

دور التحول نحو الاقتصاد الرقمي في تنمية قطاع السياحة في الجزائر

ورقة مقدمة ضمن الملتقى الوطني للاقتصاد الرقمي في القطاعات الخدمية السياحية الرهانات والآفاق
معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير المركز الجامعي عبد الله مرسلّي تيبازة، 19-10-
2023

د.كنزة تنيو

أستاذ محاضر ب

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

كلية الشريعة والاقتصاد

الملخص:

تعتبر السياحة أحد أهم القطاعات الاستراتيجية نظرا لأهميتها في تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال المساهمة في خلق قيمة مضافة وتحسين الدخل الفردي بالإضافة إلى تقليص البطالة وتوفير مناصب شغل، ومن جهة أخرى أحدثت التقنيات الرقمية تحولا كبيرا في صناعة السياحة، حيث أدت إلى ثورة في المؤسسات السياحية والمنتجات والخبرات والوجهات، وحولت طريقة أداء الأدوار التقليدية بين منتجي ومستهلكي السياحة، ومع صعود المنصات الرقمية مما أدى إلى تسارع المعاملات والاجراءات وتبادل المنتجات والخبرات في قطاع السياحة، وكل هذه التحولات خلقت فرصا جديدة بالنسبة للشركات الصغيرة والمتوسطة في مجال السياحة، وتبعاً لما سبق أصبح من الضروري على الجزائر التعجيل في تبني التحول الرقمي والاستفادة من مزاياه المتعددة كسبيل للنهوض بقطاع السياحة، باعتبارها من أهم البدائل المطروحة عن قطاع المحروقات.

الكلمات المفتاحية: الاقتصاد الرقمي، السياحة الالكترونية، التسويق السياحي الالكتروني.

Abstract :

Tourism is one of the most important strategic sectors due to its importance in achieving economic development by contributing to creating added value and improving individual income in addition to reducing unemployment and providing jobs. On the other hand, digital technologies have brought about a major transformation in the tourism industry, as it has led to a revolution in tourism institutions and products Experiences and destinations have transformed the way traditional roles between tourism producers and consumers are transformed, and with the rise of digital platforms, accelerated transactions and procedures and the exchange of products and expertise in the tourism sector, and all these transformations have created new opportunities for small and financial companies. Mediation in the field of tourism, and according to the foregoing it has become necessary for Algeria to accelerate the adoption of the digital transformation and take advantage of its multiple advantages as a way to advance the tourism sector, which is one of the most important alternatives to the hydrocarbon sector.

Keywords: digital economy, e-tourism, e-tourism marketing

مقدمة:

تعد السياحة من القطاعات الاقتصادية الأكثر قدرة على دفع عجلة التنمية الشاملة، والمحرك الرئيسي لتوفير مناصب الشغل، كما تعتبر السياحة من الأنشطة المهمة في العالم نظرا للمكانة التي وصلت إليها كصناعة قائمة بذاتها تتميز بمردودها المرتفع اذا تم استغلالها بالشكل الجيد، وتشكل صناعة السياحة جزءا هاما من الاقتصاد العالمي، إذ تحتل المرتبة الثالثة من الصادرات العالمية، كما يعتبر القطاع السياحي الأسرع نموا للصادرات العالمية، فحسب تقرير منظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة لسنة (2017) جاء فيه أن عدد السائحين الدوليين وصل إلى رقم قياسي جديد بلغ 1.3 مليار سائح، كما أكد هذا التقرير على النمو المتواصل لقطاع السياحة على مدى ثمانية أعوام متتالية، وهو ما أدى إلى ارتفاع مساهمة السياحة إلى (10.4%) من إجمالي الناتج المحلي العالمي، وبالرغم من الانتكاسة الكبيرة التي شهدتها هذا القطاع بعد تفشي جائحة كورونا سنة (2019) والقيود المفروضة على السفر إلا أنه بدأت الأمور تتحسن في الفترة الأخيرة ليعود قطاع السياحة إلى تحقيق نتائج مماثلة لسنة (2017).

وكنتيجة لتفشي جائحة كورونا ظهرت الحاجة الملحة لتحقيق التحول الرقمي في جميع القطاعات، فمستقبل التنمية السياحية وتطورها مرهون بمدى فهم التأثيرات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية المتزايدة للتقنيات الرقمية، فالثورة الرقمية أدخلت العالم ضمن ما يسمى بالتحول الرابع من خلال الإعلان عن بداية الثورة الصناعية الرابعة سنة (2016) بقيادة التقنيات الرقمية الأكثر تطورا كالحوسبة السحابية وانترنت الأشياء والذكاء الصناعي. ووفقا لما سبق فإن زيادة الوعي بالمساهمة المحتملة للتحول الرقمي في تنمية قطاع السياحة أصبح ضرورة حتمية في ظل التحديات الراهنة، مما يحتم على كل دول العالم الساعية للنهوض بالسياحة تعجيل تبني التحول الرقمي والعمل على إنجاحه من خلال تبني استراتيجيات فعالة كتطوير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والاستثمار في البحث والتطوير مع تنمية رأس المال البشري وغيرها من أساسيات نجاح التحول الرقمي.

إشكالية الدراسة: تبعا لسعي الجزائر لدخول عصر المعلوماتية من خلال العمل على التحول نحو الاقتصاد الرقمي من جهة، ونظرا لأهمية القطاع السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية وفي تنويع الاقتصاد الجزائري، وفي هذا الاطار تحاول هذه الدراسة الاجابة عن الاشكالية التالية: **كيف يمكن الاستفادة من التحول الرقمي في تنمية قطاع السياحة في الجزائر؟**

أهمية الدراسة: تكمن أهمية هذه الدراسة في محاولتها الاجابة على الاشكالية المطروحة، وفي تسليط الضوء على مختلف المفاهيم المنبثقة عن ادماج الرقميات في القطاع السياحي كالسياحة الالكترونية والتسويق السياحي الالكتروني وغيرها، مع تقديم مختلف المؤشرات المتعلقة بواقع الاقتصاد الرقمي والسياحة في الجزائر، بالإضافة إلى ابراز دور الاقتصاد الرقمي في تنمية قطاع السياحة في الجزائر.

أهداف الدراسة: تسعى هذه الدراسة لتحقيق جملة من الأهداف أهمها:

- ✓ تحديد مدى تحول الجزائر نحو الاقتصاد الرقمي بالاعتماد على مجموعة من المؤشرات الدولية؛
- ✓ تقديم مختلف المؤشرات المتعلقة بقطاع السياحة ومساهمتها في الاقتصاد الجزائري؛
- ✓ تحديد مدى نجاح الجزائر في سعيها نحو رقمنة قطاع السياحة.

منهج الدراسة: لتحقيق أغراض الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي من خلال تقديم مختلف المفاهيم حول السياحة والاقتصاد الرقمي، بالإضافة إلى تحليل مجموعة من المؤشرات المتعلقة بواقع الاقتصاد الرقمي والسياحة في الجزائر مع إبراز أهمية تطوير السياحة في ظل الاقتصاد الرقمي.

محاور الدراسة: للإمام بجوانب الموضوع والإجابة على الاشكالية المطروحة ارتأينا تقسيم بحثنا إلى ثلاث محاور:

- ✓ **المحور الأول:** الاقتصاد الرقمي كنموذج جديد لمجتمع المعلومات؛
- ✓ **المحور الثاني:** واقع السياحة في ظل التحول الرقمي؛
- ✓ **المحور الثالث:** دور الاقتصاد الرقمي في تنمية قطاع السياحة الجزائري.

