

تقييم موقع الويب لوكالة تيمقاد للسفر و السياحة - باتنة

د/ حامدي محمد

د/ عيساني عامر

جامعة باتنة

المخلص :

Abstract :

The study aimed to evaluate the website of the agency Timgad The Travel and Tourism in Batna , descriptive approach that is appropriate to the nature of the subject has been followed through analyzing and presenting results and suggestions that may contribute to improving the effectiveness of the websites of the Algerian tourism agencies

- The website of the Timgad Travel and Tourism Agency is compatible with the general standards that must be met on the Internet.
- The website of the Timgad Travel and Tourism Agency provides this information to the Agency's services, as well as ensuring communication with customers.
- The website aims to attract foreign agencies and tourists.

Keywords: Web sites, Web site evaluation indicators, Timgad travel and tourism agency in Batna.

هدفت الدراسة إلى تقييم موقع وكالة تيمقاد للسفر و السياحة بولاية باتنة ، و تم إتباع المنهج الوصفي الذي يلائم طبيعة موضوع وذلك من خلال تحليل وتقديم نتائج و إقتراحات قد تساهم في تحسين فعالية مواقع الويب للوكالات السياحة الجزائرية ، تم التوصل للعديد من النتائج أهمها:

- مطابقة موقع الويب لوكالة تيمقاد للسفر و السياحة للمعايير العامة التي يجب أن تتوفر في مواقع الانترنت .
- موقع الويب لوكالة تيمقاد للسفر و السياحة باتنة هدفه التعريف بخدمات الوكالة، بالإضافة على ضمان التواصل مع الزبائن.
- يهدف موقع الويب لوكالة تيمقاد لإستقطاب الوكالات والسياح الأجانب .

الكلمات المفتاحية : مواقع الويب، مؤشرات

تقييم مواقع الويب ، وكالة تيمقاد للسفر و السياحة بولاية باتنة.

مقدمة :

في ظل التطور السريع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فأصبحت الإنترنت أكثر تداولاً بين مختلف الأفراد ، وأصبحت واحدة من أقوى مصادر المعلومات، وفي صدارة وسائل التسويق ونشر المعلومات حول خدمات المؤسسات ، ونظراً لكون الوكالات السياحية في حاجة لعرض وجهاتها السياحية و مختلف خدماتها الإلكترونية مثل حجز الفنادق و كراء السيارات لجأت وكالة تيمقاد للسفر و السياحة لإنشاء موقع الويب خاصة بها .

1. إشكالية الدراسة:تحاول الدراسة الإجابة على التساؤل الآتي:

• ما مدى مطابقة موقع وكالة تيمقاد للسفر و السياحة للمعايير العامة التي يجب أن تتوفر في مواقع الويب؟

و تتفرع من إشكالية الدراسة التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي مختلف الخدمات التي تقدمها وكالة تيمقاد للسفر و السياحة؟
- ما هي المعايير العامة التي يجب أن تتوفر في مواقع الويب؟
- ما هو ترتيب موقع الويب لوكالة تيمقاد للسفر والسياحة؟
- إلى أي حد يحترم موقع الويب لوكالة تيمقاد للسفر والسياحة معايير تقييم أداء مواقع الويب؟

2. فرضيات الدراسة: للإجابة عن هذه الأسئلة، تقدم الدراسة الأجوبة المحتملة المتمثلة في الفرضيات الآتية:

- يطابق موقع الويب لوكالة تيمقاد للسفر و السياحة للمعايير العامة التي يجب أن تتوفر في مواقع الانترنت.
- يترتيب موقع الويب لوكالة تيمقاد للسفر والسياحة ضمن أحسن مواقع الوكالات السياحية الخاصة بولاية باتنة.

3. أسباب إختيار الدراسة: يعد الجانب مواقع الويب مادة رئيسية من مواد الانترنت وذلك لما توفره تلك الشبكة من إمكانية وسرعة وسهولة وذلك ما يتفق والأهداف العامة في مجال تقديم الخدمات السياحية للوكالات، إضافة لما تقدمه شبكة الانترنت من سعة الانتشار وتخطيها الحدود الوطنية والقومية والإقليمية إلى مرحلة العالمية.

4. الأهداف: تسعى الدراسة لتحقيق الأهداف الآتية والتي منها:-

- ⇐ إبراز أهم المعايير العامة التي من خلالها يمكن دراسة وتقييم الموقع الويب.
- ⇐ التعريف بوكالة تيمقاد للسفر و السياحة باتنة .
- ⇐ الكشف عن مدى مطابقة موقع وكالة تيمقاد للسفر باتنة لأهم المعايير في هذا مجال تقييم المواقع.

5. منهج الدراسة: للإجابة عن أسئلة إشكالية البحث ومحاولة إختبار صحة الفرضيات المقترحة، تم الإعتماد على المنهج الوصفي لتحليل البيانات المتعلقة بموقع وكالة تيمقاد للسفر والسياحة باتتة.

