

دروس مستفادة من تجارب دولية في السياحة الإلكترونية ومتطلبات تفعيل الأعمال الإلكترونية في القطاع السياحي بالجزائر

Lessons learned from international experiences in e-tourism and the requirements for activating e-business in tourism in Algeria

أسامة ياحي^{1*}، حميد قارة عشيرة²

¹ جامعة حسيبة بن بوعلي شلف (الجزائر)

² جامعة حسيبة بن بوعلي شلف (الجزائر)

تاريخ الاستلام (Received): 2023/04/26 : تاريخ المراجعة (Revised): 2023/05/05 : تاريخ القبول (Accepted): 2023/05/31

ملخص : هدفت هذه الدراسة إلى إبراز دور وأهمية تنشيط السياحة الإلكترونية باستعمال المعاملات الإلكترونية لذا ومن أجل الإحاطة بمختلف جوانب الموضوع تم صياغة الإشكالية الآتية: ماهي نماذج المعاملات الإلكترونية التي تساهم في تفعيل السياحة الإلكترونية وكيف يمكن تطبيقها في الجزائر؟
واستخدم المنهج الوصفي والتحليلي للإجابة على إشكالية الدراسة وذلك بالتطرق لخلفية نظرية حول السياحة الإلكترونية وكذا آليات تنشيطها وبعدها عرض تجارب دولية رائدة والدروس المستفادة منها لتطبيقها في الجزائر مع الإشارة إلى جائحة كوفيد 19. وتوصلت الدراسة إلى عرض نموذج مقترح لنجاح وتفعيل السياحة الإلكترونية في الجزائر، وذلك بمعالجة جميع النقائص الموجودة.

الكلمات المفتاح : سياحة إلكترونية : معاملات إلكترونية : تجارب دولية : الجزائر.

تصنيف JEL : L81 : Z32

Abstract: This study aimed to highlight the role and importance of e-tourism by using electronic crafts, and then to enumerate various aspects. The following problem was formulated: What are the electronic models that contribute to the activation of e-tourism, and how can it be in Algeria? Using the descriptive and analytical approach to answer the problem of the study by focusing on a theoretical background on e-tourism, as well as its operation, and then presenting experiments and methodologies for their application in Algeria with reference to the Covid 19 pandemic. The study concluded with presenting a suggested model for the success and activation of electronic tourism in Algeria by addressing all existing shortcomings.

Keywords: e-tourism; Electronic transaction; International experiences; Algeria.
Jel Classification Codes : L81; Z32

* Corresponding author, e-mail: o.yahi@univ-chlef.dz

1- تمهيد :

طلبت المعاملات الالكترونية على جل دول العالم، فأصبحوا يتعاملون بمفهوم الادارة الالكترونية ومنهم من وصل إلى الحكومة الالكترونية، وذلك برقمته جميع القطاعات باستعمال أحدث ما وصلت إليه تكنولوجيا الاعلام والاتصال، إذ يعتبر القطاع السياحي من أبرز الأنشطة الاقتصادية المدرة للإيرادات لاسيما في البلدان التي تتمتع بمقومات سياحية جاذبة للسياح، كما انها تعتبر العصب الرئيسي و القلب النابض لباقي القطاعات الأخرى ، فانتعاش السياحة يؤثر على كل القطاعات ويزيد من نشاطها ومردوديتها، كما أن الوجهات السياحية أصبحت مؤشرا هاما على مدى تطور الدول في جميع المجالات، بحيث أصبح السائح يتوجه للدول الأكثر تطورا لاكتشاف حضاراتها وما وصلت إليه من تقدم رغبة منه في تلبية حاجاته ورغباته السياحية والاطلاع أكثر إلى ما وصلت إليه الشعوب المتقدمة ظنا منه أنه سيجد فيها أكثر مما يتوقعه وهذا نظرا لتقدم هذه الدول في جميع القطاعات. ويشهد العالم اليوم ثورة تكنولوجيا ورقمية هائلة مست جميع المجالات، وقطاع السياحة من بين القطاعات التي تأثرت كثيرا بما وصلت إليه تكنولوجيا الاعلام والاتصال، بحيث استعملت لتسهيل انتقال المعلومات والوصول إلى السواح المحتملين بغض النظر عن بعد المسافات، كما أن الكثير من الخدمات السياحية أصبحت تقدم إلكترونيا وعن بعد دون الحاجة إلى الانتقال (الحجز في الفنادق، تذاكر السفر، تسديد المستحقات، التعرف على الوجهات السياحية لكل بلد، الاستعلام المسبق عن الخدمات والوجهات السياحية... إلخ). فأصبح هناك انتقال سلس للمعلومات في بيئة رقمية إلكترونية، واستعملت كميزة تنافسية لاستقطاب أكبر عدد ممكن من السواح.