أولاً: الاقتصاد الرقمي كنموذج جديد لمجتمع المعلومات

أصبح التحول نحو الاقتصاد الرقمي حتمية لا بد منها لضمان الاستمرارية وتحقيق متطلبات النمو والدفع بعجلة التنمية، فالانفتاح على العالم الخارجي يحمل في طياته مخاطر كثيرة ولكنه يحمل أيضا فرصا جديدة لتحقيق النمو، وأبرزها الاستفادة من التجارب الناجحة في التحول نحو الاقتصاد الرقمي باعتباره النموذج الجديد للوصول إلى مجتمع قائم على المعرفة.

1. تعريف الاقتصاد الرقمي:

ظهر مصطلح الاقتصاد الرقمي لأول مرة من خلال الاقتصادي (Don Tapscott) سنة 1996، وقد اختلف الاقتصاديون في تعريف الاقتصاد الرقمي، ولكنهم اتفقوا أنه اقتصاد يقوم على التكنولوجيات الرقمية، ويعود الاختلاف في التعاريف حسب الأوقات والاتجاهات التي نشأ منها، فالتعاريف المبكرة تركز بشكل خاص على الإنترنت باعتبار ظهوره كتكنولوجيا جديدة خلال فترة التسعينات، وتضيف التعاريف اللاحقة شبكات الهاتف النقال وأجهزة الاستشعار، ثم مؤخرا تم إضافة الحوسبة السحابية والبيانات الكبيرة¹، وبالتالي فتعريف الاقتصاد الرقمي يتوسع كلما تم ادخال تقنيات وتكنولوجيات جديدة.

والاقتصاد الرقمي هو جزء من اقتصاد يجري فيه الاتجار بالسلع والخدمات من خلال التجارة الإلكترونية، وتعتبر فيه شبكة الإنترنت الأداة الأساسية لسوق المنافسة، باعتبارها منصة مفتوحة لامركزية للاتصال والابتكار وتحسين المنتجات والنمو الاقتصادي، ويعتبر الفضاء الإلكتروني وجميع التكنولوجيات الجديدة القوة الرئيسية في تنمية الاقتصاد العالمي².

2. أهمية التحول نحو الاقتصاد الرقمي:

يمثل التحول نحو الاقتصاد الرقمي أهمية كبيرة خاصة بالنسبة للدول النامية، حيث أن هذا التحول يطرح العديد من الايجابيات والفرص اللامتناهية للنهوض بمختلف القطاعات الاقتصادية والاجتماعية وتحقيق الاستقرار فيها، ويمكن تلخيص أهم هذه الايجابيات فيما يلي:

- ✓ التقليل من حجم الفجوة الرقمية المتزايدة بين العالم المتقدم والنامي، من خلال زيادة النفاذ إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بتكلفة ميسورة وجودة عالية حسب ما ينص عليه الاتحاد الدولي للاتصالات ضمن مساعيه لتقليل الفجوة الرقمية بحلول 2020؛
- ✓ تسمح تطبيقات الاقتصاد الرقمي في التعليم والصحة والسياحة في زيادة الكفاءة والفعالية، مما يؤدي إلى تحقيق التنمية الشاملة والوصول بالمجتمع إلى التطور والازدهار المنشودين؛
- ✓ تسمح المنصات الرقمية بتوفير كافة المعلومات اللازمة في أداء الأعمال بالنسبة للأفراد والمؤسسات والحكومات سواء أكان على المستوى المحلي أو بين شعوب العالم؛
- ✓ الاعتماد على الاقتصاد الرقمي يسمع بتحقيق التنوع الاقتصادي خاصة بالنسبة للدول ذات الاقتصاد الريعي ومن ضمنها الجزائر، والتي تواجه العديد من المشاكل الاقتصادية بسبب تقلبات أسعار البترول في الأسواق العالمية.
- ✓ الاقتصاد الرقمي يعتبر بوابة الدخول إلى الاقتصاد العالمي وخاصة بالنسبة للقطاعات التي أصبحت تواجه منافسة عالمية بسبب الانفتاح وتحول العالم إلى قرية صغيرة.

3. عوامل نجاح التحول الرقمي:

لتحقيق التحول نحو الاقتصاد الرقمي بشكل ناجح لابد من وضع جملة من الاستراتيجيات، والتي يمكن حصرها فيما يلي:

- ✓ توفير البيئة التنظيمية: وتتمثل في انشاء وزارة مستقلة تعنى بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، تكون مهمتها تنظيم القطاع وتقديم الدعم المطلوب لكافة المتعاملين الاقتصاديين في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛
- ✓ توفير البيئة التشريعية: من خلال وضع القوانين اللازمة لضمان حماية حقوق جميع الأطراف، حيث أن الاقتصاد الرقمي يخلق عالم افتراضي يصعب التحكم فيه، وبالتالي يجب وضع القوانين اللازمة خاصة في مجال التجارة الالكترونية باعتبارها أحد أهم مواضيع الاقتصاد الرقمي؛
- ✓ تطوير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات: يعتبر توفير البنية الرقمية اللازمة من أهم المتطلبات لنجاح التحول الرقمي، فزيادة انتشار الهاتف الثابت والنقل والانترنت وكل التجهيزات اللازمة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من شأنه تحويل كافة التعاملات في جميع قطاعات المجتمع من الشكل التقليدي إلى الشكل الحديث الذي يواكب العصر الرقمي؛

✓ **توفير الموارد البشرية:** يعتبر توفير رأس المال البشري المدرب والمتعلم من أهم الأساسيات لنجاح التحول الرقمي، فالعديد من الدول الناشئة كدول شرق آسيا تمكنت من تحقيق تنمية شاملة والتحول إلى قطب عالمي يستقطب أحدث وأهم الشركات العالمية بفضل الاستثمار في كل من التكنولوجيات وتنمية وتدريب الموارد البشرية؛

✓ **تشجيع البحث والتطوير:** يعتبر الاقتصاد الرقمي اقتصاد قائم على الابتكار الدائم والتطوير المستمر، وبالتالي فنجاح التحول الرقمي يعتمد بشكل كبير على حجم الاستثمارات المخصصة لدعم البحث والتطوير في البلد.

ثانيا: واقع السياحة في ظل الاقتصاد الرقمي:

أدى التحول الرقمي في قطاع السياحة إلى إفراز العديد من المفاهيم الجديدة، والتي تدل على الآثار المتزايدة للاقتصاد الرقمي على تحويل طريقة أداء الأعمال في مجال السياحة، فالرقمنة حولت العالم إلى قرية صغيرة مما خلق العديد من الايجابيات والتحديات المتزايدة بسبب ارتفاع حجم المنافسة على المستوى المحلي والاقليمي والعالمي.

1. السياحة الالكترونية:

هي استخدام الأعمال الالكترونية في مجال السياحة والسفر، واستخدام تقنيات الانترنت من أجل تفعيل عمل الموردين السياحيين والوصول إلى تسهيلات أكثر فعالية للمستهلكين السياحيين، وهذه الاستخدامات تشمل كافة العمليات السياحية النمطية المعروضة من عروض البرامج السياحية، وحجز الرحلات السياحية وتنظيمها من خلال الانترنت وخدمات ما بعد الحصول على المنتج³.

وتبرز أهمية السياحة الالكترونية من خلال الآثار الايجابية التي تتركها كما يلي⁴:

- ✓ تسهيل تقديم المعلومات التي تعتمد عليها صناعة السياحة، حيث أصبح بإمكان السائح الحصول على جميع البيانات والمعلومات حول المنتج السياحي؛
- ✓ تخفيض تكاليف الخدمة السياحية المقدمة، وبالتالي انخفاض أسعار المنتج السياحي؛
- ✓ سهولة تطوير المنتج السياحي وظهور أنشطة سياحية جديدة تتفق مع شرائح السائحين المختلفة؛
- ✓ زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات السياحية؛
- ✓ يمكن للترويج عبر الانترنت استهداف واستقطاب شرائح أوسع من المستهلكين السياحيين؛
- ✓ استخدام التجارة الالكترونية في المجال السياحي يؤدي إلى استقطاب الاستثمارات الأجنبية.

