

دور المعاملات الرقمية وتطبيقات الدفع الالكتروني في تنمية السياحة بالجزائر

The role of digital transactions and electronic payment applications in the development of tourism in Algeria

ط د درناني ايمان

جامعة عنابة imendernani23000@gmail .com

تاريخ النشر: .../.../..

تاريخ قبول النشر: .../.../....

تاريخ الإستلام: .../.../....

ملخص:

يهدف البحث الحاضر إلى إبراز أهمية إدخال المعلومات الرقمية ومعلومات الاتصال لتنشيط قطاع السياحة في الجزائر، وخاصة بعدما ظهرت نية جادة لدى صانعي القرار في قطاع السياحة لإدخال نظم التكنولوجيا الرقمية للترويج السياحي، ومواكبة اخر التطورات التكنولوجية في مجال المعلومات الرقمية، وكذلك صدور فوانين التجارة الإلكترونية وقوانين الاتصالات والبريد التي تم تكييفها وفقا لهذه التطورات وما تقدمه وتعرضه مؤسسة اتصالات الجزائر من خدمات في هذا الإطار للمساهمة في تطوير وعصرنة قطاع السياحة في الجزائر.

وقد اعتمدنا في بحثنا هذا على المنهج الوصفي والتحليلي لأجل القيام بالدراسة محل البحث. وخلص البحث إلى حقيقة أن نظم التكنولوجيا والمعلومات الرقمية لها دور فعال ومحوري للنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر.

الكلمات المفتاحية السياحة، السياحة الالكترونية، تنمية السياحة، المعلومات الرقمية، تطبيقات الدفع الالكتروني

Abstract

The research aims to highlight the importance of introducing digitization techniques and contact information to stimulate the tourism sector in Algeria, especially after the serious intention of decision makers in the tourism sector to introduce digital technology systems for tourism promotion, and to keep pace with the latest technological developments in the field of digitization, as well as the issuance of e-commerce laws and telecommunications and mail laws adapted in accordance with these developments and the services provided and offered by the Algiers Telecommunications Corporation in this context to contribute to the development and modernization of the tourism sector in Algeria.

In our research, we have relied on the descriptive and analytical approach to carry out the study in question. The research concluded that technology and

digitization systems play an active and pivotal role in promoting Algeria's tourism sector.

Keywords: Tourism, E-Tourism, Tourism Development, Digital Information, Electronic Payment Applications

1. مقدمة :

في ظل دخول العديد من دول العالم عصر الثورة الرابعة والتي يبرز فيها الذكاء الاصطناعي كأحد أركانها بدأت هذه الأخيرة تتنافس فيما ما بينها على دراسته والبحث فيه واعتماده وتطويره واستخدامه بهدف تحقق النمو والرخاء الذي يطال كافة القطاعات الاقتصادية ومن بينها قطاع الصناعة السياحية والذي يعد من أكبر القطاعات تأثر بالتطور التكنولوجي نظرا لمرونته العالية

ولقد عرفت صناعة الخدمات السياحية تطورا مذهلا خلال العقدین الاخرین بفعل المعلومات الرقمية واستغلال وتوظيف التقنيات التكنولوجية الحديثة وخاصة الذكاء الاصطناعي في القطاع حيث نجد مختلف الدول ومنها الجزائر تعمل على تبني استراتيجيات فعالة من اجل مسايرة هاته التطورات الحاصلة بالعمل على ابتكار منتجات سياحية رقمية ذكية الا ان ذلك يتطلب جهودا مضاعفة وإمكانات مالية وبشرية جبارة وبنية تحثيه جد قوية هما حالا دون وصول الجزائر الى مراتب متقدمة في هذا المجال،

وذلك يعود إلى طبيعة تطور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال السريع الذي من شأنه اقتحام جميع مجالات حياة الإنسان لدورها في تسهيل و تذليل العقبات التي يواجهها البشر وذلك بتوفير الجهد والوقت والأمان، و نظرا لطبيعة القطاع السياحي الحديث بدوره لأنه نتاج تطور حياة الإنسان ووصوله إلى أرقى درجات الرفاه بحيث صبح يبحث عن أمثل السبل لجعل حياته ذات مغزى، وتصل إلى أرقى درجات السعادة و الرضى، حيث استوجب عليه الاعتماد على التقنيات و الوسائل التي توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصال المتطورة في تطوير وتوسيع المجال السياحي وإضفاء طابع العصرية والحداثة والتجديد و كذا لاكتشاف يتطلب مناخا سياحيا. الرموز السياحية في كامل أقطار المعمورة وذلك مرده لتسارع التطور التكنولوجي والرفاه المتزايد للإنسان الذي ومن جانب آخر تمكن تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي تشمل على نظم الحواسيب، بمكوناتها المادية والمعرفية والشبكات من التغيير ليس فقط في ممارسة الأعمال التقليدية، بل نجد اليوم ما تدعى بالأعمال للاتصال أهمها شبكة الإنترنت التي توفر المعاملات الرقمية وتقنيات الدفع الالكتروني. والتي ظهرت بظهور التقنيات الحديثة

أولا: الإشكالية والفرضيات

طرح الإشكالية: ولأجل الإحاطة بجوانب هذا الموضوع نقوم بطرح الإشكالية التالية: " ما هو دور المعاملات الرقمية وتطبيقات الدفع الالكتروني في تنمية القطاع السياحي؟

ولأجل تبسيط هذا التساؤل أو الإشكالية المطروحة سنقوم بطرح الأسئلة الفرعية:

- ✓ ماهي السياحة، والسياحة الإلكترونية وما المقصود بالتنمية السياحية؟
- ✓ ما هو مفهوم المعاملات الرقمية وتطبيقات الدفع الإلكتروني ودوافع العمل بيها؟
- ✓ ماهي بؤار السياحة الإلكترونية في الجزائر ومتطلبات تطبيقها؟

● فرضيات البحث:

تبرز الأسئلة المطروحة أعلاه أن البحث يحاول اختبار الفرضيات التالية:

- **الفرضية الأولى:** تستخدم المعاملات الرقمية وتطبيقات الدفع الإلكتروني لتنمية القطاع السياحي
- **الفرضية الثانية** تساهم المعاملات الرقمية وتطبيقات الدفع الإلكتروني في تنشيط التبادل مع الشركاء والعملاء وتحسين أداء.
- **الفرضية الثالثة:** توجد عوائق تحد من استعمال المعاملات الرقمية وتطبيقات الدفع الإلكتروني على مستوى القطاع السياحي.