والجزائر كغيرها من الدول تسعى إلى الاستفادة من مزايا الادارة الالكترونية بالعمل على تطبيقها على كل القطاعات، وخاصة في القطاع السياحي الذي أصبح يعرف بصناعة السياحة، فضمن هذا الواقع المعاش وفي بيئة تنافسية شرسة، وفي وقت أصبح فيه جذب السائح المحلي صعب المنال، بغض النظر عن السائح الأجنبي الذي يتوفر على خيارات كثيرة في بيئة رقمية تسهل المقارنة واختيار أحسن العروض، ولمعالجة هذا الموضوع نطرح الإشكالية التالية:

ماهي نماذج المعاملات الإلكترونية التي تساهم في تفعيل السياحة الإلكترونية وكيف يمكن تطبيقها في الجزائر؟

فرضية الدراسة:

من خلال الإشكالية يمكن طرح فرضية للدراسة والمتمثلة في:

- رقمنة المعطيات باستعمال مختلف الوسائط التكنولوجية ونشر المعلومات المجمعة إلكترونيا عبر الأنترنت يساهم في تفعيل السياحة الإلكترونية.

المنهج المتبع في الدراسة: قمنا باتباع المنهج الوصفي التحليلي لمعالجة الإشكالية المطروحة في الدراسة.

أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى البحث عن أسباب ومتطلبات نجاح وتفعيل المعاملات الالكترونية في القطاع السياحي بالجزائر وذلك باقتراح نموذج مناسب وعرض تجارب بعض الدول.

أهمية الدراسة: تستمد أهمية دراستنا من أهمية القطاع السياحي مع حتمية التوجه التكنولوجي لإستقطاب السائح المحلي والاجنبي في ظل بيئة تكنولوجية تنافسية.

الدراسات السابقة: للإحاطة بموضوع الدراسة سوف يتم عرض الدراسات السابقة الآتية:

دراسة صباح الحسييني، السياحة الالكترونية وأهمية تطبيقها في محافظة كربلاء، الواقع والمأمول، مجلة الباحث، العدد 23، 2018، (دراسة مقارنة).

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز أهمية السياحة الالكترونية كمورد اقتصادي فعال، وذلك عبر عرض تجربتين، الاولى في قارة أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية، ومقارنتها بالإمارات العربية المتحدة، وتوصلت الدراسة إلى أنه لازال ينقص الامارات العربية المتحدة بعض الاستعدادات لتطوير السياحة الالكترونية (عدم الاهتمام بالموارد الثقافية والطبيعية، نقص الاهتمام بالجانب التكنولوجي) وخلصت الدراسة إلى الوقوف على جملة من التوصيات أهمها:

- تسهيل إجراءات السفر، الإقامة وتأشيرة الدخول؛

- تطوير البنية التكنولوجية عبر خفض سعر الاشتراك بالأنترنت مع التأكيد على الجودة؛

- الاهتمام الأوسع بالموارد الطبيعية مع الاستثمار الواسع من الدولة والخواص.

دراسة حدة عمري، التسويق الالكتروني للخدمات السياحية وأثره في دعم القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، دراسة عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في القطاع السياحي بولاية بسكرة، أطروحة دكتوراه علوم غير منشورة في علوم التسيير بجامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017/2018.

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن واقع تبني المؤسسات السياحية الصغيرة والمصغرة لولاية بسكرة لوسائل التسويق الإلكتروني في القيام بمهامها التسويقية بالتطبيق على عينة عشوائية من الفنادق والوكالات السياحية بالمنطقة. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين استعمال التسويق الإلكتروني في القطاع السياحي وأبعاد القدرة التنافسية، كما كشفت الدراسة عن وجود بعض المعوقات التي تواجه تبني المؤسسات السياحية للتسويق السياحي الإلكتروني، أهمها ضعف البنية التحتية التقنية إضافة إلى الذهنية السلبية للزبون ومكتسباته القبلية عن التعاملات الإلكترونية.

1- خلفية نظرية عن السياحة الإلكترونية :

1.1- تعريف السياحة الإلكترونية :

تعرف السياحة الإلكترونية على أنها نشاط البيع والتسويق للمنتجات والخدمات السياحية من خلال الوسائط الإلكترونية، وهي تضم كل المؤسسات الفاعلة في مجال السياحة في الفضاء الافتراضي من خلال بوابات ومنصات إلكترونية متخصصة، وبهذا فهي تتركز على ثلاثة جوانب أساسية: الاعلام الإلكتروني، الحجز الإلكتروني والدفع الإلكتروني. (أوران، 2019، صفحة 179)

هي نمط سياحي يتم فيه تنفيذ بعض معاملاته التي تتم بين المنظمات السياحية والمستهلك السياحي باستخدام تقنيات المعلومات والاتصالات، بحيث تتلاقى فيه العروض السياحية مع رغبات السائح في قبول هذه الخدمات عبر شبكة الانترنت. (جواد عبد الحسين، 2017، صفحة 303)

تعريف شامل:

من خلال التعاريف السابقة ومراجعة أدبيات الدراسة يمكننا تعريف السياحة الإلكترونية على أنها استعمال تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في القطاع السياحي، وذلك برقمنة عمليات وسلاسل القيمة في السياحة، المطاعم، الضيافة والسفر.