المبحث الأول : تقييم مواقع الويب

في هذا المبحث سوف نتعرض الدراسة لتعريف شبكة الأنترنت، وخدمة الويب وهذا من أجل إعطاء فكرة عن هذه الشبكة، بالإضافة إلى تعريف موقع الأنترنت و أهم معايير تقييم هذه المواقع.

المطلب الأول: مفهوم الأنترنت

للقوف على حقيقة الأنترنت يجب معرفة خلفية وأبعاد المفهوم في حد ذاته، حيث أن مفهوم الأنترنت يكتفه بعض الغموض، لذا إرتأينا دراسته من خلال جانبين هما:

الفرع الأول : تعريف الأنترنت

كلمة الأنترنت هي ترجمة حرفية للكلمة (internet) وهي كلمة مأخوذة من كلمتين هما (interconnections) وهي تعني ربط أكثر من شيء ببعضه البعض، وكلمة (network) والتي تعني الشبكة فأستعير من كلمة الأول الجزء الأول (inter) ومن الكلمة الثانية الجزء الأول (net) فصارت الكلمة الجديدة (internet) ، يعني إختصار لـ (interconnections Network)¹.

الفرع الثاني : تعريف الأنترنت الإصطلاحي

هناك عدت تعاريف لشبكة الأنترنت نذكر منها :

الأنترنت ليست شبكة بل شبكة الشبكات، التي توصلت بفضل لغة عامة و بطريقة رقمية إلى الإيصال والتواصل في المواضيع التي تهتم المستخدمين لها².

تعرف الأنترنت على أنها وسيلة إيصال هامة إستطاعت أن تكتسب مكانة بين مختلف وسائل الإيصال الأخرى وهي لا تستلزم مبالغ أو ميزانيات خاصة وهي تتميز بالمعالجة الجدية والموضوعية لموضوعات عامة³.

وتعرف أيضا على أنها مجموعة من الشبكات الحواسيب على إختلاف أنواعها وأحجامها وشبكات الإتصالات ترتبط فيما بينها لتقدم العديد من الخدمات والمعلومات ، بين الأفراد والجماعات ، تعتمد نظم مراسلة عالمية عرفت ب: بروتوكول الإيصال عبر الأنترنت (TCP/IP Transmission Control Protocol / Internet Protocol)، وبرمجيات لتشكيل لغة تخاطب واحدة تفهمها جميع الشبكات والحواسيب المتصلة بالأنترنت و تساعد على نقل وتبادل المعلومات⁴.

كما تعرف على أنها تجميع لشبكات متصلة فيما بينها لتشكل بذلك شبكة عالمية أكبر⁵.

الأنترنت هي مزيج من عدد كبير من الشبكات الفرعية التي تعمل بنظام مفتوح يسمح بالإيصال بين مجموعة هائلة من الحواسيب وفق لغة مشتركة واحدة ، هي مراسيم (TCP/IP) التي تسمح بخلق نوع من التفاعل عن طريق تبادل المعلومات بسرعة عالية وبطريقة مرنة ولا مركزية.

الأنترنت عبارة عن مجموعة من شبكات الكمبيوتر المرتبطة فيما بينها، وتشكل في الأخير هذه الشبكات الصغيرة شبكة عالمية تسمى الأنترنت⁶.

الأنترنت هي شبكة مكونة من عدد من الشبكات المتصلة، تحتفظ العديد من الحواسيب في هذه الشبكات على ملفات مثلا صفحة الأنترنت ، يمكن لأي جهاز كمبيوتر أن يصل إلى المعلومات أو يستقبلها على الشبكة⁷.

الأنترنت شبكة لمجموعة شبكات أو لمجموعة أجهزة الحاسب تتصل معا بواسطة بروتوكولات معينة، ويتم من خلالها إنتقال كافة موارد الكمبيوتر من ملفات وغيرها بين الأجهزة المتصلة بالشبكة الأم من أي مكان في العالم⁸.

كما يمكن أن نعرف الأنترنت بأنها مجموعة من الشبكات المعلوماتية الدولية التي ترتبط ببعضها البعض، هذا الترابط يتيح لها تبادل المعلومات ونقل الملفات على إتساع العالم كله⁹. الأنترنت هي شبكة الشبكات تربط العديد من أجهزة الحاسوب الحكومية والأكاديمية والخاصة معا، كما تمهد لإستخدام البريد الإلكتروني ونقل الملفات وقواعد البيانات وغيرها من مصادر المعلومات¹⁰.

