



أهمية استخدام التطبيقات الرقمية من قبل شركات السياحة والسفر دراسة حالة الشركة العالمية "Hopper"  
The importance of using digital applications by travel and tourism companies Case study of  
the global company " Hopper"

مختار سيلم<sup>1</sup> ، فتحي عليان<sup>2</sup>

<sup>1</sup> جامعة يحي فارس المدية (الجزائر)، [silem.mokhtar@univ-medea.dz](mailto:silem.mokhtar@univ-medea.dz)

<sup>2</sup> جامعة يحي فارس المدية (الجزائر)، [aliane.fathi@univ-medea.dz](mailto:aliane.fathi@univ-medea.dz)

تاريخ الاستلام: 2023/04/19؛ تاريخ القبول: 2023/05/08؛ تاريخ النشر: 2023/06/16

**ملخص:** هدفت هذه الدراسة للتعرف على أهمية استخدام التطبيقات الرقمية من قبل شركات السياحة والسفر، مع دراستنا لحالة الشركة العالمية Hopper ولإبراز ذلك اعتمادنا على تشخيص واقع التطبيقات الرقمية وشركات السياحة والسفر عموما، والتركيز على دراسة حالة الشركة العالمية المتخصصة في السفر والسياحة Hopper ، حيث قمنا بإبراز وتحليل دور التطبيقات الرقمية في ترقية هذه الشركة وذلك بالاعتماد على تحليل بعض الإحصائيات التي توفرت لدينا.

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على تحليل معطيات تم تحصيلها من الموقع الرسمي للشركة المدروسة، ومختلف المواقع الالكترونية ذات الاهتمام بجانب السياحة والسفر، توصلنا إلى أن آثار استخدام التطبيقات الرقمية من قبل الشركة العالمية Hopper كانت واضحة من خلال المكانة المرموقة التي تحتلها الشركة بين منافسيها، وكذا معدلات النمو المحققة من قبلها، لذلك لا بد على شركات السياحة والسفر في كل دول العالم والجزائر السير على نهج التجربة الرقمية لهذه الشركة.

**الكلمات المفتاح:** التطبيقات الرقمية، شركات السياحة والسفر، الحجز الالكتروني، شركة Hopper.

تصنيف JEL : M39؛ M31

**Abstract:** This study aimed to identify the importance of using digital applications by travel and tourism companies. With our study of the case of the global company Hopper, and to highlight this, we relied on diagnosing the reality of digital applications and travel and tourism companies in general, and focusing on studying the case of the international company specialized in travel and tourism Hopper, where we highlighted and analyzed the role of digital applications in upgrading this company, based on the analysis of some statistics that were available we've got.

The descriptive analytical approach was relied on, which relies on the analysis of data collected from the site The official website of the studied company, and the various websites of interest in tourism and travel, we concluded that the effects of using digital applications by the international company Hopper were clear through the prestigious position that the company occupies among its competitors, as well as the growth rates achieved by it, so tourism and travel companies must In all countries of the world and Algeria, follow the approach of the digital experience of this company.

**Keywords:** Digital applications, travel and tourism companies, online reservation, Hopper.

**Jel Classification Codes :** M39 ; M31

## 1. المقدمة:

لقد أدى ظهور تقنية الانترنت والعمل بها إلى إعادة تعريف قواعد التسويق عبر جميع دول العالم، وأدت إلى التغيير في طريقة تفاعل المستهلكين مع العلامة التجارية، وأظهرت بأن الطريقة التقليدية للتسويق أصبحت من الماضي ولا تتماشى مع التكنولوجيا الحالية، لقد أصبح التسويق الرقمي اليوم أحد أهم الركائز الأساسية في تسيير المؤسسات بمختلف أشكالها وأنواعها، لاسيما المؤسسات الخدمية منها، وذلك لما يقدمه من فوائد كثيرة تؤدي إلى تسهيل الاتصالات، التفاعلات، وتطوير علاقات طويلة الأجل مع مختلف الأطراف الفاعلة في السوق.

إن تبني المؤسسات الخدمية ولاسيما شركات السياحة والسفر لتقنيات التسويق الرقمي أصبح ضرورة حتمية في كل دول العالم، وذلك راجع لمساهمتها الفعالة في تطوير صناعة السياحة، ونظرا للمنافسة الشديدة بين هذه الشركات، أصبح من الضروري حاجتها لاستعمال هذه التكنولوجيا والتطبيقات الرقمية المتطورة وذلك من أجل الترويج لخدماتها التي تقدمها لجذب أكبر عدد من الزبائن و الاحتفاظ بهم، وكذا تسهيل عمليات الحجز الرقمي للرحلات والغرف الفندقية، والتسهيل على الزبائن في متابعة كل جديد يتعلق بمجال السياحة والسفر، كما أن استعمال هذه التقنيات من قبل الشركات يسهل عليها متابعة إلى أي مدى وصلت علامتها التجارية، ومتابعة ردود أفعال زبائنها، والشركات المنافسة وغيرها، ومن بين شركات السياحة والسفر العالمية التي اعتمدت على استخدام التطبيقات الرقمية هي شركة **Hopper** والتي حققت بفضلها نتائج طيبة من خلال أعمالها.

ومن أجل دراسة هذا الموضوع والوقوف على النتائج المترتبة عليه نطرح التساؤلات التالية:

✓ ما هي أهمية استخدام التطبيقات الرقمية من قبل شركات السياحة والسفر؟

ويندرج تحت هذا السؤال الأسئلة الفرعية الآتية:

✓ ما المقصود بالتطبيقات الرقمية؟ وما مدى مساهمتها في تطوير شركات السياحة والسفر؟

✓ ما هو واقع صناعة السياحة والسفر عبر الانترنت في العالم؟

✓ ما هي الآثار المترتبة عن استخدام شركة **Hopper** للتطبيقات الرقمية؟

أهمية الدراسة: تنبع أهمية الدراسة في:

- كونها تسليط الضوء على موضوع مهم في التسويق الرقمي، وهو موضوع أهمية استخدام التطبيقات الرقمية من قبل شركات السياحة والسفر.
- كما تبرز أهمية هذه الدراسة في توضيح بعض المفاهيم الأساسية في التسويق الرقمي، والتطبيقات الرقمية، وشركات السياحة والسفر.
- كما تزداد أهمية الدراسة في تناول تجربة شركة **Hopper** للسياحة والسفر عبر العالم، وما وصلت إليه من تطور بسبب اعتمادها للتطبيقات الرقمية.

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة بشكل أساسي إلى:

- توضيح الدور الذي تلعبه التطبيقات الرقمية من قبل شركات السياحة والسفر ومساهمتها في تطوير القطاع.
  - التعرف على دور التطبيقات الرقمية في تطوير عمل الشركة العالمية **Hopper** في مجال السياحة والسفر.
- منهج البحث:** من أجل معالجة الموضوع بمختلف أبعاده و جوانبه تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يقوم أساسا على استعراض الجانب النظري لمختلف المفاهيم المرتبطة بالتطبيقات الرقمية وشركات السياحة والسفر عبر العالم، وكذا تجميع البيانات والمعلومات وتحليلها، بطريقة علمية موضوعية للوصول إلى النتائج المتوقعة للبحث.

وللإجابة على الإشكالية الرئيسية، تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة محاور:

- الإطار النظري للتطبيقات الرقمية عبر الانترنت، وشركات السياحة والسفر.
- صناعة السياحة والسفر عبر الانترنت في العالم.
- دراسة حالة شركة **Hopper**.