2.1- أهمية السياحة الإلكترونية:

- للسياحة الإلكترونية أهمية كبيرة في تطوير القطاع السياحي نذكر أهمها فيما يلي: (شني وعتو، 2020، صفحة 225)
- تيسير وتسهيل تقديم المعلومات التي تعتمد عليها صناعة السياحة؛
- انخفاض الاسعار عن طريق التقليل من تكاليف الخدمات السياحية المقدمة؛
- زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات السياحية؛
- تعتبر السياحة الإلكترونية مقياسا هامال إبراز مدى التقدم التكنولوجي للبلدان؛
- بروز أنشطة سياحية مبتكرة تتماشى مع جميع أنواع العملاء مع المساهمة في تطوير المنتج السياحي؛
- السياحة الإلكترونية تجعل السائح يعيش تجربة السفر إلكترونيا من خلال المواقع الإلكترونية، مما يزيد من عنصر التشويق والترغيب. (كواش و قمرأوي، 2013، صفحة 37)

3.1- مرتكزات السياحة الإلكترونية :

- هناك عدة نقاط ارتكاز تقوم عليها السياحة الإلكترونية، نلخص أهمها في النقاط التالية: (الحسيني، 2018، صفحة 202)
- وجود بنية تكنولوجية متينة وواسعة في مجال المعلوماتية والاتصالات؛
- وجود نظم التأمين اللازمة التي يمكن الوثوق بها في تنفيذ المعاملات الإلكترونية السياحية قصد درء المخاطر التي يمكن أن تنتج جراء استعمال هذه التطبيقات التكنولوجية؛
- وجود بنية تشريعية متكاملة تنظم المعاملات الإلكترونية في المجال السياحي في إطار التجارة الإلكترونية؛
- توفر طرق دفع الكترونية فعالة وأمنة لإتمام المعاملات المصرفية.

2- آليات تنشيط السياحة الإلكترونية :

تقوم السياحة الإلكترونية على العديد من المتطلبات والمراحل، وكذا الدوافع لتنشيطها وهذه الجزئية ستعمل على ذكرها:

1.2- متطلبات تفعيل السياحة الإلكترونية: من أجل تفعيل السياحة الإلكترونية يتوجب توفر مجموعة من المتطلبات نلخصها فيما يلي: (ابراهيم حمد، 2013، صفحة 1045)

- توفر إطار مؤسسي وتنظيم؛
- وجود إطار قانوني محدد على المستويين الدولي والمحلي؛
- التقدم في مجال بنية تكنولوجيا المعلومات والاتصال؛
- وجود حد أدنى لاستعمال التجارة الإلكترونية في المعاملات المختلفة؛
- توفير البيئة الثقافية المساندة،

2.2- مراحل تفعيل السياحة الإلكترونية :

هناك أربعة مراحل أساسية لتطبيق وتجسيد السياحة الإلكترونية نلخصها فيما يلي: (بوعويّنة، 2016، صفحة 60)

- تجميع المعطيات السياحية (العروض السياحية، الأسعار، الخرائط، التقارير،... إلخ)؛
- رقمنة المعطيات باستعمال مختلف الوسائط التكنولوجية؛
- نشر المعلومات المجمعة إلكترونياً عبر الأنترنت وعبر الوسائط الإلكترونية؛
- تزويد الهيئات، الوكالات السياحية والمؤسسات السياحية والفندقية بواسطة أنترنت سريعة.

2.3. السياحة الجوّالة: Mobile Tourism

هي استعمال أحدث الحلول التكنولوجية في المجال السياحي، من خلال التطبيقات التي يتم تحميلها على الهاتف المحمول، وهي عبارة عن تلقي وإرسال البيانات والخدمات السياحية عبر الاتصالات اللاسلكية ومرافقة السائح قبل، أثناء، وبعد تنقله للسياحة. (أوران، 2019)

2.4. دوافع استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في القطاع السياحي :

هناك عدة عوامل أدت إلى استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في قطاع السياحة قصد تطويره والوصول إلى جذب السواح، وفيما يلي أهم هذه العوامل: (بختي وشعوبي، 2009_2010، صفحة 281)

