

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة -



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

## الموضوع:

دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر

دراسة حالة وكالة ONAT بسكرة و وكالة ايمان للسياحة والسفر

طرح مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

تخصص: مالية وتجارة دولية

الأستاذ (ة) المشرف(ة)

من إعداد الطالب (ة):

- فطوم حوحو

- صباح دريس

## لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
بسكرة	رئيسا	- أستاذ التعليم العالي	- حدة رايس
بسكرة	مقرا	- أستاذ محاضر أ	- فطوم حوحو
بسكرة	مناقشا	- أستاذ محاضر ب	- لبيبة جوامع

الموسم الجامعي: 2022-2023



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة -



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

## الموضوع:

دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر

دراسة حالة وكالة ONAT بسكرة و وكالة ايمان للسياحة والسفر

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

تخصص: مالية وتجارة دولية

الأستاذ (ة) المشرف(ة)

- فطوم حوحو

من إعداد الطالب (ة):

- صباح دريس

## لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
بسكرة	رئيسا	- أستاذ التعليم العالي	- حدة رايس
بسكرة	مقرا	- أستاذ محاضر أ	- فطوم حوحو
بسكرة	مناقشا	- أستاذ محاضر ب	- لبيبة جوامع

الموسم الجامعي: 2022-2023

# شكر وعرفان

بعد بسم الله الرحمن الرحيم:

اشكر الله عز وجل الذي وفقني على انجاز هذا العمل المتواضع

واتقدم بالشكر والتقدير الكثير للأستاذة الفاضلة "فطوم حوحو"

التي تفضلت بالإشراف على هذا العمل

كما أتقدم بالشكر الجزيل لمسيري الوكالة السياحية ONAT بسكرة

ووكالة ايمان للسياحة والسفر

وأقدم بالشكر الى عائلتي وأحبتي وأصدقائي

إلى كل من ساعدني من قريب او بعيد من معلومات وتوجيهات

## الملخص:

هدفت هذه الدراسة الى ابراز أهمية الإدارة الالكترونية والاثر الذي احدثته من خلال تطبيقاتها واستخداماتها في العديد من المجالات لا سيما في المجال السياحي للوصول الى ما يعرف بالسياحة الالكترونية.

بالإضافة الى عرض المقابلة لوكالتي السياحة والاسفار لولاية بسكرة وهي onat بسكرة للسياحة والسفر وإيمان السياحة والسفر وهذا بالتركيز على مساهمة الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر.

وتوصلت الدراسة ان استخدام الإدارة الالكترونية لهذه التكنولوجيا وتطبيقاتها أهمية بالغة في تنشيط السياحة فقد اظهرت النتائج الدور الفعال للأجهزة والبرمجيات وقواعد البيانات والانترنت في تقديم الخدمات السياحية الكترونيا للزبائن، واطهرت النتائج أيضا دور الكفاءات التكنولوجية في التحكم في تقنيات وبرمجيات تسيير الوكالة، استغلت الوكالتين الانترنت والمواقع الالكترونية وصفحات التواصل الاجتماعي في تنشيط وترويج السياحة الكترونيا وان الانترنت اهم وسيلة للتواصل، وهذا من اجل تحقيق اهدافها التسويقية بكفاءة وجودة عالية في بيئة تسويقية جديدة تتصف بالتغيرات السريعة وإلغاء الحدود المكانية، وقد قدمت هذه الدراسة مجموعة من النتائج المفصلة ذات الصلة بالموضوع، وعدة اقتراحات موجهة الى القائمين بالقطاع والوكالات السياحية.

**الكلمات المفتاحية:** الادارة الالكترونية، السياحة، السياحة الالكترونية، الوكالات السياحية.

## Summary :

. This study aimed to highlight the importance of electronic management and the impact it had through its applications and uses in many fields

especially in the field of tourism, to reach what is known as electronic tourism.

In addition to presenting the interview for the tourism and travel agencies of the state of Biskra, which are the onat Biskra for tourism and imen tourism and travel, by focusing on the contribution of the electronic administration in revitalizing the tourism sector in Algeria.

The study achieved that the use of electronic management of this technology and its applications is of great importance in stimulating tourism. The results have shown the effective role of hardware, software, databases and the Internet in providing tourism services electronically to customers. The results also showed the role of technological competencies in controlling the agency's management techniques and software. Electronic and social networking pages in activating and promoting tourism electronically, and the Internet is the most important means of communication, this is in order to achieve its marketing goals efficiently and with high quality in a new marketing environment characterized by rapid changes and the abolition of spatial boundaries. This study presented a set of detailed results related to the subject, and several suggestions Addressed to those in charge of the sector and tourism agencies.

**Keywords:** electronic management, tourism, electronic tourism, tourist agencies.

# الفصل التمهيدي

شهد العالم في نهاية القرن العشرين تطورات سريعة في المجالات العلمية والتكنولوجية التي أحدثت تغيرات جذرية في الحياة اليومية للإنسان ونتج عن هذه التغيرات انتشار واسع لاستخدام أجهزة الحاسوب وشبكة الانترنت، والذي اثر على طبيعة عمل النظم الإدارية، حيث تراجعت معها أنواع الخدمة التقليدية الكلاسيكية وحلت معها أنماط الخدمة العصرية التي تقوم على التكنولوجيا والمعلوماتية وأصبحت الخدمة تقدم بشكل الكتروني، وهذا ما يطلق عليه بالإدارة الالكترونية، وذلك للاستفادة من المزايا التي توفرها الإدارة الالكترونية كالسرعة وقلة الجهد والوقت، الشفافية وتقليل التكاليف والمساهمة في فرص النجاح وإنجاز المهمات.

سعت العديد من الدول لتطبيق الإدارة الالكترونية على كل القطاعات وعصرنة نظم خدماتها وتطويرها وتفعيل دورها في التنمية الشاملة، وقد شمت القطاع السياحي الذي يعتبر من اهم القطاعات التي تساهم التنمية الاقتصادية بفضل ما يقدمه من إيرادات سياحية معتبرة، تفوق أحيانا نتاج باقي القطاعات الاقتصادية الأخرى، وعرف نموا كبيرا جعل الدول تتسابق للاستفادة من مداخله، وسعيا للنهوض بالقطاع السياحي عملت العديد من دول العالم على تطوير النشاط السياحي والاستثمار في المقومات المتوفرة والاستفادة من التنوع الحضاري والطبيعي والمناخي، ففي ظل التحولات الجذرية التي يشهدها الاقتصاد العالمي وتماشيا مع ما يفرضه الانتشار الهائل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال والتي شملت جميع القطاعات، اخذ القطاع السياحي حاليا توجهها حديثا ركيزته العامل التكنولوجي حيث استوجب عليه الاعتماد على التقنيات والوسائل التي توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير وتوسيع القطاع السياحي وهذا ما يعرف بالسياحة الالكترونية التي تدعم المنافسة والتميز في السوق، وتزويد العملاء بالخدمات الكترونيا .

وعلى غرار باقي الدول توجهت الجزائر نحو التحول الى عصرنة المعلومات ومواكبة التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال بهدف ترقية وتحسين خدماتها التي شملت جميع القطاعات ومنها القطاع السياحي، حيث تعد الجزائر من اهم الدول التي تتمتع بمقومات سياحية متنوعة تؤهلها لاحتلال مراكز متقدمة في مجال صناعة السياحة وتتطلب هذه المقومات لدعم وجهة الجزائر السياحية وتنشيطها الوكالات السياحية والقائمين على القطاع، لذا لا بد من استغلالها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وتطبيقاتها للتعريف بالعرض السياحي في الجزائر.

**أولا. الإشكالية الرئيسية:** تواجه الوكالات السياحة تحديات من خلال تبنيتها للإدارة الالكترونية وتطبيقاتها وفي كيفية استغلالها وتواجدها ولم تعد خيار بالنسبة للقائمين على القطاع، بل حتمية تفرضها الأوضاع الاقتصادية الراهنة لتطوير وتنمية القطاع السياحي وبالتالي نطرح الإشكالية الرئيسية التالية.

هل تساهم الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر؟

ويندرج تحت هذا السؤال التساؤلات الفرعية التالية.