2. التسويق السياحي الالكتروني:

سمح ظهور التسويق السياحي الإلكتروني بمضاعفة فرص التسويق السياحي في تحقيقه لأهدافه التي من أهمها ذلك الجانب المتعلق بالخدمات السياحية، وهذا يمكن تأكيده بالنظر إلى الدور الذي يساهم به التسويق السياحي الإلكتروني في ترقية وتطوير الخدمات السياحية وذلك في اتجاهين: اتجاه يحقق منفعة السائح أو الزبون في حصوله على خدمات سياحية متطورة بطريقة تتميز بالمرونة وتسهيل الاجراءات السياحية المختلفة، وكذا توسيع الخيارات السياحية المتاحة أمامه. وأما الاتجاه الثاني فهو يصب في مصلحة المؤسسات والشركات السياحية بحيث يمنحها التسويق السياحي الإلكتروني فرصة لتطوير مشاريعها وخدماتها السياحية وجعلها أكثر احترافية واستجابة لمطالب السائح⁵.

وبالتالي يعتبر التسويق الإلكتروني تطبيق الانترنت والتقنيات الرقمية ذات الصلة لتحقيق الأهداف التسويقية، ويتميز بما يلي⁶:

- ✓ انخفاض أسعار المنتجات السياحية التي يتم تسويقها عبر الانترنت مقارنة بالسلع الأخرى، وهذا نظرا لاختفاء بعض المصاريف كالإيجار والكهرباء؛
- ✓ التسويق على مدار 24 ساعة وتوفير تشكيلة واسعة من المنتجات أو العلامات التجارية؛
- ✓ إتاحة الفرصة لإجراء مقارنات لأسعار الخدمات السياحية قبل شرائها؛
- ✓ يساعد التسويق السياحي الإلكتروني المستهلكين الذين لا يتوفر لديهم الوقت الكافي في الوصول إلى ما يرغبونه من منتجات بأسرع وأسهل وسيلة.

3. التجارة الإلكترونية في قطاع السياحة:

يتوقع العديد من الخبراء سرعة انتشار ونجاح التجارة الإلكترونية في المجال السياحي بصورة كبيرة، وأن المجال السياحي سوف يسبق العديد من المجالات الأخرى من حيث تطبيق التجارة الإلكترونية، ويرجع ذلك لعدة عوامل أهمها⁷:

- ✓ أنه أصبح بإمكان المستهلك السياحي الحصول على جميع البيانات والمعلومات التي يحتاج إليها عن مواعيد رحلات الطيران وأسعارها، وعن الفنادق وأسعارها، وكذلك أماكن تأجير السيارات وأسعارها...، وكل ذلك من خلال الانترنت؛
- ✓ أن المنتج السياحي يعتبر منتج ذو تكلفة مرتفعة إذا ما قورن بالمنتجات الأخرى المعروضة على شبكة الانترنت (الكتب، الألعاب...)، وبالتالي فإن المستهلك يحتاج إلى إجراء العديد من المقارنات بين المواقع السياحية المختلفة من حيث السعر والخدمة المقدمة، ومما لا شك فيه أن شبكة الانترنت أصبحت توفر له هذه الإمكانية على نطاق واسع جدا دون أن يحتاج إلى الانتقال من مكان آخر؛
- ✓ إن الخدمة السياحية تتميز بسهولة نقلها وتسليمها من المنتج إلى المستهلك عبر شبكة الانترنت، فيمكن على سبيل المثال تسليم تذاكر الطيران باستخدام التذاكر الإلكترونية (E-Tickets)، وكذلك تسليم قسيمة التبادل الخاصة بالحجز بأحد الفنادق عبر البريد الإلكتروني وهكذا؛

- ✓ يتنافس منتجي السياحة والوسطاء بشكل متزايد على الثقة الموجودة في ذهن المستهلك، وذلك من خلال التركيز على جودة المعلومات التي يزودونها للمستهلك، ويعتبر الانترنت الوسيلة التي تستطيع أن تشبع الحاجة الضرورية للمعلومات في المراحل المختلفة من دورة حياة السياحة بشكل أفضل بكثير من أي تكنولوجيا أخرى؛
- ✓ تجاوز مشكلة البعد المكاني في حالة امتلاك موقع الكتروني يمتاز بالحدثة والابتكار، والذي سوف يمكن الفنادق والمؤسسات السياحية من الدخول إلى الأسواق العالمية.

4. التقنيات الرقمية وقطاع السياحة:

أحدثت الثورة الرقمية نقلة نوعية في القطاع السياحي، خاصة في الطريقة التي يستعد بها الأشخاص لرحلاتهم سواء في الداخل أو في الخارج وفي أسلوب وطريقة تمضيتهما، وحسب منظمة السياحة العالمية فإنه من المتوقع أن تستمر التقنيات الرقمية في دفع تجربة السفر عن مسارها نحو أن تصبح أكثر سلاسة وجودة. وأدى استخدام العديد من التقنيات إلى عرض تجارب سياحية أكثر جاذبية وكفاءة وشمولا وأكثر استدامة من سابقتها، ومن بين أهم التقنيات التي أحدثت ثورة في مجال السياحة ما يلي⁸:

- ✓ **إنترنت الأشياء:** هو مفهوم متطور لشبكة الانترنت بحيث تمتلك كل الأشياء في حياتنا قابلية الاتصال بالإنترنت أو ببعضها البعض لإرسال واستقبال البيانات لأداء وظائف محددة من خلال الشبكة، ويساهم إنترنت الأشياء في تطور الوجهات السياحية وبناء المدن الذكية.
- ✓ **الهواتف الذكية:** تسمح بتحقيق الذكاء السياحي للمسافرين المدعمن بالمعلومات والتقنيات المحمولة تمكن القطاع من تطبيق استراتيجيات تسويق وترويج مبتكرة تجذب عواطف المستخدمين وحاجاتهم الشخصية بشكل مباشر.
- ✓ **الذكاء الصناعي وتطبيقاته:** تسمح نظم الذكاء الصناعي المتوفرة اليوم عبر برامج التواصل الآلي والبيانات الضخمة والتعلم المتعمق بتحليل المعلومات الشخصية الخاصة بالمستخدم، وسرعة فهم توقعاته ومكان وزمان حصوله عليهم، وكيفية توفير الخدمة بأكثر فعالية ممكنة.
- ✓ **خدمات Beacons:** وهو تطبيق للتنقل في الأماكن المغلقة، يوفر كافة المعلومات للسائح ويجعل الاتصال دائم بين السائح والأماكن المستقبلية له من خلال إرسال رسائل ترحيب به أو معلومات حول المواقع السياحية أو المطاعم والتخفيضات وغيرها.
- ✓ **الواقع المعزز والواقع الافتراضي:** في الوقت الحالي ستسمح تقنية الواقع الافتراضي قريبا للمستهلكين بتوفير تجارب اندماج كاملة، حيث سيتمكن الزبائن من اختبار تجربة سفرهم بشكل مباشر عبر هواتفهم الذكية أو في وكالات السفر.
- ✓ **Blockchain لتخزين المعاملات:** تعتبر بلوكتشين أحد أهم العملات الرقمية التي تساعد على تسهيل إجراء المعاملات وتخزينها في الوقت المناسب، مما يؤدي إلى ترسيخ السياحة الذكية بكل جوانبها.

