دور التطبيقات السياحة الرقمية في عرض الخدمات السياحية في الجزائر: دراسة تحليلية

The role of digital tourism applications in displaying tourism services in Algeria An analytical study

مراد ماحي *

مخبر إدارة الأسواق المالية باستخدام الأساليب الرياضية والإعلام الآلي جامعة غليزان – الجزائر

mourad.mahi@univ-relizane.dz

مفيدة نادي

مخبر إدارة الأسواق المالية باستخدام الأساليب الرياضية والإعلام الآلي جامعة غليزان – الجزائر

moufida.nadi@univ-relizane.dz

تاريخ الإستلام: 2022/12/10 تاريخ القبول: 2023/02/21 تاريخ النشر:2023/03/31

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور التطبيقات الرقمية السياحية التي أصبحت ضرورية لتحسين وتطوير طريقة عمل قطاع السياحة في الجزائر، فهي تساهم بصورة مباشرة في عرض مختلف الخدمات السياحية، وقد توصلنا في هذه الدراسة أن واقع التطبيقات الرقمية السياحية في الجزائر لا يرقى الى المستوى المطلوب في عرض الخدمات السياحية لما لها من ميزة تنافسية، وهذا راجع الى جملة من الأسباب، لذلك وجب تشجيع المؤسسات السياحية على التوجه نحو رقمنة حقيقية فعالة تسمح باستعمال التطبيقات الرقمية للترويج وعرض الخدمات السياحية كما هو معمول به في الأسواق الدولية.

الكلمات المفتاحية: التطبيقات الرقمية السياحية، قطاع السياحة، الخدمات السياحية، المؤسسات السياحية، الميزة التنافسية.

تصنيفات JEL: Z30، Z31.

Abstract:

This study aims to highlight the role of tourism digital applications that have become necessary to improve and develop the way the tourism sector works in Algeria. Tourism services because of their competitive advantage, and this is due to a number of reasons. Therefore, tourism institutions must be encouraged to move towards effective real digitization that allows the use of digital applications to promote and display tourism services as is the case in international markets.

Keywords: tourism digital applications, tourism sector, tourism services, tourism institutions, competitive advantage.

Jel Classification Codes: Z30; Z31.

* المؤلف المراسل.

1. مقدمة:

إن عمل القطاع السياحي في الحاضر يختلف كليا على القطاع السياحي في الماضي، حيث أصبحت التقنيات التكنولوجيا الحديثة اليوم في قطاع السياحة وسيلة ترويجية فعالة في تقديم الخدمات السياحية الإلكترونية من أجل تطوير القطاع السياحي على المستوى العالمي، فالرقمنة المتسارعة ساهمت في ربط الخدمات السياحية بمختلف العملاء في جميع أنحاء العالم، حيث ثمثلت التقنيات الحديثة للرقمنة في المنصات الجديدة والتطبيقات الرقمية والابتكار في نماذج الأعمال كما أصبحت تساعد المستهلكين في البحث والتخطيط والحجز والمساهمة في تحسين القدرة التنافسية والأداء والإنتاجية بتكلفة منخفضة في الأعمال السياحية، مما يساعد على إعطاء دفعة قوية للقطاع السياحي، حيث تعتبر السياحة من بين أوائل القطاعات التي قامت برقمنة العمليات التجارية على نطاق عالمي، مما جعل حجز الرحلات الجوية والفنادق عبر الإنترنت رائدا رقميا. عندما أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ظاهرة عالمية، كانت السياحة من أوائل المتبنين المتسقين للتقنيات والمنصات الجديدة والتطبيقات الرقمية.

يحتاج القطاع السياحي إلى حلول تكنولوجيا مبتكرة باعتماد على تقنيات وأساليب جديدة تتمثل في التطبيقات السياحة الرقمية، مما يؤكد على أهميتها في القطاع السياحي لتضليل العوائق وتسهيل التعامل بين الفاعلين في السياحة.

على هذا الأساس سنحاول من خلال هذه الورقة البحثية الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

مامدى مساهمة التطبيقات السياحة الرقمية في عرض الخدمات السياحية في الجزائر؟.

وتندرج تحت السؤال الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية تتمثل فيما يلي:

- ما هي محددات ومتطلبات السياحة الرقمية؟؛
- ما هي التطبيقات الرقمية المستخدمة في عرض الخدمات السياحية في الجزائر؟؛
- ما هي أهم التطبيقات الرقمية السياحية المستخدمة بالمؤسسات الفندقية في عدد من الدول؟؛
- كيف تساهم التطبيقات الرقمية السياحية في تحسين الخدمات السياحية في الجزائر؟.

لمعالجة الإشكالية الرئيسية المطروحة سلفا سوف ننطلق من الفرضية التالية:

تساهم التطبيقات الرقمية السياحية في تحسين وتطوير عرض الخدمات السياحية في الجزائر ومواكبة الأسواق الخارجية.

1.1. أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الدراسة في ضرورة استخدام التكنولوجيات الحديثة في شكل تطبيقات رقمية في عمليات التطوير القطاع السياحي، خاصة مع وجود منافسة كبيرة بين المؤسسات السياحية والتي تتميز بقدرتها على الابداع والتميز كون أن تطوير الخدمات السياحية أولوية من أولويات المؤسسات السياحية من أجل تحقيق الميزة التنافسية.

2.1. أهداف الدراسة:

تهدف هذه الورقة البحثية الى إبراز أهمية وواقع التطبيقات الرقمية السياحية في عرض الخدمات السياحية ومدى تأثيرها على تطور القطاع السياحي.

3.1. منهجية البحث:

اعتمدنا في الورقة البحثية على منهج يتضمن مسحا استكشافي من خلاله يتم البحث على مختلف التطبيقات السياحة الرقمية الفعالة في عرض الخدمات السياحية في الجزائر.

2 . السياحة الرقمية ومحدداتها

1.2 مفاهيم أساسية للسياحة الرقمية

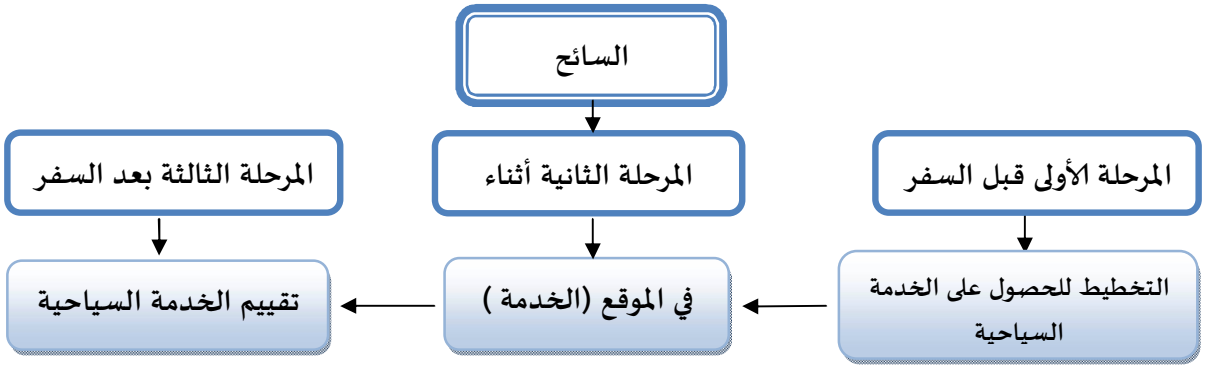
كانت السياحة من أوائل القطاعات التي قامت برقمنة العمليات التجارية على نطاق عالمي، مما جعل حجز الرحلات الجوية والفنادق عبر الإنترنت رائدا رقميا. عندما أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) ظاهرة عالمية، كانت السياحة من أوائل المتبنين المتسقين للتقنيات والمنصات الجديدة.(The World Tourism Organization (UNWTO), 2022)

تعرف السياحة الرقمية على أنها الدعم الرقمي للتجربة السياحية قبل وأثناء وبعد نشاط السائح، كما أن السياحة الرقمية تتخلل العديد من الأنشطة عبر الإنترنت التي من خلالها التخطيط للرحلات باستخدام Expedia و TripAdvisor وإدارة السفر من خلال مواقع المسافر الدائم لشركة الطيران وTripit، وتطبيقات الدليل السياحي المحمول على الهواتف الذكية والقدرة على استكشاف صور العطلات بسهولة في المنزل دون التنقل الى عين المكان، من خلال تطبيقات الدليل السياحي المحمول على الهواتف الذكية وإدارة الصور بما في ذلك Facebook، الهدف هو زيادة تحسين جودة الخدمات السياحية المعروضة على الانترنيت، يمكن للتقنيات الجديدة تكثيف التجربة السياحية والسماح للأشخاص بالولوج في المواقع والتي يتعذر الوصول إليها بطريقة تتجاوز تجربة الوسائط المتعددة البسيطة، كما يمكن أن يشمل البحث واجهات جديدة، وجمع وإدارة ومعالجة بيانات والبرمجيات الوسيطة المطلوبة لتمكين تقديم الخدمات، والتنقل، والبحث، والتوصية والتفاعل البشري الشامل في الكمبيوتر. David Benyon)، Aaron Quigley، (BrianO'Keefe, 2013

في هذا السياق، تعد أنظمة التكنولوجيا ST مفيدة جدا في تطوير الخدمات السياحية، لأنها تدعم شركات الخدمات السياحية من خلال تسويق المنتجات السياحية، وتوفر آلية لتحويل الأشياء إلى منتجات أو خدمات، تعد تذاكر الطائرة والإقامة وتأجير السيارات، من بين أمور أخرى، والتي يتم شراؤها عادة من خلال عمليات الشراء عبر الإنترنت.

