

التسويق السياحي الالكتروني

تمهيد:

شهد عصر انفجار المعلوماتية ظهور مصطلحات جديدة تحتاج الى توضيح فمصطلح التسويق الالكتروني E-MARKETING يقصد به إدارة التفاعل مع المستخدمين عبر الانترنت وتحقيق المنافع المشتركة، بغض عن نوع الاعمال الالكترونية، إذا كانت خدمات تعليم، أو حكومة الكترونية، سياحة وهكذا.

أولا السياحة الالكترونية: E-TOURISM

يعود بداية استخدام مصطلح السياحة الالكترونية الى عام 1990 مع ظهور الويب ودخول الانترنت في سوق التجارة العالمي وتلاقي قطاعي التكنولوجيا الحديثة والسياحة معا مما أدى الى ظهور مصطلح جديد هو السياحة الالكترونية ومن العوامل التي أدت الى ازدياد مرتادي المواقع السياحية هو انخفاض تكاليف شراء الأجهزة الالكترونية بمختلف أنواعها بما في ذلك الأجهزة المحمولة ومن جهة أخرى فان التطور المضطرد لأعداد مستخدمي شبكة الانترنت أضاف قيمة كبيرة وحاجة لابد منها لاستثمار أنشطة السياحة الالكترونية المتعددة كإنشاء المواقع الالكترونية التي تسهل على السائح مشاهدة المكان السياحي مود زيارته.

1- مفهوم السياحة الالكترونية

هو نمط سياحي تتلاقى فيه عروض مقدمي الخدمات السياحية من خلال شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) مع حاجات السياح ومن التعريف أعلاه يمكن تحديد عناصر السياحة الالكترونية بالاتي¹:

العنصر الأول: المنظمة السياحية أو السياحية مقدم الخدمة.

العنصر الثاني: المستهدف من عملية التسويق السياحية (السائح).

العنصر الثالث: شبكة المعلومات العالمية (الانترنت) التي هي بمثابة الرابط بين السائح والمنظمة السياحية.

2- فوائد السياحة الالكترونية

¹-موفق عدنان عبد الجبار الحميري،رامي فلاح الطويل،مرجع سبق ذكره،ص261

تقسم الفوائد الى قسمين رئيسين الأول على مستوى السائح والثاني على مستوى المنظمات السياحية.

أ- على مستوى السائح: حيث يمكن ادراج الفوائد التالية

- الاستفادة من انخفاض أسعار الرحلات السياحية الشاملة وتذاكر الطيران التي يتم تسويقها عبر شبكة الانترنت مقارنة بأسعار البيع التقليدية، فتجارة التجزئة عبر الانترنت عملت على تخفيض التكاليف الإدارية بنسبة تزيد عن 50 بالمائة حيث ان التسويق الالكتروني لا يحتاج الى وجود مكان مادي للتعامل معه بالتالي تختفي بعض أنواع التكاليف الثابتة مثل الايجار، ورواتب الموظفين وبالتالي تخفيض أسعار الخدمات.

- منح السائح الفرصة لإجراء مقارنة بين أسعار الرحلات المرزومة والخدمات السياحية بشكل افضل واسرع ويشمل ذلك معلومات عن طيران والفنادق والبرامج السياحية، وأماكن تأجير السيارات.. الخ، حيث لا يبذل الفرد جهدا ووقتا كبير للحصول على ما يرغب به من معلومات.

- مساعدة الافراد الذين لا يتوفر لديهم الوقت الكافي للذهاب الى مكاتب السفر والسياحية للحصول على ما يرغبون به من خدمات وبأسرع وأسهل وسيلة.

- تحقيق رغبات السائح وارضاء احتياجاته الأساسية، وذلك من خلال إمكانية قيام السائح بإجراء العديد من المقارنات بين المواقع السياحية المختلفة واختيار الأنسب منها، وتتيح شبكة الانترنت ذلك من خلال اشكال متعددة من المعلومات التفصيلية المكتوبة والمصورة التي يستطيع السائح من خلالها اختيار مكان القصد.