نلاحظ هنا وجود خطأ شائع يتمثل في مرادفة بين مصطلحات "الأنترنت" و"الشبكة العنكبوتية العالمية" (world wide web) ، إذ أن الأولى تعني الشبكة الفيزيائية المكونة من أجهزة الحاسوب مرتبطة فيما بينها ، فيما تمثل الثانية المعروفة بـ "الويب" شبكة البيانات مرتبطة بوصلات (Hyperlinks) أو عناوين (Uniform Resource Locator * URL) ، وبعبارة أوضح فإن "الويب"، ليس إلا أحد خدمات التي توفرها الأنترنت مثل خدمة البريد الإلكتروني والتخاطب...إلخ.

المطلب الثاني : خدمات الشبكة العنكبوتية العالمية للمعلومات

يطلق عليها أيضا خدمة الويب (web) وتعد هذه الخدمة من أهم خدمات الأنترنت ويرجع لها الفضل في إنتشار الأنترنت والإقبال عليها، وخصوصا من الناحية التجارية فهي تشمل على حقل واسع من المعلومات المختلفة في شتى الميادين، تعتبر نظام برمجي يعمل على شبكة الأنترنت ويتكون من مجموعة كبيرة من الصفحات التي تحتوي على كم هائل من المستندات المتصلة والمتشعبة¹¹.

وتوفر خدمة الويب الربط بين الوثائق، ولهذا فإن بمجرد النقر على الكلمة أو صورة النص ، يمكن المستخدم من دخول الأنترنت وإحضار الوثيقة المطلوبة، كما أن الويب يتميز بقدرته على التعامل مع الوسائط المتعددة فهي تمكن من الوصول إلى الفيديو، الصوت ، الصورة وغيرها¹². لكل صفحة ويب على شبكة الأنترنت عنوان يسمى في لغة الشبكة¹³.

URL : Uniform Resource Locator

أما الصيغة العامة لعنوان الويب هي:

<http://www.nom-de-site.domaine>

<http://www.nom-de->

[site.domaine/repertoire/fichier](http://www.nom-de-site.domaine/repertoire/fichier)

وأحيانا نجد:

(http : HyperText Transfer

http:// : تعني بروتوكول نقل النص

Protocol)

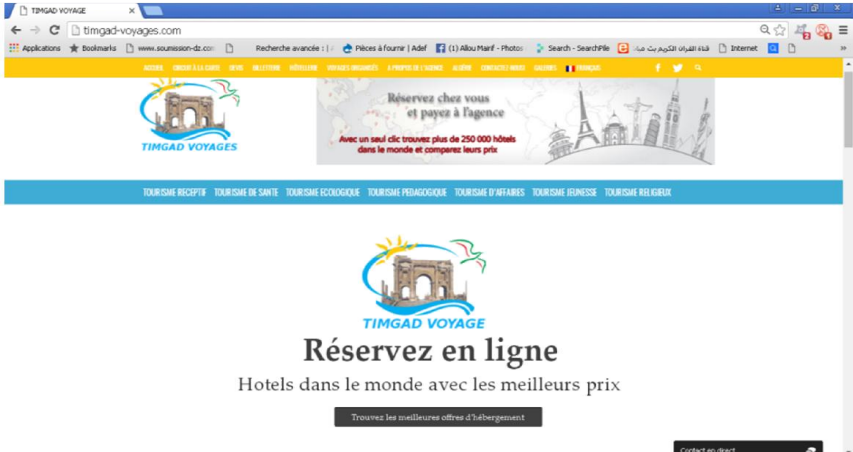
www : تدل على خدمة الويب (World Wide Web)

Nom-de-site : إسم موقع الويب في الشبكة

Domaine : النطاق المحدد لنوع نشاط المؤسسة أو الجهة المالكة للموقع¹⁴.

والشكل الموالي على سبيل المثال يوضح صورة موقع الويب لوكالة تيمقاد :

الشكل رقم 1: موقع الويب لوكالة تيمقاد للسفر و السياحة



Source : [http://timgad-voyages.com/\(01/07/2017\)](http://timgad-voyages.com/(01/07/2017)).

المطلب الثالث: معايير تقييم مواقع الانترنت

يتمثل الموقع الويب في مجموعة ملفات متكونة من صفحات HTML، وصور، وتسجيلات صوتية، وبرامج... ، بحيث تنتظم هذه الملفات في شكل هرمي يعكس الهيكل التنظيمي للموقع. وقد يجسد الموقع الإلكتروني صفة هيئة أو مؤسسة أو شخص. وقد يكون الالتحاق بالموقع الإلكتروني متاحا من أي مكان في العالم عبر شبكة عالمية كالانترنت، كما قد تكون إمكانية الالتحاق به محدودة في إطار محلي من خلال شبكة محلية كالانترنت.¹⁵

الفرع الثاني: معايير تقييم مواقع الويب

إن التضخم الهائل في حجم المعلومات المتوافرة على شبكة الإنترنت بما فيها من غث ونافع، يجعل جودة المحتوى من أهم عناصر الجودة التي يجب مراعاتها عند إجراء عملية التقييم للمواقع الإلكترونية والخدمات التي تقدمها. وبما أن المحتوى هو الركيزة الأساسية في التوجه في الأعمال

والتجارة نحو البعد الإلكتروني عبر التجارة الإلكترونية، وقد تم التعرض لجودة المحتوى من قبل عدد كبير من الباحثين، بطرق مختلفة.