تحدد السياحة الذكية ثلاث مراحل للسفر: ما قبل السفر وأثناء السفر وما بعد السفر، حيث قد تتغير توقعات السياح وسلوكهم، خلال مرحلة ما قبل السفر (التخطيط)، يقرر السائحون وجهة السفر وكيفية الوصول إليها ومكان الإقامة. أثناء مرحلة السفر (في الموقع)، يقرر السائحون أين وماذا يأكلون أو ما هي الأنشطة التي يمكنهم المشاركة فيها، خلال مرحلة ما بعد السفر (التقييم)، يعبر السائحون عن درجات متفاوتة من الرضا التي يشاركونها في تقييمات السفر، تتيح الأجهزة الذكية المتقدمة الإضافية للسائحين الحصول على معلومات متعلقة بالسفر في الوقت الفعلي وتعزيز قدرة الزوار على الحصول على المعلومات.(Pam Lee, Smart Tourism City: Developments, 2020) . الشكل التالي نختصر من خلاله المراحل الثلاثة للسياحة الرقمية:

الشكل 1: مراحل السياحة الرقمية



Prepared by the researchers : Source : **William Cannon Hunter 2 and Namho Chung** (2020), **Smart Tourism City: Developmentsand Transformations**, Sustainability, 2020, 4.15

من خلال الشكل رقم (1) يبن لنا مراحل السياحة الرقمية بالنسبة للسائح، لذلك في المرحلة الأولى وهي مرحلة التخطيط، وفيها يقوم السائح بالتخطيط قبل سفره، وهي العملية التي يقوم بها السائح بالاطلاع على الخيارات او الوجهات السياحية قبل التنقل اليها وهو ما يعطيه فكرة مسبقة عن الوجهة السياحية التي يريد زيارتها من خلال مختلف التطبيقات السياحية، ثم تأتي المرحلة الثانية وهي في موقع الخدمة السياحية وفيها يستعمل السائح مختلف تطبيقات الحجزات تطبيق التنقل والأكل وتحديد الوجهة. ثم في المرحلة الثالثة وهي مرحلة ما بعد السفر وفيها يقييم السائح الخدمة السياحية.

2.2 . محددات السياحة الرقمية:

1.2.2. انترنيت الأشياء

إن تكنولوجيا المعلومات اليوم تعتمد بشكل كبير على البيانات التي أنشأها الأفراد لدرجة أن أجهزة الكمبيوتر لدينا تعرف المزيد عن الأفكار أكثر من الأشياء، باستخدام البيانات التي تم جمعها، فسنكون قادرين على تتبع وإحصاء كل شيء مما من شأنه يساهم في تقليل الخسارة والتكلفة بشكل كبير.

فانترنت الأشياء هي تقنيات عملية تم اكتسابها من تسارع ظهور المعلومات والاتصالات، ويمكن القول أن انترنت الأشياء هي أنظمة الترميز للمنتجات الإلكترونية (عايشي، 2020)، حيث تم إنشاؤها لغرض دعم وانتشار التجارة الحديثة في جميع أنحاء العالم ووفق المعايير العالمية.

فإنترنت الأشياء (IoT) هي النموذج الذي من خلاله يتم التواصل فيه بأجهزة التكنولوجيا الحديثة (هواتف ذكية ولوحات رقمية، أجهزة كمبوتر) المجهزة استشعار ومشغلات ومعالجات مع بعضها البعض لخدمة معنية.

أصبحت السياحة الذكيةSmart Tourisme مبنية على استخدام التطبيقات الرقمية التي على أساسها تعتمد على استعمال الهواتف الذكية أو لوحات رقمية، فهي تساهم في صناعة وجهة سياحية ذكية من خلال تقديم كل المعلومات بخصوص الخدمات السياحية للسائح.

2.2.2. المدينة الذكية

مع تسارع التحضر وتوسع المدن اليوم، تواجه العديد من المدن تحديات في تصميم وتطوير مدينة أفضل للعيش حيث أصبحت المجتمعات الحضرية تسعى للتخفيف من تحديات التوسع الحضري وضمان بيئة معيشية جيدة من خلال إدارة الأصول والموارد بشكل أكثر كفاءة. نظرا لأن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لها دورا مركزيا تلعبه في السعي إلى تطوير الصناعة، فإن المدن تتعرف على الحلول من خلال اقترانها بالتكنولوجيا، مما جعل العديد من الحكومات تسعى إلى نشر التكنولوجيا في كل جانب من جوانب المدينة بإنشاء أفضل التصميمات وأكثر اتصالا وذكاء.

فالمدينة الذكية، هي مقاربات جديدة للتخطيط الحضري والمعيشة فيها، فهي مدينة ذات تقنية عالية ومتصلة بشكل مكثف بالتكنولوجيات رقمية حديثة التي تستخدم تقنيات ذكية جديدة متطورة لإنشاء مدينة أكثر حضارة، وأكثر ثراء لمواطنيها مثل مدينة خضراء، مدينة معرفة، لذلك فهو نهج معقد ويتطلب مدة طويلة لتجسيدها، حيث يشار إلى المدينة الذكية أيضا على أنها مدينة ذكية حيث يتم تحليل تدفق المعلومات وترجمتها عبر البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والبنية التحتية الاجتماعية والتجارية لتعزيز ذكاء المدينة، كجزء من تدفق المعلومات في تحسين البنى التحتية من أجل ضمان الجودة بشكل مثالي لحياة المواطنين كالنقل، وإمدادات المياه والطاقة، وإدارة النفايات، والاتصال بتكنولوجيا المعلومات، والتنقل الحضري الفعال، والحوكمة الإلكترونية، ومشاركة المواطنين.

من خلال ما سبق ذكره، تم تحديد العوامل التي تشير أن المدينة الذكية على أنها مجالات صلبة ولينة في نفس الوقت من خلال ثمانية مجالات من المجالات الفرعية، مثل التنقل والبناء والرعاية الصحية والترفيه والتعليم والسلامة العامة والبيئة والاقتصاد؛ ستة مجالات رئيسية، بما في ذلك الحوكمة والاقتصاد والبيئة والتنقل والمعيشة والأشخاص أربع ركائز للمكونات الرئيسية، بما في ذلك الطاقة والبيئة والصناعة والمعيشة والخدمة، وهو ما يظهره النموذج المبين في الشكل الموالي. (Pam Lee, Smart Tourism City: Developments, 2020)

إن الهدف الأساسي لإنشاء المدن الذكية هو تحسين نوعية معيشة حياة السكان من خلال الحصول على مختلف الخدمات الحديثة والمبتكرة والتنافسية التي تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطويرها، فهي تشمل البنية التحتية التي تدعم التنمية الاقتصادية.

3.2.2. الذكاء الاصطناعي:

يعتبر من بين أهم المحددات للسياحة الذكية حاليا، وهو عبارة عن برامج ذكية يتم الاستعانة بها في السياحة حيث يستطيع من خلال ذلك البرنامج التجاوب بصفة آلية وفردية لتلبية حاجيات ورغبات الزبون دون تدخل العنصر البشري كما خفف عبء على التعاملات الاقتصادية، مثل تطبيقات الروبوت الافتراضي الذي يغلب على تساؤلات وطلبات الزبائن في أي وقت ومهما كان عددهم، بفضل الذكاء الاصطناعي في الفنادق يمكن فرز البيانات بدقة وبشكل مستمر قصد تكوين قاعدة بيانات حديثة في أي وقت وبسرعة فائقة، كما أنها استخالص استنتاجات تقييم أداء الأعمال أو مدى رضا العملاء بالخدمات المقدمة.

4.2.2. نموذج السفر الذكي الشامل:

يستعين الكثير من الأشخاص بالإنترنت عبر طرق مختلفة قبل إقدامهم على السفر، خلال وبعد سفرهم بهدف تحميل تطبيق يساعدهم في التعرف على وجهة معينة وتشير «السياحة العالمية» إلى أنه بنفس الطريقة التي حول بها الهاتف الذكي الاتصالات السلكية واللاسلكية ووسائل الإعلام، 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 الإنترنت، أو المرور عبر هواتفهم الذكية أو المرور عبر بوابات الإخلاء الآلي أو حتى التحقق من صلاحيتها على متن الطائرة إلكترونيا على متن الطائرات.

ويصبح الذكاء السياحي حقيقة منذ اللحظة التي يبدأ فيها المستهلك بتحليل البيانات، وسيتيح مزيج من المسافرين المدعمين بالمعلومات والتقنيات المحمولة للقطاع فرصة تطبيق إستراتيجيات تسويق وترويج مبتكرة تجذب عواطف المستخدمين وحاجاتهم الشخصية بشكل مباشر، حيث وتسمح نظم الذكاء الصناعي، المتوفر اليوم عبر برامج التواصل الآلي والبيانات الضخمة والتعلم المتعمق بتحليل المعلومات الشخصية الخاصة بالمستخدم، بسرعة فهم توقعاته، ومكان وزمان حصوله عليهم، وكيف يمكننا أن نوفر له هذه الخدمات بأكبر فعالية ممكنة، كما ستسمح في الوقت الحالي تقنية الواقع الافتراضي قريبا للمستهلكين بتوفير تجارب اندماج كامل حتى يتمكن الزبائن من اختبار تجربة سفرهم بشكل مباشر عبر هاتفهم الذكي أو في وكالات السفر، مما يحتم على العاملين في مجال السياحة أن يبدأوا بتدريب فرق عملهم على كيفية التعامل مع التحول الرقمي وإدارته. (حجي، 2018).