ب - على مستوى المنظمات السياحية: يمكن ادراج الفوائد الاتية

- من شأن استخدام السياحة الإلكترونية التقليل من تكاليف الترويج والتوزيع قياسا بالعمليات التقليدية الحاصل بين طرفي العملية التسويقية.

- تسهيل وتسريع بين مقدم الخدمة السياحة والمستفيدين وتعرف على حاجاتهم ورغباتهم.

- خفض حجم الايادي العاملة .

- سهولة إضافة خدمات سياحية جديدة على البرامج السياحية، وظهور أنشطة سياحية جديدة تتفق مع شرائح مختلفة من السياح.

-ازدياد القدرة التنافسية للمنظمات السياحية بما يسهم في زياد مبيعاتها وايراداتها وارباحها.

-الرحلة السياحية ليست منتج ملموس لذلك أصبحت صفحات الانترنت بديلا منطقيا لتسويق الرحلات .

-تامين المعلومات 24س/24سا و 7ايام/7ايام.

3-متطلبات تطوير السياحة الالكترونية:

حتى يمكن تعظيم الفائدة منها تحتاج السياحة الالكترونية الى توفر عدة متطلبات بالأخص دول نامية اهمها

-وجود اطار مؤسسي وتنظيمي يتعلق هذا الجانب بأهمية بين مؤسسات الحكومة بعضها البعض.

-وجود اطار قانوني محدد على المستويين الدولي والمحلي .

-العمل على تنمية الوعي بالسياحة الالكترونية وتنمية القدرات البشرية اللازمة واهمية ربط السياحة الالكترونية بالموضوع الاوسع هو التجارة الالكترونية.

-إزالة كافة القيود المحلية خاصة تلك المتعلقة بحركة التنقل والسفر والحصول على تأشيرات السفر.

-توفر قواعد البيانات والمعلومات المتكاملة عن الموارد السياحية والنتج السياحي ودعم المواقع الالكترونية الخاصة بها وبكافة البيانات المطلوبة،وهذه المهمة تقع على عاتق وزارة السياحة والاثار .

ثانيا :التسويق السياحي الالكتروني

يعتبر التسويق الالكتروني من أحدث وأبرز المفاهيم المعاصرة، فهو يعنى ب استخدام الانترنت والتقنيات الرقمية المرتبطة بها لتحقيق الأهداف التسويقية وتدعيم المفهوم التسويقي الحديث.

1-مفهوم التسويق السياحي الالكتروني

عرف انه عملية استخدام شبكة الانترنت والتكنولوجيا الرقمية لتحقيقا لأهداف التسويقية للشركات، وتدعيم المفهوم التسويقي الحديث نل لمسوقين عبر الانترنت أن يقوموا بنشر المعلومات عن منتجاتهم وشركائهم بسهولة أكثر وحرية أكبر مقارنة بالتسويق التقليدي،

وبالتالي أصبحت المنافسة في عصر الانترنت أقوى وأشد بشكل لا يمكن تصديقه، ولا يمكن التنبؤ به.

التسويق الإلكتروني هو التسويق باستخدام التكنولوجيا الرقمية، الذي يهدف إلى الفعالية والتركيز وتحويل إستراتيجيات التسويق لابتكار نماذج تجارية جديدة تزيد من المنفعة التي يحصل عليها العميل أو تزيد من ربحية الشركات².

فالتسويق السياحي الإلكتروني ما هو إلا استخدام التكنولوجيا الرقمية وبرامجها لتسويق المنتج السياحي والتعريف به داخليا وخارجيا في أسواق الدول المصدرة للسياحة، عبر قنوات منظمة من أجل إثارة الدوافع المختلفة لدى السائح وإقناعه بالمنتج السياحي من خلال تكييف العرض السياحي مع الطلب السياحي، لرفع حجم الطلب على المنتج السياحي.

ويمكن القول إن استخدام التسويق السياحي الإلكتروني يحقق كفاءة تسويقية ملموسة إلى جانب قلة تكلفته مقارنة بتسويق الخدمات السياحية بالوسائل التقليدية، والتي تتطلب تكلفة عالية في ظل التغيرات المستمرة في البيئات السياحية المختلفة.