هناك مجموعة من العوامل العملية والتقنية التي تزيد من فاعلية الموقع وتجعلها ناجحة وتزيد من قدرتها على تحقيق أهداف المؤسسة بكفاءة عالية، وأهم هذه العوامل¹⁶:

1. وضوح مهمة الموقع الإلكتروني، حيث أن الهدف الأساسي من الموقع الإلكتروني التجاري هو تحقيق الأرباح، لذلك لا يجب إهمال الوصول إلى تحقيق هذا الهدف وذلك بوضعه على رأس الأولويات والتركيز عليه كقاعدة في تسيير الموقع.
2. توجيه محتوى الموقع إلى شريحة معينة، مما يسهل دراسة السوق الافتراضي، و تجسيد كل ما يساعد على جذب العملاء من هذه الشريحة المستهدفة إلى موقع المؤسسة.
3. الحفاظ على بساطة الموقع من خلال: تنظيم المحتوى بشكل واضح و سهولة التصفح و تسلسل المعلومات وتناسقها
- المراقبة والمتابعة المنتظمة للروابط الموقع.
4. الإهتمام بكل ما يزيد من جاذبية الموقع دون التأثير على المحتوى وسهولة التصفح.
5. دعم مصداقية الموقع بكل ما يزيد من موثوقيتها.
6. العمل على تحسين أداء الموقع بشكل دائم.
7. جعل الموقع تفاعلي لكسب رضا الزبون ووفائه.

ويمكن إجمال مؤشرات أخرى لجودة الموقع الويب بما يأتي¹⁷:

1. التحديث: حداثة المعلومات على الموقع. ويمكن قياس هذا المؤشر باستخدام قائمة الفحص الآتية:

- عدد مرات التحديث خلال فترة زمنية محددة، معقول.

- وضوح وقت آخر تحديث للمستخدم.

2. مدى صلة الموقع بالشركة: مدى صلة الموقع بالشركة أو المؤسسة من حيث المحتوى

والشمولية والتفصيل في المعلومات. ويمكن قياس هذا المؤشر باستخدام قائمة الفحص الآتية:

- يحتوي الموقع معلومات عن أهداف الشركة.

- يحتوي الموقع معلومات عن نشأة الشركة.

3. عدد اللغات والثقافة: توفر التصفح بأكثر من لغة، ومراعاته لاختلاف ثقافة الزبائن بغض النظر

عن الدولة التي ينتمون إليها، ويمكن قياس هذا المؤشر باستخدام قائمة الفحص الآتية:

- توفر التصفح بأكثر من لغة .

- يراعي الموقع اختلاف ثقافة الزبائن بغض النظر عن الدولة التي ينتمون لها.

4. تنوع أسلوب العرض: عرض المعلومات بأشكال مختلفة. ويمكن قياس هذا المؤشر باستخدام

قائمة الفحص الآتية:

- يحتوي الموقع على ملفات نصية.
- يحتوي الموقع على ملفات صورة و فيديو.
- 5. الدقة: دقة المعلومات. ويمكن قياس هذا المؤشر باستخدام قائمة الفحص الآتية:
- دقة المعلومات على الموقع .

-لا يوجد أخطاء قواعدية أو لغوية ظاهرة على الموقع.

وهناك من الباحثين من إضافة مؤشر البيع الإلكتروني وإجراءاته حيث يعد أحد أنماط البيع الحديثة التي فرضتها طبيعة التجارة الإلكترونية ، التي يقصد بها حسب تعريف منظمة التجارة العالمية " أنشطة إنتاج السلع والخدمات ، وتوزيعها وتسويقها وبيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الإلكترونية"¹⁸.

المبحث الثاني: تحليل موقع الويب لوكالة تيمقاد للسفر

إن توسع ميادين التجارة الإلكترونية التي سخرت لخدمتها كم هائل من مواقع الويب المنتشرة على الأنترنت ، و وجود أكثر من عامل يحكم قدرة هذه المواقع على جذب الزبائن ، وتسويق المنتجات والخدمات المطروحة على الصفحات التي تحويها هذه المواقع، باتت تعد موردا مهما بحاجة إلى الدراسة والتحليل لتحديد مكونات المواقع ، ونقاط القوة التي تتسم بها.