- رغبة مدراء الأعمال في التعريف بمنتجاتهم السياحية لأكثر عدد ممكن من السواح المحتملين بأقصى سرعة ممكنة وبأقل التكاليف؛
- تقديم خدمات إلكترونية مميزة للسائح من حيث السرعة، الدقة، السهولة وفي الوقت المناسب؛
- إمكانية استهداف شريحة سوقية متصلة بالأنترنت ودون عناء الانتقال إليها؛
- الحصول على معلومات عن الخدمات السياحية المناسبة؛
- الانفتاح على السوق المحلي، الإقليمي والدولي؛
- التخفيض من مصاريف الترويج مما ينعكس على التكلفة وبالتالي على السعر؛
- إمكانية ابتكار منتجات سياحية تنافسية؛
- إمكانية اختراق أسواق جديدة؛
- سهولة المتابعة والتسيير بالنسبة للمؤسسات السياحية الكبيرة والتي تحتوي على فروع.

II - الطريقة والأدوات :

سنحاول عرض بعض نماذج وطرق السياحة الإلكترونية في كل من المملكة العربية السعودية، تونس، والإمارات العربية، وكذا بعض الدول الأجنبية لنشتق بعد ذلك نموذج لتفعيل ونجاح السياحة الإلكترونية في الجزائر.

1. بعض أساليب السياحة الإلكترونية العربية :

سنحاول عرض بعض نماذج وطرق السياحة الإلكترونية في كل من المملكة العربية السعودية، تونس والإمارات العربية، لنشتق بعد ذلك نموذج لتفعيل ونجاح السياحة الإلكترونية في الجزائر.

1.1. أساليب السياحة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية :

تعتمد المملكة السعودية على العديد من الأساليب التي تستعملها في السياحة الإلكترونية نذكر منها:

- **نظام العمرة الإلكتروني:** يعمل هذا النظام على إصدار تأشيرات العمرة بطريقة آلية، بحيث تقوم وكالات الحج والعمرة بالخارج بطلب التأشيرة إلكترونياً عبر شبكة الأنترنت لتتم معالجة الطلبات آلياً وإصدار التأشيرات خلال 24 ساعة مع إمكانية التسديد إلكترونياً، ويرتبط بالنظام أكثر من 2000 نقطة اتصال عبر 150 دولة في شتى أنحاء العالم، حيث استطاع النظام خلال عام 1428 هـ معالجة طلبات ثلاثة ملايين معتمر. (كواس وقمرأوي، 2013، صفحة 40)

- **التأشيرة السياحية الإلكترونية:** هي منصة إلكترونية متواجدة على موقع وزارة الخارجية توفر طلب التأشيرة إلكترونياً يتم من خلالها استقبال طلبات الزوار القادمين للمملكة العربية السعودية لطلب التأشيرة ومن خلال ذلك يقوم السائح تعبئة جميع المعلومات المطلوبة (المعلومات الشخصية - معلومات جواز السفر)، بعد ذلك يتم إظهار الشركات التأمين الطبي وإصدار بوليصة التأمين؛ ثم يقوم السائح بقراءة التعهدات والتي تتضمن لائحة الذوق العام للموافقة؛ بعدها يتم مراجعة كافة المعلومات الخاصة والتحقق من صحة البيانات ليتم اكتمال إجراءات الدفع ومتابعة حالة الطلبات من خلال الموقع ، وسيتم إبلاغ السائح على البريد الإلكتروني في حال إصدار التأشيرة بالموافقة على طلبية وإرفاق التأشيرة في البريد الإلكتروني. (وزارة الخارجية للمملكة العربية السعودية، 2021)

- **بوابة السياحة الوطنية على شبكة الانترنت:** هو موقع إلكتروني يقدم عدة خدمات سياحية إلكترونية منها الخدمات الوطنية والتي تحتوي على التأشيرة السياحية والمنصة الوطنية للرصد السياحي بالإضافة إلى تطبيقات الجوال والذي يتضمن الشكاوى والبلاغات السياحية، كما يوجد به التراخيص الإلكترونية والتي توفر معلومات عن مرافق الإيواء السياحي ووكالات السفر والسياحة ومنظم الرحلات السياحية ومكاتب حجز وحدات الإيواء السياحي وزيادة على ذلك يوفر شهادات التعريف الإلكترونية والتي بها الاستعلام عن شهادات التعريف الإلكترونية كما يقدم خدمات أخرى والتي تحتوي على كل من الاستعلام عن المعاملات الواردة والاستعلام عن المستحقات المالية ونظام التوظيف والتقدم للوظائف بالقطاع السياحي ونظام تدريب المبتعثين وبوابة منسوبي الوزارة. (وزارة السياحة السعودية، 2021)

1.1.2- السياحة الإلكترونية في تونس:

- **موقع الديوان الوطني للسياحة بتونس:** هو بوابة إلكترونية للديوان التونسي للسياحة يوفر مجموعة من الخدمات الإلكترونية جاء تحت اسم النفاذ إلى المعلومة. وقد أرست الدولة منظومة تمكن كل مواطن من النفاذ إلى المعلومة في إطار تكريس مبادئ الشفافية الإدارية (وزارة السياحة والصناعات التقليدية التونسية، 2021)

1.1.3- السياحة الإلكترونية في الامارات العربية المتحدة:

من أهم الخدمات السياحية الإلكترونية الموجودة في الامارات العربية المتحدة ما يلي: (جعفر جاسم، 2018، صفحة 176)

- **خدمة الصور:** هي صور إلكترونية متوفرة على المواقع الإلكترونية تبين بعض المواقع السياحية.
- **خدمة الكاميرا الحية:** تمكننا من مشاهدة صور ولقطات حية ومباشرة.
- **خدمة الفيديو:** من خلالها يستفيد السائح المحتمل من عروض للسياحة بالإمارات.
- **خريطة الامارات السبع:** تمكن السائح من الاطلاع على المواقع السياحية بالإمارات والطرق المؤدية إليها.
- **الدفع الإلكتروني:** إمكانية تسديد المستحقات إلكترونياً.
- **حجوزات الفنادق:** تمكن السائح من الحجز في الفنادق إلكترونياً مع إمكانية التعرف على خدمات بعض الفنادق من خلال التجول فيها بتقنية ثلاثية الأبعاد.
- **البوابة الإلكترونية للمطارات وحجوزات السفر:** هي بوابة إلكترونية تمكن السائح بالقيام بحجوزات السفر إلكترونياً. (البوابة الرسمية لحكومة الامارات العربية المتحدة، 2021)

2.1- بعض تطبيقات السياحة الإلكترونية في فرنسا:

تعتمد فرنسا على بعض التطبيقات الإلكترونية التي تساعد في تنشيط القطاع السياحي منها:

1.2.1- الموقع الرسمي للسياحة الفرنسية:

الموقع الرئيسي للترويج للسياحة الفرنسية، وهو يصدر بعدة لغات من أهمها الإنجليزية والإيطالية والعربية... الخ. ومن أهم ما يشمله هذا الموقع عرض آخر الأحداث التي تقع في فرنسا من خلال الرابط "الآن في فرنسا" ويشمل ذلك آخر المهرجانات والمناسبات والفعاليات المختلفة. ومن ضمن الروابط الهامة "وجهات" والذي يشمل عرض أهم المقاصد مثل الجبال والجزر والشواطئ السياحية الشهيرة في فرنسا مثل جبال الألب - مون بلان - شواطئ الريفيرا الفرنسية وجزيرة الريونيون... الخ. كما يقدم الموقع قائمة خاصة بالنشاطات والرحلات التي يقترحها الموقع لإشباع رغبات السواح، ومن أهمها رحلات خاصة بالهندسة المعمارية "مدينة تروا"، ورحلات خاصة باكتشاف الحرف ولقاء الحرفيين، وأخرى خاصة بالفراشة ورحلات ريفية وبحرية، وتلك الخاصة بالتعرف على المطبخ والموضة الفرنسية. وأخيراً يقدم الموقع رابط خاص بتقديم المعلومات العملية المرتبطة بالسفر إلى فرنسا "خطط لسفرك" وأهمها المعلومات المتعلقة بالمناخ والجغرافية والتنقل داخل فرنسا والتسهيلات المختلفة التي تقدمها الدولة في مجالات النقل المختلفة والحصول على التأشيرات... الخ (موقع السياحة الرسمي في فرنسا، 2021)

2.2- الدليل إلى فرنسا:

يقدم الموقع أبرز التقنيات التكنولوجية "السمعية والصوتية" في التعريف بدولة فرنسا حيث لا يعد الموقع بمثابة فقط دليل سفر إلكتروني إلى فرنسا، ولكن يحتوي على مئات الصفحات التي تقدم المعلومات المفيدة ذات الصلة بفرنسا، الصفحات الخاصة بمعلومات السياحة والسفر العملية في باريس والأقاليم الفرنسية ومعلومات القيادة والرخصة. كما يضم الموقع صفحات أخرى تتعلق بتغطية اهتمامات الطلبة والدارسين الراغبين في معرفة الحياة والثقافة والتقاليد الفرنسية، وأيضاً يمتد لأبعد من ذلك من حيث التعريف بالمعاهد والمؤسسات التعليمية الفرنسية وتقديم دورات في تعليم اللغة الفرنسية. (about-france, 2021)