## 2. الإطار النظري للتطبيقات الرقمية عبر الانترنت، وشركات السياحة والسفر:

2.1. مفهوم التطبيقات الرقمية: إن مصطلح التطبيقات الرقمية هو مصطلح حديث نسبيا ولقد تناوله العديد من الباحثين في دراساتهم، حيث:

2.1.1. تعريف التطبيقات الرقمية: يذكر في القاموس الفرنسي الخاص بمصطلحات الانترنت على شبكات الويب، أن التطبيقات الرقمية هي: " عبارة عن برامج مستقلة مصممة لتعمل على الأجهزة المحمولة مثل الهواتف الذكية أو لوحة اللمس" (Dabi-Schwebel, 2020)، ونعرفها كذلك على أنها برنامج تطبيقي تم تطويره لجهاز إلكتروني محمول، مثل المساعد الشخصي، والهاتف المحمول، والهاتف الذكي، ومشغل الموسيقى الرقمي، ولوحة اللمس، يتم توزيعها في الغالب من منصات التنزيل مثل App Store (نظام Apple الأساسي) أو Google Play (منصة Google / Android) أو Microsoft Store (نظام Microsoft الأساسي لنظام التشغيل Windows 10 Mobile). ولكن يمكن أيضا تثبيت التطبيقات على جهاز الكمبيوتر، وذلك بفضل برنامج iTunes الذي توزعه Apple على أجهزتها مثل التطبيقات الموزعة من متاجر التطبيقات إما مدفوعة أو مجانية ولكن عادة مع الإعلانات (wikipedia, 2022).

2.1.2. اللغات التي نستخدمها لتطوير التطبيقات الرقمية: اعتمادا على نظام التشغيل الذي تم اختياره، تم تطوير تطبيق الهاتف المحمول باستخدام لغات محددة للغاية، بالنسبة للتطبيقات المطورة لنظام Android، هناك خيار بين لغات البرمجة التالية: Kotlin و Java و C و ++C، يتم تطبيق لغات البرمجة Swift و Objective C لجعل تطبيقات الهاتف المحمول تعمل مع أجهزة Apple ونظام التشغيل IOS، وهي أقل عددا ولكنها تحظى بشعبية كبيرة لدى مطوري الأجهزة المحمولة (codeur blog, 2022).

2.1.3. أنواع تطبيقات الهاتف المحمول: اعتمادا على الميزات والاستخدامات التي يتم تقديمها، هناك أنواع مختلفة من تطبيقات الهاتف المحمول وهي (codeur blog, 2022):

- **التطبيقات الأصلية** : يُقال إن معظم التطبيقات التي نقوم بتنزيلها على هواتفنا المحمولة اليوم هي تطبيقات أصلية، تم تطوير تطبيق الهاتف المحمول الأصلي لنظام تشغيل معين (IOS أو Android). يستخدمون بشكل عام الميزات الموجودة على هواتفنا المحمولة لتقديم تجربة مستخدم فريدة، والقليل من الإضافات هو أنه يمكن استخدام تطبيقات الهاتف المحمول الأصلية في وضع عدم الاتصال، وهو أمر عملي للغاية عندما تكون على متن الطائرة.
- **التطبيقات الهجينة**: في بيئة تطبيقات الهاتف المحمول توجد أيضا تطبيقات هجينة، نستخدم مصطلح "مختلط" لأن هذا النوع من تطبيقات الهاتف المحمول يجمع بين عناصر التطبيقات الأصلية وتطبيقات الويب. نظرا لأنه يتم تمييزها من لغات الويب مثل HTML 5 و JavaScript ، يمكن تنزيلها من جميع الأنظمة الأساسية للمحمول وهذا ما يجعلها شائعة جدا.
- **تطبيقات الويب**: النوع الثالث من تطبيقات الهاتف المحمول يتعلق بتطبيقات الويب أو بعبارة أخرى تطبيقات الويب هذه نسخ مكررة من مواقع الويب المحسنة للاستخدام على الهاتف المحمول، للتنقل في تطبيق الويب يمكنك استخدام محركات البحث الخاصة بماتفك المحمول، نقطة الضعف في تطبيقات الهاتف المحمول هذه هي أنه لا يمكن استخدامها في وضع عدم الاتصال.
- **الفرق بين التطبيق الرقمي والموقع الرقمي**: يذكر في القاموس الفرنسي الخاص بمصطلحات الانترنت على شبكات الويب، انه لا يوجد وجه للمقارنة من الجانب التقني بين التطبيق الرقمي والموقع الرقمي، فهذا الأخير يبقى موقع ويب يقرأ عن طريق محرك بحث ويخزن على مستوى مستقل "serveur" وبالتالي فإنه ليس من الممكن أن تتفاعل مع مكونات البرامج الأخرى من الهاتف الذكي أو الكمبيوتر اللوحي، مع العلم أن هذا لا يمنع وجود بعض التطبيقات الرقمية التي تشبه في أدائها المواقع الالكترونية.

فمن بين فوائد التطبيقات الرقمية نجد ما يلي (Dabi-Schwebel, 2020):

- تنفيذ أكثر سرعة: لا يلزم تنزيل عناصر الواجهة من الخادم.
  - شمولية الاحتمالات الوظيفية.
  - سهولة الوصول إلى بيانات المستخدم.
  - يمكن للتطبيقات إصدار إشعارات دفع لمزيد من التفاعل مع مستخدم الهاتف المحمول.
  - يعد تطبيق استخدام التطبيقات الرقمية أداة ممتازة لتوفير تجربة للمستخدم، تساهم هذه التجربة أيضا في تطوير سمعة الشركة، كما تمكننا من التركيز على المستخدمين وتحسين التنقل على التطبيق المستخدم الخاص بالشركة فكل هذا يساعد في إنشاء قيمة للشركة وتعزيز الربحية.
  - قد تعمل بعض التطبيقات في وضع عدم الاتصال بالانترنت.
- أما سلبياتها فنذكر منها:

- بخلاف موقع الهاتف، يتطلب التطبيق تحديثات منتظمة، مع إجراء المستخدم. باستثناء تأثير ذاكرة التخزين المؤقت، يكون موقع الهاتف محدثا دائما، لأنه يعرض البيانات الموجودة على الخادم.

- تم تصميم التطبيق للعمل على نظام تشغيل معين (OS) ، بينما سيكون موقع الهاتف المحمول قابلاً للقراءة على جميع متصفحات الويب للجوال.

**2.2. مفهوم شركات السياحة والسفر:** تؤدي شركات السياحة والسفر دوراً محورياً مهماً في النشاط السياحي، حيث تعتبر المحرك الأساسي له، لأنها توفر للسائح مختلف الخدمات التي يحتاجها ويطلبها عند زيارته لمنطقة معينة، فتعمل شركات السياحة والسفر جاهدة على تلبية حاجيات ورغبات الزبائن من جهة، ومن جهة أخرى مواجهة مختلف التحديات التي تواجهها سواء كانت داخلية أو خارجية، وذلك لضمان ازدهارها وتطورها وتحقيق أهدافها.

**2.2.1. تعريف شركات السياحة والسفر:** يمكن تعريفها بأنها: " هي إحدى المنشآت السياحية الهامة التي تقوم بتقديم خدمات السفر للمسافرين والسياح من خلال برامجها السياحية الخاصة أو كوسيط لبيع البرامج السياحية المعدة من قبل منظمي الرحلات " (مصطفى يوسف، 2016، صفحة 422)، كما نعرفها بأنها: " تلك المؤسسات الاقتصادية المساعدة لحاجات أو حاجة الأطراف المشتركة في الرحلة السياحية " (الفاعوري، 2006، صفحة 13)، ونعرفها كذلك على أنها: " هي التي تنظم رحلات سياحية جماعية أو فردية داخل أو خارج البلد وفقاً لبرامج معينة، وتنفيذ ما يتصل بها من نقل وإقامة وما يلحق بها من خدمات " (دويدار، 2003، صفحة 24).