وسنحاول تناول هذا الموضوع من خلال المحاور التالية:

— **المحور الأول:** مدخلا للسياحة

— **المحور الثاني:** المعاملات الرقمية وتطبيقات الدفع الإلكتروني في المجال السياحي

— **المحور الثالث:** بؤار السياحة الإلكترونية في الجزائر ومتطلبات تطبيقها.

2. المحور الأول مدخلا للسياحة :

1.2. تعريف السياحة:

السياحة هي العملية التي يقوم فيها الأشخاص بالانتقال من مكان لآخر للقيام بعدد من الأنشطة، وتعتبر هذه الأنشطة هي الغرض من السياحة بشكل عام، ويطلق على الأشخاص الذين يقوم بالسياحة في مكان ما بالزوار، ويقوم هؤلاء الأشخاص بالسفر لمكان ما حول العالم لمدة لا تتجاوز سنة للقيام بأحد الأغراض، ومع اختلاف هذه الأغراض تأخذ السياحة أشكال مختلفة وتعدد أنواعها، فهناك السياحة العلاجية والرياضية والصحية والتعليمية وغيرها، ولذلك فإن للسياحة فوائد كبيرة من الناحية الاقتصادية والاجتماعية، حيث تساعد حركة السياحة النشطة في دفع حركة النشاط الاقتصادي وكذلك من أهم فوائد السياحة، وصل الثقافات والمجتمعات المختلفة ببعضها، ونشر معرفة هذه المجتمعات داخل مجتمعات أخرى غريبة عنها (كيف يمكن العمل على تطوير السياحة الداخلية، 2020، صفحة 9)

2.2. تعريف السياحة الالكترونية:

- ❖ نمط سياحي يتم تنفيذ بعض معاملاته التي تتم بين المؤسسة السياحية وأخرى أو بين مؤسسة سياحية ومستهلك وذلك من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
- ❖ هي نمط سياحي تتلاقى فيها عروض الخدمات السياحية من خلال شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) مع رغبات جموع السائحين الراغبين في قبول هذه الخدمات السياحية المقدمة عبر شبكة الانترنت
- ❖ هي استخدام الأعمال الإلكترونية في مجال السياحة والسفر، واستخدام تقنيات الإنترنت من أجل تفعيل عمل الموردن السياحيين، والوصول إلى تسهيلات أكثر فعالية للمستهلكين السياحيين، (العمار، 16 اوت 2009، صفحة 6)

من خلال التعاريف السابق يمكن القول بأن عناصر السياحة الإلكترونية ثلاث وهي:

- ✓ **العنصر الأول:** الشركة أو المؤسسة السياحية (مقدمة الخدمة السياحية).
- ✓ **العنصر الثاني:** المستهدف من عملية التسويق السياحي والخدمة السياحية (السائح)
- ✓ **العنصر الثالث:** الرابط بين السائح والمؤسسة السياحية والمتمثلة في شبكة المعلومات العالمية (الانترنت)

3.2. ماهية التنمية السياحية

تعتبر التنمية السياحية من أحدث أنواع التنمية، وهي تتغلغل في كل عناصر التنمية المختلفة، وتكاد تكون متطابقة مع التنمية الشاملة فكل مقومات التنمية الشاملة هي مقومات التنمية السياحية، لهذا تعتبر التنمية السياحية عند الكثير من دول العالم ذات درجة عالية من الأهمية كونها تهدف إلى الإسهام في زيادة الدخل الفردي وبالتالي تعتبر أحد الروافد الرئيسية للدخل القومي، وكذلك بما تتضمنه من تنمية حضارية شاملة لكافة المقومات الطبيعية والإنسانية والمادية وهي بذلك وسيلة للتنمية الاقتصادية. (خربوطلي، 2004، صفحة 14)

4.2. مفهوم وعناصر التنمية السياحية

2.4.1. تعريف التنمية السياحية:

هي التصنيع المتكامل الذي يعني إقامة وتشبيد مراكز سياحية تتضمن مختلف الخدمات التي يحتاج إليها السائح أثناء إقامته فيها وبالشكل الذي يتلاءم مع القدرات المالية للفئات المختلفة من السائحين. ركز هذا التعريف على إقامة مؤسسات سياحية التي يحتاجها السائح دون تسليط الضوء على الموارد والمناطق السياحية الطبيعية والتي غالب ما تكون اهم للسائح.

التنمية السياحية تهدف إلى جملة من الاهداف نذكر منها ما يلي:

➤ تنمية البنية التحتية للدولة وتوفير مرافق ترفيه واستجمام للسكان المحليين كالحدائق والمقاهي

- الحفاظ على الصناعات التقليدية والاهتمام بالتراث لأن السياح يولون اهتماما ابلغا للتعرف على ثقافات وعادات الشعوب المختلفة.
 - الاهتمام بالبيئة وتنظيم حملات تشجير، وحماية البيئة من سلوكيات بعض السياح كالصيد غير الشرعي أو إتلاف الآثار والمنحوتات وقطع الاشجار.
 - توليد مناصب الشغل علما أن صناعة السياحة صناعة تتطلب عمالة كثيفة.
 - تحسين وضع ميزان المدفوعات وجلب العملة الصعبة
 - جذب الاستثمارات الاجنبية والاستفادة من التكنولوجيا (عبد الله 2014 صفحة 18)
 - نشر ثقافات وزيادة التواصل بين الشعوب، وتطوير العلاقات السياسية بين الحكومات في الدول.
- السياحية ثانيا المعاملات الرقمية وتطبيقات الدفع الالكتروني

3. المحور الثاني لمعاملات الرقمية وتطبيقات الدفع الالكتروني في المجال السياحي

1.3. مفهوم المعاملات الرقمية:

- المعاملات الرقمية هي معاملات يتم إبرامها أو تنفيذها بشكل كلي أو جزئي بواسطة وسائل أو سجلات إلكترونية.
- هي شكل من أشكال الاستخدام المتكامل لكل تقنيات المعلومات، وتكنولوجيا الاتصالات على أن يكون الغرض من هذا التجميع تسهيل وتسريع التعاملات المالية، مع ضمانة الدقة العالية.