5.2.2. الهواتف الذكية:

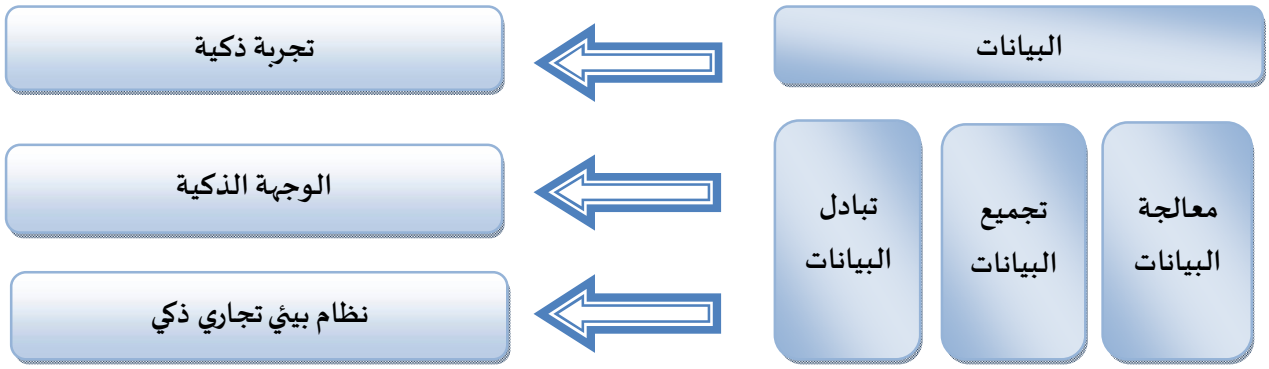
ظهرت الهواتف الذكيةSmart phone فقدمت الكثير من الميزات التي أذهلت الجميع، ليس هذا فحسب بل غيرت نمط الحياة تغيرا كاملا، خصوص مع ظهور تطبيقات الهواتف الذكية المختلفة كتطبيقات التواصل الاجتماعي، وتعد ثورة الهواتف المحمولة والذكية أسرع التقنيات وأكثرها انتشارا في تاريخ البشرية، حيث تتغير بسرعات هائلة من حيث التصاميم والميزات والتطبيقات.

ويمكن تعريف الهاتف الذكي بأنه: هو الهاتف المحمول الذي يتضمن وظائف متقدمة أكثر من مجرد إجراء مكالمات هاتفية وارسال رسائل نصية. فمعظم الهواتف الذكية لديها القدرة على عرض الصور وتشغيل ملفات الفيديو، ومراجعة وارسال البريد الإلكتروني وتصفح الإنترنت، ويمكن للهواتف الذكية الحديثة، مثل هواتف الآيفون والأندرويد تشغيل تطبيقات الجيل الثالث الذي يوفر وظائف لا حدود لها، وللهواتف الذكية ميزات عدت خاصة، حيث تعتبر تطور في وسائل الاتصال والتواصل الاجتماعي، (الخثعمي م.، 2016)، يمكن استخدام التطبيقات السياحية في الهواتف قي نقل ومعرفة المعلومات المتعلقة بالخدمات السياحية كتأجير الغرف الفندقية، معرفة الأماكن السياحية.

3.2 متطلبات السياحة الرقمية:

تعتمد السياحة الذكية على مكونات ذكية متعددة مدعومة بتقنية المعلومات والاتصالات، ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل التالي: (D.Seffari Asma, 2020).

الشكل 2: متطلبات السياحة الرقمية



المصدر: Ulrike Gretzel 2016, page 181

يمثل هذا الشكل أهم متطلبات السياحة الرقمية للحصول على الخدمة السياحية ابتداء من توفير قاعدة بيانات ضخمة تحتوي على كل المعلومات التي نحتاجها للحصول على الخدمة، والتي تعتبر جزءا مهم تعتمد عليها المدينة الذكية لتحقيق تنمية سياحية مستدامة، فهي يجب أن تكون متاحة ومبسطة للجميع لتسهيل تفاعل السائحين واندماجهم، كما تعتبر السياحة الرقمية ظاهرة جديدة ناتجة عن التكنولوجيا الحديثة مع السياحية، حيث يظهر ذلك في التجارب السياحية التي يتم تداولها بواسطة الواسائل التكنولوجية والتي يتم توثيقها من خلال التطبيقات الرقمية المتاحة لسواح، ويستخدم السواح الهواتف الذكية للاستفادة من التطبيقات الرقمية في الوجهة من أجل إضافة قيمة إلى تجاربهم، أما المكون الثالث فهو يشير إلى النظام البيئي التجاري الذكي الذي يخلق ويدعم تبادل الموارد السياحية والخلق المشترك للتجربة السياحية من خلال ربط أصحاب المصلحة ورقمنة العمليات التجارية الأساسية والتنظيمية.

3. واقع التطبيقات الرقمية المستخدمة في عرض الخدمات السياحية في الجزائر

على غرار الدول السياحية في العالم، يجب أن تمثل السياحة الجزائرية، من جهة في الأحواض الرئيسية (Bassins) الموفدة للزبائن ومن جهة أخرى توحيد كل الطاقات السيوسيو مهنية الحالية والمستقبلية لتأمين إرادة، عقلية وإلتزامات بغية تحديد إستراتيجية تسويق و تنفيذها بواسطة خطة عمل، فبالإضافة لمعركة الأنترنت التي شرع فيها على المستوى السياحي، يمكن إنشاء " دار الجزائر " أن تكون كذلك فرصة مواتية لخلق بوابة فريدة للسياحة، حيث تساعد الجزائر على تشجيع السياحة في البلاد عن طريق(نشر و توزيع المعلومة، تنظيم ومراقبة تطور الأسواق، تنظيم مشاركة مستهدفة لمحترفي السياحة الجزائرية) (رقية، 2021).

تطبيقات الهواتف الرقمية هي برامج تعمل على احد الهواتف الذكية بالاعتماد على احد المزايا التي تقدمها هذه الهواتف بحيث تقدم خدمة معينة لمستخدميها، وتعتمد بالغالب على الاتصال بالانترنت الذي توفره هذه الهواتف، (الخثعمي م.، 2016)، فهي البرامج والأجهزة المستخدمة التي تسمح للمستخدمين أن يتفاعلوا مع بعضهم عن بعد أي، تشمل تطبيقات الهواتف الذكية والمنصات، حيث أصبح لها دورا رئيسيا وفعال في الرفع من صناعة السياحة في الجزائر، لذلك فهي ضرورة حتمية في تفعيل التعاون بين كل الفاعلين في القطاع السياحي بما في ذلك الشركات الصغيرة والمتوسطة والحكومات والقطاعين العام والخاص لترقية الصناعة السياحية من اجل مواكبة الساحة الدولية.

إن الجزائر يجب أن تعمل مهما كانت الظروف المحيط بها لتواكب التطور الحاصل في التكنولوجيا وذلك لأن التكنولوجيا غيرت من طريقة تفكير وسلوك المستهلكين من كان يتوقع في يوم ما أن يكون دعم العملاء لغالبية الشركات عن طريق حسابات تويتر أو أن تستطيع أن تطلب عشائك بتفصيل معين ويصل إلى بيتك عن طريق تطبيق مثل طلبات، أو حتى أن يكون مشوارك القادم عن طريق طلب سيارة وتحديد مكان الوصول وحتى الدفع عن طريق تطبيقات المتاحة.

لذلك إن لم تسارع الحكومة الجزائرية الى رقمنة كل القطاعات والقطاع السياحي خاصة في مواكبة ما هو حاصل حولها ستفشل حتما، ومن بين التطبيقات الرقمية النشطة في الساحة السياحية في الجزائر نجد مايلي:

1.3 تطبيق قصور وادي مزاب

نظرا لأهمية وادي مزاب، والآثار والمعالم التاريخية التي تحتويها هذه المنطقة التي تقع في غرداية بجنوب الجزائر أطلق ديوان حماية وادي ميزاب وترقيته التابع لوزارة الثقافة في اطار حماية التراث الثقافي في ولاية غرداية تطبيق قصور وادي مزاب، (واعر، 2021) حيث يقدم ديوان حماية سهل وادي مزاب وترقيته OPVM هذا التطبيق الرائع الذي يستعرض، من قصور ومساجد ومساكن ومقابر وواحات، والتي تتميز بطابع عمراني وطبيعي رائع وفريد من نوعه يمنحها قدرات وإمكانات سياحية واقتصادية هائلة، جد في كل معلم تزوره عبر هذا التطبيق نبذة تعريفية عنه، ومجموعة صور وفيديوهات تشعرك أكثر بقيمة إنجازه ودقة منجزيه، فهو يعرض لك التطبيق أيضا تموضع جميع المعالم على خريطة جغرافية ويمكنك من استظهار التفاصيل بكبسة زر وعند زيارتك للمنطقة يقودك التطبيق إلى أقرب المعالم إليك(atmzab, 2022) . فهو يستعرض العناصر المهيكلة للفضاء العمراني المميزة بالمنطقة وقدراتها السياحية والاقتصادية الهائلة، حيث يقدم تعريف لكل معلم يتم زيارته عبر هذا التطبيق (صفية، 2021).