2.3- موقع الحجوزات - المعلومات : OUI.scnf

يعتبر هذا الموقع من أبرز تلك المواقع التي تقدم الخدمات المختلفة الخاصة بعمل الحجوزات على وسائل النقل البرية "الحافلات والقطارات" بالإضافة إلى الحجوزات الخاصة بالإقامة في الفنادق وتقديم المعلومات المختلفة الخاصة بالسفر والمدن السياحية الكبرى داخل فرنسا من حيث عرض أبرز السياحية والمراكز التجارية وأماكن التسوق... الخ وكذلك عرض برامج خاصة بالرحلات من فرنسا إلى المدن الأوروبية الكبرى مثل لندن وأمستردام وميلان وبرشلونة، كذلك يقدم الموقع معلومات تفصيلية خاصة بالقطارات وأسعار النقل الخاصة مع عرض أمثلة خاصة بهذه الوسائل مثل - Eurosta-TGv France . (OUI.SNCF, 2021)

2.4- موقع التأشيرات الفرنسية france-visas.gouv.fr :

يقدم هذا الموقع المعلومات والتسهيلات المتعلقة بالحصول على التأشيرة لدخول الأراضي الفرنسية ويعرض خمس خطوات الرئيسية لإكمال الحصول على التأشيرة وهي: الاستفسار عن الموقف - تعبئة استمارة طلب إلكتروني - حجز موعد - تقديم الملف - تتبع الطلب، ويقدم الموقع خطوات العمل الخاصة بالتأشيرات تحت الرابط "خطتك" ويشمل أربع بنود: سياحة وإقامة خاصة - دافع مهني - الدراسة والتدريب - دافع عائلي. ويرتبط الحصول على التأشيرات السياحية بالدخول على الرابط الأول في الصفحة "معلومات عامة" تحت بند "تأشيرة الإقامة قصيرة الأجل" حيث الدخول على الرحلات الخاصة بالسياحة والترفيه بالإضافة إلى الزيارات العائلية. ويقدم الموقع خدماته بست لغات رئيسية أهمها الإنجليزية والعربية والإسبانية والفرنسية. (france-visas, 2021)

III- النتائج ومناقشتها :

بناءً على ما تم الإشارة إليه وتناوله سابقاً وما يستفاد من دروس تجارب الدولية المذكورة سابقاً سيتم تلخيص متطلبات نجاح وتفعيل السياحة الإلكترونية في الجزائر في النقاط التالية:

III.1- متطلبات نجاح وتفعيل السياحة الإلكترونية في الجزائر:

- من أجل النهوض بقطاع السياحة وتفعيل الأعمال الإلكترونية بها يتوجب ما يلي:
- إنشاء شبكة أنترنت وأنترنت مؤمنة وسريعة وبمقاييس عالمية تضمن التدفق السريع واللازم للشبكة؛
- وضع تشريعات وقوانين تنظم المعاملات الإلكترونية بصفة عامة والسياحية الإلكترونية بصفة خاصة؛
- الاستثمار الأمثل في البنى التحتية بصفة عامة (الطرق، النقل بأنواعه البري، الجوي والبحري،... الخ)؛
- فتح الباب على مصرعيه للاستثمار المحلي والأجنبي في المجال السياحي بصفة خاصة والمجالات الأخرى بصفة عامة، وهذا ما يزيد من تنافسية المؤسسات وبالتالي جودة الخدمات من جهة والنهوض بالقطاعات الأخرى المسيرة للقطاع السياحي من جهة ثانية؛
- ضمان استعمال الحد الأدنى من المعاملات التجارية الإلكترونية؛
- ضرورة الاستثمار أكثر في طرق الدفع الإلكترونية والعمل على تطويرها وتأمينها؛
- توفير البيئة الثقافية المساندة للسياحة بصفة خاصة وللمعاملات الإلكترونية بصفة عامة؛
- إنشاء تطبيقات إلكترونية تنظم العمل على المستوى الفردي وبوابات إلكترونية لتوفير المعلومات والخدمات إلكترونياً؛
- العمل على تجميع المعطيات والبيانات السياحية ورقمنتها في قاعدة بيانات خاصة ومؤمنة لاسترجاعها في الوقت والمكان المناسبين؛
- تزويد الهيئات والوكالات السياحية بشبكة أنترنت سريعة والمعلومات الكافية؛
- الاهتمام بالمقومات السياحية التي تمتلكها الجزائر (ساحلية، صحراوية وحموية) والعمل على حمايتها وتطويرها؛
- الاستثمار في السياحة المبتكرة لتوفير مقومات سياحية إضافية وفي أماكن مختلفة؛
- تشكيل مزيج تسويقي سياحي إلكتروني مناسب لكل الشرائح المستهدفة والمحتملة؛
- الاهتمام الأمثل بالمزيج الاتصالي للتعريف الجيد عن المقومات السياحية الجزائرية وجذب اهتمام شرائح سوقية مختلفة؛
- العمل بنظام التأشيرة الإلكترونية الممنوحة عن طريق الوكالات السياحية والعمل على التسريع في تقديمها قدر الإمكان؛
- إنشاء مكاتب صرف معتمدة لتسهيل بيع وشراء العملات؛
- التحديث المستمر لخرائط الطرقات والأماكن السياحية؛

- التركيز على سياحة الجوال (الهاتف الذكي) لمرافقة السائح وإرشاده.