أنشأت وكالة تيمقاد للسفر سنة 2005 موقع ويب خاص بها ، تعرض من خلاله مختلف خدماتها بالإستعانة بمؤسسة متخصصة Exovisions وعنوانه كالتالي:

www.timgad-voyages.com

المطلب الأول : تقديم عام لوكالة تيمقاد للسفر

وكالة تيمقاد للسفر من أهم الوكالات المتواجدة على مستوى الشرق وذلك من خلال الخدمات التي تقدمها لزيائنها ، وهي تحاول تطوير أساليب تسييرها لمسايرة تقدم التكنولوجيا وهي معتمدة من طرف الجمعية الدولية النقل الجوي (*I.A.T.A) و جمعية النقل الجوي الفرنسي (*A.T.A.F) ، و تحاول جاهدة التحكم في التكنولوجيا و إستخدامها في إدارة أعمالها وهذا ما شجعنا على إختيارها كمجال لدراسة الحالة .

الفرع الأول : التعريف بوكالة تيمقاد للسفر

أنشئت وكالة تيمقاد للسفر بتاريخ 1983/08/03 و لها صفة قانونية شخص طبيعي برأس مال يقدر بـ100000دج، وبتاريخ 2007/07/22 ، تم تحويل صفتها القانونية إلى مؤسسة ذات شخص وحيد ذات مسؤولية محدودة برأس مال يقدر بـ 17331964 دج .

الفرع الثاني : خدمات وكالة تيمقاد للسفر

تقدم وكالة تيمقاد للسفر خدمات لزيائنها نذكرها كالآتي:

أولا : خدمة السياحة

تقدم الوكالة خدمة السياحة لجميع زبائنها و ذلك لتثمين التراث الثقافي ، وهم أحرار في إختيار وجهتهم إلا أنها تساعدهم في تنظيم الرحلات .

ثانيا : بيع التذاكر و حجز الفنادق

تضمن الوكالة خدمة حجز التذاكر على الخطوط الجوية الجزائرية إضافة إلى الكثير من المؤسسات الجوية الدولية .

المطلب الثاني: تحليل موقع www.Timgad-voyage.com

على الرغم من عدم وجود اتفاق حتى الآن حول معايير محددة لتقييم المواقع الالكترونية كما تم سرده من قبل، إلا أن هناك إجماع على ضرورة التقييم إدراكا من المختصين لأهميته، حيث أن هذه المعايير المعتمدة والمقترحة لتقييم الموقع الويب لوكالة تيمقاد للسفر والسياحة بولاية باتنة في هذه الدراسة ناتجة عن تكامل بين الدراسات السابقة والمختصة بجودة المواقع الالكترونية ، وتحاول الدراسة تحليل الموقع الخاص بالوكالة السياحية تيمقاد للسفر و السياحة بالإعتماد على المعايير الأساسية لتحليل مواقع الويب:

الفرع الأول : العمل الأساسي

التعريف بالوكالة التي تعرض وتسوق منتجاتها وخدماتها على الموقع ، بالإضافة على ضمان التواصل مع الزبائن .

الفرع الثاني : التموقع

يركز الموقع على التعامل مع الوكالات الأجنبية للسياحة B2B وذلك ما نلمسه من خلال الأسعار الخاصة المخفضة التي يقدمها الموقع للمؤسسات و المجموعات ، وهذا ما نستخلصه من عملية التسجيل الإلكتروني حيث يتم تخصيص تخفيض يقدر بـ15% للوكالات السياحية .

الفرع الثالث : الهدف

الأشخاص المستهدفين هم الوكالات والسياح الأجانب ، وهذا ما يعكسه الموقع بعرضه السياحة الإستقبالية بقوة و باللغات الأجنبية.

الفرع الرابع : الدعائم

يحاول الموقع تقديم صورة جميلة للجزائر من خلال مختلف الشروحات للرحلات المتوفرة المدعومة بصور عن مواقع السياحة ، مما يساهم في جذب الزوار إليه ويمكن إيجاز المؤشرات الفرعية التالية:

أولا : الشكل

الصفحة مقسمة إلى أربعة أقسام:

- **لجهة العلوية:** تضم شريط إبحار لمختلف خدمات الوكالة بالإضافة إلى محرك بحث خاص بموقع الوكالة.
- **العمود اليسار :** يضم قائمه بمجموع خدمات السياحة وخدمة التعرف على الطقس بالإضافة على أيقونة إخبارية للرحلة السياحية على الدرجات النارية التي تقودك إلى الموقع الثاني للوكالة.
- **محتوى الصفحة :** يتغير بتغير طلب الزائر (إبحار الزبون).
 - التصميم ملائم لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع.
 - الصور المستخدمة داخل الموقع ملائمة لطبيعة الموقع.
 - استخدام الألوان الفاتحة كخلفيات.
 - يستخدم خط واحد وبحجم واحد وينفس السمة في الصفحة الواحدة باستثناء العناوين الرئيسية.
 - الخطوط المستخدمة يسهل قراءتها وحجمها مناسب.
 - سهولة استخدام الموقع وفهمه والتعامل معه.
 - سهولة إيجاد المعلومات والتصفح في الموقع.
 - سهولة إيجاد الموقع من محركات البحث.
- **الجهة السفلية :** تضم أيضا تعريف بالوكالة وخدماتها ، وتشير إلى المؤسسة المنجزة للموقع.