2.3 تطبيق" سفر واي SafarWay :

من أهم هذه التطبيقات التي تساهم بشكل كبير وفعال في التعريف بالمواقع السياحية والترويج لها نجد تطبيق" سفر واي SafarWay كأحسن خيار لكل محبي السفر والسياحة حول العالم، حيث تم اطلاقه في شهر ماي من سنة 2020

واستطاع أن يستقطب أزيد من 180 ألف مستخدم هذا لما يوفره من خيارات عديدة ومتنوعة (حجز تذاكر الطيران، حجز الفنادق، اختيار أفضل المطاعم والمواقع السياحية من خلال التقييمات التي يوفرها للسياح، خدمة نظام تحديد المواقع ...GPS و غيرها الكثير)، كما يوفر هذا التطبيق الوقت والجهد لاختيار وجهتك السياحية الأنسب إضافة إلى إمكانية إنشاء ملفك الخاص أين يمكنك نشر صور رحلتك ومشاركة تجارب سفرك مع غيرك من المستخدمين وكتابة رأيك في الفندق الذي أقمت به أو المطاعم التي اخترتها وحتى المواقع السياحية التي زرتها، ما يجعله الأمثل بالنسبة للسائح العربي خاصة أنه الوحيد باللغة العربية، الى جانب ذلك يعد تطبيق Safarway أول وأكبر منصة اجتماعية للسفر باللغة العربية في العالم، فهو يهدف لتقديم الخدمات والمعلومات السياحية لجميع المسافرين العرب أثناء قيامهم برحلاتهم حول العالم (EL WASSAT, 2022)

3.3 تطبيق"Siyaha Dz"

Siyaha Dz، هي عبارة عن منصة تسهل العلاقة بين الوكالات السياحية التي تقدم الخدمات السياحية والمنتجات في المرحلة الترويجية وكذا العملاء الذين يبحثون عن المستجدات اليومية والصفقات الجيدة الأخرى التي وجهاتهم المفضلة.

يهدف تطبيق Siyaha Dz أيضا إلى أن يكون وسيلة اتصال إعلانية تقدم مجموعة متنوعة من التنسيقات عالية الدقة والقابلة للتخصيص للعلامات التجارية العاملة في القطاع (شركات الطيران، وسلاسل الفنادق، وما إلى ذلك) التي ترغب في استهداف العملاء المحتملين بشكل مباشر. (Siyaha DZ, 2018)

يعتبر تطبيق Siyaha Dz من بين أفضل التطبيقات التي تعتمد عليها وكالات السياحة في الجزائر ومن بين التطبيقات الهواتف الذكية التي يلجأ اليها العملاء في البحث عن مختلف العروض السياحية، تطبيق Siyaha Dz الحديث النشأة يسمح لك بالإطلاع على كافة عروض الوكالات السياحية وذلك بناءا علىاتفاقات الم ، برمة بين شركة "Touch In Motion" المطورة للتطبيق وأصحاب الوكالات السياحية على عكس بعض المحتوى الذي يمكن إيجاده على الانترنت في الجزائر، حيث يمكن أن تكون العروض غير جادة(siyaha-dz, 2016) .

4.3 تطبيقات خاصة بالمطاعم في الجزائر

انتشرت العديد من التطبيقات الخاصة بالأكل في الجزائر مثل "جوميا فوود" و"ياسر فوود" و"فوود بيبر" وهي التطبيقات التي جعلت المستهلك يطلب عبر هاتفه الذكي أي وجبة يريدها وهو داخل بيته أو عمله لتصله في بضع دقائق أو ساعات، وذلك بفضل خدمة التوصيل للزبائن.)منغور(2020 ,

5.3 تطبيقات خاصة بسيارة تاكسي:

تعتبر تطبيقات حجز سيارات الأجرة من التطبيقات الرائجة جدا في العالم، والتي تختلف من حيث أهدافها وأشكالها إلا أنها لم تجد طريقا لها إلى الجزائر إلا في النصف الثاني من سنة 2017.

وتم ذلك بعد أن قررت وزارة النقل الجزائرية توفير الإطار القانوني المعترف بهذا النوع من التكنولوجيا الجديدة المعتمدة في مجال النقل، والاعتراف بجميع سائقي سيارات الأجرة التابعين للمؤسسات التي تتبنى تلك التطبيقات.

وفي خطوة تهدف إلى ضمان تحديث قطاع النقل، قررت الحكومة الجزائرية دعم الشركات الناشئة، من خلال تخفيف الأعباء القانونية والإدارية عليها، وإنشاء حاضنة للأعمال لمرافقة عدد من المشاريع المصنفة في خانة "الطموحة" بمنطقة "سيدي عبدالله" في العاصمة الجزائرية، حيث نجد أكثر هذه التطبيقات نجاحا في الجزائر، نجد تطبيق Yassir وRebka و Wasselni و(TemTem)واسمه مستمد من العامية الجزائرية "ثم ثم"، بمعنى "في أسرع وقت"حيث توجد تطبيقات

عربية وأجنبية أيضا ستدخل إلى السوق الجزائرية، أبرزها التطبيق الشهير (Careem) الذي أسس في دولة الإمارات العربية المتحدة، ويستحوذ على حصص معتبرة في سبع دول عربية، ومن المرتقب أن يوسع نشاطه ليشمل الجزائر ,Al-Ain 2021.

6.3 تطبيق تحويل العملات SquareAlger

هو تطبيق للأجهزة المحمولة التي تجمع معلومات حول أسعار صرف العملات اليورو والجنيه والدولار الأمريكي والدولار الكندي والعملات الأخرى مقابل الدينار الجزائري في السوق الموازية في عدة أماكن في الجزائر العاصمة بالإضافة إلى جمع معلومات حول أسعار الصرف في البنك، كما يوفر التطبيق العديد من الميزات، بما في ذلك وظيفة تحويل العملات المختلفة إلى الدينار، حيث أن التطبيق متاح بثلاث لغات بالعربية والفرنسية والإنجليزية (Square Alger, 2022) .

4. أهم التطبيقات الرقمية المستخدمة لتسهيل الحصول على الخدمات السياحية

لعبت المنصات الرقمية دور في غاية الاهمية، خاصة من حيث سياسة التسويق للمنتجات السياحية الذكية عبر الانترنت، سواء بيع تذاكر السفر أو حجوزات مختلفة في الفنادق أو الرحالات السياحية، وهو الامر الذي وفر راحة كبيرة على السياح الراغبين في السفر، من حيث التنقل إلى العديد من الوكالات السياحية قصد إيجاد العروض المناسبة بأثمان جيدة وهو أمر يتطلب الكثير من البحث والوقت، فهذه المنصات سمحت باختصار وتوفير قدر كبير من الجهد. (كركار، 2021)

1.4 تطبيقات رقمية سياحية خاصة بحجز في المؤسسات الفندقية

في الآونة الأخيرة، أصبح السفر حول العالم يشغل اهتمامات العديد من الأشخاص، وبفضل التطور التكنولوجي الذي يشهده العالم فقد أصبح السهل الاطلاع على أي بلد أو فندق قبل الاتجاه بالسفر إليه وهذا يساعد الأشخاص في اختيار مكان الإقامة المناسب لهم من حيث الميزانية، وأيضا اختيار الأنسب لهم من ناحية المشاهد السياحية الجذابة وذلك بفضل الصور والمقاطع التي توفرها أفضل تطبيقات حجز الفنادق التي سنقدمها في هذا المقال والتي يمكن الاعتماد عليها في اختيار الفنادق (topinarabic, 2021)، حيث تم الاستعانة بموجموعة من المعطيات والارقام التي تبين لنا درجة ومستوى ربط مختلف التطبيقات الرقمية في عدد من الدول، والتي من خلالها معرفة الدول التي تعتمد في عرض خدماتها السياحية على أهم التطبيقات الرقمية النشطة في الساحة السياحية كتطبيق Booking و Airbnb وExpedia و HotelTonight

1.1.4. تطبيق Booking:

يعتبر Booking.com موقع حجز الفنادق رقم واحد في العالم، يحتوي الموقع على تصميم بسيط يعطي الأولوية للكفاءة. إنها أيضا وسيلة للانتقال مباشرة إلى الوجهة، من خلال تقديم أفضل الحجوزات المتاحة في مدينة أو منطقة معينة بالإضافة إلى ذلك، فإن خيارات البحث متقدمة جدا وتتيح لك تعظيم النتائج التي تم الحصول عليها، كما يوفر هذا التطبيقات عدة عروض للخدمات السياحية (كراء السيارات، المبيت، تاكسي المطار، حجز تذكرة طائرة)، حيث يتوفر تطبيق الحجز فيما يتعلق بالمنصة عبر الإنترنت على Google Play ومتجر التطبيقات ومتجر Windows Phone أيضا، تشير Booking.com إلى أكثر من مليون فندق حول العالم، بالإضافة إلى ذلك، يتيح لك أكثر من 100 مليون تقييم تركها العملاء الذين حجز عن طريق تطبيقBooking وهذا قصد إتخاذ خيارات حكيمة. سواء على الموقع الإلكتروني أو على تطبيق الهاتف المحمول.