2.3. أهداف تطبيق المعاملات الرقمية:

- رفع مستوى الكفاءة الإدارية.
- تساهم في زيادة إنتاجية العاملين.
- تساهم في الحد من نسبة العمالة المقنعة.
- تحسين مستوى الخدمة المقدمة للمواطنين.
- تعمل على زيادة كفاءة الوحدات المحلية.
- توفير الوقت وخفض الزمن اللازم لإنجاز المعاملات.
- تحقيق الاتصال الفعال.
- تقليل من التعقيدات الإدارية.
- تقليل تكلفة التشغيل.
- تأسيس بنية تحتية فنية تساعد على العمل بكل سهولة ويسر.

- ضمان تدفق المعلومات بالدقة والكفاءة والتوقيت الملائم والجاهزية المتميزة.
- تقديم آليات فعالة وداعمة لاتخاذ القرارات الحكومية لدى الجهات العليا. (قلش، 2007، صفحة 25)

3.3. دوافع التحول الإلكتروني:

- التقدم الكبير في تقنيات الحاسب الآلي وتطبيقاته.
- التقدم السريع في شبكة الاتصالات والإنترنت.
- العولمة.
- انتشار الثقافة الإلكترونية.
- الاستجابة والتكيف مع متطلبات البيئة المحيطة.
- التحولات الديمقراطية.
- تحسين مستوى الخدمة.
- ترشيد استخدام الموارد.
- ضبط الأداء وفق المواصفات الفنية والقانونية والنظم الإدارية المعتمدة.
- الإجراءات والعمليات المعقدة وأثرها على زيادة تكلفة العمال.
- ضرورة توحيد البيانات على مستوى المؤسسة.
- صعوبة الوقوف على معدلات قياس الأداء.
- ضرورة توفير البيانات المتداولة للعاملين في المؤسسة.
- ازدياد المنافسة بين المؤسسات وضرورة وجود آليات للتمييز داخل كل مؤسسة تسعى للتنافس.
- حتمية تحقيق الاتصال المستمر بين العاملين على اتساع نطاق العمل (موسى، 2019، صفحة 45)

4.3. أثر تطبيق المعاملات الرقمية في القطاع السياحي:

- تسرع أداء الخدمات للعملاء مع الحفاظ على جودتها.
- تبادل الوثائق إلكترونياً بشكل أكثر فعالية.
- تقليل التكلفة.
- تقليل الحاجة إلى العاملين القائمين بأداء الخدمة.
- تقييم أداء العاملين.
- تنمي نظام متطور لمعرفة المقصرين.
- تخفيض الأخطاء البشرية.
- تقلص المخالفات.

• تيسر وتوضح الوثائق المطلوبة من المستخدمين (عمار, 2022)

5.3. تعريف تقنية المعاملات الرقمية (بلوك تشين):

وفقاً لشركتي IBM وForbes، فإن البلوك تشين أو سلسلة الكتل هو نظام لسجل إلكتروني مشترك، آني، ومشفر، وغير مركزي لمعالجة وتدوين المعاملات المالية، والعقود، والأصول المادية، ومعلومات سلسلة التوريد، وما إلى ذلك. لا يوجد شخص واحد أو جهة واحدة مسؤولة عن السلسلة بأكملها، بل إنه مفتوح ويمكن للجميع في السلسلة مشاهدة تفاصيل كل سجل أو ما يعرف باسم كتلة، وتتبع المعلومات عبر شبكة آمنة لا تستدعي التحقق من طرف ثالث.

تساعد تكنولوجيا بلوك تشين على الحفاظ على قوائم مقاومة للتلاعب في سجلات البيانات المتنامية باستمرار، وتتيح تبادلاً آمناً للمواد القيمة كالأموال أو الأسهم أو حقوق الوصول إلى البيانات. وخلافاً لأنظمة التجارة التقليدية، لا حاجة لوسيط أو نظام تسجيل مركزي لمتابعة حركة التبادل، بل تقوم كل الجهات بالتعامل مباشرة مع بعضها البعض.

6.3. خدمة الدفع الإلكتروني: عبر الإنترنت (بالفرنسية: e-Payment) تمكن خدمة الدفع الإلكتروني عن

طريق بطاقة الدفع الإلكتروني، سواء من قطاع الأعمال أو الأفراد، من تسديد المستحقات المترتبة على الخدمات إلكترونياً من أي مكان وفي أي وقت، من خلال عدة خيارات، وتعد بوابة الدفع الإلكتروني واحدة من القنوات الإلكترونية المبتكرة لتوفير وقت وجهد العميل. تعد خاصية الخصم المباشر من الحساب المصرفي عبر البنوك للشركات أو الأفراد أحدث خيارات الدفع، وخياراً مناسباً لتسديد رسوم الخدمات بفضل الشراكة مع أكبر البنوك الموجودة في العالم، وهناك العديد من البنوك في طريقها للانضمام للخدمة، ويمكن لأصحاب الحسابات الجارية في أي من البنوك اختيار خاصية الخصم المباشر من الحساب، من غير أن يترتب على ذلك أية أعباء أو رسوم إضافية، مع إمكان الحصول على تقرير مالي إلكتروني.