أ. الاسئلة الفرعية:

✓ ما مفهوم الإدارة الالكترونية، وماهي اهم متطلبات تطبيقها؟

✓ ما هي اهم تطبيقات الإدارة الالكترونية في المجال السياحي؟

✓ كيف يمكن للإدارة الالكترونية تنشيط القطاع السياحي من خلال عمل الوكالات السياحية في الجزائر؟

ثانيا. الدراسات السابقة:

ا. القرني عبد الرحمان، شتراوي امال 2021/12/31 بعنوان مساهمة الإدارة الالكترونية في تطوير العمل السياحي دراسة حالة تجربة وكالة Booking للسفر عبر الانترنت، عرض مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية.

هدفت هذه الدراسة الى ابراز أهمية الإدارة الالكترونية والاثر الذي أحدثته من خلال تعدد تطبيقاتها واستخداماتها في العديد من المجالات لا سيما في المجال السياحي، وكذا تحديد اهم متطلبات التحول الى الإدارة الالكترونية، ومساهمتها في تطوير العمل السياحي الى ما يعرف بالسياحة الالكترونية، بالإضافة الى عرض التجربة الناجحة لوكالة Booking للسفر عبر الانترنت في اعتماد الإدارة الالكترونية لتطوير اعمالها السياحية، وقد اتضح من خلال هذه الورقة البحثية ان استخدام تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها في المجال السياحي يساعد المؤسسات الاقتصادية على التغلب على المنافسين من خلال التفاعل المباشر مع الزبون وتوفير المعلومة في الوقت المناسب، ما يرفع من مستويات الأداء لديها. توضح دراستنا الى تبين الدور الفعال في مساهمة استخدام الإدارة الالكترونية وتطبيقاتها في تنشيط وترويج للسياحة في الجزائر وتقديم الخدمات السياحية، في حين توضح هذه الدراسة تجربة اكبر وكالة Booking للسفر عبر الانترنت في تقديم خدمات الحجز للفنادق للزبائن عن طريق الانترنت التي حققت إيرادات عالية من خلال استعمالها للإدارة الالكترونية وتطبيقاتها في الترويج لخدماتها .

ب. فضيلة عينين 2022/06/10 بعنوان الإدارة الالكترونية للنشاط السياحي في الجزائر.

دراسة حالة وضع الإطار القانوني والمؤسسي السياحي في الجزائر، مجلة البحوث في العقود وقانون الاعمال.

هدفت هذه الدراسة الى ابراز الإطار القانوني والمؤسسي لترقية النشاط السياحي بتكريس الأنظمة الحديثة في الإدارة السياحية، وهي من المواضيع المطروحة في جميع القطاعات، حيث تقوم على إضفاء العصرية على الخدمة العمومية.

وتوصلت هذه الدراسة الى تشخيص دور المشرع الجزائري في تطوير الخدمة السياحية. من خلال إصداره مجموعة من النصوص التشريعية والتنظيمية، والتي استطاعت تسجيل نتائج إيجابية، بإنجاز الهياكل القاعدية والبنى التحتية والفوقية المستمدة من تطبيقات حديثة، كوعاء يسمح بإقامة الاستثمارات السياحية المتطورة استجابة لمتطلبات السوق السياحي. توضح دراستنا الى تبين الدور الفعال في مساهمة استخدام الإدارة الالكترونية وتطبيقاتها في تنشيط وترويج للسياحة في الجزائر وتقديم الخدمات السياحية، في حين توضح هذه الدراسة ان الإدارة الجزائرية اعتمدت بعض الأنظمة الذكية في تعاملاتها مع غيرها من المؤسسات المنتجة او المستهلك السياحي حيث استغنت عن اغلب النظم التقليدية ، واعتمدت روابط رقمية تسير بها الإدارة السياحية نشاطها واستعمال التطبيقات الالكترونية في الفنادق والوكالات السياحية الاطعام السياحي حمامات المعدنية وغيرها من الأنشطة المكونة لصناعة السياحة .

ت. كواش خالد، قمرروي نوال 2013 بعنوان دور السياحة الالكترونية في تنمية القطاع السياحي في الجزائر .

دراسة حالة بالرجوع الى تجارب بعض الدول العربية، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة.

## الفصل التمهيدي

هدفت هذه الدراسة الى اعتبار السياحة الالكترونية من المفاهيم الحديثة والمرتبطة باستخدام الفعال لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحقيق التنمية بصفة عامة والتنمية السياحية بصفة خاصة ونخص بالذكر الدول العربية كالمملكة العربية السعودية التي خططت خطوات عملاقة في هذا المجال، وكذلك تونس، واهم متطلبات قيام السياحة الالكترونية في الجزائر.

من اهم النتائج المحققة من هذه الدراسة هي، تعتبر السياحة الالكترونية من ابرز التطورات الحاصلة في القطاع السياحي، واهميتها في تقديم المنافع الضخمة سواء لمقدمي الخدمات او المستهلكين السياحيين، كما شهدت السياحة الالكترونية تطورات هائلة في المملكة العربية السعودية وتونس بالمقارنة مع الجزائر التي لا بد لها من استغلال الابتكارات الحديثة وتبني السياحة الالكترونية في الترويج لمنتجاتها السياحية بغية تنمية وترقية السياحة في الجزائر و مواكبة العصرية. توضح دراستنا الى تبين الدور الفعال في مساهمة استخدام الإدارة الالكترونية وتطبيقاتها في تنشيط وترويج للسياحة في الجزائر وتقديم الخدمات السياحية، في حين توضح هذه الدراسة ان السياحة الالكترونية من ابرز التطورات الحاصلة في مجال السياحة، حيث استغلت المملكة العربية السعودية السياحة الالكترونية في تحقيق التنمية في حين تأخر الجزائر في مجال السياحة الالكترونية بالمقارنة بتونس .

### ثالثا. فرضيات الدراسة:

للإجابة على الإشكالية الرئيسية والتساؤلات الفرعية السابقة نقوم بصياغة الفرضية الرئيسية والفرضيات الفرعية التالية:

#### أ. الفرضية الرئيسية :

تؤدي الإدارة الالكترونية دور فعال في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر.

#### ب. الفرضيات الفرعية:

- تتوفر الإدارة الالكترونية على بنية تحتية تساعدها في أداء اعمالها.
- تعتبر السياحة الالكترونية من اهم تطبيقات الإدارة الالكترونية في المجال السياحي.
- تستخدم الوكالات السياحية المواقع الالكترونية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي لتنشيط القطاع السياحي في الجزائر.

#### رابعا. نموذج الدراسة:

تم تصميم الدراسة في ضوء الإشكالية وفرضياتها، والعلاقة بين المتغير المستقل المتمثل في الإدارة الالكترونية والمتغير التابع المتمثل في السياحة .

#### خامسا. منهجية الدراسة :

قصد الإحاطة بمختلف جوانب الموضوع والاجابة على اشكالية البحث واختبار مدى صحة الفرضيات سوف نعتمد على منهجين أساسيين هما.

## الفصل التمهيدي

أ. المنهج الوصفي التحليلي: الذي يسمح لنا بوصف وتحليل كامل جوانب الموضوع بشقيه (الإدارة الالكترونية، السياحة) بصورة مفصلة.

ب. منهج دراسة حالة: سنقوم بدراسة حالة وكالتين سياحيتين في بسكرة بالاعتماد على المقابلة حتى يتم الإجابة على الفرضيات الموضوعية والوصول الى نتائج واقتراحات.

سادسا. تصميم البحث:

أ. هدف الدراسة: تتمثل اهداف الدراسة في :

- ✓ إيضاح مفهوم وأهمية الإدارة الالكترونية وأهم متطلباتها .
- ✓ إبراز المفاهيم الأساسية المتعلقة بصناعة السياحة.
- ✓ التعرف بالسياحة الالكترونية كأهم تطبيقات الإدارة الالكترونية في السياحة.
- ✓ لفت انتباه المسؤولين الى الاهتمام بالقطاع السياحي ومختلف البنى التحتية المدعمة له باعتباره مورد دائما للدخل واعتماده كبديل عن قطاع المحروقات.
- ✓ اثراء رصيد المكتبة العلمية بمواضيع حديثة والتي تخص الإدارة الالكترونية وعلاقتها بالقطاع السياحي.

ب. نوع الدراسة: بناء على علاقة ارتباط بين الإدارة الالكترونية ودورها الفعال في تنشيط السياحة بالوكالات السياحية بسكرة.