2.1.4. تطبيق Expedia:

تعتبر شركة Expedia اليوم بأنها الشركة الرائدة و من بين أفضل مواقع وتطبيقات حجز الفنادق. في الواقع، تم اعتبار Expedia في وقت ما الموقع المرجعي لحجوزات الفنادق، تشير المنصة المعنية الآن إلى أكثر من 150.000 فندق، حيث تكمن النقطة القوية للمنصة في الإشارة إلى أجمل الأماكن في العالم، حيث كما يوفر تطبيق Expedia المتوفر على Google Play ومتجر App Store أيضا مرونة التنقل هذه على واجهته، بالإضافة إلى حجز غرفة في فندق، من الممكن أيضا حجز رحلة طيران، كما أن تطبيق Expedia يجعل من السهل القيام بمهام الحجز.

2.1.4. تطبيق Hotel Tonight:

تطبيق Hotel Tonight هو الأفضل على الإطلاق عندما يتعلق الأمر بحجز غرف فندقية في اللحظة الأخيرة، ينفذ هذا التطبيق عمليات بيع مركزة للعناصر غير المباعة من عدة مؤسسات، ويعد أيضا أحد أفضل تطبيقات حجز الفنادق وبأسعار تنافسية للغاية، من المهم ملاحظة أن التطبيق يحتوي على واحدة من أكثر السياسات وظيفية في هذا المجال.

من ناحية أخرى، تبلغ حصة المستخدم للتطبيق حوالي 15 مليون مستخدم، بالإضافة إلى ذلك، فإن واجهة التطبيق فهي واحدة من أكثر نقاط القوة التي من ناحية أخرى، يشير تطبيق Hotel Tonight إلى أكثر من 15000 فندق في 35 دولة حول العالم، حيث تبلغ حصة المستخدم للتطبيق حوالي 15 مليون مستخدم، بالإضافة إلى ذلك فهو يوافر خدمة العملاء على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع، تطبيق Hotel Tonight متاح على Google Play وApp Store و Windows Phone Store.(HT pratique, 2021)

3.1.4. تطبيق Airbnb:

يعتبر تطبيق Airbnb واحد من أفضل التطبيقات المميزة في حجز الفنادق، وذلك لأنه يحتوي على العديد من أماكن الإقامة الرائعة والتي تتميز بأنها على قدر عالي من الاهتمام بالنظافة، وتوفير الكثير من سبل الراحة والتي يبلغ عددها أكثر من 4 ملايين منزل في أكثر من 191 دولة مختلفة في العالم .

بالإضافة إلى ذلك، فإن تصفية نتائج البحث في هذا التطبيق تكون حسب الجيرة ووسائل الراحة والأسعار، بالإضافة إلى إمكانية وضع أنشطة وخطط يمكن لمستخدم التطبيق القيام بها فور وصوله إلى مكان الاقامة، مع إتاحة عملية التواصل مع المضيف بشكل مباشر بحيث تصبح عملية الوصول إلى مكان الإقامة أسرع، ولكن أكثر العيوب الشائعة في هذا التطبيق هو عدم توفر خدمة العملاء وبالتالي تصبح عملية التواصل بين الضيف والمضيف صعبة نوعا ما(Agamy teach, 2021) .

2.3. تطبيقات خاصة بتحديد الأماكن الوجهة السياحية:

أشهر التطبيقات العالمية بلا منازع في مجال الخرائط وإحداثيات الطرق، حيث يستخدمه المسافرون لمعرفة خريطة الوصول الى وجهاتهم المختلفة خلال السفر كتطبيق خرائط جوجل Google Maps، حيث يمكن استخدام التطبيق للوصول الى الفنادق أو المعالم السياحية، كما يمكن إبلاغ التطبيق صوتيا بما يحتاج إليه الزبون وسيقوم بإرشاده الى الوجهة بالخرائط، يمكن التنقل بشكل أسرع وأسهل باستخدام "خرائط Google" فالخرائط تحدد موقع ما يزيد عن 220 بلدا ومنطقة وتظهر مئات الملايين من الأنشطة التجارية والأماك ويمكنك الاطلاع على معلومات في الوقت الفعلي عن التنقل والكثافة في حركة المرور والنقل العام باستخدام نظام تحديد المواقع العالمي (GPS) واستكشاف الأحياء المحلية من خلال التعرف على أماكن تناول الطعام والشراب والأماكن التي يمكنك زيارتها أينما كنت(Google Maps, 2022) .

3.4 تطبيق حجوزات الطيران kayak flights:

KAYAK FLIGHTS هو محرك بحث عن السفر، يتم من خلاله عرض الخيارات بشأن الرحلات الجوية والفنادق وتأجير السيارات. يتعلق الأمر بتزويد (المسافر) بالمعلومات التي يحتاجها حتى يتمكن من اختيار الخيار المناسب له، كما يمنح هذا التطبيق أفضل أسعار تذاكر الطيران والفنادق فهو يوفر لك إمكانية رؤية الأسعار المعروضة على مواقع حجز الأخرى ويتيح المقارنة بين شركات الطيران المختلفة لاختيار أفضل سعر يناسبكمKAYAK هو أحد أفضل تطبيقات الحجز، هذا التطبيق متاح مجانا على Play Store و App Store، لديك إمكانية إجراء الحجوزات الخاصة بك قبل عدة أيام من رحلاتك وتجدر الإشارة إلى أن تطبيق KAYAK وهو أيضا تطبيق حجز طيران، إنه ببساطة تطبيق الكل في واحد. (htpratique, 2021)

5. مستوى استخدام المؤسسات الفندقية لأهم التطبيقات السياحية الرقمية في مجموعة من الدول

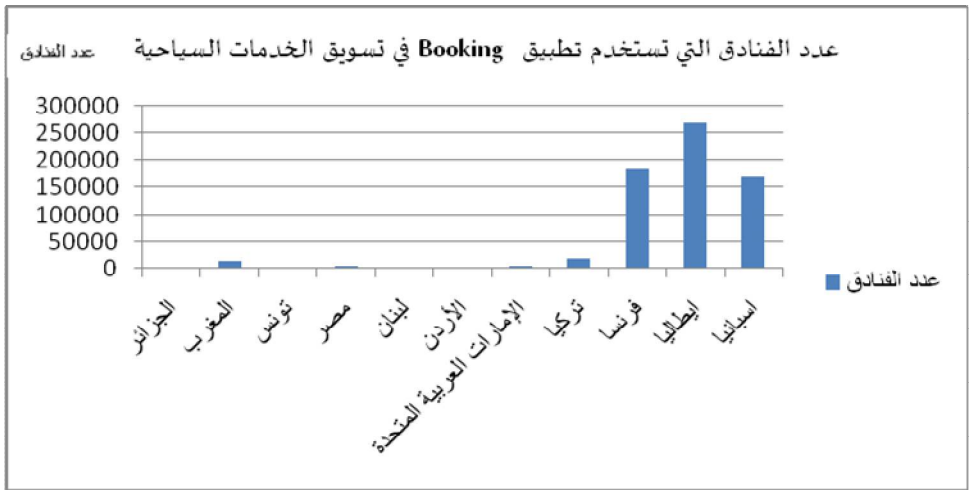
1.5. تطبيق Booking:

جدول 1: عدد الفنادق التي تستخدم تطبيق Bookingفي تسويق الخدمات السياحية لسنة 2022

الدول	الجزائر	المغرب	تونس	مصر	لبنان	الأردن	الإمارات العربية المتحدة	تركيا	فرنسا	ايطاليا	اسبانيا
عدد الفنادق	588	13517	1948	5410	512	1621	4920	20150	184796	270265	170265

المصدر: من اعداد الباحثان (2022)، https://www.booking.com/country

الشكل 3 : عدد الفنادق التي تستخدم تطبيق Booking في تسويق الخدمات السياحية



المصدر: من اعداد الباحثان (2022)، https://www.booking.com/country

من خلال الجدول رقم (1) والشكل رقم (3) يبين عدد الفنادق التي تستخدم تطبيقBooking في تسويق الخدمات السياحية ولاسيما الخدمات الفندقية لسنة 2022 في مختلف المؤسسات الفندقية بعدد من الدول، حيث أن المؤسسات الفندقية المتواجد في أيطاليا وفرنسا واسبانيا تسخدم تطبيق Booking في تسويق خدماتها المتنوعة بدرجة أكبر من باقي الدول المبين في الشكل، وهذا راجع لعدة أسباب من بينها أولا أن تطبيق بوكينغ هو موقع وكالة سفر هولندية على الإنترنت لإيداع الحجوزات اذ يحتوي الموقع على أكثر من 43 لغة.

كما أن الدول الثلاثة تتواجد في فضاء شينغن وهذا مايسهل استخدام وتنقل الاشخاص بحرية تامة دون قيود نحو هذه الدول، وما يجعل تطبيق Booking يمنح عدة تحفيزات وتسهيلات كالحجز والالغاء، ساعد ذلك على زيادة الطلب على استخدام التطبيق في الدول الاروبية بالخصوص.

كما تعتبر كل من تركيا والمغرب بلدان سياحية بدرجة أقل تسعى لمنافسة هذه الدول، وفي الاخير نجد الجزائر ولبنان والتي لاتعتمدان على السياحة في اقتصادها وهو ما يجعل مؤسساتها الفندقية لا تهتم بتفعيل التطبيق في عرض خدماتها السياحية.