المزايا:

✓ الحماية: خدمة مؤمنة وتضمن حقوق

✓ المشترين عبر الواب (Web Acheteurs).

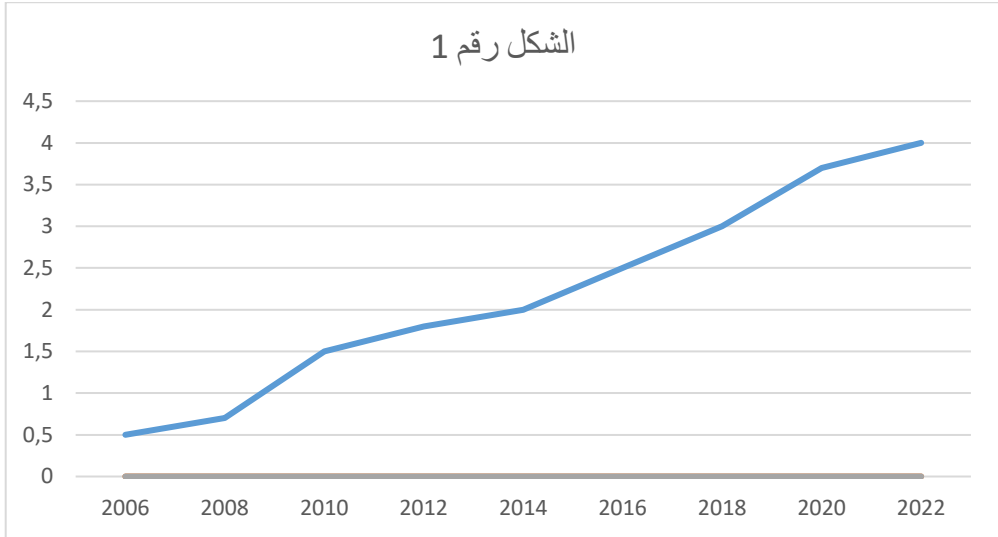
✓ السهولة: الدفع عبر الإنترنت بكل بساطة

✓ إمكانية الولوج: الولوج إلى خدمة الدفع الإلكتروني حيثما كان واينما وجد العميل 24/سا و 7 أيام/7. (kim, 2012, p. 14)

✓ الرفاهية: اقتصاد الوقت بتفادي التنقلات

7.3. تطبيقات الدفع الإلكتروني في الجزائر: يعد موضوع شائك ومعقد، حيث أنه رغم أن عمليات الدفع الإلكتروني أصبحت جزء رئيسي من الاقتصاد العالمي، والذي تقوم عليه التجارة الإلكترونية بشكل أساسي في كل دول العالم، إلا أن للجزائر تعاني بشكل كبير في هذا المجال. حيث يرى البعض أن الخدمة لا ترق لأن تكون خدمة دفع الكتروني من الأساس، ليس الوضع بهذا السوء على كل حال إلا أنه ممتلئ بالمشاكل أيضًا.

- **الشكل رقم 2** يمثل حجم الخسائر المالية (التكاليف) المقدرة التي تكبدها الاقتصاد الوطني من جراء غياب الدفع الإلكتروني خلال الفترة الممتدة من سنة 2005 إلى سنة 2022



المصدر: أثر الدفع الإلكتروني على تنمية اقتصاديات السياحة الأجنبية بالجزائر دراسة بتحليل المزايا والتكاليف مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية 2015 .

فمن خلال الشكل أعلاه يظهر حجم الخسائر المالية التي تكبدها الاقتصاد الوطني من جراء لجوء المؤسسات السياحية الوطنية لأنظمة الحجز الإلكترونية الأجنبية كبديل لهذا الغياب، بالإضافة إلى ارتفاع معدل إلغاء الحجز من قبل السائح الأجنبي، وهذا كله بسبب غياب الدفع الإلكتروني على المستوى الوطني، حيث عرفت تطورا كبيرا من سنة إلى أخرى.

7.3. تطبيقات الدفع الالكتروني في الجزائر:

كما ذكرنا، يخلو مجال الدفع الالكتروني من بصمة جزائرية، ولكن هذا لا يمنع التعاملات المالية الالكترونية في الجزائر. حيث أن هناك بعض الشركات وتطبيقات الدفع الالكتروني متواجدة في دول كثيرة في العالم. ولكن المطالبات بتوفير وسيلة دفع جزائرية إنما فقط لمزيد من الموثوقية

3.7.1. بطاقة بيونير Pioneer:

إن بطاقة بيونير ربما لا تضاف إلى قائمة تطبيقات الدفع الالكتروني في الجزائر، إلا أنها تعتبر على رأس قائمة طرق الدفع الالكتروني في الجزائر على الرغم من كونها شركة أمريكية. تعتبر الخدمة عبارة عن بطاقة ماستر كارد بنكية مسبقة الدفع، تقوم بشحنها أو الإيداع فيها عبر ماكينات الصراف الآلي، ومن ثم يمكنك استخدامها كوسيلة للدفع.

في الواقع إن أهمية خدمة بيونير لا تقتصر على أنها الخدمة الأولى والوحيدة في الجزائر التي تمكنك من القيام بالمعاملات المالية الالكترونية عبرها. بل إنها تعتبر الوسيلة للتسجيل عبر تطبيقات الدفع العالمية. ولقد تناقلت بعض المصادر أن الشركة بصدد تغيير سياساتها بشأن البطاقات المقبولة، والتي في الغالب ستقتصر على بطاقات الخصم المباشر.

3.7.2. باي بال PayPal:

بعد حديثنا عن خدمة بيونير وأهميتها، يأتي الحديث عن أبرز تطبيقات الدفع الالكتروني في الجزائر والعالم، وهي بالطبع خدمة باي بال. إن أهم ما يميز الخدمة في الجزائر هي قبولها التعامل باستخدام بطاقة بيونير التي تحتكر تقريبًا مجال بطاقات الدفع الالكتروني في الجزائر. كما تتميز خدمة باي بال بتطبيق متوفر في أغلب المتاجر الالكترونية، بسهولة وموثوقية في التعامل.