كما أن إدماج التقنيات الرقمية في قطاع السياحة أدى إلى الوصول إلى ما يسمى بنموذج السفر الذكي الشامل، وفي هذا الإطار أشارت منظمة السياحة العالمية إلى أنه بنفس الطريقة التي حول بها الهاتف الذكي الاتصالات السلكية واللاسلكية ووسائل الاعلام، فإن نموذج السفر الذكي الشامل الذي يشمل التأشيرات الذكية وخدمات المسافر الذكي سيحدث ثورة في السياحة، خاصة أنه مع دمج هذه الأدوات يمكن للمسافرين حجز رحلاتهم وتسجيل الوصول عبر الانترنت أو المرور عبر هواتفهم الذكية أو المرور عبر بوابات الإخلاء الآلي، أو حتى التحقق من صلاحيتها إلكترونيا على متن الطائرة. وبالتالي تساهم التقنيات الجديدة الرقمية في تمهيد الطريق أمام ممارسات جديدة، ووسائل جديدة ومبدعة لجذب الزبائن والحفاظ عليهم⁹.

ثالثا: دور الاقتصاد الرقمي في تنمية قطاع السياحة الجزائري

حسب تقرير صادر عن منظمة السياحة العالمية والمتعلق بأثر التكنولوجيا على القطاع السياحي، فإنه من المتوقع أن يؤدي التحول الرقمي في مجال الطيران والسفر والسياحة بحلول العام (2025) إلى زيادة ربحية القطاع السياحي بنحو 305 مليارات دولار إضافية، وتحقيق مكاسب بقيمة 100 مليار دولار للمنافسين والمبتكرين الجدد في السوق. كما ذكر التقرير أن التحول الذكي سيؤدي إلى توفير مبالغ بقيمة 700 مليار دولار للعملاء والمجتمع على نطاق أوسع من خلال تقليل الأثر البيئي، وتحسين السلامة والأمن، وتوفير التكاليف والوقت¹⁰.

1. واقع الاقتصاد الرقمي في الجزائر:

إن اندماج الجزائر ورقمنة اقتصادها ليس بالأمر الهين في ظل التحديات والتطورات المتسارعة التي يشهدها العالم، فالتقنيات الرقمية أصبحت جزء من حياة الشعوب والدول والحكومات، وهذا التطور الهائل وضع الدول النامية وخاصة العربية أمام حتمية التحول أو الانعزال عن العالم ومواجهة الفجوة الرقمية.

أ. الجاهزية الرقمية: يعد توفر البيئة الرقمية من أهم المتطلبات لنجاح التحول الرقمي، ويمكن القول أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال حققت انتشارا كبيرا في جميع أنحاء العالم، والذي ساعد على انتشارها أكثر انخفاض تكلفتها بشكل كبير مقارنة ببدايتها في فترة التسعينات، بالإضافة إلى العولمة التي أدت إلى فتح الأسواق وتحول العالم إلى قرية صغيرة، مما سهل عملية التواصل وأداء الأعمال وتسريعها واختصار الوقت والمسافات.

والجدول الموالي يقدم أهم المؤشرات عن واقع البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر في الفترة ما بين (2007-2017).

الجدول رقم(01): مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر (2007-2022)

مستخدمي الانترنت (%)	الهاتف النقال		الهاتف الثابت		السنة
	الكثافة	عدد المستخدمين	الكثافة	عدد المستخدمين	
-	81.5	27562721	9.1	3113325	2007
-	79	27031472	8.97	3074728	2008
-	91.7	32729824	7.22	2576165	2009
-	90.3	32780165	8.05	2922731	2010
-	96.5	35615926	8.29	3059336	2011
-	99.3	37527703	8.7	3289363	2012
-	102.4	39517045	8.11	3138914	2013
-	109.6	43298174	7.85	3098787	2014
38.40	107.9	43390965	8.09	3267592	2015
42.95	111	45817846	10.12	4182001	2016
47.69	109	45845665	9	4051360	2017
49.04	109	47154264	10.02	4348154	2018
58.98	103	45425533	10.52	4616310	2019
63.95	103.58	45555673	10.88	4784306	2020
77.77	106.71	47015757	11.57	5097059	2021
83.8	111.05	49018766	12.63	5576193	2022

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على:

- سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، مرصد سوق الهاتف الثابت والنقال في الجزائر للسنوات بين 2007 و2022، متوفر على الموقع: <https://www.arpce.dz>، تاريخ الاطلاع: 2023/07/16.
- UTI Statistics available on : <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>. Accessed:17/07/2023.
- Internet world states, Available on : www.internetworldstats.com , Accessed:17/07/2023.

من خلال الجدول السابق يمكن إدراج النقاط التالية:

✓ بالنسبة لكثافة الهاتف الثابت وصلت سنة(2022) إلى(12.63%)، أي أن كل 12 من الأسر من أصل 100 نسمة تمتلك خط هاتف ثابت، ورغم التحسن الملحوظ إلا أنها ضعيفة نسبيا بسبب أهمية

الهاتف الثابت لربط المنازل بالإنترنت ذو التدفق العالي، لذا يجب تكثيف الجهود من أجل الرفع من كثافة الهاتف الثابت، والعمل على ربط كل المناطق وخاصة النائية.

✓ بالنسبة لكثافة الهاتف النقال وصلت سنة(2022) إلى (111.05%)، وهو ما يمثل تطورا كبيرا في قطاع الهاتف النقال في الجزائر، مما يشكل دفعة كبيرة في سبيل تحقيق التحول الرقمي.

✓ بالنسبة للإنترنت عرف تحسنا كبيرا حيث أن أكثر من (83.8 %) من الأفراد في سنة 2022 يستخدمون الإنترنت، ومع هذا التحسن يجب تكثيف الجهود لتحسين جودة الاتصالات وسرعتها مع تخفيض تكلفتها.

ب. مؤشرات الاقتصاد الرقمي في الجزائر: صدرت العديد من المؤشرات التي تسعى لقياس الاقتصاد الرقمي في العالم بالاعتماد على مجموعة من المؤشرات المختلفة، وتم اختيار ثلاثة مؤشرات لإعطاء صورة عن أداء الجزائر في طريق سعيها للتحول الرقمي: مؤشر تنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الصادر عن الاتحاد الدولي للاتصالات، مؤشر تنمية الحكومة الالكترونية الصادر عن الأمم المتحدة، مؤشر المعرفة العالمي الصادر عن التعاون المشترك بين مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم والبرنامج الإنمائي للأمم المتحدة .

وتعتبر الجزائر من الدول المتأخرة عن التحول نحو الاقتصاد الرقمي ، ويرجع هذا التأخر لعدة أسباب أهمها ضعف البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات مما يتطلب بدل مجهودات كبيرة في سبيل توفير البيئة الرقمية اللازمة، والجدول الموالي يقدم أداء الجزائر في بعض المؤشرات اعتمادا على آخر إصدار لكل مؤشر.

الجدول رقم(02): أداء الجزائر في بعض مؤشرات الاقتصاد الرقمي

المؤشر	مؤشر الجاهزية الشبكية(2022)	مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي (2022)	مؤشر المعرفة العالمي(2019)	مؤشر الحكومة الرقمية(2022)
القيمة	39.48	46.55	37.1	0,56
الرتبة	131/100	22/12	136/104	193/112
الملاحظة	نتيجة الجزائر أقل من المتوسط العربي في كل المؤشرات الفرعية	جاءت ضمن المجموعة الثانية بنتائج متوسطة	لا تغيير بالنسبة لأداء الجزائر في هذا المؤشر	تقدم ب 8 مراتب مقارنة بسنة 2020
المشكلة	يكنم الضعف في المشاركة الالكترونية والجودة التنظيمية والانفاق على برامج الانترنت	الجزائر ضمن الدول الواعدة التي من الممكن أن تحقق التحول الرقمي المطلوب	تكنم مواطن الضعف في هذا المؤشر في تأخر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وضعف الاستثمار في البحث والتطوير.	تكنم نقاط الضعف في الخدمات المقدمة عن بعد والبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

- مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم والبرنامج الانمائي للأمم المتحدة، مؤشر المعرفة العالمي(2019)، متوفر على الموقع: <http://knowledge4all.com> ، تاريخ الاطلاع: 2023/07/17.
- الاتحاد العربي للاقتصاد الرقمي وآخرون، مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي 2022: مرحلة ما بعد كوفيد 19 وآفاق التعافي والنمو الاقتصادي العربي، الرابط: [مؤشر-الاقتصاد-الرقمي-العربي-2022-arab-digital-.pdf](https://economy.org) (arab-digital-2022-).
تاريخ الاطلاع: 2023/07/17.
- Portulans, Network Readiness Index 2022, site : <https://networkreadinessindex.org/>, Accessed.22/07/2023.
- UN, E-Government Knowledgebase, site : <https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/Data/Country-Information/id/3-Algeria>, Accessed.22/07/2023.