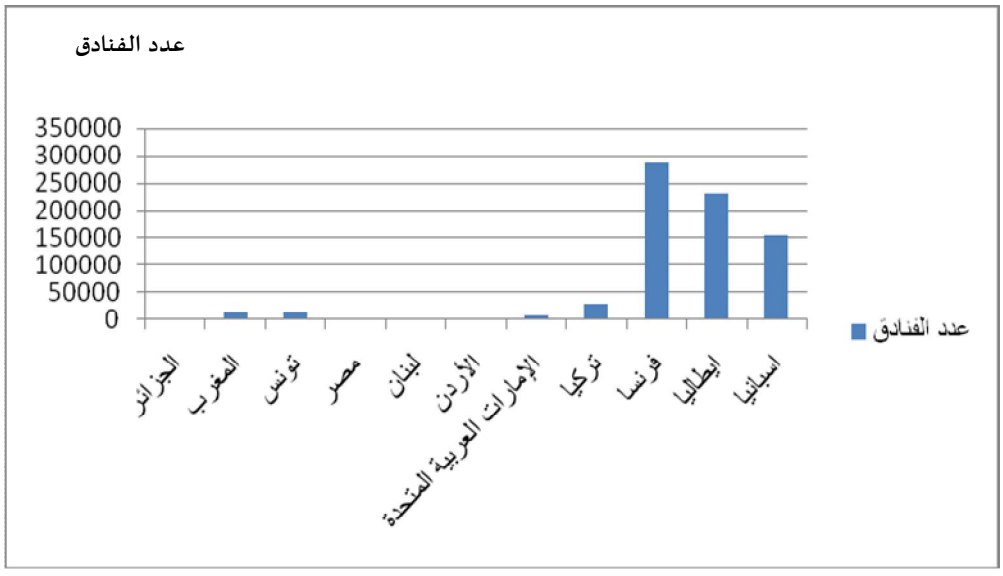
2.5. تطبيق Expedia

جدول 2: عدد الفنادق التي تستخدم تطبيقExpedia في تسويق الخدمات السياحية

الدول	الجزائر	المغرب	تونس	مصر	لبنان	الأردن	الإمارات العربية المتحدة	تركيا	فرنسا	ايطاليا	اسبانيا
عدد الفنادق	463	12410	12358	3294	736	804	7249	28581	287680	232989	156542

المصدر: من اعداد الباحثان (2022)، https://www.expedia.fr

الشكل 4 : عدد الفنادق التي تستخدم تطبيق Expedia في تسويق الخدمات السياحية



المصدر: من اعداد الباحثان (2022)، https://www.expedia.fr.

من خلال معطيات الجدول (2) والشكل (4) الخاص بعدد الفنادق التي تستخدم تطبيقExpedia في تسويق خدمات السياحية، حيث يتم استخدام التطبيق بشكل كبيرة في عرض الخدمات السياحية في مختلف المؤسسات الفندقية في كل من فرنسا اسبانيا وايطاليا والتي تعتبر بلدان سياحية بإمتياز وهو ما يجعل القائمين على تطبيق Expedia يتوجهون الى التطبيق في هذه الدول التي تشهد نشاطا سياحيا، حيث أن التطبيق يجمع عدة خدمات سياحية كحجز الفندقي وحجز

الطيران في آن واحد وهي من خدمات تميز التطبيق، ثم تأتي تركيا والمغرب، تونس، حيث يعتبر تطبيقExpedia مفعل في عدد كبير من فنادقها مقارنة مع الجزائر فهي تصنف كبلدان سياحية واخير تأتي الجزائر التي تبقى مؤسساتها الفندقية بعيدة كل البعد عن تفعيل التطبيق في التسويق السياحي، كما السواح لا يستخدمون التطبيق ويفضلون الطريقة الكلاسيكية في الحجز.

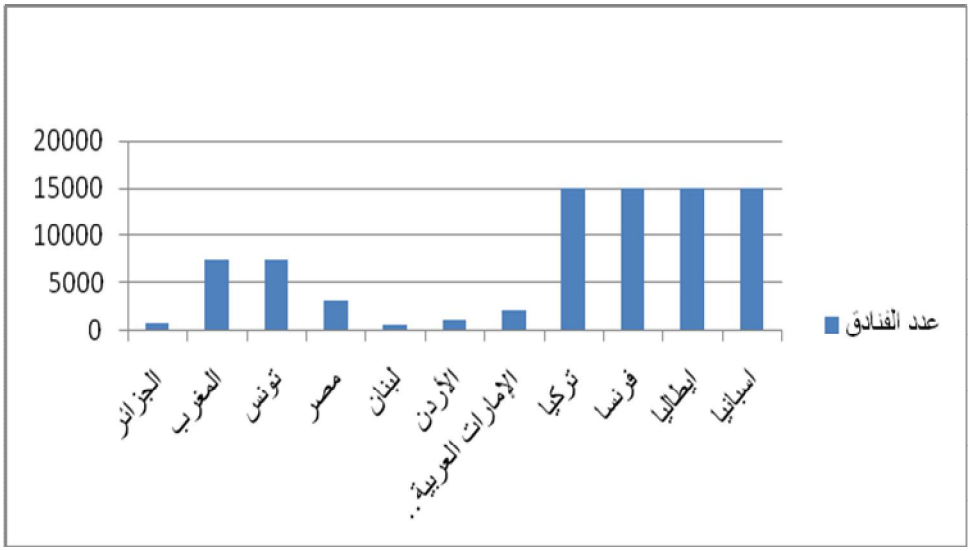
3.5. تطبيق Hotel Tonight

جدول 3: عدد الفنادق التي تستخدم تطبيق Hotel Tonight في تسويق الخدمات السياحية

الدول	الجزائر	المغرب	تونس	مصر	لبنان	الأردن	الإمارات العربية المتحدة	تركيا	فرنسا	ايطاليا	اسبانيا
عدد الفنادق	826	7563	7574	3150	719	1192	2185	أكثر 15000	أكثر 15000	أكثر 15000	أكثر 15000

المصدر: من اعداد الباحثان (2022)، https://www.hoteltonight.com/fr/

الشكل 5: عدد الفنادق التي تستخدم تطبيق Hotel Tonight في تسويق الخدمات السياحية



المصدر: من اعداد الباحثان (2022)، https://www.hoteltonight.com/fr.

من خلال البيانات الواردة في الجدول (3) والشكل رقم (5) نلاحظ أن أعلى نسبة من الفنادق التي تستخدم التطبيق في الحجز الفندقي خلال سداسي الأول سنة 2022 كان من نصيب كل من فرنسا وايطاليا واسبانيا وتركيا التي تعتبر من بين أكبر الدول السياحية العالم، ثم المغرب وتونس وفي الاخير الجزائر، وهذا ما يبن لنا توجه تطبيق **hoteltonight** في التعامل مع المؤسسات الفندقية من أجل تسويق الخدمات السياحية بطريقة رقمية في الدول التي تعتمد على السياحة، هذا وتبقى الجزائر تفتقر الى قاعدة تكنولوجيا حديثة وارادة سياسية لا تساعد على رقمنة حقيقية في قطاع السياحة، وهو مايشكل عزوف المؤسسات الفندقية في الجزائر على التعامل مع تطبيق hoteltonight في عرض الخدمة السياحية.

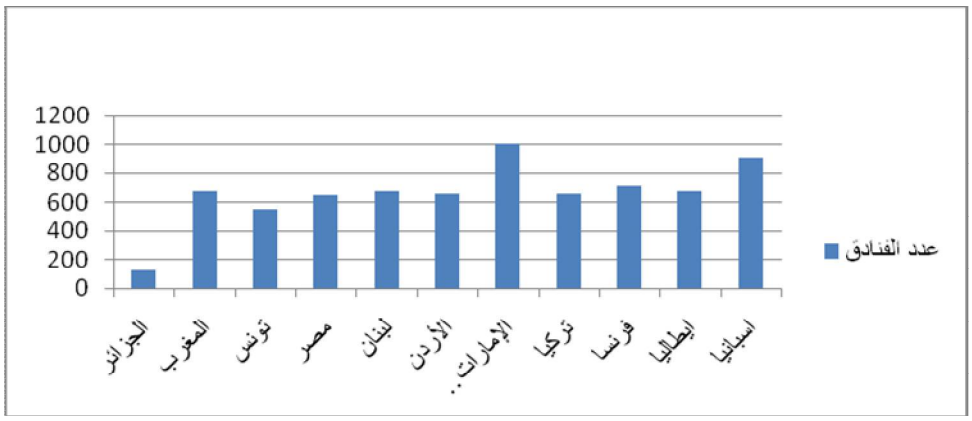
4.5. تطبيق Airbnb

جدول 4 : عدد الفنادق التي تستخدم تطبيق Aibnb في تسويق الخدمات السياحية

الدول	الجزائر	المغرب	تونس	مصر	لبنان	الأردن	الإمارات العربية المتحدة	تركيا	فرنسا	ايطاليا	اسبانيا
عدد الفنادق	128	678	550	653	680	653	1000	654	710	680	904

المصدر: من اعداد الباحثان (2022)، https://www.airbnb.fr

الشكل 6 : عدد الفنادق التي تستخدم تطبيق Airbnb في تسويق الخدمات السياحية



المصدر: من اعداد الباحثان (2022)، https://www.airbnb.fr

من خلال الجدول (4) والشكل رقم (6) نلاحظ أن تطبيق airbnb مستخدم بشكل كبير في تسويق وعرض الخدمات السياحية اذا قارنة مع التطبيقات الاخرى في عملية الحجز، كما أن تطبيق airbnb يتم استخدامه لغرض عرض خدمة المبيت من خلال كراء شقق أو غرف أفراد بأسعار رمزية، ولا ينحصر الأمر على المؤسسات الفندقية فقط، لذلك فهو منتشر بردجة أكبر من التطبيقات الاخرى، فهو وسيلة لكسب المال أثناء التواصل مع المسافرين من جميع أنحاء العالم، لذلك فالتطبيق مستخدم بدرجة كبيرة في كل الدول مقارنة مع التطبيقات الاخرى.