ثانيا : التصميم

الموقع ساكن ولاحظنا فيه :

- شعار ورمز الوكالة غير واضحين .
- توجد فضاءات للتواصل مع الزائرين .
- لا توجد مقاطع فيديو أو خدمات البريد الإلكتروني و الشات .
- لا توجد خدمة البحث عن أماكن السفر وحجز التذاكر مباشرة عبر الموقع.
- يوجد خريطة مناسبة للموقع أو وصلات في كل صفحة بحيث يستطيع المستخدم الانتقال إلى أي صفحة أخرى.

- يستطيع المستخدم معرفة الصفحة الحالية التي يتصفحها من خلال إظهار عنوانها بالكامل.

ثالثا: الإشهار

الإشهار المتواجد خاص بالوكالة فقط ، لا توجد ومضات إخبارية متحركة ، تشير الوكالة إلى بعض شركائها من شركات الطيران وغيرها ، وهذا ما نعتبره نوع من الإشهار.

رابعا : الوسائل الإعلامية

الوسائل الإعلامية غير متوفرة ، كونها تحتاج إلى تحديث يومي للموقع وهذا ما يزيد من تكاليف إدارة وصيانة

الموقع لذا تضع الوكالة معلومات عامة عن خدماتها وتقوم بتحديثها عند الحاجة .

خامسا : اللغات

الموقع يستخدم اللغة الفرنسية والإنجليزية.

الفرع الخامس : البيع الإلكتروني

إجراءات حجز الفنادق تتم بصورة إلكترونية كاملة حيث يستطيع العميل إدخال معلومات بطاقته للدفع الإلكتروني مباشرة من موقع الوكالة، بينما بقية الخدمات الأخرى تتم بصورة شبه إلكترونية إي تقديم العميل طلب الشراء وإنهاء كافة إجراءات الطلب إلكترونياً عبر الموقع ، ثم سداد الثمن بإحدى الطرق التقليدية.

المطلب الثالث : ترتيب موقع الوكالة

هذا الاختبار يعطي درجة التقييم على أساس شعبية (وأهمية) الموقع على شبكة الانترنت، بالإعتماد على ترتيب أليكسا للمواقع التي تراقب حركة الويب شبكياً، أي حسب عدد الزيارات التي تتم للموقع.

يعتمد ترتيب المواقع في العالم على عدد الزيارات اليومية للموقع والوصول إليه عن طريق محركات البحث، وتبقى مواقع مثل جوجل، فيسبوك، يوتيوب وياهو دائماً في مقدمة الترتيب.

يعتبر موقع أليكسا كأحد أفضل المواقع التي تستخدم لغايات تصنيف وترتيب المواقع في الانترنت، ويعود هذا الأمر إلى أن الطريقة التي يستخدمها في ترتيب الموقع تعتبر الأفضل حالياً، ويمكن القول أن أي موقع يسعى ويحلم بأن يحتل مرتبة متقدمة ضمن تصنيف هذا الموقع وذلك عبر الحصول على أكبر عدد من الزوار له.

من أهم الوسائل التي تساعدنا على تحسين ترتيب الموقع في أليكسا هي¹⁹ :

- تحديث محتوى الموقع كل مرة، حتى يظهر أن الموقع به دائم التغيير والتجديد.
- تضمين الموقع محتوى ذو جودة عالية و ليس إضافة أي محتوى، هذا بالإضافة إلى تجنب النسخ أو النقل من مواقع أخرى فهذا قد إلى خطر عدم الظهور على مقياس أليكسا و عدم الحصول على نقاط في أليكسا.
- زيادة عدد الروابط إلى موقعكم في مواقع أخرى.

وفقاً لهذا الاختبار فإن موقع وكالة تيمقاد للسفر و السياحة حصل على تقييم حسن قدره (10/6.8) وقد إحتل المرتبة 6,606,378 عالمياً²⁰، بإنخفاض قدره 1,907,234 مرتبة خلال ثلاث أشهر (أفريل ، ماي ، جوان) ، أي أن التغيير النسبي للشعبية سجل إرتفاعاً ملحوظاً في الربع الثاني من هذه السنة 2017. أما ترتيب الموقع على المستوى الوطني فقد إحتل موقع وكالة تيمقاد

المرتبة 38,340 وطنيا، ويعزى ذلك لكون أن الزيارات للعملاء التي تمت لموقع الوكالة زادت مع دخول الموسم السياحي في الجزائر للإطلاع على الخدمات المقدمة من طرف الوكالة. وتحسن أداء موقع الوكالة بنسبة 23% في ثلاثة الأشهر الأخيرة ، وأما عن متوسط مدة بقاء العملاء المتصفحين للموقع فقد بلغت 4 دقائق و 23 ثانية .