ت. مدى تدخل الباحث: وصف المتغيرات بشكل دقيق وصادق وحيادية التحليل لإنتاج علم موضوعي.

ث. التخطيط للدراسة: تناوبية (معلمية ثم ميدانية).

ج. وحدة التحليل: (مجتمع الدراسة) يتمثل في دراسة مقابلة مع صاحب الوكالة لمدينة بسكرة.

ح. المدى الزمني: استغرقت المقابلة يومين.

سابعا. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في:

- ✓ إعطاء لمحة عن السياحة في الجزائر مع تبيين المقومات السياحية التي تتميز بها.
- ✓ إعطاء لمحة عن السياحة الصحراوية في مدينة بسكرة.
- ✓ اهتمام الدولة الجزائرية بعصرنة وترقية القطاعات الاقتصادية خاصة القطاع السياحي منها.
- ✓ معرفة الدور الفعال الذي تلعبه الإدارة الالكترونية في تطوير وتحديث في القطاع السياحي في الجزائر .
- ✓ -التعرف على اهم البرامج والامكانيات التي تعتمد عليها الوكالات السياحية في مساهمة استخدام الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر.

ثامنا. أسباب اختيار الموضوع:

هناك عدة أسباب دفعتنا لدراسة هذا الموضوع منها أسباب موضوعية وأسباب ذاتية:

أ. الاسباب الموضوعية:

- ✓ استخدام الادارة الالكترونية في القطاع السياحي يعتبر ضرورة حتمية لتنشيط القطاع السياحي.
- ✓ زيادة انتشار عدد مستخدمي الانترنت ووسائل الاتصال الحديثة بشكل كبير في دول العالم مما جعل المنظمات السياحية تعتمد على الترويج عن خدماتها.
- ✓ أهمية السياحة الالكترونية في قدرتها على تحسين تجربة السياح في البحث عن المعلومات، وابداء المقارنة بين الأماكن، الأسعار، العروض.

ب. الاسباب الذاتية:

- ✓ موضوع الدراسة يدخل ضمن تخصصنا.
- ✓ رغبتنا في دراسة وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال لاهتمامنا الشخصي بتأثير هذه الوسائل في تنشيط العرض السياحي.
- ✓ الشعور بقيمة الموضوع خاصة مع التوجهات الحديثة والرغبة في البحث والاستطلاع.

تاسعا. خطة مختصرة للدراسة:

وفقا لموضوع الدراسة فقد تم تقسيم العمل كما يلي:

أولاً: **الفصل التمهيدي**: الذي يتم التطرق من خلاله الى مقدمة العمل والتي تضمنت طرح الإشكالية الرئيسية والاسئلة الفرعية، والفرضيات وتمت الإجابة عليها في خاتمة العمل، كما قمنا بوضع مجموعة من الدراسات السابقة وتمت مقارنتها مع دراستنا الحالية.

ثانياً: **الفصل النظري**: بعنوان الإطار النظري للإدارة الالكترونية والسياحة ويحتوي على ثلاث مباحث، المبحث الأول يتناول الإطار المفاهيمي للإدارة الالكترونية، والمبحث الثاني يتناول الإطار المفاهيمي للسياحة، والمبحث الثالث يتناول مساهمة الإدارة الالكترونية في تطوير القطاع السياحي.

ثالثاً: **الفصل التطبيقي**: بعنوان الإطار التطبيقي لدور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي السياحة والسفر بولاية بسكرة وهي onat بسكرة وإيمان للسياحة والسفر، و يحتوي على ثلاث مباحث ، المبحث الأول السياحة في الجزائر، المبحث الثاني السياحية الالكترونية في الجزائر ، المبحث الثالث دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي onat بسكرة وإيمان للسياحة والسفر .

كذلك الإجراءات المنهجية للدراسة وعرض وتحليل نتائج الدراسة .

# الفصل الأول

الإطار النظري للإدارة الإلكترونية والسياحة

### تمهيد

أدى التطور السريع لتقنية المعلومات والاتصالات الى بروز نموذج جديد من الإدارة في ظل التنافس والتحديات المتزايد امام الإدارات البيروقراطية كي تحسن مستوى اعمالها وجودة خدماتها والتي هي الإدارة الالكترونية او الإدارة الرقمية وهدفها الأساسي يتمثل في استخدام التكنولوجيا المتطورة لمساعدة كافة المنظمات على القيام بأعمالها وتقديم خدماتها للمستخدمين بكل سهولة وكفاءة وبأقل وقت وجهد وتكلفة ممكنة، ان الاهتمام بالإدارة الالكترونية ظهر مع بداية اهتمام الحكومات وتوجهها نحو تحقيق شفافية التعامل وتعميم استخدام التكنولوجيا الرقمية لخدمة اهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وقد أدت ثورة المعلومات وتطور شبكاتها العالمية الى فتح المجال امام انتشار الخدمات الالكترونية في المجال السياحي وظهور ما يسمى بالسياحة الالكترونية حيث هي استخدام الاعمال الالكترونية في مجال السياحة والسفر، واستخدام تقنيات الانترنت من اجل تقديم خدمات افضل لزبائن بطريقة سريعة، والتي لها الدور الكبير في التعريف بالعرض السياحي وتنشيطه، وبالتالي سنوضح من خلال الفصل النظري كل المفاهيم المتعلقة بالإدارة الالكترونية والسياحة في ثلاث مباحث وهي:

المبحث الأول: مفاهيم حول الإدارة الالكترونية.

المبحث الثاني: مفاهيم حول السياحة.

المبحث الثالث: مساهمة الإدارة الالكترونية في تطوير القطاع السياحي.

## المبحث الأول. مفاهيم حول الإدارة الإلكترونية

تمثل الإدارة الإلكترونية نوعاً من الاستجابة القوية لتحديات القرن الواحد والعشرين التي تختصر العولمة، والفضاء الرقمي وثورة الانترنت، وأصبحت الان الكثير من المؤسسات بل والدول تدير أنشطتها المتنوعة دون الحاجة الى استخدام الأساليب الروتينية، إذا أصبح المسير يمارس انشطته في أي وقت وفي أي مكان وبكفاءة عالية، فالإدارة الإلكترونية هي المدرسة الاحداث في الإدارة، تقوم على استخدام الانترنت وشبكات الاعمال في انجاز العمل الإداري من تخطيط. تنظيم. توجيه ورقابة الكترونياً.

وسنحاول في هذا المبحث التطرق للإدارة الإلكترونية من حيث تعريفها، تطورها التاريخي، أهدافها، خصائصها، أهميتها وأسباب التحول الى تطبيقها، عناصرها واهم المتطلبات ومبادئها ووظائفها ومعيقاتها.

### المطلب الأول: ماهية الإدارة الإلكترونية.

سعت العديد من حكومات دول العالم عن طريق تكنولوجيا المعلومات والاتصال الولوج الى العالم الإلكتروني بهدف تقديم وايصال المعلومات والخدمات الإلكترونية في كافة المجالات وعليه سنتطرق الى تعريف الإدارة التقليدية والإدارة الإلكترونية والفرق بينهما مع الاشارة الى التطور التاريخي، الاهداف، الخصائص، الاهمية.

### الفرع الأول: مفهوم الإدارة التقليدية والإدارة الإلكترونية والفرق بينهما.

أولاً. تعريف الإدارة التقليدية: هناك عدة تعريفات للإدارة التقليدية وهي.

حيث يعرفها الدكتور علي السلمي: "على أنها عملية تهدف إلى تحقيق نتائج محددة باستخدام الموارد المتاحة للمنشأة بأعلى درجة من الكفاءة والفعالية في ظل الظروف الموضوعية المحيطة". (السلمي، 2009، صفحة 16).

كما تعرف على أنها "ذلك الجهد الإنساني الذي يتعلق بتخطيط وتنظيم وقيادة ورقابة الموارد البشرية والمالية لتحقيق أهداف محددة بكفاءة وفعالية". (ادريس، 2009، صفحة 163)

كما يعرفها السالمي والسليطي "فن وإنجاز المهام من خلال القوى البشرية العاملة في المنظمة بغية الوصول الى الأهداف المطلوبة من قبل المنظمة وتكون عمليات التخطيط والتنظيم والسيطرة واتخاذ القرارات هي الوظائف الأساسية". (احمد، 2020، صفحة 266)

### ثانياً. تعريف الإدارة الإلكترونية:

أ-الإلكترونية **Electronic**: هي عملية الالتقاء بين الحاسوب وشبكات الاتصال.