ويتضح مما سبق أن التسويق السياحي الإلكتروني أصبح أوسع نطاقا وأشمل من التسويق السياحي التقليدي، أي أن التسويق السياحي الإلكتروني يشمل بالإضافة إلى التسويق عبر الانترنت وسائل أخرى تندرج تحت مفهوم التسويق الإلكتروني مثل: الوسائط المتعددة الصوت والصورة الحية، التلفزيون التفاعلي الواقع الافتراضي.

2- خصائص التسويق السياحي الإلكتروني:

يتميز التسويق السياحي الإلكتروني بمجموعة من الخصائص من أهمها:

-الخصوصية: حيث يتمكن للمستخدمين من الموقع التسويقي التعامل معه في أي وقت بحيث لا تستطيع المنظمة السياحية (صاحبة الموقع) ان تعرف من قرأ رسالتها الإلكترونية الا اذا اتصل المستخدم بها.

- استخدام عنصر الاثارة لجذب انتباه المستخدم للرسائل الإلكترونية

-لا توجد قيود (عدا التكلفة) على كمية المعلومات التي يمكن عرضها على المستخدمين

فالعرض يستمر 24 ساعة في اليوم لان شبكة الوب العالمية لا تتوقف.

² نفس المرجع السابق، ص 271.

-يقدم التسويق الالكتروني خدمة واسعة الى عدد كبير من المستفيدين على نطاق لم يسبق له مثيل .

-انها وسيلة لتجذب التسويق غير الصادق حيث باستطاعة الفرد الاخبار عن عدم صدق المنظمة المعلنة ونشر حالات الخداع التي تعرض لها .

-افضل مواقع الوب هي الأكثر اثارة للاهتمام ويتم تحديث هذه المواقع لإبقاء معلومات جديدة وبالتالي تحدث الآخرين على العودة لزيارتها مرة أخرى .

3-تحديات التسويق الالكتروني:

بقدر ما يوفر التسويق الالكتروني من فرص كبيرة ومتنوعة في ظل الاتجاه نحو العولمة والتحول الى الاقتصاد الرقمي،الا انه يواجه بعض التحديات والصعوبات التي يمكن ان تحد من استخدامه والاستفادة منه،ويمكن تحديد اهم هذه التحديات :

-التحديات التنظيمية ان تطوير النشاط من خلال التسويق الالكتروني يحتاج الى احداث تغييرات جوهرية في الهيكل التنظيمي للمنظمات السياحية .

-ارتفاع تكاليف انشاء المواقع الالكترونية: ان انشاء موقع الكتروني سياحي على

الانترنت اشبه بإنشاء وبناء موقع مادي فتصميمه وتطوير الموقع تحتاج الى خبراء متخصصين وعلى درجة عالية من الكفاءة ولدراسات تسويقية وفنية جذابة ومصممة بشكل قادر على شد انتباه السياح المحتملين .

-تطور تكنولوجيا المواقع الالكترونية:ان سرعة التطورات التكنولوجية في مجال تصميم وتطوير المواقع الالكترونية يعد من اهم التحديات التي تواجه استمرارية هذه المواقع ونجاح التسويق الالكتروني من خلالها .

-عدم الثقة في وسائل الدفع الالكترونية ان أسلوب الدفع بواسطة بطاقات الائتمان عبر الانترنت هو اكثر اشكال السداد ارتباطا بالتسويق السياحي الالكتروني وتعتبر عملية تحويل النقود من اكثر التحديات التي تواجه التسويق السياحي الالكتروني لهذا اصبح هناك اتجاه نحو استخدام برمجيات خاصة لتأمين وسائل السداد الالكتروني، وترسيخ ثقة السياح .

-عوائق اللغة والثقافة فهي تعوق التفاعل بين المواقع الالكترونية لذا فهناك حاجة ملحة لتطوير برمجيات من شأنها احداث نقلة نوعين في ترجمة النصوص الى لغات يفهمها السياح.

-عدم انتشار الانترنت بصورة كبيرة في بعض الدول.

-عدم وضوح الرؤية المستقبلية للتسويق لدى المنظمات السياحية خاصة في الدول النامية.

-عدم تقبل السياح لفكرة الشراء عبر الانترنت لاحساسهم بالمخاطر المتعلقة بجودة الخدمات المقدمة.