**2.2.2. أهم الوظائف التي تقوم بها شركات السياحة والسفر:** تتجلى أهم الوظائف التي تقوم بها شركات السياحة والسفر فيما يلي (شمطو، 2017، الصفحات 78-80):

- تنظيم وتنفيذ الرحلات السياحية الخاصة إلى مناطق الجذب السياحي، والعمل على تأطير الزبائن وإرشادهم.
- حجز وبيع تذاكر السفر التقليدية بالتنسيق مع مختلف الشركات (الجوية، البحرية، البرية)، وضمان حجز الزبائن إلكترونياً بأمان من خلال مختلف التطبيقات والمواقع التي تتيحها هذه الشركات.
- القيام بعمليات الحجز، وبيع البطاقات الخاصة بالمهرجانات والاحتفالات الوطنية أو الدولية.
- تزويد الزبائن بمختلف المعلومات التي يحتاجونها في سفرهم وبدون مقابل.
- التنسيق ما بين الزبائن ومختلف المنشآت الفندقية، والقرى والمجمعات السياحية، ومراكز الترفيه لضمان حجزهم بأمن.
- بيع مختلف البرامج السياحية المعدة من قبل منظمي الرحلات إلى الزبائن، وفق نسبة عمولة متفق عليها ما بين الطرفين.
- تأجير السيارات السياحية، ووضعها تحت تصرف السياح.
- تسهيل مختلف الإجراءات المتعلقة بالحصول على التأشيرة للدخول إلى بلد أجنبي.
- بيع الكتب الخاصة بالدليل السياحي للبلد المزار، وكذلك الخرائط السياحية المتعلقة بالطرق والمناطق الأثرية والسياحية الموجودة في البلد المزار.
- القيام بعمليات صرف العملة بالتنسيق مع البنوك الوطنية.
- القيام بتنظيم عمليات الاستقبال محلياً حسب طلب منظمي الرحلات، أو الزبائن، أو شركات أخرى.

**2.2.3. أهداف شركات السياحة والسفر:** تسعى جل شركات السياحة والسفر لتحقيق جملة من الأهداف منها (بيج، 2008، صفحة 456):

- تحقيق الأرباح وهو الهدف الأول الذي يسعى مديرو شركات السياحة والسفر تحقيقه، وذلك من خلال تقديم خدمات متميزة للزبائن، والعمل على جذب زبائن جدد.
  - الكفاءة، وذلك لتقليل المصروفات والتكاليف للحد الأدنى من اجل تقديم خدمات بأقل تكلفة.
  - الفعالية وتحقيق الأهداف المحددة، ولا يلزم أن تكون الرغبة في تحقيق الربح هي الدافع وراء الفعالية.
2. 2. 4. تصنيف مؤسسات السياحة والسفر: يتم تصنيف المؤسسات السياحية إلى عدة أقسام نذكر منها (نسيبي و بجاوية، 2018):

- مؤسسات الوساطة وتسويق المنتجات والخدمات: وتتمثل في وكالات السياحة والسفر، والمتعاملون السياحيون (المرشد السياحي).
- المؤسسة الفندقية: وتتمثل في: الفنادق، الفنادق السياحية، الفندق الصغير خارج المدينة، الفنادق العائلية، فنادق الشقق.
- مؤسسات السكن ما حول الفنادق: والمتمثلة في بيوت الشباب، الشاليهات والفيلات، المنازل الجبلية، المدن والقرى السياحية، المخيمات.
- مؤسسات النقل السياحي: هي تلك المؤسسات التي تقوم بعملية تنظيم وتنسيق نقل الأفراد والمجموعات السياحية في رحلات لزيارة الأماكن السياحية ومنها: مؤسسات الطيران، النقل البحري والنهري، مؤسسات النقل البري.
- مؤسسات الإطعام: وهي المؤسسات المهياة مسبقا لتقديم الطعام والشراب وتقديمها للضيوف مثل: المطاعم، المقاهي، مطاعم المأكولات السريعة، مؤسسات التموين.
- مؤسسات أخرى: وهي المؤسسات التي تلعب دور الوسيط بين السائح والنشاط السياحي وتتمثل في: وكالة الإعلام السياحي الخاصة، مؤسسات تقدم الخدمات ..

### 3. صناعة السياحة والسفر عبر الانترنت في العالم

#### 3. 1. نظرة عامة حول شركات السفر والسياحة عبر العالم:

كانت صناعة حجز السفر عبر الإنترنت من أكثر القطاعات تضررا من جائحة فيروس كورونا، حيث أبلغت بعض التطبيقات عن انخفاض حركة المرور والحجوزات بأكثر من 70% مقارنة بعام 2019، استقر الوضع إلى حد ما في عام 2021، على الرغم من أن معظم التطبيقات والوكالات لا تزال تسجل أرقاما أقل مما كانت عليه في عام 2019. واستمر تفشي الفيروس في إعاقة السفر في بعض الدول (statista, 2022).

الشركتان Booking Holdings و Expedia Group هما العملاقان في صناعة حجز السفر عبر الإنترنت، ويمثلان حوالي 60% من جميع حجوزات السفر في الولايات المتحدة وأوروبا. Airbnb هي المنافس الجديد، حيث يُنظر إلى فتح منازل الناس لقضاء العطلات والسياحة على أنه تهديد مباشر لصناعة الفنادق.

إحدى الطرق التي تمكنت من خلالها Booking.com و Expedia من الحفاظ على حصتها في السوق هي الاستحواذ على مواقع وتطبيقات منافسة. تمتلك Booking.com و Priceline و KAYAK و Agoda ، بينما تمتلك Expedia Group Orbitz و trivago و Travelocity و Vrbo في محفظتها.

هناك طريقة أخرى لتوسيع خدمات السفر والسياحة وهي إستراتيجية التوسع أو التمديد حيث توسعت كل من Booking و Expedia لتشمل الرحلات الجوية وتأجير السيارات والتجارب وسيارات الأجرة والرحلات البحرية، يتشابه النموذج عبر النظام الأساسي، حيث يتلقى التطبيق عمولة صغيرة لكل حجز، الهدف هو أن تكون وجهة وقفة واحدة لقضاء عطلة، على غرار الطريقة التي تنظم بها وكالات السفر القديمة الرحلة، والنقل، والفندق.

بدأت Airbnb هذه الزيادة أيضا، مع تقديم التجارب في عام 2016 كما بدأت في الترويج للإقامة طويلة الأجل في عام 2020 ، استجابة للوباء الذي أوقف السفر قصير المدى، قد تكون خدمات النقل والعمل المشترك هي التالية في قائمتها.

على الرغم من أن Booking و Expedia و Airbnb هي المنصات الرئيسية الثلاثة، إلا أن هناك منصات أخرى، مثل Hopper و Hotels.com و Skyscanner و TripAdvisor و Trip.com، والتي تتنافس في منطقة واحدة (رحلات طيران Skyscanner ؛ فنادق على موقع Hotels.com) أو تدير متجرا واحدا مشابها لجميع الأشياء المتعلقة بالسفر مثل الحجز (statista, 2022).

**3. 2. أفضل تطبيقات السياحة والسفر عبر العالم:** تبعا لإحصائيات العام 2022 فإن أفضل تطبيقات السفر والسياحة عبر العالم اقتصرت بين إحدى عشر شركة عالمية، استحوذت شركة Airbnb على صدارة هذه الشركات متبوعة بكل من booking و Expedia و Hopper وذلك بحسب رقم الأعمال، وعدد الزوار للموقع وعدد تنزيلات التطبيق الخاص بالشركة، والجدول الموالي يوضح ذلك. (businessofapps, 2022)

**الجدول رقم 01:** يمثل ترتيب أفضل تطبيقات السياحة والسفر عبر العالم

المرتبة	تطبيق السفر	دوره
01	Airbnb	أدى فتح منازل ثانية وغرف احتياطية للسياح إلى تغيير صناعة السفر، وكانت Airbnb في مقدمة هذا النوع الجديد من أماكن الإقامة قصيرة الأجل.
02	booking	أكبر وكالة سفر عبر الإنترنت من حيث حجم الحجز والإيرادات، وهي مسؤولة عن 25% من جميع حجوزات الفنادق في جميع أنحاء العالم.
03	Expedia	وكالة السفر الرئيسية الأخرى عبر الإنترنت، والتي تدير إلى جانب Expedia العلامات التجارية Orbitz و trivago و Vrbo.
04	Hopper	تطبيق جديد لحجز الرحلات والفنادق، كان Hopper هو الأكثر تنزيلاً عبر