ب-الإدارة الإلكترونية: هناك عدة تعاريف للإدارة الإلكترونية وهي.

تعرف الإدارة الإلكترونية على أنها "الاستغناء عن المعاملات الورقية واحلال المكتب الالكتروني عن طريق الاستخدام الواسع لتكنولوجيا المعلومات وتحويل الخدمات العامة الى إجراءات مكتبية تم معالجتها حسب خطوات متسلسلة منفذة مسبقا ". (السالمي و السليطي ، 2008، صفحة 32)

كما تعرف بانها "منظومة الكترونية متكاملة تعتمد على تقنيات الاتصالات والمعلومات لتحويل العمل الإداري اليدوي الى اعمال تنفذ بواسطة التقنيات الرقيمة الحديثة ". (الحيث، 2015، صفحة 22)

كما تعرف الإدارة الإلكترونية بأنها "العملية الإدارية القائمة على الإمكانيات المتميزة للإنترنت وشبكات الأعمال في التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة على الموارد والقدرات الجوهرية للمنظمة والآخريين بدون حدود من أجل تحقيق أهداف المنظمة" (نجم، 2004، صفحة 127)

بالنسبة لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) فقد عرفت الإدارة الإلكترونية على أنها "استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال ولا سيما شبكة الانترنت كأداة تسمح بالوصول إلى إدارة أفضل ". (ياسين و العلاق، 2006، صفحة 50)

أما البنك الدولي فيعرفها على أنها "مفهوم ينطوي على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بتغير الطريقة التي يتفاعل من خلالها المواطنين والمؤسسات الإدارية مع الحكومة للسماح بمشاركة المواطنين في عملية صنع القرار وطرق أفضل في الوصول إلى المعلومات وزيادة الشفافية وتعزيز المجتمع المدني ". (الحسن، 2011، صفحة 39)

ويعرفها الدكتور حسن محمود الحسن على أنها "إنجاز الخدمات العامة عبر شبكة الانترنت دون أن يضطر العملاء للانتقال إلى الإدارات شخصيا لإنجاز معاملاتهم مع ما يتوافق من إهدار للوقت والجهد والطاقات ". (المهتدي، 2011، صفحة 25)

اذن من خلال التعريف السابقة يتضح ان الإدارة الإلكترونية تعتمد أساسا على استخدام خليط من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في القيام بجميع العمليات الإدارية الخاصة بمؤسسة ما وذلك لتحسين ادائها وتعزيز مركزها التنافسي.

ثالثا. أنماط الإدارة الإلكترونية: تأخذ الإدارة الإلكترونية أنماطا مختلفة تتفق مع طبيعة العمل لدى المؤسسة بما يحقق أهدافها منها  
ا. التجارة الإلكترونية: هي استخدام وسائل التكنولوجيا لتمكين عمليات التبادل بما في ذلك بيع وشراء المنتجات والخدمات التي تتطلب النقل بصورة (رقمية أو مادية) من مكان إلى آخر. (الحسن، 2011، صفحة 41)

ب. التعليم الإلكتروني: ويقصد به بإجراء المحاضرات الدراسية والاختبارات التحريرية ومناقشة الرسائل العلمية عبر الشبكة المحلية للمنشأة أو الاستفادة من الدروس المجانية المنشورة عبر الانترنت.

ت. الحكومة الإلكترونية: ويقصد بها إدارة الشؤون العامة بواسطة وسائل التكنولوجيا لتحقيق اهداف اجتماعية واقتصادية وسياسية، والتخلص من الاعمال الروتينية والواكزية، بشفافية عالية. ويمكن ان يتمثل ذلك في إنجاز الخدمات الحكومية بين الجهات المختلفة مثل: العلاقة بين الحكومة والحكومة، العلاقة بين الحكومة والافراد، والعلاقة بين الحكومة والموظف.

ث. الصحة الإلكترونية: يقصد بها:

✓ تقدم الاستشارات الطبية والخدمات والمعلومات إلى المرضى عبر وسائل إلكترونية.

✓ متابعة نتائج الفحوصات الطبية والتحليل المخبرية والمعلومات والخدمات غير الشبكية المحلية للمستشفى، أو عبر شبكة الانترنت، وهي بذلك تعمل على تقليل أوقات الانتظار للمرضى وتسهيل التعامل للأطباء أو الإدارة الطبية.

ج. النشر الإلكتروني: من خلال النشر الإلكتروني يمكن متابعة الأخبار العاجلة والنشرات الاقتصادية والاجتماعية والاطلاع على آخر المؤلفات والاستفادة من محركات البحث المتنوعة وتحقيق سرعة الحصول على المعلومة من مصادرها الأصلية. (احمد، 2020، صفحة من 279 الى 281)

رابعاً. الفرق بين الإدارة الإلكترونية والإدارة التقليدية:

تم تحديد مجموعة من الأسس التي تحدد أوجه الاختلافات الجوهرية بين المفهومين وهي كالآتي:

أ. طبيعة الوسائل المستخدمة عند التعامل بين الأطراف.

فالإدارة التقليدية تعتمد على الوسائل التقليدية لإجراء الاتصالات بين أطراف التعامل المختلفة وبينما الإدارة الإلكترونية تتم الاتصالات فيها باستخدام الشبكات الإلكترونية.

ب. طبيعة العلاقة بين أطراف التعامل:

الإدارة في ظل المفهوم التقليدي تكون علاقتها بين أطراف التعامل مباشرة، بينما الإدارة الإلكترونية لا توجد العلاقة المباشرة بين أطراف التعامل، تتعامل على شبكات الإلكترونية.

ت. طبيعة التفاعل بين أطراف التعامل:

تؤكد ممارسات المفهوم التقليدي للإدارة أن التفاعل بين أطراف التعامل يتسم بالبطء النسي وبينما في الإدارة الإلكترونية بالسرعة، ويحقق التفاعل بين فرد ما ومجموعة ما من خلال استخدام شبكات الإلكترونية.

ث. نوعية الوثائق المستخدمة في تنفيذ الأعمال والمعاملات :

تعتمد الإدارة التقليدية بشكل أساسي على الوثائق الورقية، بينما تتم ممارسات الإدارة الإلكترونية دون استخدام أية وثائق رسمية.

ج. مدى إمكانية تنفيذ كل مكونات العملية:

توجد صعوبة في ظل ممارسات مفهوم الإدارة التقليدية في استخدام أي من وسائل الاتصالات التقليدية لتنفيذ كل مكونات العملية، بينما يمكن تحقيق ذلك في ظل ممارسات مفهوم الإدارة الإلكترونية.

ح . نطاق خدمة العملاء:

توفر ممارسات المفهوم التقليدي للإدارة وجود خدمات للأفراد لمدة خمسة أيام في الأسبوع وذلك وفقا لمواعيد عمل المنظمات، بينما يستمر العمل لمدة سبعة أيام في الأسبوع ولمدة أربع وعشرين ساعة يوميا في الإدارة الإلكترونية.

خ . مدى الاعتماد على الإمكانيات المادية والبشرية:

تعتمد ممارسات المفهوم التقليدي للإدارة على وجود استغلال الإمكانيات المادية والبشرية المتاحة أحسن استغلال ممكن، بينما تعتمد ممارسات مفهوم الإدارة الإلكترونية على استخدام تكنولوجيا الواقع الافتراضي.

وبين الإدارة بمفهومها التقليدي والإدارة الإلكترونية في عدة أمور:

- ✓ الإدارة التقليدية ارتكزت على نمط مدير يرتبط به وفق نطاق الإشراف مجموعة كبيرة من المرؤوسين، بينما تعتمد الإدارة الإلكترونية على إدارة الذات، تركز على مدير لديه معلومات أكثر مقابل عاملين لا يملكون إلا القدر اليسير منها بينما الإدارة الإلكترونية تركز على شبكات الأعمال.
- ✓ إن الإدارة التقليدية تعتمد على الهرمية والسرية أسلوبا ومنهجيا وبينما الإدارة الإلكترونية هي إدارة الانفتاح والشفافية والتحالفات الاستراتيجية. (المكاوي، 2011، صفحة من 79 إلى 81)

الفرع الثاني: التطور التاريخي للإدارة الإلكترونية وأهدافها.