جدول 5: عدد الفنادق التي تستخدم تطبيقات(Airbnb, Booking, Expedia, Hotel tonight) في تسويق الخدمات السياحية السداسي الأول 2022

الدول / نوع التطبيقات	الجزائر	المغرب	تونس	مصر	لبنان	الأردن	الإمارات العربية المتحدة	تركيا	فرنسا	ايطاليا	اسبانيا
Booking	588	13517	1948	5410	512	1621	4920	20150	184796	270265	170265
Expedia	463	12410	12358	3294	736	804	7249	28581	287680	232989	156542
Hotel Tonight	826	7563	7574	3150	719	1192	2185	أكثر 15000	أكثر 15000	أكثر 15000	أكثر 15000
airbnb	128	678	550	653	680	653	1000	654	710	680	904

المصدر: من اعداد الباحثان (2022)، https://www.booking.com/country و https://www.expedia.fr و https://www.hoteltonight.com/fr و https://www.airbnb.fr/

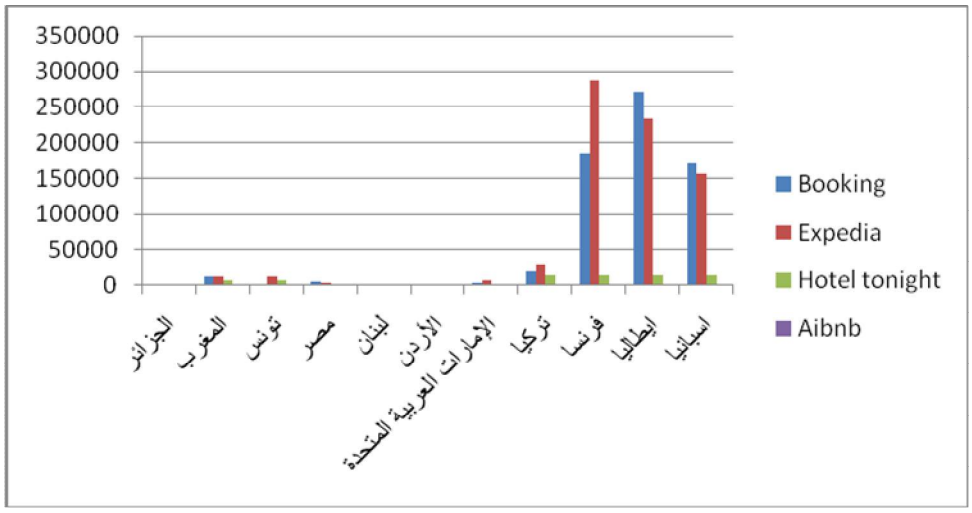
من خلال الجدول (5) يمكن القول أن تطبيق Booking و تطبيق Expedia يعتبران من بين أفضل التطبيقات الرقمية التي تعتمد عليها المؤسسات الفندقية في تسويق الخدمات السياحية، حيث يشكل هاتان التطبيقان بالنسبة لكل من إسبانيا، ايطاليا، فرنسا على أكبر حصة في السوق السياحي، ومن بين التطبيقات السياحية التي تنشط في القطاع السياحي باعتبارهما من بين أفضل التطبيقات الرقمية على الساحة السياحية في العالم، ثم يليها تطبيق Airbnb. Hotel Tonight

أما التطبيقات(Airbnb, Hotel tonight) تعتبر من بين التطبيقات الأقل استخداما في المؤسسات الفندقية في أغلب الدول مقارنة مع تطبيق Booking و تطبيق Expedia.

وتبقى الجزائر الدولة التي لا تعتمد بدرجة كبيرة على مختلف التطبيقات الرقمية السياحية في تحسين قطاعها السياحي، وهذا نتيجة عدم الاهتمام السلطات العليا في البلاد على السياحة، كما نجد عدد قليل من المؤسسات الفندقية في الجزائر تعتمد في تسويق خدماتها السياحية على التطبيقات الرقمية السياحية.

الشكل 7 : عدد الفنادق التي تستخدم تطبيقات(Airbnb, Booking, Expedia, Hotel tonight)

في تسويق الخدمات السياحية السداسي الأول 2022



المصدر: من اعداد الباحثان (2022)، https://www.booking.com/country و https://www.expedia.fr و https://www.hoteltonight.com/fr/ و https://www.airbnb.fr

نلاحظ من الشكل (7) إن اعتماد كل من اسبانيا وايطاليا وفرنسا في تسويق الخدمات السياحية تبقى مرتفعة جدا اذا ما قارنها مع باقي الدول، وهذا ماهو الا دليل أن القطاع السياحي في هذه الدول يسجل تطورا ولاسيما من ناحية رقمنة القطاع وجعله يتماشى والتطورات التكنولوجيا الحديثة، ضف الى ذلك درجة وعي السياح في استعمال مختلف التطبيقات السياحية في الحصول على مختلف الخدمات السياحية وارتفاع عدد المؤسسات الفندقية التي تعتمد في تسويق خدماتها السياحية على هذه التطبيقات، يساهم في انعاش السياحة وبالتالي جذب السياح ما من شأنه المساهمة في رفع الايرادات السياحية في هذه الدول، حيث يعتبر كل من التطبيقات السياحيةAirbnb, Booking, Expedia, Hotel tonight) افضلها على المستوى العالم.

نلاحظ أن الدول التي تعتمد على السياحة في اقتصادها ولاسيما تركيا، المغرب وتونس تسعى جاهدة ليتماشى قطاعها السياحي مع التطورات الذي يشهدها قطاع السياحة على المستوى العالمي.

كما يتبين من النتائج، فقد عرفت التطبيقات الرقمية السياحية في الجزائر بالنسبة للسداسي الأول من سنة 2022 حسب موقع كل تطبيق أنها تبقى بعيدة نوعا ما عن مختلف الدول التي تمت معاينتها، حيث يبقى التطور ضئيلا من حيث

العدد ودرجة تنوع التطبيق السياحي وعدم التماشي مع مختلف مستويات القطاع السياحي، وهذا مايعني أن المؤسسات الفندقية في الجزائر لا تعتمد على التطبيقات الرقمية السياحية في الترويج للخدمات السياحية، وهذا مايعكس واقع الرقمنة بصفة عامة في القطاع السياحي في الجزائر.

ومن هنا تبرز مكانة القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني والذي لم تولي الحكومة له اهتمام رغم أهميته وتوفر الامكاناتيات لتطويره كقطاع بديل للمحروقات.

6.أهمية التطبيقات الرقمية السياحية في تحسين وتطوير الخدمات السياحية

تتجلى أهمية التطبيقات الرقمية الى تحسين وتطوير عرض الخدمات السياحية من خلال ما يلي:

- وضع خطة لتدريب العمالة السياحية على استخدام لنظم الحديثة في التحول الرقمي في القريب العاجل وهذا لإلمام بمختلف التطبيقات الرقمية في عرض الخدمات السياحية لمواكبة واقع السياحة العالمية؛
- التركيز على التعليم والتكوين في المجال السياحي، بالاضافة الى البيانات الضخمة للقطاع باستخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة، وهذا ما يتطلب تعاونا مشتركا بين مختلف الفاعلين، لأجل تلبية الطلب من خلال تقاسم الادوار لترقية الخدمات السياحية؛
- تساهم التطبيقات الرقمية في تحسين وتطوير المؤسسات والخدمات السياحية والفندقية بشكل خاص، لتتماشى مع متطلبات العرض السياحي المتميز؛
- ان استعمال تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة في مجال السياحة من خلال تحديث مواقع الانترنت وانشاء منصات وتطبيقات، مما يساهم في تذليل وتقليل الصعوبات في تسويق وعرض الخدمات السياحية في الأسواق الدولية في المجال السياحي؛
- تساهم التطبيقات الرقمية في تنشيط حملات الترويج للخدمات السياحية داخل وخارج الجزائر.

7. خلاصة

ما يمكن التوصل اليه هو أن التطبيقات الرقمية السياحية لها تأثير ذو أهمية بالغة في دفع نمو قطاع السياحة بشكل عام، فبواسطة هذه التطبيقات يمكن التواصل مع السواح وتزويدهم بالمعلومات والعروض السياحة وتمكينهم من الحجز عن بعد، وصولا إلى التسديد على الخط، لكن ما تفتقر إليه الجزائر هو ضعف الاستثمار في البنى التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

كما ساهمت التكنولوجيا الحديثة في ظهور انماط جديدة في طرق عرض الخدمات السياحية وجعلها أكثر جاذبية فالتحول الرقمي في القطاع السياحي ولاسيما التطبيقات الرقمية السياحية أصبحت أكثر فاعلية، حيث أثبتت هذه التطبيقات السرعة في الوصول والحصول على الخدمة السياحية بأقل وقت وتكلفة وبالاشكال التي يريدها السائح ومن أي مكان من العالم.