لكن نتبع ترتيب أليكسا لوكالة تيمقاد و مقارنتها مع الوكالات السياحية المنافسة (وكالة غوفي ، وكالة طيبة) وهما الوكالتين الودنتين مع وكالة تيمقاد التي تملك موقع الويب أما بقية وكالات سياحية بيانتة للأسف لا تملك مواقع إلكترونية. تبين أن الترتيب العالمي لوكالة تيمقاد هو الأحسن ، علما أن ترتيب العالمي لوكالة غوفي ²¹ 17,226,043 ووكالة طيبة إحتلت المرتبة ²² 10,629,576 عالميا ؛ وهذا يعني وضوحا أن التحسينات التي مست موقع وكالة تيمقاد وتفوقه على مواقع بقية الوكالات بالولاية .

الخاتمة:

أنشأت الوكالة موقع الويب خاص بها سنة 2005 لعرض خدماتها السياحية و التواصل مع العملاء ، إيماننا منها بالدور الذي تلعبه مواقع الويب في التعريف بالوكالة و منتجاتها و إستلام طلبات العملاء و التواصل معهم ، ولكننا لاحظنا بعض النقائص مثل : عدم تزويد الموقع بإمكانية الحجز الأولي للتذاكر على الأقل و تم إضافة فضاء لتواصل بالكتابة مع الوكالة سواء عبر الموقع، لإضافة إمكانية الحجز الأولي لتذاكر أو طلب المعلومات و أيضا عدم وجود اللغة العربية للموقع .

من خلال ما تم إستعراضه وتحليله، يمكن القول أن الموقع الإلكتروني لوكالة تيمقاد بصفة إجمالية، يتمتع بقدر من القبول في أوساط العملاء (السياح)، نظرا لما يقدمه من خدمات سياحية ومحتوى ملائم لطبيعة الموقع ، بالإضافة إلى كونه يساهم في الإتصال والتواصل بين العملاء وموظفي الوكالة.

الوكالة متقدمة في مجال إستقبال السياح الأجانب حيث تكون أول خطوة بإرسال السائح لطلب أو معلومات حول الرحلة لتقوم الوكالة بوضع فاتورة إفتراضية وترسلها بالبريد الإلكتروني للسائح، بعد قبول السائح وتسديده لمبلغ المالي يرسل صورة لوصول التسديد للوكالة ، لتقوم بإستقباله .

يمكن من خلال التحليل المستعرض، التأكيد على أن التحسن ترتيب موقع الويب لوكالة تيمقاد للسفر و السياحة هو نتيجة الجهود المبذولة من طرف الفائزين على الوكالة في التحسين والتطوير و تقديم خدمات السياحة الإلكترونية.

وتم التوصل إلى العديد من النتائج أهمها:

- مطابقة موقع الويب لوكالة تيمقاد للسفر و السياحة للمعايير العامة التي يجب أن تتوفر في مواقع الانترنت وهذا ما أكده موقع أليكسا بتقييم موقع الوكالة 6.8 نقطة من أصل 10 نقاط في الإجمال.

- موقع الويب لوكالة تيمقاد للسفر و السياحة باتتة هدفه التعريف بخدمات الوكالة ، بالإضافة على ضمان التواصل مع الزبائن.
- موقع الويب لوكالة تيمقاد للسفر و السياحة يركز على التعامل مع الوكالات الأجنبية للسياحة B2B.
- يهدف موقع الويب لوكالة تيمقاد لإستقطاب الوكالات والسياح الأجانب ، وهذا ما يعكسه الموقع بعرضه السياحة الإستقبالية بقوة و باللغات الأجنبية.
- يقدم موقع الويب لوكالة تيمقاد صورة جميلة للجزائر من خلال مختلف الرحالات المتوفرة المدعومة بصور عن مواقع السياحة.
- يقدم موقع الويب لوكالة تيمقاد إجراءات حجز الفنادق تتم بصورة إلكترونية كاملة، في إنتظار تقديم عروض أخرى مماثلة كحجز تذاكر الطيران و العروض السياحية إلكترونيا.
- وتقدم الدراسة هذه الإقتراحات للقائمين على الموقع لتحسين أدائه :
- ☑ إضافة خدمات إلكترونية على الموقع مثل حجز تذاكر الطيران و حجز البرامج السياحية إلكترونيا، و إضافة لغات أخرى مثل العربية لإستقطاب السياح الخليجيين و أيضا اللغة الإسبانية والألمانية .
- ☑ التحديث المستمر لمحتوى الموقع هو من الضروريات لأي عمل تجاري لديه حضور رقمي، إذ لم يحدث الموقع منذ تاريخ الخميس 14 جويلية 2016، إذا لم يكن لدى أي من موظفي الشركة الوقت للقيام بالمهمة فيمكنك الاستعانة بموظفين متخصصين في الإعلام الآلي للقيام بعملية التحديث.
- ☑ معظم العملاء والمستخدمين لا يقضون أوقاتهم في زيارة المواقع ولكنهم متواجدون بشكل شبه دائم على الشبكات الإجتماعية، فيجب ربط الموقع بالشبكات الإجتماعية عن طريق الإشهار يساعد على التعريف بالوكالة وخدماتها السياحية.
- ☑ التعريف بالموقع من خلال المنتديات السياحية الجزائرية و الأجنبية لإستقطاب أكبر عدد من العملاء .
- ☑ التواصل اللحظي متاح عبر الموقع لكن فقط من خلال موظفين خلال الدوام العادي 8 ساعات يوميا ، يفضل أن يكون التواصل اللحظي 7/7 أيام و أيضا 24/24 سا.
- ☑ من الأحسن بدأ الصفحة الرئيسية بفيديو دعائي للوكالة ليستطيع العملاء مشاهدة عمل الوكالة و مختلف الجولات السياحية الداخلية.