أولا. التطور التاريخي للإدارة الإلكترونية:

إن بدايات الإدارة الإلكترونية بدأت منذ 1960 م عندما ابتكرت شركة (IBM) مصطلح معالج الكلمات على فعاليات طابعتها الكهربائية، وكان سبب إطلاق هذا المصطلح هو لفت نظرا الإدارة في المكاتب إلى إنتاج هذه الطابعات عند ربطها مع الحاسوب واستخدام معالج الكلمات، وأن أو لبرهان على أهمية ما طرحته هذه الشركة ظهر عام 1964 م.

عندما أنتجت هذه الشركة جهازا طرحته في الأسواق أطلق عليه اسم الشريط الممغنط /جهاز الطابعة المختار، حيث كانت هذه الطابعة MT/ST عند كتابة أي رسالة يتم تخزين الكلمات على الشريط الممغنط، حيث بالإمكان طباعة هذه الرسالة باسترجاعها من الشريط على الطابعة بعد أن نطبع اسم وعنوان الشخص المرسل إليه، وهذه العملية وفرت جهدا كبيرا وخاصة عندما يتطلب إرسال نفس الرسالة إلى عدد كبير من المرسل إليهم. (السالمي و السليطي ، 2008 ، صفحة 33.32)

فقد حدد المختصين في الإدارة مسارا تاريخيا متصاعدا لتطور الفكر الإداري والمدارس الإدارية على مدى أكثر من قرن من الزمان ابتداء بالمدارس الكلاسيكية ثم مدرسة العلاقات الإنسانية، بعدها توالى ظهور العديد من المدارس الإدارية، وفي منتصف التسعينات توجت مسيرة التطور التاريخي بصعود الإدارة الإلكترونية.

الإدارة الإلكترونية هي امتداد للتطور التكنولوجي في الإدارة، منذ البدء إلى إحلال الآلة محل العامل ثم تطور حتى وصل إلى الإنترنت وشبكات الأعمال.

ان بدايات ظهور الإدارة الإلكترونية تتمثل في انتشار استخدام نظم الحاسوب في أنشطة الأعمال منذ نهاية عقد الخمسينات والستينات، حيث وجدت معظم المؤسسات العامة أن استخدامها للحاسوب يعنى الإسراع في إنجاز الأعمال واختصار للجهد والوقت والموارد. إن للإدارة الإلكترونية مفهوم مبتكرا أملتته المراحل المتقدمة من ثورة تكنولوجيا المعلومات وأخذت المؤسسات على اختلافها تتسارع للانتقال إلى عالم الإدارة الإلكترونية.

استخدم مصطلح المكتب اللاورقي (paperless office) لأول مرة عام 1973 في الولايات المتحدة الأمريكية إشارة إلى فكرة مفادها التحول إلى العمل الرقمي (digital)، وكانت بداية الانطلاق لشركة مايكروسوفت في هذا الميدان في عام 1996 من خلال استخدام الربط الشبكي بين الحواسيب المستخدمة في مؤسستها مما يؤدي إلى تقليص الكبير لاستخدام الورق وفي نهاية التسعينات استخدم مصطلح الإدارة الإلكترونية مع انتشار شبكة الانترنت العالمية وأتمتد كوسيلة من وسائلها في توفير الخدمات عن بعد . (احمد، 2020، صفحة 273، 274)

### ثانيا. أهداف الإدارة الإلكترونية:

إن اهتمام المنظمات بتطبيق الإدارة الإلكترونية لم يكن من فراغ بل لتحقيق أهداف كبيرة من أهمها:

- ✓ تطوير الأداء بشكل عام باستخدام التقنيات الرقمية الحديثة من حلول وأنظمة والتي من شأنها تطوير مختلف جوانب العمل بالمنظمة وبالتالي رفع كفاءة وإنتاجية الموظفين وإيجاد جيل جديد من الكوادر القادرة على التعامل مع التقنيات الحديثة.
- ✓ الحد من البيروقراطية والقضاء على تعقيدات العمل داخل المنظمة.
- ✓ توفير المعلومات والبيانات اللازمة لأصحاب القرار بالسرعة وفي الوقت المناسب ورفع مستوى العملية الرقابية.
- ✓ تقليل تكاليف التشغيل من خلال تحقيق كميات الملفات والخزائن لحفظها وحجم الأوراق المستخدمة واختصار وقت تنفيذ المعاملات المختلفة للمنظمة.
- ✓ تسهيل عملية الاتصال بين مختلف إدارات المنظمة الواحدة، وكذلك مع المنظمات الأخرى.
- ✓ إدارة ومتابعة الإدارات المختلفة للمنظمة وكأنها وحدة مركزية.
- ✓ تركيز نقطة اتخاذ القرار في نقاط العمل الخاصة بها مع إعطاء دعم أكبر من مراقبها.
- ✓ توظيف تكنولوجيا المعلومات من أجل دعم وبناء ثقافة تنظيمية إيجابية لدى كافة الموظفين.
- ✓ تقليص معوقات اتخاذ القرار في نقاط العمل الخاصة بها مع اعطاءها دعم أكبر من مراقبتها.
- ✓ تجميع البيانات والمعلومات من مصادر الأصلية وتوفيرها للمستفيدين بصورة فورية
- ✓ التعلم المستمر وبناء المعرفة مع زيادة الترابط بين العاملين والمنظمة بالإضافة إلى الأهداف السابقة يمكن إضافة أهداف أخرى تسعى الإدارة الإلكترونية إلى تحقيقها مثل:

- ✓ تهيئة المناخ التنظيمي الملائم للعمل في المنظمات.
- ✓ تبسيط إجراءات إنجاز العمل داخل المنظمة.
- ✓ المساعدة على تقليل من حجم الأخطاء المرتبطة بالعامل الإنساني.
- ✓ التقليل من الموارد البشرية الزائدة من الحاجة في العمل تحويلها إلى أداء المهام الأساسية للمنظمات.
- ✓ إيجاد مجتمع قادر على التعامل مع معطيات العصر التقني.
- ✓ انطلاقاً مما سبق يمكن القول أن الهدف الرئيسي للإدارة الإلكترونية يتمثل في استخدام التكنولوجيا المتطورة لمساعدة كافة المنظمات على القيام بأعمالها وتقديم خدماتها للمستخدمين بكل سهولة وكفاءة وفعالية وكذا بأقل وقت وجهد وتكلفة ممكنة. (عامر، 2007، صفحة 34.33)

### الفرع الثالث: خصائص الإدارة الإلكترونية وأهميتها.

#### أولاً. خصائص الإدارة الإلكترونية:

- أ. **السرعة والوضوح:** تتميز الإدارة الإلكترونية بأنها الأسلوب الأكثر كفاءة وفعالية تسيير العمل الافتراضي والقدرة على تحقيق أعلى درجات السرعة في الأداء والتي تتجسد بتوفير أي شيء وفي أي مكان وبأي طريقة داخل المنظمة.
- ب. **المرونة:** تتميز الإدارة الإلكترونية بالمرونة العالية، وتتجلى أقصى غايات هذه المرونة عندما يتم بناء أنظمة إنجاز العمل داخل المنظمة يعتمد على الاتصالات الإلكترونية وقدرات الحواسيب، مما يسمح بالوصول إلى درجة عالية من التنسيق وتبادل المعلومات داخل المنظمة.
- ت. **مكان العمل الافتراضي:** تحقق الإدارة الإلكترونية التواصل والتكامل بين الأفراد داخل المنظمة عن طريق الشبكات الإلكترونية المترابطة بين أقسام المنظمة المتقاربة أو المتباعدة، أو حتى من خارج حدود البلاد السياسية ليقدم الأفراد خبراتهم عن طريق ارتباطهم بمكاتب خاصة بالأسلوب ذاته.
- ث. **عدم التقييد بالزمان والمكان:** الإدارة الإلكترونية لا تلتزم بأوقات العمل الرسمية، بحيث يمكن للمسؤول أو الموظف العمومي أن يتخذ أي قرار خارج أوقات العمل لمواجهة بعض المستجدات الطارئة، وبفضل الإدارة الإلكترونية أصبح العالم بإمكانه أن يعمل في الزمن الحقيقي 24 ساعة في اليوم، ففكرة الليل والنهار لم يعد لها مدلول في العصر الحالي.
- ج. **أمن المعلومات:** من خصائص الإدارة الإلكترونية قدرتها على حجب المعلومات والبيانات المهمة من خلال برامج حماية، وعدم إتاحتها لذوي الصلاحية الذين يسمح لهم بالوصول إلى تلك المعلومات.
- ح. **إدارة المعلومات:** تقوم الإدارة الإلكترونية بإدارة الملفات وليس تكديسها فوق بعضها البعض، هذا لا يعني أن الإدارة الإلكترونية لا تحتفظ بالمعلومات والبيانات، وإنما تلك الملفات تتحول إلى معلومات تحتفظ بها الإدارة على شبكتها الإلكترونية.