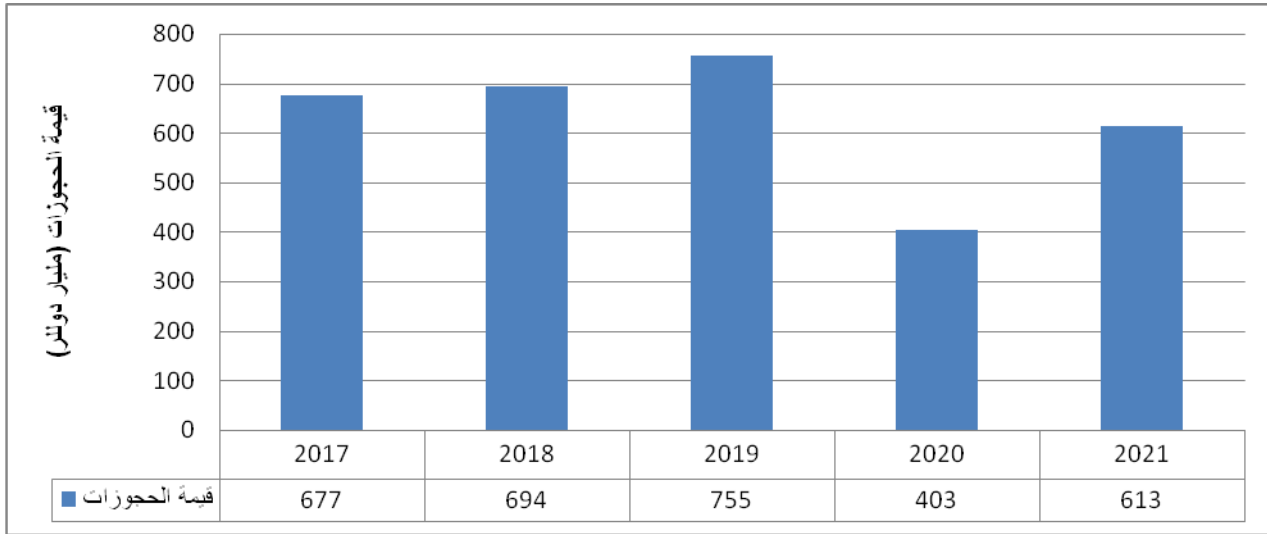
OTA في الولايات المتحدة في عام 2021.		
منافس شركة Expedia و Airbnb، والذي تم إطلاقه في الأصل 13 سنة قبل Airbnb كموقع ويب لحجز شقة تزلج في كولورادو.	Vrbo	05
شركة أخرى تابعة لشركة Expedia، تقدم دليلا كبيرا للفنادق والصفقات وإيجارات العطلات على موقع Hotels.com.	Hotels.com	06
أحد تطبيقات OTA الألمانية التي قد لا يتذكرها الناس كثيرا بسبب "Hotel Trivago"	Trivago	07
يعتبر موقعا للسلطة عندما يتعلق الأمر بالبحث عن أسعار الرحلات ومحاوله العثور على أفضل الصفقات.	Skyscanner	08
إحدى الشركات التابعة لـ Booking Holdings، والتي تعمل بطريقة مشابهة جدا لـ Booking كمتجر شامل لجميع أغراض السفر.	KAYAK	09
شركة تابعة أخرى لـ Booking، والتي كانت اسم الشركة القابضة قبل تغيير 2018 إلى Booking Holdings.	Priceline	10
تشتهر في المقام الأول بتقييمات المطاعم والفنادق، ولكنها توفر أيضا خدمات الحجز.	TripAdvisor	11

المصدر : من إعداد الباحثين اعتمادا على الموقع: (businessofapps, 2022)

3.3. حجوزات تطبيق السفر: بلغت حجوزات السفر عبر الإنترنت ذروتها عند 755 مليار دولار في عام 2019، قبل أن تنخفض بنسبة 46% لتصل إلى 403 مليار دولار في عام 2020. وفي عام 2021 زادت حجوزات السفر إلى 613 مليار دولار، أي بنسبة نمو تقدر بـ: 52.10% مقارنة بالسنة التي تسبقها 2020، ولكنها أقل من أرقام عام 2019، والشكل الموالي يوضح ذلك (businessofapps, 2022).



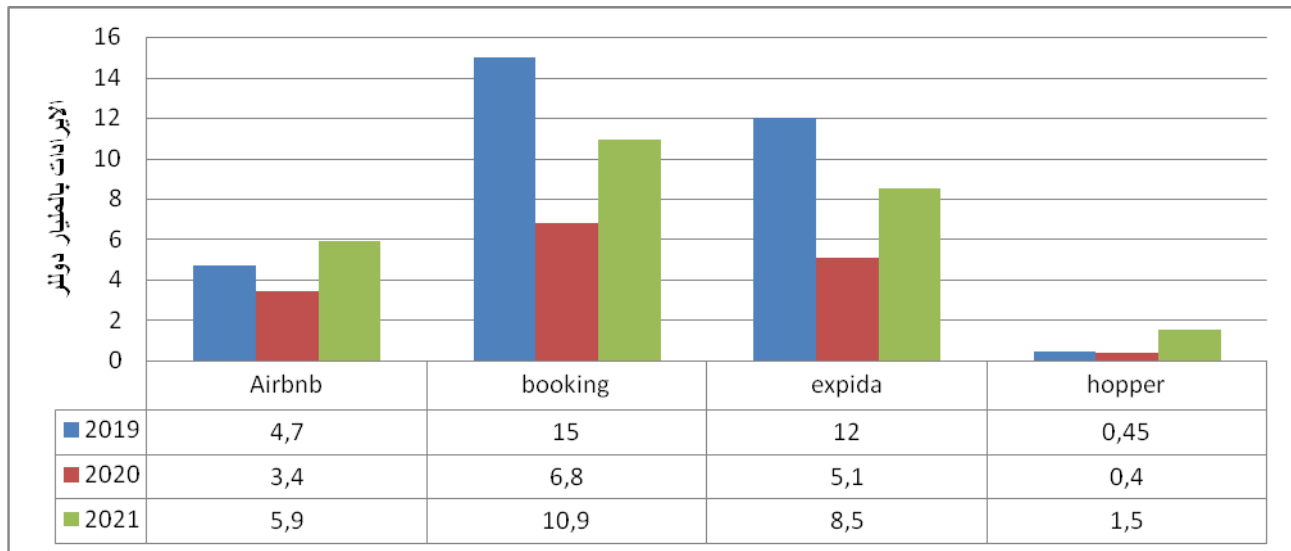
الشكل رقم 01: إجمالي قيمة الحجوزات لتطبيق السفر في جميع أنحاء العالم (مليار دولار)



المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على الموقع: (statista, 2022)

3. 4. عائدات السفر عن طريق التطبيقات الرقمية: ظلت شركة Booking Holdings أكبر شركة وكالات سفر عبر الإنترنت من حيث الإيرادات في عام 2021 بقيمة 10.96 مليار دولار، تتبعها شركة Expedia بـ 8.5 مليار دولار ، تبعتها شركة Airbnb بـ 5.69 مليار دولار، ثم شركة Hopper بـ 1.5 مليار دولار، وشهدت الشركات الثلاث الكبرى نموًا في الإيرادات يزيد عن 60% العام الماضي، والشكل الموالي يوضح ذلك:

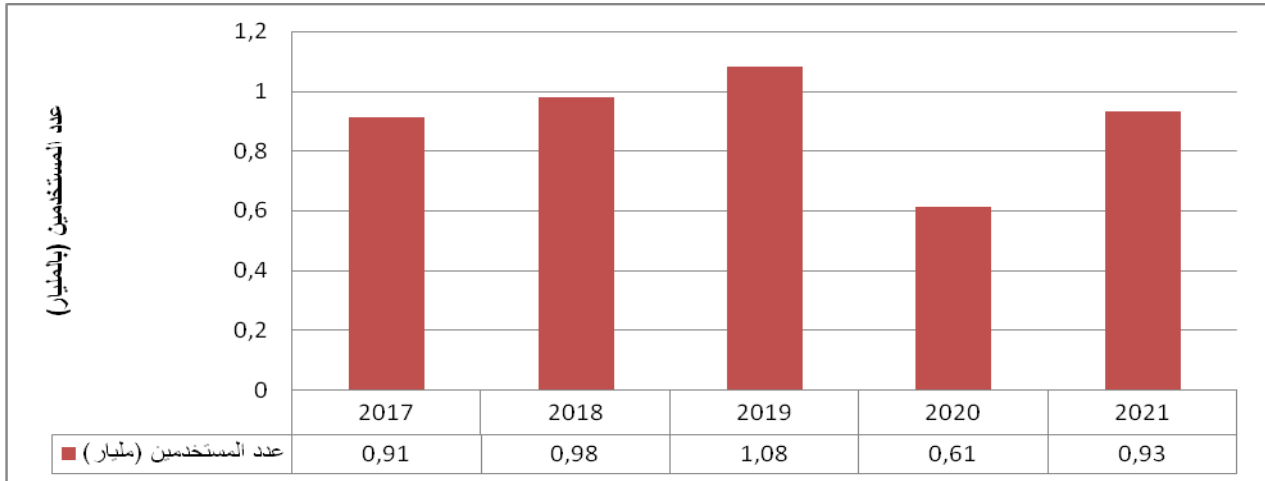
الشكل رقم 02: إيرادات تطبيقات الحجز عبر الإنترنت من 2017 إلى 2021 (مليار دولار)



المصدر : من إعداد الباحثين اعتمادا على الموقع: (businessofapps, 2022)

3.5. مستخدمو التطبيقات الرقمية للسفر والسياحة: كان هناك ما يزيد قليلا عن مليار مستخدم لتطبيق السفر في عام 2019، مع ما يقرب من 1.5 مليار شخص يقومون برحلات حول العالم وأكثر من 65٪ يستخدمون هاتفا ذكيا أو موقعا إلكترونيا للحجز، ففي سنة 2021 انخفض هذا العدد ليصل 0.93 مليار مستخدم، كما يوضحه الشكل الموالي:

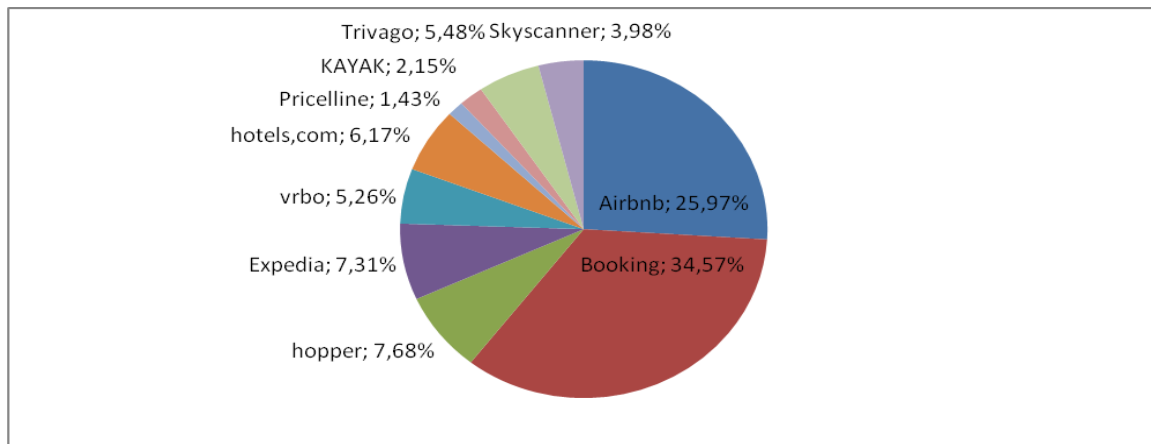
الشكل رقم 03: مستخدمو تطبيق الحجز عبر الإنترنت 2017 إلى 2021 (مليار)



المصدر : من إعداد الباحثين اعتمادا على الموقع: (businessofapps, 2022)

3.6. حصة السوق في جميع أنحاء العالم لتطبيقات السفر والسياحة: كانت شركة Booking.com هو تطبيق السفر الأكثر استخداما في جميع أنحاء العالم في عام 2021 بنسبة تقدر 34.57% من حصة السوق تتبعه شركة Airbnb ب 25.67%، من حصة السوق تتبعه شركة Hopper ب 7.68% من الحصة السوقية، أما في المراتب الأخيرة نجد كل من Priceline و KAYAK و Skyscanner بالنسبة الآتية بالترتيب: 1.43%، 2.15%، 3.98% من الحصة السوقية والشكل الموالي يوضح ذلك.

الشكل رقم 04: حصة السوق العالمية لتطبيقات الحجز عبر الإنترنت (%)



المصدر : من إعداد الباحثين اعتمادا على الموقع: (businessofapps, 2022)

3.7. عدد تنزيلات تطبيقات السفر والسياحة في جميع أنحاء العالم: كان تطبيق Booking.com الأكثر تنزيلا في جميع أنحاء العالم لمدة أربع سنوات متتالية، وتمكن من العودة في عام 2021 بعد الركود في العام 2020. أما المرتبة الثانية فاحتلتها شركة Airbnb بـ 32.8 مليون تنزيلا، ثم شركة Hopper بـ 16.2 مليون تنزيلا في العام 2021، بينما تكافح الشركات الأخرى للوصول إلى أرقام أفضل والجدول الموالي يوضح ذلك :

الجدول رقم 02: عدد تنزيلات تطبيقات السفر والسياحة في جميع أنحاء العالم (بالمليون)

السنة	2018	2019	2020	2021	اسم التطبيق
	49.7	49.2	34.1	45.7	booking
	34.2	40.2	26.6	32.8	Airbnb
	22.7	19.5	8.7	9.3	Trivago
	14.9	12.7	4.7	5.2	Skyscanner
	12.2	13.5	8.4	10.1	Expedia
	11.4	11.2	6.5	5.8	TripAdvisor
	8.4	9.2	4.6	6.9	Hotels.com
	7.8	6.6	5.2	16.2	Hopper
	4.7	4.8	2.1	2.8	KAYAK
	3.5	4.9	10.1	10.9	Vrbo
	1.9	2.6	4.8	5.2	Priceline

المصدر : من إعداد الباحثين اعتمادا على الموقع: (businessofapps, 2022)

#### 4. دراسة حالة الشركة العالمية للسفر والسياحة عبر الانترنت Hopper

هناك العديد من الشركات على المستوى العالمي والتي استفادت من مميزات التسويق الرقمي واعتمدت استعمال التطبيقات الرقمية، واقترحت مجال الاستثمارات في شتى أنواع الأعمال سواء إنتاجية أو خدماتية وحققت طفرة نوعية في وقت قصير جدا، ومن بين هذه الشركات العالمية Hopper المختصة في مجال السفر والسياحة.

4. 1. نبذة عن الشركة: قد يُعتبر تطبيق Hopper لتوصيات السفر بمثابة المولود الجديد في السوق، مع تزايد التنزيلات والاستخدام بسرعة في عام 2021 مع إدخال منتجات التكنولوجيا المالية التي تهدف إلى توفير المزيد من المرونة والأمان للعملاء. على الرغم من أنها اكتسبت قوة دفع في العام الماضي ، إلا أن Hopper كان موجودا بالفعل منذ ما يقرب من عقد من الزمان. لقد بدأت كأداة سفر مشابهة لـ TripAdvisor ، حيث يمكن للمستخدمين البحث عن مكان أو نشاط والتحقق من التعليقات من الويب، قضى الفريق الذي يعمل على Hopper ست سنوات في بناء قاعدة البيانات هذه بطريقة سرية، وأطلق موقع Hopper.com في عام 2014. وكان الرئيس التنفيذي لشركة Hopper ، فريدريك لالوند ، قد باع سابقا شركة سفر ناشئة إلى شركة Expedia في عام 2002. مع كل هذه البيانات القيمة عن الأماكن والرحلات ، كان Hopper في وضع جيد لإضافة ميزات أخرى مثل حجوزات الطيران والفنادق. كانت الرحلات الجوية هي في الغالب ما اشتهر به التطبيق، حيث أنه ينشئ أداة للتنبؤ بالتكلفة يمكنها التنبؤ بدقة عالية بتكلفة الرحلة لمدة تصل إلى عام مقدما.