من خلال المؤشرات السابقة يمكن القول أن كل مؤشر سلط الضوء على نقاط الضعف الموجودة في الجزائر في سبيل سعيها إلى التحول الرقمي أهمها ضعف البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات باعتبارها اساس نجاح هذا التحول. أما بالنسبة للجانب الايجابي فيمكن ادراج تقرير الاتحاد الدولي للاتصالات لسنة(2017) الذي أعطى صورة متفائلة، حيث جاء فيه أن الجزائر تشهد تغيرا وتطورا واسع النطاق في أسواق الإنترنت والاتصالات، كما تقدم الجزائر أسعارا معقولة للخدمات الثابتة والمتنقلة ذات النطاق العريض، وأسعارا أقل من المتوسط في المنطقة، كما أكد التقرير أن الجهود المبذولة من طرف الحكومة الجزائرية على مدار الخمسة عشرة سنة الماضية ولا سيما خلال السنوات الخمس الماضية، أدى إلى ارتفاع مستويات تغلغل الأجهزة المحمولة وتوسيع التغطية لشبكة النطاق العريض والألياف البصرية للبلد، وبالتالي تتمتع الجزائر بنمو سريع من حيث نشر البنية التحتية مما يؤهلها أن تكون الممثل الاقليمي في المنطقة لتأمين الاتصال داخل المناطق النائية بالدول المجاورة، مما يعطي دفعة ايجابية حول مستقبل التحول الرقمي في الجزائر.

2. مؤشرات القطاع السياحي في الجزائر:

تشير العديد من التقارير عن واقع السياحة الجزائرية أنه مزال بعيدا عن المستوى المطلوب، فبالرغم من الجهود المبذولة للنهوض بهذا القطاع باعتباره أحد أهم الأنشطة الاقتصادية التي يعول عليها في تحقيق التنمية الاقتصادية إلا أن السياحة في الجزائر مقارنة بدول الجوار تحتاج إلى تبني العديد من الاستراتيجيات الفعالة، ولعل تحقيق الرقمنة أو نجاح التحول الرقمي المطلوب للقطاع السياحي في الجزائر من الممكن أن يحقق نموا كبيرا في هذا القطاع.

1.2. مساهمة السياحة في الدخل القومي:

أ.المساهمة المباشرة: يتم احتساب المساهمة المباشرة للسياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي بما يتماشى مع الناتج ، على النحو المعبر عنه في المحاسبة الوطنية للقطاعات المميزة للسياحة مثل الفنادق وشركات الطيران والمطارات ووكلاء السفر وخدمات الترفيه التي تتعامل مباشرة مع السياح، أي أن حساب

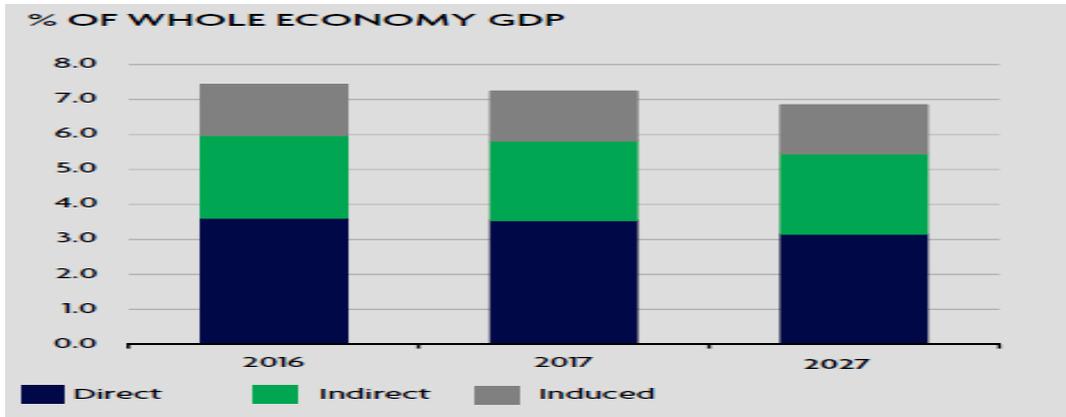
المساهمة المباشرة للسياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي يعتمد على إجمالي الإنفاق الداخلي من خلال المشتريات التي قامت بها مختلف القطاعات السياحية¹¹.

بلغت المساهمة المباشرة للسفر والسياحة في الناتج المحلي الإجمالي لسنة (2019) مبلغ 11.9 مليار دولار ما يعادل (4.2%) من إجمالي الناتج المحلي¹²، وتعكس هذه المساهمة في المقام الأول النشاط الاقتصادي الناتج عن صناعات مثل الفنادق ووكالات السفر وشركات الطيران، بالإضافة إلى أنشطة المطاعم والصناعات الترفيهية التي يدعمها السياح مباشرة.

ب.المساهمة الكلية: تشمل المساهمة الكلية للسياحة والسفر التأثيرات الأوسع أي التأثيرات غير المباشرة على الاقتصاد كالإنفاق الاستثماري على السفر والسياحة والتي من ضمنها شراء طائرات جديدة وبناء فنادق جديدة، والمشتريات المحلية للسلع والخدمات من قبل القطاعات التي تتعامل مباشرة مع السياح (خدمات الطعام والتنظيف من قبل الفنادق)¹³.

أما إجمالي مساهمة السفر والسياحة في الناتج المحلي الإجمالي فبلغت (6.7%) ، والشكل الموالي يوضح المساهمة الكلية للسفر والسياحة في الناتج المحلي في الجزائر للفترة ما بين (2007-2017)، والمساهمة المتوقعة حتى سنة (2027).

الشكل رقم(01): إجمالي مساهمة السفر والسياحة في الناتج المحلي الاجمالي في الجزائر



Source: World Travel and Tourism Council, Travel and Tourism Economic Impact 2017 Algeria, Available on: www.wttc.org.

