السياحية عبر خدمة الرسائل القصيرة، وللإشتراك في الخدمة، على السائح مستخدم الإنترنت تسجيل رقم هاتفه في الموقع الإلكتروني وبعد ذلك ترسل له كل المستجدات الرياضية والحفلات والتظاهرات الثقافية للمنطقة.

**خاتمة:**

أصبح للموقع الإلكتروني دور رئيسي في عملية الاتصال السياحي عبر الشبكة، فهو العنوان الافتراضي للمؤسسة السياحية ووسيلة للاستعلام عن المنتج السياحي المعروض كما يحتوي الموقع الإلكتروني على خدمات اتصالية تسمح للسياح المحتملين بالحصول على معلومات آنية وتفاعلية. تتعدد هذه الخدمات في المجال السياحي، ما بين المنتديات، الخريطة الإلكترونية والبحث عن الغرف الشاغرة وغيرها وتساهم في تسهيل عملية الاتصال ما بين المؤسسة والسياح المحتملين، وما بين السياح المحتملين فيما بينهم وتهدف الى خلق صورة إيجابية عن المنتج السياحي والمؤسسة. تنوع الخدمات الاتصالية والتطور التكنولوجي المستمر أدى إلى ظهور أنواع متعددة ومتداخلة من المواقع الإلكترونية وجعل المنشآت السياحية أمام خيارات مفتوحة لتأسيس موقع إلكتروني يخدم خططها الاتصالية عبر الشبكة، مع مراعات التنوع في الخدمات الاتصالية والحرص على صناعة صورة إيجابية عن المنتج السياحي والمؤسسة على حد سواء. كما أحدثت ثورة برمجيات الويب تطورا في تصميم المواقع الإلكترونية وتحويلها من مواقع ساكنة تتراوح ما بين عدد محدد من الصفحات وتنحصر في عرض المعلومات إلى مواقع تفاعلية في غاية التعقيد، يمكنها إدخال البيانات وعرضها بشكل متجدد ومستمر وبسهولة، خاصة بتطور التقنيات وظهور نظام إدارة المحتوى CMS Content Management System الذي سهّل من عملية تحديث المحتوى وإضافة الصور والنصوص، مما أدى الى ظهور أنواع متعددة من المواقع الإلكترونية تخدم الخطط الاتصالية للمؤسسات السياحية التي تملكها.

**التهميش:**

(1) طه الحورى مثنى، ومحمد الدباغ إسماعيل، اقتصاديات السفر والسياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2001، ص73.

(2) خالد كواش، السياحة مفهومها أركانها وأنواعها، دار التنوير، الجزائر، 2007، ص3.

(3) Tourisme international, nombre d'arrivées. (2016, Août 01). Récupéré sur banque mondiale: <http://donnees.banquemondiale.org/indicateur/ST.INT.ARVL>.

(4) UNWTO. (2017, janvier 01). Tourism Towards 2030 Global overview. Récupéré sur Word tourism organisation: [http://media.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto\\_2030\\_ga\\_2011\\_korea.pdf](http://media.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_2030_ga_2011_korea.pdf), P06.

(5) Nombre d'internautes dans le monde. (2016, Juillet 16). Récupéré sur Journal du net:

<http://www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/1071539-nombre-d-internautes-dans-le-monde>

(6) Ibid.

(7) فتن حسين حوى، المواقع الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص52.

(8) المرجع السابق، ص53.

(9) المرجع السابق، ص54.

(10) المرجع السابق، ص55.

(11) OUALIDI, Habib. Les outils de la communication digitale, 10 clés pour maîtriser le web marketing. Eyrilles, Paris, 2013, P23.

(12) فتن حسين حوى، مرجع سابق، ص53.

(13) المرجع السابق، ص54.

(14) أحمد محمد الشاميم،، أطلع عليه يوم 03ماي2017، توفر عبر الرابط <http://www.elshami.com>.

- (15) مفيدة بجاوي وفايزة جيحج، دور الموقع الإلكتروني في التجارة الإلكترونية والتسويق عبر الإنترنت للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مجلة آفاق علمية، الجزائر، العدد التاسع، جوان 2014، ص 179.
- (16) خالد بن عبد الرحمن آل دغيم، الإعلام السياحي وتنمية السياحة الوطنية، عمان، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014، ص 94.
- (17) DELMOND, M.-H., & all, Management des systèmes d'information. Dunod Edition, Paris, France, 2003, P87.
- (18) معجم المعاني، أطلع عليه يوم 16 ماي 2017، متوفر عبر الرابط - <http://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D9%85%D9%86%D8%AA%D8%AF%D9%89/>
- (19) Dictionnaire Larousse. Consulté le 20 aout 2016, disponible sur le lien suivant <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/forum/34709>.
- (20) VATTER, C., & HABERER, M., Le cyberspace francophone: perspectives culturelles et médiatiques.: édition lendemains, Germany, 2011, P67.
- (21) RUTENBECK, J., Tech terms what every telecommunications and digital media person should know. National association of Broadcaster NAB, USA, 2006, P43.
- (22) هباء بن رجاء الحربي وسعود السيف السهلي، الإعلام السياحي مفهومه وتطبيقه، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 87.
- (23) ICHBIAH, D, Les mots de l'informatique. campus presse, France, P190.
- (24) هباء بن رجاء الحربي وسعود السيف السهلي، مرجع سابق، ص 88.
- (25) MOINET. F, Le tourisme rural concevoir, créer et gérer, France agricole édition, Paris, France, 2006, P359.
- \* هي قاعدة بيانات العرض السياحي ( مراكز الإقامة، المطاعم، التظاهرات الثقافية والرياضية، الأنشطة ترفيهية، المتاحف ... ).
- (26) هباء بن رجاء الحربي وسعود السيف السهلي، مرجع سابق، ص 86.
- (27) المرجع السابق، ص 88.