3.7.3. فايبلوس Vapulus:

إن شركة فايبلوس تعتبر واحدة من أفضل شركات الدفع الالكتروني الناشئة على مستوى العالم، وذلك لأن ما تقدمه من خدمة يعتبر متميزًا للغاية. حيث أن الشركة تعتبر مثالية للاستخدام في الجزائر، وذلك لاعتمادها في عملها على توصيلك بشكل مباشر بوسائل الدفع العالمية أيًا كان محل إقامتك أو توافر خدمة الدفع في بلدك أم لا. كما تمتلك الشركة موقع الكتروني وتطبيق غاية في السهولة بتصميمات رائعة وموثوقية عالية مما يجعلها الحصان الأسود في قائمة تطبيقات الدفع الالكتروني في الجزائر. (عمار، 2022)

8.3. مشاكل الدفع الإلكتروني في الجزائر:

إن منظومة الدفع الإلكتروني في الجزائر تحتاج للمزيد من التطورات والتحسينات فيما يتعلق بأساسيات المجال. وذلك لعدم توفر بطاقات دفع الكتروني جزائرية واضحة تسمح بالتعاملات المالية من دفع أو استقبال الأموال، وهذا بالتأكيد من شأنه أن يضعف حركة التجارة الإلكترونية في الجزائر.

ولكن بالرغم من عدم وجود بصمة جزائرية في تطبيقات الدفع الإلكتروني، إلا أن الحكومة والبنك المركزي يعملان جنبًا إلى جنب لتقليص تلك الفجوة المذكورة وتوفير سبل دفع أكثر أمانًا، كالبطاقة الذهبية المضافة لخدمة بريد الجزائر. جدير بالذكر أيضًا أن الحكومة في خطوة غير موفقة، قد حظرت استخدام العملات الرقمية أو البيتكوين بحجة افتقار عليات الدفع خلالها لمعايير الأمان (كريمة، 2017، صفحة 34)

4. المحور الثالث بؤادر السياحة الإلكترونية في الجزائر ومتطلبات تطبيقها.

دخلت الجزائر في السنوات الأخيرة في مرحلة متسارعة من خلال مواكبة التطور الهائل في مجال التكنولوجيا على المستوى العالمي وانعكاسه على الجزائر، وخاصة مع تطور نظام الجيل الثالث G3 على الأجهزة الذكية و بعده ولوج نظام الجيل الرابع G4 وتغطيته تدريجيا للتراب الوطني، حيث أن هذه التطبيقات تدخل على السياحة لتعطيها اتصالا أكثر وترويجا للمنتجات، حيث أن أغلب الفنادق في الجزائر لها مواقع إلكترونية يمكن الحجز عبرها. (علي، 2022).

إن البنية الحسنة لا يمكنها أن تعطينا ثمرة طيبة ما لم تكن مدعمة بعمل جاد ولهذا يتطلب على الجزائر اتخاذ الاجراءات اللازمة والضرورية من أجل فتح المجال لتطوير التجارة الإلكترونية إذ أن قيام السياحة الإلكترونية مربوط بقيام التجارة الإلكترونية وبالتالي فإن تطوير وتنمية السياحة مربوط بتطوير التسويق والتجارة عبر الأنترنت. وفي حال الجزائر نجد التجارة الإلكترونية ضعيفة مقارنة بالدول الأخرى والمجاورة، وبالتالي ضعف السياحة الإلكترونية كونها جزء من التجارة الإلكترونية، ومن بين النقائص والمعوقات نذكر ما يلي:

1.4. النقائص والمعوقات:

➤ غياب البيع عبر الخط يكبح السياحة الإلكترونية في الجزائر: إن بيع المنتجات والخدمات السياحية هي تجارة لا تزال بطيئة في الجزائر، حيث أن قلة المواقع السياحية المتخصصة في هذا المجال ينعكس على ذلك وحتى إن وجدت مواقع لدى بعض الوكالات السياحية أو الفاعلين في النشاط السياحي، فإنها لا تهتم كثيرا بتسويق ورواج منتجاتها فهي فقط تعرض مواعيد لرحلات ووجهات وخدمات أخرى. والسبب في ذلك يعود الى بطء عملية التجارة الإلكترونية والتعامل الرقمي في الجزائر، كما أن غياب المنافسة بين الفاعلين في السياحة لا يؤدي إلى

البحث عن التمييز واكتشاف أساليب جديدة، وابتكار طرق للتواصل مع العملاء. (لخضر، 2018، صفحة 10)

➤ **تمثيل محدود للوكالات السياحية على الخط:** لا تزال الوكالات السياحية بعيدة عن المنافسة الحديثة من منظور المنظمة العالمية للسياحة سواء عالميا أو اقليميا أو حتى مغربيا، حيث أنها من خلال المواقع القليلة الموجودة لبعض الوكالات والتي تعرض من خلالها خدماتها ووجهاتها المقترحة فقط، وقد يتجاوز البعض ذلك في طرح عملية الحجز للرحلات والفنادق الموجودة في المنطقة، في حين تغيب التطبيقات الحديثة في مواقعها. وقد قامت وزارة السياحة بمبادرة في نهاية سنة 2010 باقتراح على الوكالات السياحية القيام بشراكات عالمية مع هيئات ومؤسسات متطورة في هذا المجال. إلا أن هذه الوكالات لم تتجاوز خوفا من بعض التكاليف لتحسين مواقعها.