من خلال الشكل السابق يمكن القول أنه حسب مجلس السياحة والسفر في تقرير لسنة 2017 توقع أن تساهم السياحة بشكل إجمالي في الناتج المحلي الجزائري بنسبة تقارب 7%، لكن هذا التقرير والتوقعات كانت قبل جائحة كورونا التي اثرت على جميع دول العالم بسبب تطبيق اجراءات الغلق والحظر وتقييد السفر، حيث تم الغاء العديد من الرحلات الجوية الدولية وإغلاق العديد من الفنادق والمواقع السياحية والمطاعم وغيرها مما أدى إلى تراجع كبير في قطاع السياحة والطيران بشكل غير مسبوق. ولكن مؤخرا

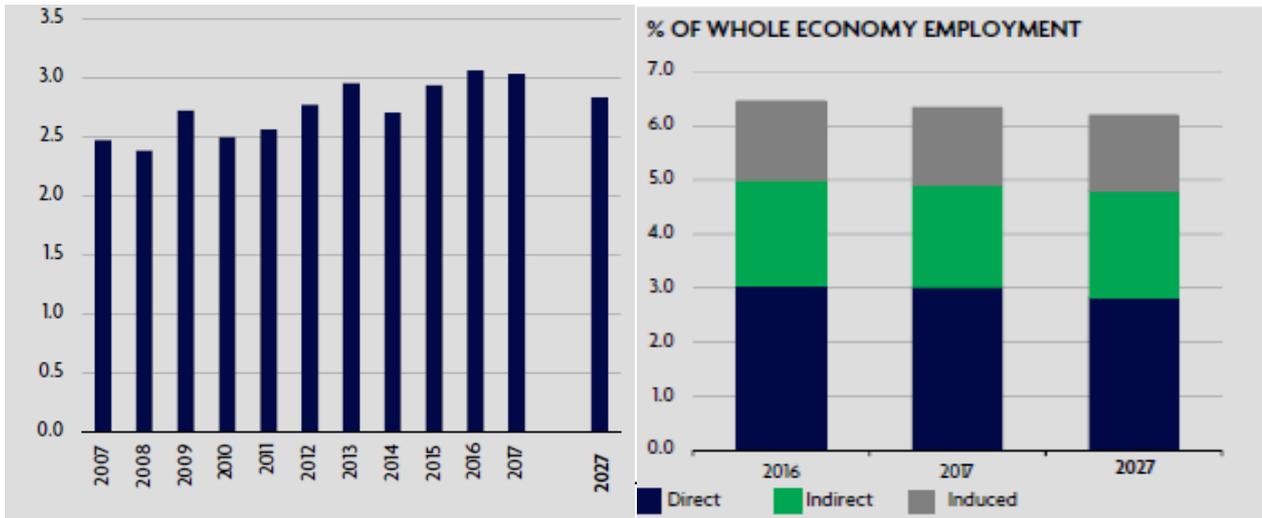
بدأت الأوضاع تتحسن وتعود إلى ما قبل الكوفيد ويمكن زيادة المساهمة الكلية لقطاع السياحة من خلال الاعتماد على التقنيات الرقمية والتسويق الإلكتروني للترويج لأهم الوجهات السياحية الموجودة في الجزائر.

2.2. مساهمة السياحة في التشغيل:

بالنسبة للمساهمة المباشرة فقد ولدت السفر والسياحة 346500 وظيفة مباشرة في عام 2016 (3.1% من إجمالي العمالة)، ومن المتوقع أن ينمو بنسبة (0.1%) في عام 2017 أي 347000 (3.0% من إجمالي العمالة). ويشمل ذلك توظيف الفنادق ووكلاء السفر وشركات الطيران وغيرها من خدمات نقل الركاب، بالإضافة إلى أنشطة المطاعم وصناعات الترفيه المدعومة مباشرة من السياح¹⁴.

أما بالنسبة للمساهمة الكلية فقد ولدت السياحة والسفر حوالي 731500 وظيفة في عام (2016) أي ما يعادل (6.5%) من إجمالي العمالة، وبحلول عام (2027) من المتوقع أن تدعم السياحة والسفر 776000 وظيفة (6.2% من إجمالي العمالة)، بزيادة قدرها (0.7%) سنويا خلال الفترة¹⁵. وتجدر الإشارة هنا أن كل التوقعات السابقة كانت قبل الجائحة وبالتالي فإن قطاع السياحة في مرحلة التعافي من الآثار السلبية ولكن مع التطورات الكبيرة ودخول العالم في عصر الذكاء الاصطناعي فمن الممكن استغلال هذه التقنيات لتسريع التعافي والاستفادة من المميزات التي تتحها الرقمنة. والشكل الموالي يوضح المساهمة الكلية للسفر والسياحة في التوظيف في الجزائر للفترة ما بين (2007-2017)، والمساهمة المتوقعة حتى سنة (2027).

الشكل رقم (02): المساهمة المباشرة والكلية للسفر والسياحة في التوظيف في الجزائر



Source : World Travel and Tourism Council, Travel and Tourism Economic Impact 2017 Algeria, Available on: www.wttc.org.

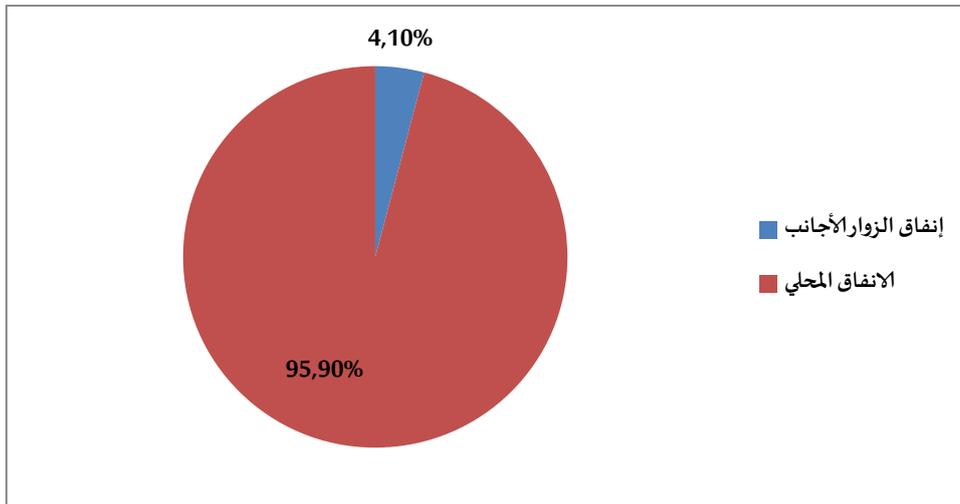
وبالتالي من خلال الشكل السابق يمكن القول أن مجلس السياحة والسفر توقع أن تصل مساهمة السياحة في التوظيف (المباشرة والكلية) إلى أكثر من (6%) وهي نسبة متفائلة نوعا ما فكما وسبق وأن

ذكرنا تأثيرات الأزمة الصحية العالمية التي أدت لفقدان الملايين لوظائفهم خاصة في قطاع السياحة باعتباره الأكثر تضررا، فحسب بيانات أطلس العالم في آخر تحديث كان في سنة 2019 وصلت نسبة المساهمة المباشرة لقطاع السياحة في التوظيف إلى (2.9%) وهي تقريبا نفس نسبة سنتي 2016 و2017 الموضحة في الشكل وبالتالي لا يوجد تحسن واضح لمساهمة السياحة في التوظيف وهو ما يدل على بطئ نمو هذا القطاع وعدم قدرته على خلق وظائف جديدة بسبب التحديات الكبيرة التي يواجهها أهمها ضعف البنية التحتية السياحية وعدم فعالية التسويق السياحي لجذب السياح وغيرها، فمثلا تطوير البنية التحتية سيؤدي الى زيادة المرافق السياحية من فنادق ومطاعم وغيرها وبالتالي خلق العديد من الوظائف والمساهمة في النمو الاقتصادي بشكل فعال.

3.2. الانفاق المحلي والاجنبي:

حقق الإنفاق على السفر المحلي نسبة (95.9%) من إجمالي الناتج المحلي المباشر للسياحة والسفر في عام (2016) مقارنة بـ (4.1%) لصادرات الزائرين (أي إنفاق الزوار الأجانب أو إيصالات السياحة الدولية). ومن المتوقع أن ينمو الإنفاق المحلي على السفر بنسبة (0.4%) في عام (2017) ليصل إلى 845.2 مليار دينار، ويرتفع بنسبة (1.3%) سنويا ليصل إلى 957 مليار دينار في عام (2027). أما بالنسبة لصادرات الزوار من المتوقع أن تنمو بنسبة (3.4%) في عام (2017) لتصل إلى 37 مليار دينار وترتفع بنسبة (3%) سنويا إلى 49.6 مليار دينار في عام (2027)¹⁶.