2- نموذج تفعيل السياحة الإلكترونية في الجزائر:

بناء على ما سبق يمكن إقتراح نموذج تفعيل السياحة الإلكترونية بالجزائر كما في الشكل 01.

3. السياحة الإلكترونية وأزمة الوباء العالمي كوفيد 19:

عدلت منظمة السياحة العالمية توقعاتها لعام 2020 بشأن السياحة الدولية الوافدة، حيث أصبحت سلبية تمثل تراجعاً يتراوح بين 1% و3%، مما يترجم إلى خسارة تقدر بما يتراوح بين 30 و50 مليار دولار أمريكي في عائدات السياحة الدولية، عما قبل تفشي فيروس كوفيد-19، فكانت المنظمة تتوقع نمواً بنسبة تتراوح بين 3% و4% للعام الجاري.

وحسب هذا التقرير الذي أعدته منظمة السياحة العالمية فإن تأثير قطاع السياحة الإلكترونية ناتج عن تأثير السياحة ككل كما أنها دعت للاستعداد والانتعاش، وذلك عبر تقديم الدعم المالي والسياسي لتدابير الانعاش بواسطة السياحة، وإلى إدراج دعم هذا القطاع في خطط وإجراءات الانعاش على نطاق أوسع في الاقتصادات المتضررة (UNWTO, 2021).

IV- الخلاصة:

من أجل نجاح وتفعيل السياحة الإلكترونية في الجزائر يتحتم علينا الالتزام بالنقاط المذكورة سابقاً، لكن الملاحظ أنه لازلنا بعيدين كل البعد على الوصول إلى ما وصلت إليه الدول المتقدمة، وهذا راجع لاعتماد الجزائر على الريع البترولي وإهمال المجالات الأخرى المدرة للإيرادات (السياحة، الزراعة... إلخ)، كما تجدر الإشارة إلى أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تساعد كثيراً في النهوض بالقطاع السياحي وجذب شرائح سوقية مختلفة، وذلك باختراق أسواق محلية وأخرى عالمية، وخاصة في السياحة الصحراوية لما تتميز به عن باقي الدول الأخرى مع التقليل في التكلفة والجهد والوقت بسبب استعمال الوسائط الإلكترونية.

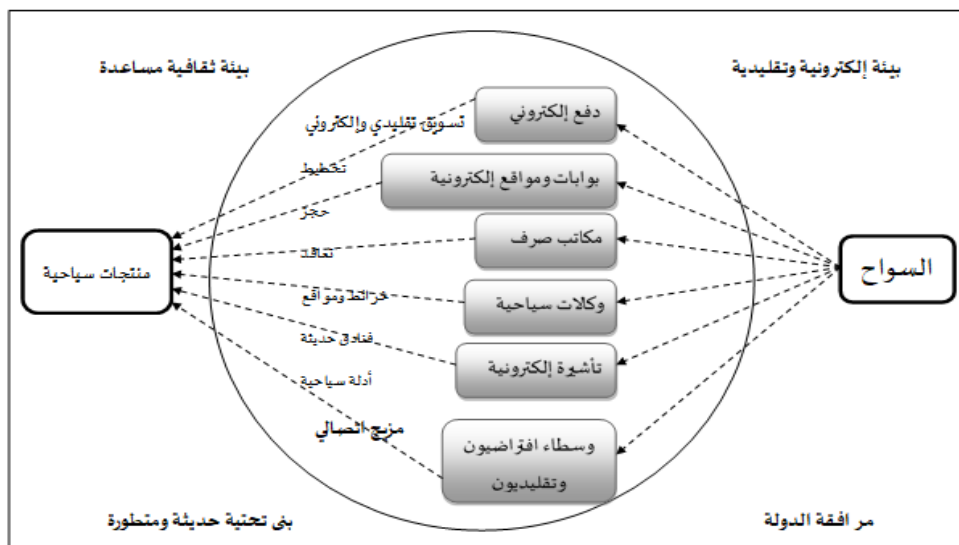
وهذا رغم الجهود الكبيرة المبذولة في هذا المجال بهدف إيجاد حلول ولو مؤقتة لهذه المشكلة، إلا أنه ما زالت القضية لم تسوى بصورة نهائية، حيث تخلق السياحة الإلكترونية تحديات نوعية تحتاج إلى توحيد الجهود الدولية في مختلف الميادين لتقديم الحلول، ومن بين هذه التحديات نجد:

- مشروعية بعض التعاملات الإلكترونية خاصة وأن بعض الأنشطة الإلكترونية تكون مشروعة في دولة ما وغير مشروعة في دولة أخرى.