فالتطور السريع في تكنولوجيا الحديثة ولاسيما في القطاع السياحي أدى الى ظهور اشكال جديدة من الخدمات السياحية وعزز بزيادة المنافسة مما ساهم في تغيير طرق وأساليب ترويج الخدمات السياحية، ففي الجزائر أصبحت المقومات الطبيعية وحدها لا تكفي لاستقطاب السواح في ظل غياب رقمنة حقيقية في القطاع السياحي، لذلك وجب على الدولة النهوض بالسياحة من خلال التعجيل برقمنة القطاع وتشجيع المؤسسات السياحية على التوجه نحو رقمنة حقيقية فعالة تسمح باستعمال التطبيقات الرقمية الساحية للترويج وعرض الخدمات السياحية.

وهو مايثبت صحة الفرضية، حيث تساهم التطبيقات الرقمية السياحية في تحسين وتطوير عرض الخدمات السياحية في الجزائر من أجل مواكبة الأسواق الخارجية.

8. خاتمة:

إن التطبيقات الرقمية السياحية اليوم هي شكل من أشكال تأثيرات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة على قطاع السياحة، مما سمح بتغيير طريقة تفكير وتعامل الأفراد ومختلف الفاعلين في قطاع السياحي، وفي طريقة عرض والحصول على الخدمات السياحة، مما قلل من العقبات الجغرافيا التي تسمح بتسهيل المعاملات السياحية بين مختلف شرائح السياح، من خلال المنصات الالكترونية والمواقع الويب للمؤسسات السياحية التي تمكن الشركات السياحية الولوج إلى الاسواق الدولية وتصبح منافسا مما يسمح بوجود ميزة تنافسية للمنتوج السياحي، وبالتالي يسمح لها تحسين الخدمة السياحية.

وعلى الرغم من الأهمية البالغة للتكنولوجيا الحديثة ومدى مساهمة المنصات الالكترونية والتطبيقات الرقمية في القطاع السياحي في الجزائر، إلا أن استغلالها من جانب الهيئات القائمة على القطاع في الجزائر لم تستغل بالشكل المناسب مما انعكس سلبا على الواقع السياحي في الجزائر، إضافة إلى غياب خطة تسويقية واضحة المعالم.

خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج، نذكر أهمها فيما يلي:

- ❖ أصبحت التكنولوجيا الحديثة ولاسيما الرقمنة في شكل التطبيقات الرقمية تساعد القطاع السياحي على تقديم خدمات سياحية متكاملة من خلال ما تتيحه من تسهيلات في التواصل بين الفاعلين في القطاع السياحي؛
- ❖ لازال قطاع السياحة اليوم في الجزائر يعاني من مشاكل عديدة تعيق التطبيق الفعال للسياحة الإلكترونية، أهمها غياب ثقافة التعامل الإلكتروني بين الفاعلين في القطاع، كالهيئات السياحية والمستهلك الرقمي فيما يخص تقديم والحصول على مختلف الخدمات السياحة؛
- ❖ تساهم التطبيقات الرقمية في تسهيل عملية عرض الخدمة السياحية، مما يسمح بتخفيض التكاليف وربح الوقت وتوليد قيمة مضافة للمنتج السياحي؛
- ❖ تساهم التطبيقات الرقمية في زيادة القدرة التنافسية بين مختلف المؤسسات السياحية، مما يساهم في زيادة مبيعاتها وإيراداتها وأرباحها، وهذا ما ينعكس في النهاية على زيادة القيمة المضافة للقطاع السياحي؛
- ❖ إن وجود مشكل نقص تدفق الانترنت وغياب عملية الدفع الإلكتروني التي تعتبر حلقة ضرورة لإتمام عملية الحجز وتسوية التعاملات الإلكترونية في المؤسسات السياحية يعتبر من العوائق التي تقف في تحقيق نتائج جيد في القطاع.

من خلال النتائج المتوصل اليها في هذا الموضوع توصلنا لتوصيات التالية:

- أصبح لزاما على الهيئات السياحية المختصة توفير المتطلبات التكنولوجيا الحديثة اللازمة لمواكبة التطورات التي تجعل من التطبيقات السياحة الرقمية كخيار اساسي في تحسين الخدمات السياحية للولوج الى الأسواق الدولية؛
- أصبح أمرا حتميا على الهيئات السياحية على تفعيل التطبيقات الرقمية والأرضيات والمواقع السياحية، من أجل تعزيز العمل السياحي وتقريب الخدمة السياحية من السائح والترويج للوجهة السياحية للجزائر والعمل على تسطير مشاريع مستقبلية لإنشاء تطبيقات رقمية أخرى تساهم في تفعيل القطاع السياحي ككل؛
- قصد تدارك التأخر في المجال السياحي في الجزائر العمل على رقمنة القطاع السياحي من أجل من خلال تحقيق مكانة مرموقة في الأسواق الدولية؛

- استعمال التطبيقات السياحية الرقمية كالغة جذب سياحي فعالة سواء تعلق الأمر بالسياحة الداخلية أو بالسياحة الخارجية، فهي اليوم تستعمل بدرجة أكبر في تسويق الخدمات السياحية.

9. قائمة المراجع:

1. Agamy teach. (2021). تاريخ الاسترداد 28 06، 2022، من https://www.agamy-tech.com: /agamy-tech
2. Al-Ain. (19 10، 2021). تاريخ الاسترداد 19 10، 2021، من https://al-ain.com/article/algeria-wide-spread-taxi-applications: wide-spread-taxi-applications
3. atmzab. (2022). Consulté le 06 08, 2022, sur atmzab: ww.atmzab.net/index.phpm
4. D.Seffari Asma, D. L. (2020). The role of activating smart tourism applications in presenting factors of tourism attractions in Algeria. Journall off Economiics and Human Devellopmentt , 112.
5. David Benyon ،Aaron Quigley ،BrianO'Keefe, G. R. (2013). Presence and digital tourism. AI & SOCIETY , 3.
6. EL WASSAT. (2022, 06 15). Consulté le 06 15, 2022, sur EL WASSAT: https://elwassat.dz/tag
7. Google Maps من ،2021 10 1 تاريخ الاسترداد (31 08، 2022). play.google: https://play.google.com
8. HT pratique. (2021, 06 01). Consulté le 06 25, 2022, sur sites-applications-hotels: https://htpratique.com/top-sites-applications-hotels/
9. htpratique. (2021, 06 01). Consulté le 06 25, 2022, sur sites-applications-hotels: https://htpratique.com/top-sites-applications-hotels/
10. Kayak. (s.d.). Consulté le 09 10, 2021, sur https://www.kayak.com.
11. Pam Lee, W. C. (2020). Smart Tourism City: Developments. Sustainability MDPI , 4.
12. Pam Lee, W. C. (2020). Smart Tourism City: Developments. Sustainability MDPI , 2.3.
13. Siyaha DZ. (2018, 03 13). Consulté le 04 04, 2022, sur play.googlels: https://play.google.com/store/apps/details
14. siyaha-dz. (2016, 08 07). Consulté le 04 05, 2022, sur siyaha: https://www.android-dz.com/ar/application-siyaha-dz
15. Square Alger. (2022, 05 11). Consulté le 08 06, 2021, sur play.google.com square Alger: www.play.google.com square Alger
16. The World Tourism Organization (UNWTO). (2022). Consulté le 04 01, 2022, sur UNWTO: https://www.unwto.org/fr/digital-transformation
17. topinarabic من ،2021 11 8 تاريخ الاسترداد (05 05، 2021). topinarabic.com: https://topinarabic.com/
18. حمي عزاز، حساني رقية. (2021). ترويج صورة الوجهة السياحية الجزائرية ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030 الديوان الوطني للسياحة (ONAT) نموذجا. مجلة إقتصاد المال والأعمال، 466.
19. د.ذهبية بلعيد، د مليكة كركار. (2021). التوجو نحو السياحة الذكية كآلية من آليات التنمية المستدامة- التجربة الإماراتية نموذجا-. مجلة الابداع، 172.
20. زهية بوتغرين كمال عايشي. (2020). من المدن الذكية الى السياحة الذكية -دبي نموذجا-. مجلة دراسات وأبحاث المجلة العربية في العلوم الانسانية والاجتماعية، 64.
21. محمد حجي. (27 09، 2018). لوسيل. تاريخ الاسترداد 21 06، 2022، من لوسيل: https://lusailnews.net/article
22. مسفرة بنت دخيل الله الخثعمي. (2016). تطبيقات الهواتف الذكية من قبل طالبات كلية علوم الحاسب والمعلومات بجامعة. المجلة الأردنية للعلوم الإجتماعية، 77.
23. منغور ,ل./https://www.aljazeera.net ,sur 9 2021 ,24 ,Consulté le .Aljazeera .(2020, 1 24) .
24. واعر وسيلة، واعر صفية. (2021). تنشيط السياحية الداخلية في الجزائر بإستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال. مجلة المنهل الإقتصادي، 272.