الشكل رقم (04): الانفاق المحلي و الأجنبي على السياحة في الجزائر لسنة (2016)



Source : World Travel and Tourism Council, Travel and Tourism Economic Impact 2017 Algeria, Available on: www.wttc.org.

وبالتالي يمثل الانفاق المحلي أي السياحة الداخلية أكثر من (95%) من إجمالي الانفاق الاجمالي، بمقابل أقل من (5%) للسياح الأجانب، وهي نسبة ضعيفة نظرا لقلة عدد السياح الذين يختارون الجزائر كوجهة لهم، وبالتالي يجب على الجزائر تكثيف الجهود ولعل تبني التحول الرقمي في مجال السياحة من

شأنه النهوض بهذا القطاع. وتجدر الإشارة إلا أن الاحصائيات السابقة كانت لسنة 2016 وهي نفس النتائج تقريبا في الوقت الحاضر باعتبار أن الجزائر لا تزال ضمن الوجهات الغير مكتشفة سياحيا.

3. الاقتصاد الرقمي وتنمية السياحة في الجزائر:

تتجلى أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات في القطاع السياحي، في تداخلها مع مسار العملية السياحية من التخطيط إلى التعاقد مرورا بالحجز والتسويق والترويج، وتبين الاتجاهات المستقبلية للتحويل الرقمي، أن تغييرات جذرية ستطرأ على القطاع من خلال الاستعانة بالحجوزات المباشرة عبر الانترنت بدلا من وكالات الأسفار ومكاتب الطيران، وترويج المنتج السياحي من خلال الهواتف الذكية والأجهزة التفاعلية، بالإضافة إلى اللجوء إلى الأفلام الترويجية عبر الانترنت والتي تدخل السائح في تجربة حية بالمنطقة التي يود زيارتها¹⁷، ونتيجة كل ما تقدم تواجه الجزائر تحديات كبيرة من أجل تحقيق التحويل الرقمي المطلوب لقطاع السياحة.

1.3.1. السياحة الالكترونية في الجزائر:

إن واقع السياحة الالكترونية في الجزائر لا يزال متأخرا إذا ما قورن ببعض دول المغرب العربي، ناهيك عن الدول السياحية الكبرى، ويعود سبب الوضع الرديء إلى ضعف البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وبالتالي يجب العمل على تبني السياحة الالكترونية خاصة وأنها تتيح للمستهلك السياحي امكانية الحصول على جميع المعلومات والبيانات مجانا وبطريقة سريعة حول السلعة أو الخدمة السياحية التي يريدها، مواقيت الرحلات، أسعار تذاكر النقل، الفنادق والمطاعم، البرامج السياحية، أماكن تأجير السيارات¹⁸.

وللاطلاع على واقع السياحة الالكترونية في الجزائر نعتمد على مؤشر تنافسية السياحة والأسفار الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي، والذي يحتوي على 4 مؤشرات فرعية حيث سيتم التركيز على المؤشر الفرعي لجاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

الشكل رقم(05): جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لقطاع السياحة الجزائري(2019)

ICT readiness	4.2 ↑	89
ICT use for biz-to-biz transactions	3.9 ↑	122
Internet use for biz-to-consumer transactions	3.7 ↑	120
Internet users % pop.	47.7 ↑	91
Fixed-broadband Internet subscriptions /100 pop.	7.8 ↑	80
Mobile-cellular telephone subscriptions /100 pop.	111.0 ↑	84
Mobile-broadband subscriptions /100 pop.	78.4 ↑	56
Mobile network coverage % pop.	98.0 ↓	88
Quality of electricity supply	4.2 ↑	96

المصدر: تقرير تنافسية السياحة والأسفار الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي لعام 2019.

من خلال الشكل السابق يمكن ادراج النقاط التالية:

- ✓ احتلت الجزائر المرتبة 116 من بين 140 دولة في مؤشر تنافسية السياحة والأسفار لسنة 2019، وهذا ما يؤكد التأخر الكبير لقطاع السياحة في الجزائر.
- ✓ أما بالنسبة لمؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والذي يدل على واقع السياحة الالكترونية ومدى استخدام التقنيات الرقمية في تأدية المعاملات بطريقة الكترونية بين جميع الأطراف المتعاملة في قطاع السياحة، فقد احتلت الجزائر المرتبة 89 مما يطرح العديد من المشكلات بسبب المنافسة الكبيرة على المستوى العالمي، والذي يتوجب التدارك السريع لهذا التأخر بغرض ادراج الجزائر كواجهة سياحية بالاعتماد على تطبيقات السياحة الالكترونية.
- ✓ تأخر تبني السياحة الالكترونية يعتبر كنتيجة لتأخر التحول نحو الاقتصاد الرقمي في الجزائر، وهو ما يشكل تحديات كبيرة في ظل الاستراتيجيات والخطط الموضوعة لوضع السياحة كأحد أهم البدائل المطروحة لقطاع المحروقات في الجزائر.

2.3. إيجابيات رقمنة قطاع السياحة في الجزائر:

- يمكن لقطاع السياحة في الجزائر أن يحقق نموا كبيرا في حالة الرقمنة وتعميم الدفع الالكتروني والتوجه نحو الحجز والتسيير الرقمي، مما سيؤدي إلى تحقيق النجاعة والفاعلية في تسيير المؤسسات الفندقية العمومية التي يعول عليها في ترقية قطاع السياحة لجعله يساهم في تحقيق التنمية في ظل النموذج الاقتصادي الجديد¹⁹، وبالتالي رقمنة قطاع السياحة في الجزائر من الممكن أن يحقق الايجابيات التالية²⁰:
- ✓ مواكبة الطفرة التكنولوجية الهائلة لتحسين تسيير المؤسسات السياحية، والاستفادة من التكنولوجيات الحديثة لجعل الجزائر وجهة سياحية.

- ✓ الاستفادة أقصى ما يمكن مما توفره الثورة التكنولوجية من خدمات ومنافع، مع حتمية احتواء سلبياتها مع الاستخدام المحترف للسياحة الالكترونية ورقمنة قطاع الصناعة التقليدية.
- ✓ تجسيد عملية الرقمنة من خلال اعداد منظومة معلوماتية، تهدف إلى تقديم عدة خدمات لكل متعاملي القطاع باختلاف نشاطهم، لا سيما في مجال الاستثمار وتسيير طلباته، وكذا نشاط اعتماد وكالات السياحة والأسفار ورخص الاستغلال الفندقي، إلى جانب خدمات أخرى توضع في متناول المتعاملين عبر شبكة الانترنت.
- ✓ إدراج الجزائر ضمن الشبكات الدولية ودعم مكانتها كوجهة سياحية وتثمين مكتسباتها الطبيعية والثقافية، بفضل الاستثمار وجودة العرض.