خلال جائحة فيروس كورونا ، أضاف Hopper مجموعة كاملة من الميزات الجديدة التي تهدف إلى تزويد العملاء بمزيد من الأمان والمرونة في الأسعار. تضمنت هذه الميزات إلغاء الرحلة أو تغييرها لأي سبب من الأسباب، وأداة لتجميد الأسعار، في عام 2022 استفاد أكثر من 60% من المستخدمين من واحدة على الأقل من هذه الميزات عند حجز رحلة طيران أو فندق على التطبيق، كانت منتجات التكنولوجيا المالية هذه ضرورية لنمو إيرادات شركة Hopper ، كما أنها لاقت استحسان المستخدمين. في عام 2021 كان Hopper هو تطبيق السفر الأكثر تنزيلا في الولايات المتحدة وكندا. كما أضافت السيارات المستأجرة والإقامة مع منزل إلى منصتها للتنافس مع Airbnb و Vrbo.. (statista, 2022).

4. 2. نظرة عامة على شركة Hopper: يتم تلخيص النبذة التقديمية السابقة لشركة Hopper من خلال الجدول الموالي:

#### الجدول رقم 03: ملخص عام عن نشاط شركة Hopper

تاريخ بدأ النشاط	مارس 2007
البلد	مونتريال، كندا
الأشخاص المسيرون	Frederic Lalonde (الرئيس التنفيذي ، المؤسس المشارك) ، Dakota Smith (الرئيس) ، Sebastien Rainville (مدير هندسة البرمجيات ، المؤسس المشارك)
نوع العمل	خاص
مجال العمل	السفر

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على الموقع: (businessofapps, 2022)

4.3. إيرادات شركة Hopper: تتمثل إيرادات شركة Hopper في الدخل الذي تحققه من إجمالي نشاط أعمالها التجاري أو الخدمات التي تباعها للزبائن ، ويتمثل إيرادات شركة Hopper خلال السنوات الأخيرة كما يبينه الجدول الموالي:

الجدول رقم 04: إيرادات شركة Hopper (مليون دولار أمريكي)

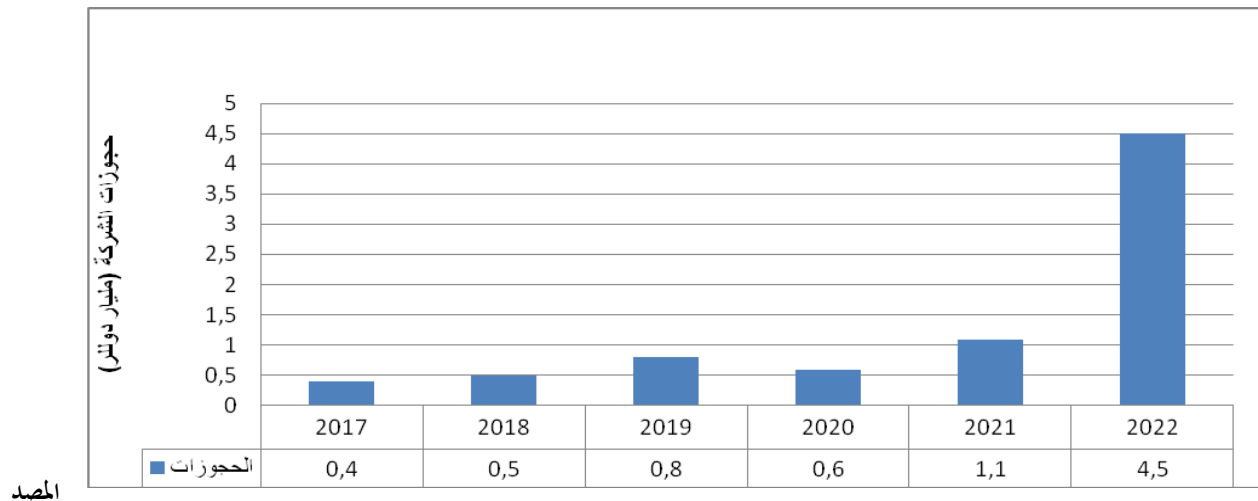
	2021	2020	2019	
الإيرادات	150	40	45	
معدل النمو	%275	-11.11%	-	

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على الموقع: (businessofapps, 2022)

من خلال ملاحظة معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن شركة Hopper حققت في العام 2021 إيرادات إجمالية بمبلغ 150 مليون دولار أمريكي، محققة نسبة نمو تقدر بـ 275%، مقارنة بسنة 2020 التي عرفت معدل نمو منخفض بنسبة 11.11% وذلك راجع لتداعيات فيروس كوفيد-19 الذي أثر على مستوى السفر عالميا بحسب الإجراءات التي فرضتها جميع الدول، ويرجع الفضل في تحقيق هذه الإيرادات إلى سياسة الشركة التي اعتمدها وهي كسب ثقة زبائنها، واعتماد مختلف استراتيجيات التسويق الرقمي في مختلف أنواع الحجوزات.

4.4. حجوزات شركة Hopper: تتمثل حجوزات الشركة في مختلف العمليات التي يقوم بها الزبائن باستخدام تطبيق الشركة لحجز رحلات سياحية أو غرف فندقية، وتتمثل مختلف الحجوزات للشركة كما يبينه الشكل الموالي:

الشكل رقم 05: مختلف حجوزات شركة Hopper (مليار دولار أمريكي)



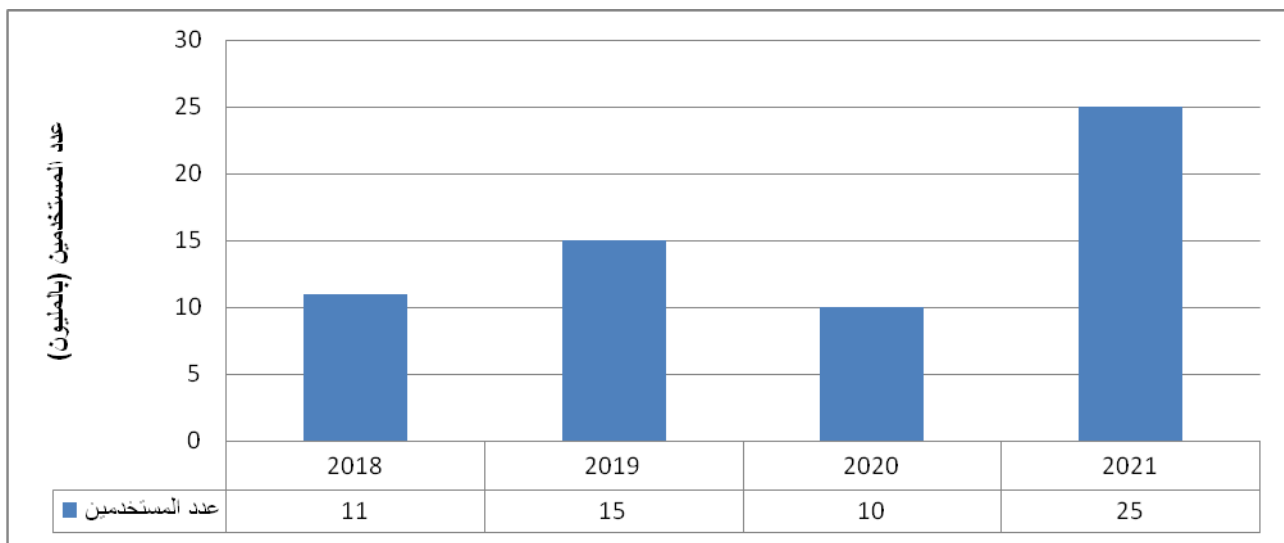
ر: من إعداد الباحثين اعتمادا على الموقع: (businessofapps, 2022)

من خلال ملاحظة الشكل أعلاه نلاحظ أن قيمة الحجوزات لشركة Hopper بلغت 4.5 مليار دولار خلال سنة 2022 محققة نسبة نمو تقدر بـ 309.09%، مقارنة بسنة 2021 التي بلغت فيها قيمة الحجوزات مقدرا 1.1 مليار دولار،

ومعدل نمو يقدر بـ 83.33% مقارنة بسنة 2020، ويمكن تفسير ذلك بالإقبال الكبير للناس على السفر والسياحة بعد التعافي من جائحة كوفيد-19 التي أصابت العالم بأسره، وإقبال الناس على شركة Hopper نظرا لتوفيرها مختلف التقنيات الرقمية والتسهيلات التي تمنحها للزبائن لحجز مختلف رحلاتهم وسفرياتهم.