خ. الرقابة المباشرة: من سمات الإدارة الالكترونية أنها تسمح للمنظمة بمتابعة مواقع العمل المختلفة عن بعد، وذلك من خلال الشاشات والكاميرات الرقمية المنتشرة داخلها وهذا بعيدا عن أسلوب المتابعة بالمذكرات والتقارير التي كان يرفعها الأفراد في ظل الإدارة التقليدية.

د. الشفافية: داخل المنظمة الالكترونية هي محصلة لوجود الرقابة الالكترونية المباشرة، التي تضمن المحاسبة الدورية على كل ما يقدم من خدمات أو ما يتم من أعمال. (عماري، 2017، صفحة 18.17)

ثانيا. أهمية الإدارة الإلكترونية:

تتجلى أهمية الإدارة الالكترونية في قدراتها على مواكبة التطور النوعي والكمي الهائل في تطبيق تقنيات ونظم المعلومات وسنحاول استعراض أهمية الإدارة الالكترونية من خلال الجوانب التالية.

أ. أهمية الإدارة الالكترونية على المستوى القومي:

تتضح أهمية الإدارة الالكترونية على المستوى القومي بما توفره من فرص كثيرة على هذا المستوى وهي:

**01 تحسين مستوى أداء المؤسسات الحكومية:** مما ييسر ويسهل الأعمال والمعاملات التي تقدمها للمواطنين ويحقق التواصل

بين المؤسسة الحكومية وهؤلاء المواطنين، حيث توفر البيانات والمعلومات أمامهم وكذلك أمام المستثمرين بشفافية كاملة.

**02 الاستفادة من الفرص المتاحة في أسواق التكنولوجيا المتقدمة:** وذلك إنشاء وتشغيل الصناعة المحلية في مجال تكنولوجيا

المعلومات تساعد في صقل وتكوين الكوادر الوطنية المتخصصة القادرة على مواجهة التحديات العالمية التي تمثل في المنافسة في هذه المؤسسات.

**03 زيادة الصادرات وتدعيم الاقتصاد الوطني:** تمتلك إمكانية الوصول إلى نشر استثماراتها ومزاياها الاقتصادية عن طريق المراسلة

بعيدا عن الفوارق الزمانية والمكانية وتقليل تكلفة عملية التسويق والدعاية والاعلان، الأمر الذي يؤدي إلى زيادة الصادرات وتعزيز الاقتصاد الوطني.

**04 تدعيم جانب الواردات في الدولة:** تساهم في عملية الحصول على المنتجات من الأسواق الخارجية بأسعار معقولة عن

الوسطاء، واجراء المعاملات بطريقة سهلة وسريعة وتحقيقه الشفافية.

**05 زيادة قدرة المشروعات الصغيرة والمتوسطة الحجم على المشاركة في التجارة العالمية:** حيث تمكنها من اختراق الأسواق

الأولية بكفاءة وفعالية، وذلك بما تقدمه لها من مميزات متعددة، في الوقت والمكان لأداء المعاملات التجارية، انخفاض تكاليف عمليات التسويق والدعاية والإعلان الأمر الذي يزيد من نشاط هذه المشروعات ويساهم في تدعيم الاقتصاد الوطني.

**06 إيجاد فرص جديدة للعمل الحر:** تقوم بإتاحة الفرص أمام الافراد في إنشاء وتشغيل مشاريع صغيرة الحجم عن طريق الاتصال

بالأسواق الدولية والمحلية بأقل تكلفة ممكنة، ومن أمثلة العمل الحر مشروعات الخدمات، والصناعات الحقيقية، وبرمجيات الحاسب

الآلي. (عماد، 2011، صفحة 114)

ب. أهمية الإدارة الالكترونية بالنسبة للمؤسسات:

تعود أهمية الإدارة الالكترونية على مستوى المؤسسات إلى عدة أسباب منها:

- ✓ تحسين مستوى أداء المؤسسات باستخدام أساليب الكترونية تتسم بالكفاءة والفاعلية والسرعة.
  - ✓ تسهم في تخفيض تكاليف الإنتاج وزيادة ربحية المؤسسات.
  - ✓ تساعد في اتساع نطاق الأسواق التي تتعامل فيها المؤسسة، من خلال شبكة الاتصالات.
  - ✓ تحسين جودة المنتجات وزيادة درجة تنافسية المؤسسة.
  - ✓ تسعى إلى إجراء تحسينات فعالة في المؤسسات المعاصرة، الامر الذي يترتب عليه تحقيق ثلاث مزايا وهي تحسين العلاقات مع العملاء وموردين. زيادة العائد على استثمارات العملاء وأصحاب الأسهم.
  - ✓ تسمح بتلافي مخاطر التعامل الورقي داخل المؤسسات، من خلال استخدام الكمبيوتر والشبكات في التخزين ونقل المعلومات.
  - ✓ توجيه الإنتاج وفقا لاحتياجات ورغبات العملاء والمستهلكين.
  - ✓ تعتبر مدخلا معاصرا لتطوير وتحديث المؤسسات.
  - ✓ تسير عملية إيجاد الأسواق الجديدة، كما تعمل على زيادة قدرة المؤسسات على النفاذ إلى هذه الأسواق واقتحامها.
  - ✓ توفر أمام القائمين على إدارة المؤسسات كل المعلومات المطلوبة عن طلبات الأسواق وصفقات الاعمال والاسعار.
- (المكاوي، 2011، صفحة 75.74)

المطلب الثاني: عناصر ومراحل تطبيق الإدارة الالكترونية.

تعتبر الإدارة الالكترونية إدارة متكاملة ومتفاعلة تهدف الى تحويل العمل الإداري العادي الى عمل اداري حديث باستخدام نظم معلوماتية قوية بالاعتماد على عناصر أساسية عامة وعمليات معقدة ونظام متكامل من المكونات التقنية والمعلوماتية والمالية والتشريعية والبشرية وغيرها. وبالتالي لا بد من تبين أسباب تحول الى الإدارة الالكترونية ومراحل تطبيقها وتوفير عناصر ومتطلبات لتطبيق الإدارة الالكترونية.

الفرع الأول: عناصر الإدارة الالكترونية.

يتطلب تطبيق الإدارة الالكترونية ضرورة توفير عناصر أساسية تترجم أعمال الكترونية وهي.

أولا. الحواسيب وملحقاتها: وتشمل أجهزة الحاسوب وملحقاته من أجهزة الادخال والإخراج بمختلف أنواعها.

ينبغي على الادارة قبل تعميم تطبيق التقنية في دوائرها، ان تتأكد ان لديها من القدرة المالية على توفير العدد المطلوب من اجهزة الحاسوب اللازمة لتشغيل المواقع الادارية التابعة لها، مع مراعاة الامكانيات اللازمة لتوفرها، فقد تحتاج بعض الادارات الى طابعات مثلا على اختلاف قدراتها وموصفاتهما واحجامها وغيرها من الاجهزة الملحقة، كأجهزة فصل الالوان ووسائط التخزين

ووسائل النقل، والاقراص المدجة واجهزة البصمة الالكترونية، الى ما يصعب حصره من الاجهزة الملحقه التي تحتاج اليها الادارة على اختلاف طبيعة عملها .