➤ **عدم مواكبة الفاعلين في السياحة للتطورات الحاصلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.**

➤ **غياب المقاربة ما بين قطاعي السياحة والبنوك:** تعاني السياحة الإلكترونية في الجزائر كثيرا من جراء غياب المقاربة ما بين قطاعي السياحة والبنوك، الأمر الذي جعل المؤسسات السياحية تخسر الكثير من زبائنهم، فالحجز الإلكتروني لوحده ليس كافيا لجعل المستهلك السياحي يبقى وفيا لهذه الوجهة السياحية في ظل المنافسة الشديدة الأجنبية. (لخضر، 2018، صفحة 13)

وتعتبر هذه المقاربة المتمثلة في الدفع الإلكتروني من الحلقات الضرورية التي يجب توفرها في العمل السياحي الإلكتروني، ويتم هذا من خلال ربط أنظمة الدفع الإلكتروني عبر الأنترنت بأنظمة الحجز والتوزيع، التي بواسطتها يمكن استخدام البطاقات الائتمانية والشيكات الإلكترونية في عملية التسوية الإلكترونية بين المتعاملين السياحيين والسياح عبر شبكة الأنترنت بواسطة مؤسسات معالجة البطاقات التي تسمى بوابات الدفع.

كما تساعد المتعاملين السياحيين من توسيع نطاق الأسواق السياحية بشكل عام، من خلال المساهمة في جذب سياح محتملين جدد فبواسطته يمكن التأثير وضبط السلوك المستقبلي للسائح، كما تساعدهم على رفع عائداتهم السياحية من خلال تنشيط المبيعات، وتخفيض التكاليف الثابتة، بالإضافة إلى توفير الراحة للسياح مستخدمين الأنترنت سواء من خلال توفير الوقت والجهد بالإضافة إلى انخفاض التكاليف.

إن غياب الدفع الإلكتروني في الجزائر، يعتبر من بين أهم العوامل الأساسية التي تدفع المستهلك السياحي الإلكتروني إلى إرجاء عملية الشراء الإلكتروني عبر شبكة الأنترنت، وهذا الإرجاء له أثر سلبي مباشر على المؤسسة السياحية الوطنية لأنه ليس لها أي ضمان بأن هذا السائح الذي قام بحجز خدمتها السياحية إلكترونيا لن يقوم بتغيير مواقفه الشرائية. (مبروك، 2015، صفحة 9)

لهذا فعملية الحجز الإلكتروني غير كافية للتحكم في السلوك المستقبلي للسائح مستخدم الأنترنت. فمعظم السياح مستخدمي الأنترنت غالباً ما يقومون بتغيير خطط رحلاتهم الأصلية بغية تعظيم فوائدهم بما يحقق رغباتهم ويتناسب مع إمكانياتهم وهذا أثناء مرحلة التخطيط. وهذا بسبب الحرية النسبية المفترضة في تصرفات السياح في ظل غياب الدفع الإلكتروني، وهو يعتبر أيضاً من بين أهم الأسباب التي تدفع بالسائح إلى تغيير وجهته السياحية. حمد بن ذهبية،

2.4. استعمال وسائل الدفع الإلكتروني في المؤسسات السياحية:

وعياً بأهمية الدفع الإلكتروني باعتباره حلقة ضرورية لإتمام المبادلات الإلكترونية وبالتالي إعطاء دفعة للسياحة الإلكترونية، فإنه تم التوقيع على اتفاق تعميم استعمال وسائل الدفع الإلكتروني في المؤسسات السياحية بين قطاعي السياحة والبريد والاتصالات السلكية واللاسلكية بهدف تحسين نوعية الخدمات التي توفرها الفنادق والتقليل من المعاملات النقدية والتقليدية. الاتفاقية تمت في يوم الاثنين 07 سبتمبر 2020 بالجزائر العاصمة. (واقع تطبيق مبادئ السياحة الإلكترونية، 2022)

وتم إبرام هذا الاتفاق بين متعاملي القطاع السياحي وهم مجمع فنادق و سياحة وحمات معدنية (groupe HTT) والديوان الوطني للسياحة ont و سياحة وأسفار وكذا الفدرالية الوطنية لمستغلي الفنادق FNH والفدرالية الوطنية للجمعيات السياحية FNAT من جهة ومؤسسة بريد الجزائر من جهة أخرى، تحت إشراف وزير السياحة والصناعات التقليدية والعمل العائلي، ووزير البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية.

تهدف الاتفاقية إلى تبني تقنيات الدفع الإلكتروني التي تتيح لمرتادي هذه المؤسسات إمكانية تسديد قيمة الخدمات المقدمة لهم دونما الحاجة إلى حمل أو تداول السيولة النقدية.

وبموجب هذا الاتفاق، تسهل مؤسسة بريد الجزائر فتح الحسابات البريدية الجارية لصالح متعاملي المؤسسات السياحية، كما توفر مرافقة لهم في تنصيب أجهزة الدفع الإلكتروني (TPE) التي تشتغل بواسطة بطاقة "الذهبية".

3.4. المتطلبات العامة لتطبيق السياحة الإلكترونية:

تحتاج السياحة الإلكترونية إلى توافر عدة متطلبات حتى يمكن تطبيقها وبالأخص في الدول النامية، ولا ترتبط هذه المتطلبات بالبنية السياحية القائمة، وإنما تتجاوز ذلك لتشمل الإطار المؤسسي والتنظيمي والمنظم التي تساعد على تقبل المجتمع والأشخاص لفكرة التجارة الإلكترونية في مجملها.