4. 5. مستخدمو شركة Hopper : هم الأشخاص الذين يستعملون التطبيق الرسمي للشركة، فيقومون بتنزيله واستخدامه في مختلف عمليات الحجز للرحلات السياحية والسفر وحجز الغرف الفندقية، ونبين في الشكل الموالي مستخدمو شركة Hopper:

الشكل رقم 06: مستخدمو شركة Hopper (بالمليون مستخدم)

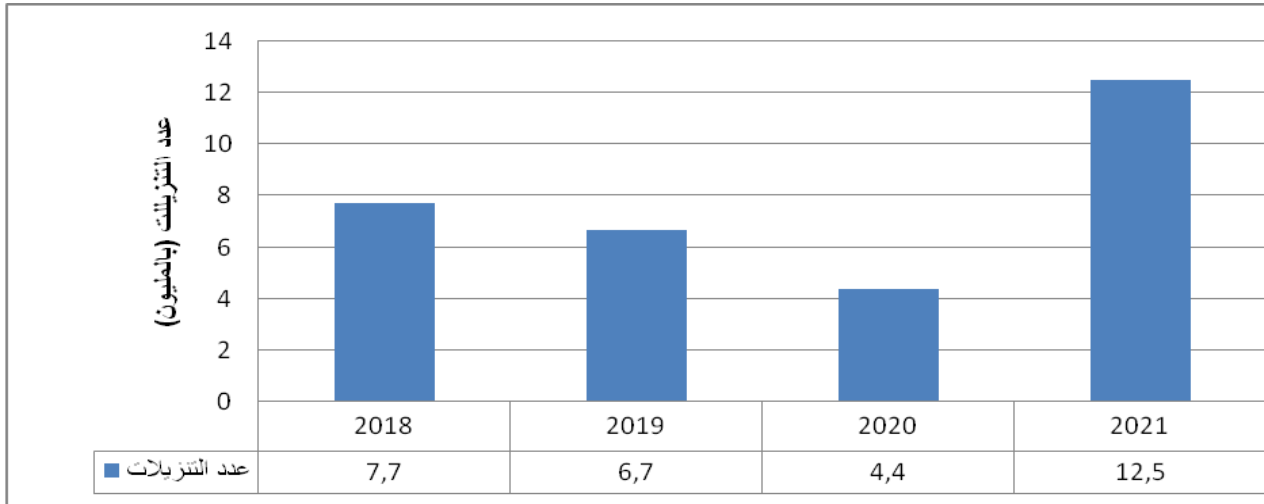


المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على الموقع: (businessofapps, 2022)

من خلال ملاحظة الشكل السابق نلاحظ أن عدد مستخدمي شركة Hopper بلغ 25 مليون مستخدم لسنة 2021 ومعدل نمو يقدر بـ 150% مقارنة بسنة 2020 التي بلغ فيها عدد المستخدمين 10 مليون ومعدل نمو منخفض قدر بـ 33.33%، التفسير دائما يرجع إلى الإجراءات المطبقة من قبل الدول بسبب جائحة كوفيد-19، وعزوف الناس عن السفر خوفا على أنفسهم وبعد التعافي من هذه الجائحة ورفع قيود السفر سجلنا ارتفاعا محسوسا في عدد المستخدمين.

4. 6. عدد تنزيلات تطبيق شركة Hopper : يمثل عدد تنزيلات التطبيق الرسمي لشركة Hopper عدد المرات التي يقوم المستخدمون بتنزيله عبر مختلف الوسائل المتاحة للتحميل والمذكورة سابقا، ونبين في الشكل الموالي عدد تنزيلات تطبيق الشركة:

### الشكل رقم 07: عدد تنزيلات تطبيق شركة Hopper

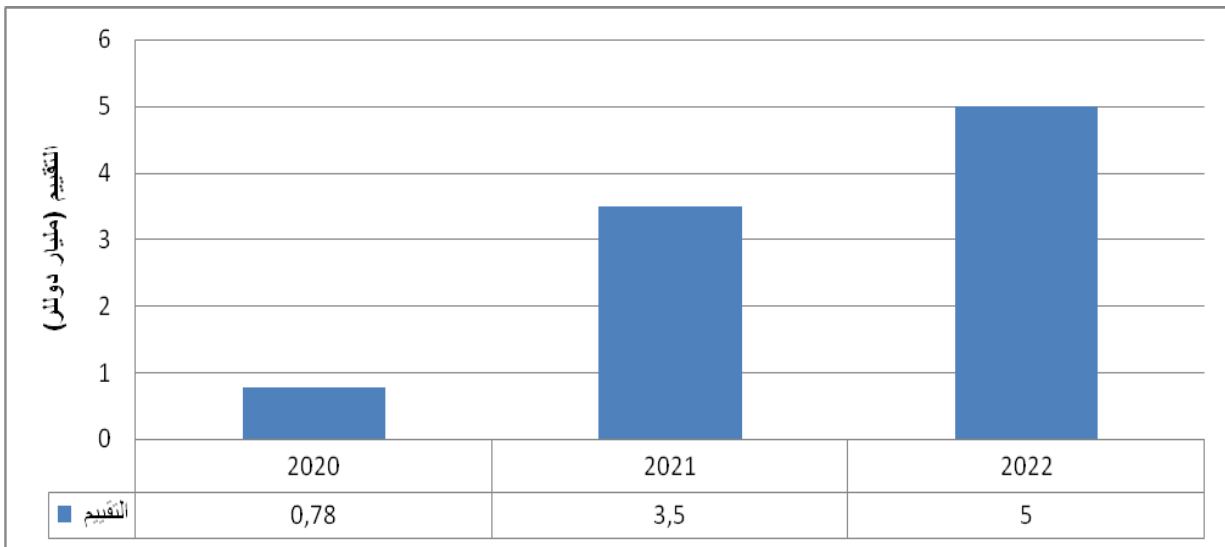


المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على الموقع: (businessofapps, 2022)

من خلال ملاحظة الشكل أعلاه نلاحظ أن عدد تنزيلات تطبيق شركة Hopper بلغ سنة 2021 مقدرا 12.5 مليون مرة وبنسبة نمو تقدر بـ 184.09% مقارنة بسنة 2020 الذي قدر فيها عدد التنزيلات بـ 4.4 مليون ، وهذا يدل على الشعبية الكبيرة التي تتمتع بها شركة Hopper والثقة التي منحتها الشركة لزيائنها، وحسب ذات المصدر فإن أغلب تنزيلات التطبيق كانت في الولايات المتحدة الأمريكية.