ثانيا. **البرامج**: وتعني الشق الذهني من نظم وشبكات الحاسوب، تتوزع على فئتين رئيسيتين هما برامج النظام وبرامج التطبيقات، وتضم برامج التطبيقات العامة مستعرضات الواب، برامج البريد الالكتروني، برامج الدعم الجماعي، رسوم الحاسوب. الجداول الالكترونية وقواعد البيانات، اما برامج التطبيقات الخاصة فتكون بحكم طبيعتها متنوعة ومتباينة، نذكر منها البرامج المحاسبية، حزم البرامج المالية، برامج التجارة الالكترونية، برامج تخطيط موارد المنشأة، برامج ادارة المعلومات وغيرها، وفيما يخص برامج ادارة النظام فهي في الواقع أكثر تعقيدا من الناحية التقنية مقارنة بغيرها من البرامج، كنظم تشغيل ادارة الشبكة، مترجمات لغات البرمجة. ادوات تدقيق البرمجة، هندسة البرامج بمساعدة الحاسوب. (رضوان، 2004، صفحة 44)

ثالثا. **الشبكة الالكترونية**: وهي تلك الحزم من الوصلات الالكترونية الممتدة عبر نسيج اتصالي لشبكات الانترنت والاكسترنات وشبكة الانترنت التي تمثل شبكة القيمة للمنظمة، تحمل قاعدة البيانات والمعلومات التي يقوم عليها عمل الادارة، من قوانين وقرارات ومشروعات وملفات شخصية ومعاملات وغيرها، فيدخل كل موظف الى المواقع التي يسمح له بالدخول اليها عبر كلمة المرور الخاصة به، حتى يتمكن بتحديد الخلل او المسؤولية الخاصة . كما يقوم ايضا بقياس معدل أدائه، كما يمكن للأفراد مراسلة الادارة عبر بريدها الالكتروني، وتلك العمليات جميعها تدور من خلال شبكة الاتصال. التي تستقبل جميع الاوامر والعمليات والبيانات التي ترد اليها من جميع الاطراف بتوقيت اجرائها بالدقيقة والثانية .

رابعا. **القوى البشرية**: يرى بعض الباحثين ان العنصر البشري أصل ثابت من اصول المنظمة، يجب الاهتمام به وتنمية ابداعاته، فالقوى البشرية تضم القيادات الرقمية من مديرين ومحللين للموارد المعرفية، والكوادر الادارية من اصحاب التخصص الذين لهم خبرتهم في تطبيقات التقنية في الادارة الحديثة، ، والاستفادة من امكانياتها والتواصل مع دوائر الادارة ويفترض ذلك بثقافة التأمل معها، اذ من غير المعقول تأسيس شبكة الاتصال في جهة ما، وجلب الاجهزة وتحميلها بالبرامج الالكترونية، ثم وضعها على المكاتب أمام ادارات بيروقراطية، تدير ضفة العمل بعقلية روتينية بما يصل الى اهدار المال وتضييع الوقت والجهد، وقد تقوم بعض الجهات بإخضاع القيادات القديمة لدورات في كيفية استخدام الحاسوب . (رضوان، 2004، صفحة 45)

الفرع الثاني: مراحل تطبيق الإدارة الالكترونية.

أولا. أسباب التحول للإدارة الالكترونية:

- ✓ التطور السريع في أساليب وتقنيات إدارة الاعمال.
- ✓ ازدياد المنافسة بين المؤسسات وضرورة وجود آليات التميز داخل مؤسسة.
- ✓ الاتصال المستمر بين العاملين على اتساع نطاق العمل.
- ✓ ضرورة توحيد البيانات على مستوى المؤسسة.
- ✓ تحسين الخدمات المستمر.
- ✓ تحسين مشاركة الموظفين.

✓ ضبط الأداء وفق مواصفات معينة.

وهناك أسباب أخرى للتحويل إلى الإدارة الالكترونية منها انبثاق المعلومات والمعرفة والعملية بكل ابعادها الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية والثقافية.

ان احد اهم الأسباب التي أدت الى تحول منظمات الاعمال للإدارة الالكترونية هي تطور تكنولوجيا المعلومات التي أصبحت وسيلة أساسية في احداث التطوير التنظيمي كما ان العولمة فرضت على منظمات الاعمال الدخول الى الأسواق الالكترونية والافتراضية التي لا يمكن المنافسة فيها بدون منظمات تستخدم الإدارة الالكترونية. (الحيث، 2015، صفحة 35.34)

ثانيا. مراحل تطبيق الإدارة الالكترونية:

التحول إلى الإدارة الالكترونية يحتاج إلى عدة مراحل كي تتم العملية بشكل يحقق الأهداف المرجوة ومن تلك المراحل ما يلي:

ا. قناعة ودعم الإدارة العليا في المنشأة أو في الدولة: ينبغي على المسؤولين ان يكون لديهم القناعة التامة والرؤية الواضحة لتحويل جميع المعاملات الورقية إلى الكترونية ويقدموا الدعم الكامل والامكانيات اللازمة للتحويل إلى الإدارة الالكترونية.

ب. تدريب وتأهيل الموظفين: الموظف هو العنصر الأساسي للتحويل للإدارة الالكترونية، لذا لا بد من تدريب وتأهيل الموظفين كي ينجزوا الاعمال عبر الوسائل الالكترونية المتوفرة، وهذا يتطلب عقد دورات تدريبية للموظفين.

ت. توثيق وتطوير إجراءات العمل: لكل منشأة مجموعة من العمليات الإدارية. فبعض تلك العمليات غير مدونة على ورق أو أن بعضها مدون منذ سنوات طويلة، لذا لا بد من توثيق جميع العمليات وتطوير القدم منها كي يتوافق مع كثافة العمل ويتم من خلال تحديد الهدف لكل عملية إدارية تؤثر في سير العمل وتنفيذها بالطرق النظامية مع الاخذ بعين الاعتبار قلة التكلفة وجودة الإنتاجية.

ث. توفير البنية التحتية للإدارة الالكترونية: يقصد بالبنية التحتية أي الجانب المحسوس في الإدارة الالكترونية. من تأمين أجهزة الحاسب الآلي، وربط شبكات الحاسوبية السريعة والأجهزة المرفقة معها، وتأمين وسائل الاتصال الحديثة.

ج. البدء بتوثيق المعاملات الورقية القديمة إلكترونياً: المعاملات الورقية القديمة والمفوظة في الملفات ينبغي حفظها إلكترونياً بواسطة المساحات الضوئية وتصنيفها ليسهل الرجوع إليها.

ح. البدء ببرمجة المعاملات الأكثر انتشاراً: البدء بالمعاملات الورقية الأكثر انتشاراً في جميع الأقسام وبرمجتها إلى معاملات إلكترونية لتقليل الهدر في استخدام الورق. وعلى سبيل المثال نموذج طلب إجازة يطبق في جميع الأقسام بلا استثناء فمن الأفضل البدء ببرمجته وتطبيقه. (احمد، 2020، صفحة 288)

الفرع الثالث: متطلبات الإدارة الالكترونية.

إن مشروع الإدارة الالكترونية شأنه أي مشروع يحتاج إلى تهيئة البيئة المناسبة لطبيعة عمله وتنفيذ ما هو مطلوب ليحقق النجاح وإلا مصيره الفشل ويسبب خسارة في الوقت والمال والجهد ونعود عندها إلى نقطة الصفر، فالإدارة هي ابنة بيئتها تؤثر وتتأثر

بكافة عناصر البيئة وتتفاعل مع كافة العناصر السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتكنولوجية لذلك فإن مشروع الإدارة الالكترونية يجب أن يراعي عدة متطلبات منها:

**أولاً. البيئة التحتية:** إذ أن الإدارة الالكترونية تتطلب وجود مستوى مناسب إن لم نقل عال من البنية التحتية التي تتضمن شبكة حديثة للاتصالات والبيانات وبنية تحتية متطورة للاتصالات السلكية واللاسلكية تكون قادرة على تأمين التواصل ونقل المعلومات بين المؤسسات الإدارية نفسها من جهة وبين المؤسسات والمواطن من جهة أخرى.

**ثانياً. توافر الوسائل الالكترونية اللازمة للاستفادة من الخدمات:** التي تقدمها الإدارة الالكترونية والتي نستطيع بواسطتها التواصل معها ومنها أجهزة الكمبيوتر الشخصية والمحمولة والهاتف الشبكي وغيرها من الأجهزة التي تمكننا من الاتصال بالشبكة العالمية أو الداخلية في البلد وبأسعار معقولة تتيح لمعظم الناس الحصول عليها.

**ثالثاً. توافر عدد لا بأس به من مزودي الخدمة بالإنترنت:** ونشدد على أن تكون الأسعار معقولة قدر الإمكان من أجل فتح المجال لأكبر عدد ممكن من المواطنين للتفاعل مع الإدارة الالكترونية في أقل جهد وأقصر وقت وأقل كلفة ممكنة.