- الاعتماد على تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة في القطاع السياحي لتنشيط وتفعيل السياحة الإلكترونية.
- رقمنة كل القطاعات التي لها صلة وطيدة بقطاع السياحة وتنشيط المعاملات الإلكترونية عبر مختلف الوسائط.
- ضرورة الاستخدام الأمثل لوسائل الدفع الإلكترونية في مختلف المعاملات التجارية لتنشيط السياحة.

- ملاحق:

شكل 01: نموذج مقترح لنجاح وتفعيل السياحة الإلكترونية في الجزائر



المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على أدبيات الدراسة

- الإحالات والمراجع :

أولا: المراجع العربية

- [1] إبراهيم حمد، س. (2013). التسويق السياحي الإلكتروني وأثره على مستوى أداء الخدمات في صناعة الضيافة، دراسة تطبيقية على فنادق الدرجة الممتازة في العراق. مجل بابل /العلوم الانسانية. 21(4) ،
- [2] البوابة الرسمية لحكومة الامارات العربية المتحدة. (2021, 01 25). تاريخ الاسترداد 04 جانفي، 2021. من <https://u.ae/ar-ae/information-and-services/passports-and-traveling/flying-out-of-the-uae>
- [3] الحسيني، ص. (2018). السياحة الالكترونية وأهمية تطبيقها في محافظة كربلاء، الواقع والمأمول. مجلة الباحث. (23)
- [4] أوران، ه. (2019). التحديات القانونية لصناعة السياحة في العصر الرقمي. د. ج. قطر (Ed.)، المجلة الدولية للقانون (عدد خاص).
- [5] بختي، ا. & شعوبي، م. (2010_2009). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة. مجلة الباحث. (7)
- [6] بوعوينة، س. (2016). ديسمبر. (متطلبات تفعيل التسويق السياحي الإلكتروني لتنمية السياحة في الجزائر. مجلة جديد الاقتصاد. (11)
- [7] جعفر جاسم، إ. (2018). السياحة الالكترونية وأثرها في تطور صناعة السفر والسياحة، تجربة دولة الامارات العربية المتحدة، دراسة مقارنة. مجلة الخليج العربي. (3-4) 42
- [8] جواد عبد الحسين، ص. (2017). التسويق السياحي الإلكتروني وأثره على جودة الخدمات السياحية، دراسة تطبيقية لعينة من الشركات السياحية في بغداد. مجلة الدنانير. (11)
- [9] شني، ص. & عتو، ا. (2020). أشكال السياحة وفق أساسيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال الأكثر حداثة، فرنسا نموذجا. مجلة المالية والأسواق. (1) 7
- [10] كواش، خ. & قمرابي، ن. (2013). دور السياحة الالكترونية في تنمية القطاع السياحي بالجزائر بالرجوع إلى تجارب بعض الدول. مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة. (28) 1،
- [11] موقع السياحة الرسمي في فرنسا. (2021, 01 25). تم الاسترداد من وزارة السياحة: <https://me.france.fr/ar/holiday-prep/france-by-plane>
- [12] وزارة الخارجية للمملكة العربية السعودية. (2021, 01 26). تاريخ الاسترداد 04 جانفي، 2021. من منصة خدمات التأشيرة الالكترونية: <https://enjazit.com.sa/Enjaz/PersonServices>
- [13] وزارة السياحة السعودية. (2021, 01 26). تاريخ الاسترداد 04 جانفي، 2021. من وزارة السياحة السعودية: <https://mt.gov.sa/Pages/default.aspx#2>
- [14] وزارة السياحة والصناعات التقليدية التونسية. (2021, 01 25). تاريخ الاسترداد 04 جانفي، 2021. من الديوان الوطني التونسي للسياحة: <https://www.ontt.tn/ar>

ثانيا: المراجع الأجنبية

- [15] about-france. (2021, 01 25). Retrieved from Ministry of Tourism: Source: <https://about-france.com/>
- [16] france-visas. (2021, 01 25). Retrieved from ministère du Tourisme: Source: <https://france-visas.gouv.fr/ar/web/france-visas>
- [17] OUI.SNCF. (2021, 01 25). Retrieved from ministère du Tourisme: Source: <https://en.oui.sncf/en/train-ticket>
- [18] UNWTO. (2021, 01 26). Retrieved from The World Tourism Organization: <https://www.unwto.org/ar/news/covid-19-unwto-calls-on-tourism-to-be-part-of-recovery-plans>