7.4. تقييم شركة Hopper : يهدف تقييم الشركة إلى معرفة قيمتها السوقية المحتملة ، وتقييم الشركات يعني تقييم مشاريع الاستثمار باستخدام مختلف أدوات التقييم المناسبة، والشكل الموالي يبين تقييم شركة Hopper في الثلاثة سنوات الأخيرة:

### الشكل رقم 08: تقييم شركة Hopper

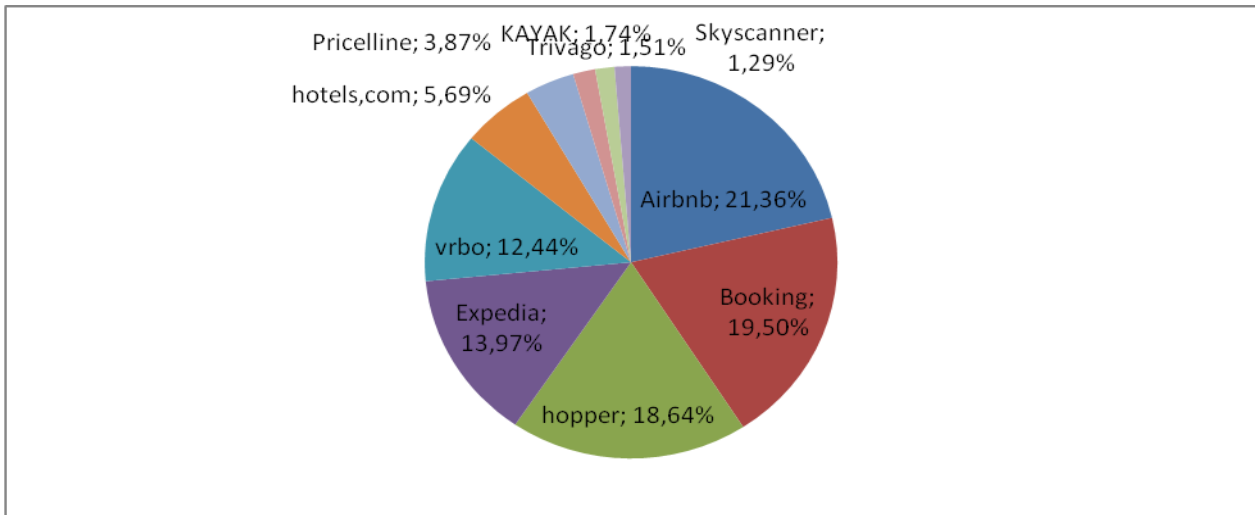


المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على الموقع: (businessofapps, 2022)

نلاحظ من خلال الشكل أعلاه أن تقيم شركة Hopper أخذ منحى تصاعدي من سنة لأخرى حيث بلغ سنة 2020 قيمة 0.78 مليار دولار، وقفز سنة 2021 إلى 3.5 مليار دولار بمعدل نمو يقدر بـ 348.71%، أما في سنة 2022 فبلغ 5 مليار دولار بمعدل نمو مقدر بـ 42.85%، ويرجع سبب ذلك إلى استخدام تطبيقات تقنية سهلة الاستخدام من جهة، وكسب ثقة جمهورها من جهة أخرى.

**4.8. حصة شركة Hopper في سوق شركات السفر الأخرى:** الحصة السوقية هي النسبة المئوية لمجموع المبيعات التي تحصل عليها الشركة في زمن معين، تحسب بقسمة مبيعات الشركة في الزمن على مجموع مبيعات السوق في نفس الاختصاص وفي نفس الزمن، والحصة السوقية لشركة Hopper تكون وفقا للشكل الموالي:

الشكل رقم 09: حصة شركة مقابل شركات السفر الأخرى



المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على الموقع: (businessofapps, 2022)

من خلال معطيات الشكل السابق نلاحظ أن شركة Hopper صنعت اسما لها وأصبحت تقارع كبريات الشركات العالمية المختصة في السفر والسياحة، حيث بلغت حصتها السوقية نسبة 18.64%، محتملة المرتبة الثالثة بعد كل من شركتي Airbnb و Booking بنسبة 21.36%، و 19.50% على الترتيب، ومتقدمة على الكثير من الشركات المتخصصة مثل شركة Expedia و Vrbo و hotels.com وغيرها وذلك راجع لاعتمادها على التحديث المستمر للتطبيقات المستخدمة في عمليات الحجز من جهة، والتركيز على إستراتيجية الابتكار التقني من جهة أخرى، وكذا كسبت ثقة الزبائن.

## 5. الخاتمة:

من خلال معالجتنا لهذا الموضوع المهم في التسويق الرقمي، توصلنا إلى أن استخدام التطبيقات الرقمية في عمل شركات السياحة والسفر جد مهم، سواء كانت تطبيقات أصلية، أو تطبيقات هجينة، أو تطبيقات الويب، وذلك راجع للفوائد الكثير التي تقدمها للشركة، ومنها أنها تسهم بشكل كبير في الرفع من معدلات النمو، وبالتالي تطوير الشركة ومقدرتها على المنافسة، وكذا تقليل التكاليف وتوفير الوقت والجهد، والتفاعلية، وتعزيز حضور العلامة في أذهان الزبائن، وسهولة الوصول إلى بيانات



المستخدمين وبالتالي زيادة عدد تنزيلات التطبيق، وعدد الحجوزات وهو ما لمسناه من خلال دراسة حالة شركة Hopper وما حققته من نتائج في زمن وجيز، وأصبحت منافس شرس لكبريات الشركات العالمية المتخصصة في السياحة والسفر.

## 6. التوصيات:

من خلال دراستنا لموضوع أهمية استخدام التطبيقات الرقمية من قبل شركات السياحة والسفر مع دراسة حالة شركة Hopper للسياحة والسفر توصلنا إلى بعض التوصيات أهمها:

- قيمة التطبيقات الرقمية ودورها الكبير في ترقية شركات السياحة والسفر على مستوى العالم، فعلى مختلف المؤسسات السياحية في العالم عموماً والجزائر خصوصاً إتباع هذه الإستراتيجية من أجل الرقي وتحقيق أهدافها ورؤيتها.
- لا بد لشركات السياحة والسفر في مختلف دول العالم وخاصة الجزائر إعطاء أهمية كبرى للتطبيقات الرقمية، وذلك من خلال توظيف كفاءات مختصة في مجال الرقمنة وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، والتكوين المتجدد والمستمر لطاقتها حتى تواكب هذه التقنيات المتغيرة وبسرعة كبيرة.
- وجب على مختلف شركات السياحة والسفر في الجزائر التركيز على إنشاء تطبيق رقمي متطور يثبت على الهواتف المحمولة، بحيث يكون ذو جودة عالية، موثوق فيه، سهل الاستعمال، والتأكيد على التفاعل مع الزبائن من أجل تسهيل السفر والسياحة، والاستماع لانشغالاتهم وآرائهم مما يولد مزيداً من الثقة بينهم وبين المؤسسة.
- أخذ العبر من دراسة تجربة الشركة العالمية Hopper والتي استخدمت التطبيقات الرقمية في تسويق خدماتها وحققت نتائج ممتازة على أرض الواقع.

## 7. الإحالة والمراجع:

### 1. المؤلفات:

- أسامة صبحي الفاعوري. (2006). الإرشاد السياحي - بين النظري والتطبيقي. - (الأولى، المحرر) عمان، الاردن : مؤسسة الورا للنشر .
- ستيفن بيج. (2008). إدارة السياحة (ترجمة العمري خالد) . القاهرة، مصر: دار الفاروق للاستشارات الثقافية.
- سمير خليل شملطو. (2017). إدارة وكالات السياحة والسفر. بغداد، العراق: دار الكتب والوثائق العراقية.
- كافي مصطفى يوسف. (2016). فلسفة اقتصاد السياحة والسفر (المجلد 01). عمان، الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- هاني حامد دويدار. (2003). التشريعات السياحية. الاسكندرية ، مصر: الدار الجامعية للنشر والتوزيع .

### 2. المقالات:

- جهيدة نسيلي، و سهام بجاوية. (2018). دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية القطاع السياحي - دراسة حالة ولاية بومرداس. - مجلة المنهل الاقتصادي ، 01 (02)، 243 - 260.

### 3. المواقع الالكترونية:

- businessofapps. (2022). *businessofapps*. Consulté le janvier 20, 2023, sur <https://www.businessofapps.com/data/hopper-statistics/>
- codeur blog. (2022). *codeur blog*. Consulté le janvier 23, 2023, sur <https://www.codeur.com/blog/application-mobile-definition-conseils-et-exemples/>
- Dabi-Schwebel, G. (2020). *dictionnaire-du-web*. Consulté le janvier 08, 2023, sur <https://www.1min30.com/dictionnaire-du-web/application-mobile>
- statista. (2022). *statista*. Consulté le janvier 20, 2023, sur <https://www.statista.com/topics/9896/tui-ag/#topicOverview>