للعمل، والبنية التشريعية في مجال التجارة الإلكترونية، والتقدم في بنية تكنولوجيا المعلومات وأخيرا لبنية ثقافية

1.3.4. توفر إطار مؤسسي وتنظيمي: يتعلق هذا الجانب بأهمية التعاون بين مؤسسات الحكومة وبعضها البعض وكذلك الشراكة مع القطاع الخاص و المجتمع المدني عن طريق إبراز المزايا التي تعود على كل فاعل من جراء تطبيق نظم التجارة الإلكترونية في مجال النشاط السياحي فوجود حوار بناء ما بين المؤسسات وبعضها البعض يساعد على خلق بيئة صحية ومواتية لتنفيذ المشروعات، حيث يمكن للحكومات ممثلة في وزارة السياحة والهيئات المعنية أن تقدم الدعم المادي للشركات و الوسطاء السياحيين المختلفين من أجل استعمال تطبيقات الانترنت في مجال عملها، وكذلك توفير قواعد بيانات تفصيلية عن الموارد السياحية و المنتج السياحي ودعم المواقع الإلكترونية الخاصة بتلك الصناعة (بن يريح، 2018 ، صفحة 10)

2.3.4. وجود قانوني محدد على المستويين الدولي والمحلي:

يمكن تحديد أهم المتطلبات القانونية اللازمة لتنظيم السياحة الإلكترونية فيما يلي:

- وجود نظام قانوني متكامل للمعاملات الإلكترونية على الصعيدين الدولي والوطني بتكاتف 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 تتلاءم مع الأشكال المستحدثة التي فرضتها السياحة الإلكترونية مثل الشركات السياحية الإلكترونية.
 - وضع القواعد الخاصة بتنظيم التوقيع الإلكتروني والدفع الإلكتروني وغيرها من وسائل الدفع ووسائل المعاملات الإلكترونية.
 - وضع تشريعات قانونية خاصة بتنظيم عمل المرشدين السياحيين تشمل بيان التزاماتهم وشروط العمل، مع مراعاة ضرورة تكوينهم في مجال الوسائل التكنولوجية الحديثة والتعامل مع أجهزة الحاسب الآلي وشبكة الانترنت بوصفهما الأداة الحقيقية للسياحة الإلكترونية.
 - زيادة حوافز الاستثمار السياحي رؤوس الموال الوطنية والأجنبية للدخول بجدية في مجالات السياحة مع زيادة هدف الحوافز لشركات التي تعمل في مجال السياحة الإلكترونية والتي ستصبح من أهم محددات اتجاهات لطلب السياحي العالمي مستقبلا.
 - توفير بنية تكنولوجية معلوماتية متطورة
- حيث يشتمل هذا الشرط على:

- تطوير الهياكل القاعدية في مجال الاتصال خاصة توفير الانترنت بالشكل المناسب، بما يسمح باستقطاب خلال مواقع الانترنت. أكبر عدد ممكن من مستعملي هذه الوسيلة وتنوع أماكن الوصول إلى المعلومة السياحية الإلكترونية، من تنوع المواقع الإلكترونية السياحية وتنوع العروض السياحية بالشكل الذي يتيح لرواد الانترنت التمتع بعروض سياحي
- العمل على تطوير وتشجيع إيجاد وسطاء الكترونيين يعملون في مجال السياحة الإلكترونية، سواء تعلق الأمر بالفنادق، شركات النقل، وكالات السفر، والمرشدين السياحيين.
- إيجاد مؤسسات جديدة تعمل في مجال التنشيط السياحي واجتهاد المؤسسات العاملة في هذا المجال على تقديم الشركات السياحية لعروض عديدة تسمح بتلبية طلبات الزبائن. تنوع عروضها.
- تنوع لغة المواقع الإلكترونية لاستقطاب أكبر عدد ممكن من السياح الموزعين عبر بلدان العالم.
- توفير معلومات شاملة عن العروض السياحية وتسهيل فهمها من طرف المتصفح للمواقع الإلكترونية.
- توفير إمكانيات الاستفادة من تطبيقات الانترنت للحصول على تذاكر السفر الحجز بالفنادق، تأجير السيارات
- تشجيع العمل في القطاع السياحي من خلال زيادة حوافز الاستثمار في السياحة الإلكترونية. (م علي نخلة، 2002، صفحة 3)

3.3.4. وجود حد أدنى من استخدام التجارة الإلكترونية في المعاملات المختلفة.

4.3.4. توفير البيئة الثقافية المساندة

مؤشر تطور قطاع التكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالجزائر

2018	2010	المؤشر	نوع المؤشر
4,15	2,92	عدد مشتركى الهاتف الثابت (مليون)	مؤشر هيكلية
51,49	32,78	عدد مشتركى الهاتف النقال (مليون)	
3,06	1,15	عدد مشتركى الأنترنت في الثابت (مليون)	
19,23	0,30	عدد مشتركى الأنترنت النقال (مليون)	
145120	46231	طول شبكة الألياف البصرية (كلم)	
1050,00	104,488	حجم الخط الدولي (G bit/Seconde)	
458	459*(سنة 2013)	رقم أعمال القطاع (مليار دينار)	مؤشر اقتصادي
266301	200903	عدد المؤسسات الاقتصادية بالقطاع	
1,129	0,076	قيمة الصادرات (مليار دينار)	
242,424	86,661	قيمة الواردات (مليار دينار)	

4,67	2,86	تطور القطاع (IDI)	مؤشر عالمي
0,422	0,374	تطور الإدارة الإلكترونية (IDEG)	

المصدر: وزارة البريد وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، الجزائر 2019

من وجهة نظر مطلقة وليست نسبية، تظهر أرقام الجدول تطورا ملحوظا في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات خلال الفترة ما بين 2010 و2018. وهذا التطور يعود بالدرجة الأولى إلى الدعم والاستثمار العمومي في القطاع.

كما أن متعاملي الهاتف النقال الخارجيين استفادوا من التسهيلات المقدمة من طرف الدولة من أجل الرفع من استثماراتهم. إلا أنه يمكن أن نلاحظ أن رقم الأعمال في القطاع قد عرف تطورا من سنة 2010 قبل أن ينخفض سنة 2017 و2018 ليعود إلى ما كان عليه سنة 2010، ويعود هذا إلى سببين: الأول يخص الأزمة الخاصة بالمتعامل ORASCOM الذي باع حصته إلى مستثمر روسي قبل أن تقوم الدولة بإعادة شراء حصته، وأما الثاني فيخص تشبع السوق الجزائرية ما سبب بعض الركود في أعمال القطاع خصوصا بعد انهيار أسعار النفط وتقليص الاستثمار العمومي.