3.3. مساعي رقمنة قطاع السياحة في الجزائر:

تم إطلاق العديد من المشاريع في سبيل رقمنة قطاع السياحة في الجزائر، والتي يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

- ✓ من أجل تطبيق التسويق السياحي الالكتروني في الجزائر قام الديوان الوطني للسياحة سنة 2007 بإطلاق موقع إلكتروني (www.onat.dz) للترويج للسياحة الجزائرية، ويعرض من خلال هذا الموقع معلومات سياحية عن المناطق السياحية المصنفة من طرف اليونسكو وغيرها، ويحتوي معلومات لوكالات سياحية وطنية، والمؤسسات المتواجدة بالجزائر من فنادق ومطاعم، مخيمات، متاحف، وحظائر سياحية²¹.
- ✓ فرضت وزارة السياحة والصناعات التقليدية منذ سنة 2010 على وكالات السفر والسياحة في الجزائر استعمال التكنولوجيات الحديثة لتسويق صورة الجزائر ومن أهمها ضرورة الحجز الالكتروني من أجل تسهيل مهمة الأجانب في الحجز والسفر إليها²².
- ✓ الاعداد لمنظومة معلوماتية من خلال تدعيم 66 وحدة فندقية وتعميمه بعد ذلك ليشمل جميع الوحدات الفندقية مع نهاية سنة 2018، وتهدف هذه المنظومة المعلوماتية إلى تقديم عديد الخدمات الموجهة لكل متعاملي القطاع باختلاف مجالات نشاطهم، خاصة وكالات السياحة والأسفار²³.
- ✓ وضع برنامج جديد من قبل وزارة السياحة يهدف لرقمنة جميع مصالحتها، حيث يشرع في رقمنة جميع الوكالات السياحية، يليها برنامج لرقمنة الاستثمارات في هذا المجال، ثم الادارة والأرشيف وغيرها من المصالح التي تنتمي لوزارة السياحة²⁴.
- ✓ توقيع اتفاقية بين قطاعي السياحة والبريد والمواصلات تسمح بمنح التسهيلات الكافية، وتشجيع الرقمنة للمؤسسات الفندقية التابعة للقطاع، والتي تليها فيما بعد اتفاقيات تفصيلية تحدد دفتر الشروط الذي يضم جميع الشروط وحقوق وواجبات كل طرف موقع عليها²⁵.

الخاتمة:

تعتبر السياحة من القطاعات الاقتصادية المهمة استراتيجيا وخاصة بالنسبة للبلدان التي تسعى لتتوسع اقتصادها وإكسابه الميزة التنافسية، وفي ظل التحول الرقمي الذي يشهده العالم أصبح لزاما على قطاع السياحة في الجزائر مواكبة التطورات والسعي للاندماج والتفاعل معها، ويكون هذا من خلال العمل على انجاح السياحة الالكترونية بالاعتماد على الدمج بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والسياحة، وبالتالي رقمنة قطاع السياحة يسمح بوضع الجزائر كواجهة سياحية عالمية والترويج المبتكر لأهم المواقع والمناطق الأثرية وكل ما تتميز به الجزائر من مناظر وأماكن سياحية طبيعية. وقد خلصت هذه الدراسة إلى أن هناك تأخر كبير في رقمنة قطاع السياحة في الجزائر، فبالرغم من المشاريع والبرامج التي أطلقتها وزارة السياحة والتي تهدف إلى تزويد القطاع بقاعدة معلوماتية تمكن السائح من الحصول على كافة المعلومات الضرورية بالإضافة إلى تسهيل كل الاجراءات وتحويل أداؤها من الطريقة التقليدية إلى الطريقة الالكترونية، إلا أن معظم المؤشرات المتعلقة بأداء الجزائر سواء على مستوى التحول الرقمي أو في إطار رقمنة السياحة التأخر الكبير في هذا المجال مما يضع الجزائر ضمن تحديات كبيرة للاستجابة للتطورات الراهنة وضمان الاستمرارية في العصر الرقمي.

قائمة المراجع:

- ¹Rumana Bukht and Richard Heeks, Defining Conceptualising and Measuring the Digital Economy, Centre for Development Institute, SEED, University of Manchester, Working Paper N°68,2017,P.4.
- ² OECD, The Digital Economy,2012, P.103, Available on: <http://www.oecd.org/daf/competition/The-Digital-Economy-2012.pdf>, Accessed:05/01/2018.
- ³ عبادي محمد وزهواني عبد الرزاق، تجليات التحول الرقمي ودوره في تفعيل السياحة الداخلية:اتصالات الجزائر نموذجاً، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد08، العدد2019،03، صص.146-162.
- ⁴ عوينات عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات(2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحيةSDAT2025، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر-03، ص ص.43-44.
- ⁵ غنية شليغم ورضا سيف الدين جلوي، التوجهات التسويقية الحديثة في إدارة السياحة ودورها في تطوير وتحسين أداء الخدمات السياحية: التسويق السياحي الالكتروني نموذجاً، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، العدد العاشر، جانفي 2017، ص ص.191-207.
- ⁶ عوينات عبد القادر، مرجع سابق، ص.45.
- ⁷ مونية كريمة، التجارة الالكترونية: ضرورة حتمية لتفعيل السياحة الالكترونية في الجزائر، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الدولي حول الصناعة السياحية والتنمية المستدامة: واقع وآفاق، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم.
- ⁸ أنظر في ذلك:
- لوسيل، السياحة والتحول الرقمي، ملحق تصدره لوسيل بمناسبة اليوم العالمي للسياحة، 2018، متوفر على الرابط: https://lusailnews.net/pdf/20180926_1537973730-952.pdf، تاريخ الاطلاع:2020/01/25.
 - ناصر الناصر، ماذا تعرف عن إنترنت الأشياء، عالم التقنية، 2015، متوفر على الرابط: <https://www.tech-wd.com/wd/2015/03/04/internet-of-things>، تاريخ الاطلاع:2020/01/26.
- ⁹ لوسيل، مرجع سابق.
- ¹⁰ نفس المرجع السابق.

¹¹ World Travel and Tourism Council, Travel and Tourism Economic Impact 2017 Algeria, Available on: www.wttc.org,

Accessed:23/01/2020.

¹² أطلس بيانات العالم، الجزائر، الرابط:

<https://ar.knoema.com/atlas/%d8%a7%d9%84%d8%ac%d8%b2%d8%a7%d8%a6%d8%b1/topics/%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%AD%D8%A9>، تاريخ الاطلاع: 2023/07/18.

¹³ Idem.

¹⁴ Idem.

¹⁵ Idem.

¹⁶ Idem.

¹⁷ يونس بلفلاح، التكنولوجيا ترسم معالم مستقبل السياحة، العربي الجديد، تاريخ النشر: 2015/03/11، متوفر على الرابط التالي: <https://www.alaraby.co.uk/supplements/2015/>، تاريخ الاطلاع: 2020/01/29.

¹⁸ نسرين محفوف، واقع السياحة الالكترونية في الجزائر لا يزال متأخرا، جريدة الجزائر، متوفر على الرابط:

<https://www.eldjaironline.net/Accueil>، تاريخ الاطلاع: 2020/01/28.

¹⁹ يومية الرائد، الرقمنة وتعميم الدفع الالكتروني لدعم السياحة في الجزائر، تاريخ النشر: 2019/01/15، متوفر على الموقع:

<http://elraaed.com>، تاريخ الاطلاع: 2020/01/27.

²⁰ جريدة النصر، وزير السياحة يدعو المتعاملين لمواكبة الطفرة التكنولوجية، تاريخ النشر: 2017/12/03، متوفر على الرابط:

https://www.annasronline.com/index.php?option=com_content&view=article&id=84918، تاريخ الاطلاع: 2020/01/27.

²¹ بوعويينة سليمة، متطلبات تفعيل التسويق السياحي الالكتروني لتنمية السياحة في الجزائر، مجلة جديد الاقتصاد، عدد رقم 11،

ديسمبر 2016، متوفر على الرابط: <https://djadidel-iktissad.dz/wp-content/uploads/2018/12/03-%D8%A8%D9%88%D8%B9%D9%88%D9%8A%D9%86%D8%A9.pdf>، تاريخ الاطلاع: 2020/01/28.

²² نفس المرجع السابق.

²³ حليلة هلال، وزير السياحة يكشف عن نظام جديد لرقمنة الفنادق، جريدة البلاد، متوفر على الرابط التالي:

<https://www.elbilad.net/article/detail?id=77283>، تاريخ الاطلاع: 2020/01/28.

²⁴ موقع الحوار، خدمات الانترنت لا تشكل عائقا للسياحة الالكترونية، متوفر على الرابط:

<https://www.elhiwardz.com/national/105196>، تاريخ الاطلاع: 2020/01/29.

²⁵ نفس المرجع السابق.