الهوامش:

- 1) www.ar.wikipedia.org/wiki/Internet (11/01/2017)
- 2 عبد الفتاح التميمي ، عماد محمد أبو عيد، شبكات الحاسوب والإنترنت خطوة خطوة ، دار البيزوري العلمية ، الأردن، 2002، ص71.
- 3 Rechenma Jean Jacque, L'internet et le marketing , 3^{ème} éd , Edition d'organisation , France, 2000, P23.
- 4 حسن محمد العفسي ، مهى أحمد غليم ، شبكة الأنترنت العالمية و إستخدامتها في المكتبات ومراكز المعلومات ، المؤتمر العربي الثامن للمعلومات ، مصر، 1- 4 نوفمبر 1999، ص416.
- 5 Benot Aubert , Les technologies de l'information et l'organisation , Gaetan morin , Canada, 1997, P124.
- * TCP/IP = Transmission Control Protocol / Internet Protocol.
- 6 محمد لعقاب ، الأنترنت وعصر ثورة المعلومات ، الطبعة الأولى، دار هومة ، الجزائر، 1999، ص30.
- 7 محمد طاهر نصير، التسويق الإلكتروني، دار حامد للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2005 ، ص38 .
- 8 فريد النجار ، التجارة الإلكترونية المتكاملة، الدار الجامعية، مصر، 2006 ، ص32.
- 9 حسن طاهر داود، الحاسب وأمن المعلومات، مركز البحوث، السعودية، 2000 ، ص39.
- 10 تامر النجار ، وليد ديب، التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة، الدار الجامعية، مصر، 2006، ص32.
- 11 بشير عباس العلاق ، تطبيقات الأنترنت في التسويق، دار المناهج، الأردن ، 2003 ، ص49.
- 12 Olivier Andrieu , Denis Lafont , Internet et entreprise, Editions Eyrolles, France, 1996, P218.
- 13 سايمون كولن، التجارة على الأنترنت، ترجمة يحيى مصلح، بيت الأفكار الدولية، الولايات المتحدة الأمريكية ، 2000، ص16.
- 14 إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005 ، ص31.
- 15 Jean Pierre, Que ce qu'un Site Web ?,
www.webmaster.voizytoo.com/siteperso/methode/definition.html
- 16 Jean François Maillé, Les Clés d'un Site Internet Performant, Congrès d'Aventure Ecotourisme (Canada : Québec, 2007), PP. 21-23
- 17 عبيدي شهرزاد ، معايير تقييم جودة مواقع التجارة الإلكترونية، ماجستير علوم اقتصادية، جامعة باتنة 2009 ، ص60-65.
- 18 إبراهيم عيسوي ، التجارة الإلكترونية ، ط1، المكتبة الأكاديمية ، مصر ، 2003 ، ص11.
- * IATA : International Air Transport Association
- ** ATAF: Association du Transport Aérien Français
- 19 <http://www.seoaraby.com/alexa-rank-checker> (01/07/2017)
- 20 [http://www.alexa.com/siteinfo/timgad-voyages.com/?sites=timgad-voyages.com\(01/07/2017\)](http://www.alexa.com/siteinfo/timgad-voyages.com/?sites=timgad-voyages.com(01/07/2017))
- 21 [http://www.alexa.com/siteinfo/ghoufitours.com/?sites=ghoufitours.com\(01/07/2017\)](http://www.alexa.com/siteinfo/ghoufitours.com/?sites=ghoufitours.com(01/07/2017))
- 22 [http://www.alexa.com/siteinfo/taiba-tours.com/?sites=taiba-tours.com\(01/07/2017\)](http://www.alexa.com/siteinfo/taiba-tours.com/?sites=taiba-tours.com(01/07/2017))