الخاتمة:

مثل معظم القطاعات الاقتصادية، يجب أن تتكيف السياحة اليوم مع التحول الرقمي وسلوك المستهلك الجديد. في الواقع، فإن المعلومات الرقمية للخدمات تخاطر بجعل العديد من المهن بالية، خاصة داخل وكالات السفر.

قرينًا، لن يضطر العملاء إلى القدوم لحجز رحلاتهم أو وسائل النقل أو الفنادق. وبالتالي، فإن التحول الرقمي سيجبر شركات السياحة على تغيير أنشطتها الإدارية وأساليب عملها من خلال التطبيق الفعال لتقنيات المعلومات الجديدة والذكاء الاصطناعي، وأنه لا يمكن تحويل المحتوى السياحي كممارسة معيشية للاكتشاف الشخصي في عالم الطبيعة، لذلك جوهر التجوال الجسماني سيبقى، وإلا ستفقد السياحة معناها الجوهري. ومع ذلك، فإن المعاملات الرقمية للخدمات المختلفة (السفر، والإقامة، والمطاعم، والترفيه، وما إلى ذلك). تساعد في توسيع الأسواق وتقليل التكاليف وإعطاء العملاء المزيد من الخيارات، مما يمنح الشركات فرصًا جديدة لزيادة قدرتها التنافسية..

ولقد خلصت دراستنا لعدة نتائج نذكر أهمها

1. المعاملات الرقمية وتطبيقات الدفع الالكتروني لها تأثير كبير في دفع نمو وتفعيل القطاع السياحي محليا

ودوليا

2. لا يزال القطاع السياحي في الجزائر بعيد كل البعد عن استغلال التكنولوجيا الحديثة وتقنيات الذكاء الصناعي لاسيما السياحة الافتراضية التي نجد لها بعيدة كل البعد عن المواقع الحكومية لترويج للوجهة السياحية
3. عدم إدراك القائمين على القطاع السياحي بالجزائر بأهمية هذا النوع من التكنولوجيا خاصة في ظل التطور الرهيب التي تعرفه والتسابق والتنافس الحاد بين الدول المصدرة للخدمات السياحية

بناء على النتائج السابقة نقترح التوصيات التالية

- ✓ إنجاز دليل سياحي الكتروني في شكل تطبيق على الهواتف النقالة باشتراك مؤسسات ناشئة مسيرة من طرف الشباب من خلال تقديم أفكار مبدعة في الاسفار وفي الترويج للوجهة السياحية الجزائرية.
- ✓ انشاء شبكة الانترنت والاكسترنات.
- ✓ مشروع البوابة الرقمية الخاصة بتسيير القطاع السياحي والصناعات التقليدية.
- ✓ تحديث للأرضيات: الخاصة بالوكالات السياحية، والخاصة بمتابعة المشاريع الاستثمارية.
- ✓ انشاء منصة رقمية للمرشدين السياحيين.
- ✓ انشاء مواقع الكترونية للتكوين والتعليم عن بعد، وتزويدها بمكتبات الكترونية.
- ✓ انشاء نظام معلومات خاص بقطاع الصناعات التقليدية بالتعاون مع وزارة البريد وتكنولوجيا الاعلام والاتصالات
- ✓ انشاء تطبيق web-Sigg وهو نظام معلومات جغرافية يسمح بإظهار نتائج البحث المشار اليها على الخريطة الخاصة بكل ولاية (مثلا بحث حول الوكالات، المراكز الحموية، الفنادق... وغيرها).

المراجع

1. anglla kim, (2012), do social media marketing activists enhances, journal of business research volume
2. احمد حبيب بلال عبد الله موسى، (2019)، الذكاء الاصطناعي في تقنيات العصر، القاهرة: المجموعة العربية لتدريب والنشر ص 45
3. احمد علي، (2022)، تم الاسترداد من www.vapulus.com/ar
4. السعيد بن لخضر، (2018)، الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة لتحقيق السياحة الرقمية وواقعها في السياحة الجزائرية، مجلة أفاق علوم الادارة والاقتصاد، المجلد الثاني، العدد الثاني ص 13 .

5. بن تريح بن تريح واخرون، (2018)، واقع وافاق صناعة السياحة في الجزائر، واقع السياحة بالجزائر في ظل تطبيق استراتيجية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية S.D.A.T: بين الواقع والمأمول، الأغواط، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر: ملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر ص 10 .
6. صراع كريمة، (2014)، واقع وافاق التجارة الالكترونية في الجزائر، مذكرة مقدمة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، الجزائر ص34 .
7. صلاح الدين خريوطي،(2004)، الاستثمار في المؤسسة المصغرة ودوره في التنمية المحلية بمنطقة الجنوب، سوريا: دار النشر لرضا ص 14 .
8. عبد الله العياشي واخرون، (2014)، السياحة والتنمية السياحية، برج بوغريج الجزائر: دار النشر جيطلي ص.
9. عبد الله بن سليمان العمار، (2009)، السياحة الالكترونية، كل الوطن ص18
10. عبد الله قلش، (2007)، الاقتصاد الرقمي ومساهمته في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، الشلف: كلية العلوم الاقتصادية والتسيير ص 25.
11. كيف يمكن العمل على تطوير السياحة الداخلية، (2020)، تم الاسترداد من <https://www.ts3a.com/42248>
12. محمد البشير ميروك، (2015)، أثر الدفع الإلكتروني على تنمية اقتصاديات السياحة الاجنبية بالجزائر، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية ص . 9
13. محمد علي نخلة (2002)، الخدمات الالكترونية والتحول الحاصل في تكنولوجيا المعلومات، مجمع أعمال المؤتمر العلمي العربي حول آفاق الأعمال الالكترونية والاقتصاد العربي، بيروت، قصر المؤتمرات الأونيسكو، لبنان: مصرف لبنان ص3 .
14. نضال عمار، (2022)، تم الاسترداد من <https://www.economicarab.com>
15. واقع تطبيق مبادئ السياحة الالكترونية، (2022)، تم الاسترداد من <http://JILIRC/om>