**رابعاً. التدريب وبناء القدرات:** وهو يشمل تدريب كافو الموظفين على طرق استعمال أجهزة الكمبيوتر وإدارة الشبكات وقواعد المعلومات والبيانات وكافة المعلومات اللازمة للعمل على إدارة وتوجيه "الإدارة الالكترونية" بشكل سليم، ويفضل أن يتم ذلك بواسطة معاهد أو مراكز تدريب متخصصة وتابعة للحكومة، أضف إلى هذا أنه يجب نشر ثقافة استخدام "الإدارة الالكترونية" وطرق ووسائل استخدامها للمواطنين أيضاً بنفس الطريقة السابقة.

**خامساً. وجود التشريعات والنصوص القانونية:** التي تسهل عمل الإدارة الالكترونية وتضفي عليها المشروعية والمصدقية وكافة النتائج القانونية المترتبة عليها.

**سادساً. توفير الأمن الالكتروني والسرية الالكترونية:** على مستوى عال لحماية المعلومات الوطنية والشخصية ولصون الأرشيف الالكتروني من أي عبث والتركيز على هذه النقطة لما لها من أهمية وخطورة على الأمن القومي والشخصي للدولة أو الأفراد. (المكاوي، 2011، صفحة من 115 الى 117)

**سابعاً. توافر مستوى مناسب من التمويل:** بحيث يمكن التمويل من اجراء صيانة دورية وتدريب للكوادر والموظفين والحفاظ على مستوى عال من تقديم الخدمات ومواكبة أي تطور يحصل في إطار التكنولوجيا و"الإدارة الالكترونية" على مستوى العالم.

**ثامناً. توفر الإرادة السياسية:** بحيث يكون هناك مسؤول أو لجنة محددة تتولى تطبيق هذا المشروع وتعكّل على تهيئة البيئة اللازمة والمناسبة للعمل وتتولى الاشراف على التطبيق وتقييم المستويات التي وصلت إليها في التنفيذ.

**تاسعاً. خطة تسويقية دعائية شاملة للترويج لاستخدام الإدارة الالكترونية:** وإبراز محاسنها وضرورة مشاركة جميع المواطنين فيها والتفاعل معها، ويشارك في هذه الحملة جميع وسائل الاعلام الوطنية من إذاعة وتلفزيون وصحف والحرص على الجانب الدعائي

وإقامة الندوات والمؤتمرات واستضافة المسؤولين والوزراء والموظفين في حلقات نقاش حول الموضوع لتهيئة مناخ شعبي قادر على التعامل مع مفهوم الإدارة الالكترونية. (احمد، 2020، صفحة من 289 الى 291)

### المطلب الثالث: عموميات حول الإدارة الالكترونية.

يتطلب تطبيق الإدارة الالكترونية مجموعة من المبادئ التي تحكم عملها، كما تؤدي مجموعة من الوظائف التي لم تكن في مقدرو الإدارة التقليدية ممارستها بسرعة وشفافية، فهناك واقع مغاير تمارس فيه الإدارة الالكترونية عملها، وعليه سنتطرق في هذا المطلب الى مبادئ الإدارة ووظائفها وسنبرز اهم المعينات التي تكاد تعترض تطبيق الإدارة الالكترونية.

### الفرع الأول: مبادئ الإدارة الالكترونية.

من أهم المبادئ التي تركز عليها الإدارة الالكترونية نذكر ما يلي:

**أولاً. تقديم أحسن الخدمات:** وهذا الاهتمام بالفرد يتطلب خلق بيئة عمل متنوعة فيها المهارات والكفاءات المهيأة لاستخدام التكنولوجيا الحديثة بشكل يسمح بالتعرف على جوهر كل مشكلة يتم تشخيصها، وضرورة انتقاء المعلومات المتوفرة وتحليلها بدقة، مع تحديد نقاط القوة والضعف، وصولاً إلى استخلاص النتائج واقتراح الحلول المناسبة لكل مشكلة.

**ثانياً. التركيز على النتائج:** ويقصد بهذا المبدأ أن اهتمام الإدارة الالكترونية ينص على تحويل الأفكار إلى نتائج مجسدة على أرض الواقع لأن الأفراد لا تمهم كثيراً فلسفة العمل، وإنما الشيء الذي يهمهم بالدرجة الأولى هو الاتيان بالبرهان والدليل الفعلي على صحة العملية الالكترونية وبروز نتائجها في أرض الميدان.

**ثالثاً. سهولة الاستعمال والاتاحة للجميع:** يقصد بهذا المبدأ أن تقنيات الإدارة الالكترونية متاحة للجميع سواء في العمل أو في الجامعات أو المكتبات... الخ، وذلك حتى يتمكن كل فرد من التواصل مع الإدارة الالكترونية. أي ربط الاتصال بين الأفراد والمنظمات بسهولة واتمام الإجراءات بسهولة وبساطة.

**رابعاً. التغيير المستمر:** الإدارة الالكترونية تسعى بانتظام لتحسين واثراء ما هو موجود ورفع مستوى الأداء، سواء بقصد إرضاء المستفيد من الخدمة أو بقصد التفوق في مجال المنافسة، وفي جميع الحالات فإن الفرد هو المستفيد الأول من هذا التحسين المستمر والمتواصل.

**خامساً. تحقيق التكاليف:** وهذا يعني أن الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتعدد المنافسين على تقديم الخدمات ينتج عنها تخفيف التكاليف ورفع مستوى الأداء. (بوحوش، 2006، صفحة 190.191)

### الفرع الثاني: وظائف الإدارة الالكترونية.

تؤدي الإدارة الالكترونية عدداً من الوظائف مثلت مرتكزات هامة في الإصلاح الإداري، وتغييراً جذرياً في أساليب الإدارة التقليدية، وتشمل هذه الوظائف ما يلي:

أولاً: التخطيط الالكتروني: يختلف التخطيط الالكتروني عن التخطيط التقليدي في 3 سمات:

- إن التخطيط الالكتروني يمثل عملية ديناميكية في اتجاه الأهداف الواسعة والمرنة والآنية وقصيرة المدى القابلة للتجديد والتطوير المستمر.
- أنه عملية مستقرة بفضل المعلومات الرقمية دائمة التدفق.
- أنه يتجاوز فكرة تقسيم العمل التقليدية بين الإدارة وأعمال التنفيذ، فكل العاملين يساهمون في التخطيط الالكتروني في كل مكان وزمان.

تعطي البيئة الرقمية قوة التخطيط الالكتروني انطلاقاً مما يميزها من التغير بسرعة عبر الشبكات المحلية والعالمية، ويحقق الوصول إلى الجديد من الأفكار والأسواق والمنتجات والخدمات غير الموجودة، وهذا يعطي ميزة وأفضلية لعملية التخطيط الالكتروني على حساب الشكل التقليدي.

ثانياً: التنظيم الالكتروني: في ظل التحول الالكتروني فإن مكونات التنظيم قد حدث فيها انتقال من النموذج التقليدي إلى التنظيم الالكتروني من خلال بروز هيكل تنظيمي جديد قائم على بعض الوحدات الثابتة والكبيرة، والتنظيم العمودي من الأعلى إلى الأسفل إلى شكل تنظيم يعرف بالتنظيم المصفوفي يقوم أساساً على الوحدات الصغيرة والشركات دون هيكل تنظيمي، وبالتالي يصبح التقسيم الإداري قائماً على أساس الفرق، بدلاً من التقسيم الإداري على أساس الوحدات والأقسام، والانتقال من سلسلة الأوامر الإدارية الخطية إلى الوحدات المستقلة والسلطة الاستشارية، ومن التنظيم الإداري الذي يبرز دور الرئيس المباشر إلى التنظيم متعدد الرؤساء المباشرين، ومن اللوائح التفصيلية إلى الفرق الإدارة ذاتياً، ومن مركزية السلطة إلى تعدد مراكز السلطة.

ثالثاً: الرقابة الالكترونية: إذا كانت الرقابة التقليدية تركز على الماضي لأنها تأتي بعد التخطيط والتنفيذ، فإن الرقابة الالكترونية تسمح بالمراقبة الآنية من خلال شبكة المؤسسة أو الشركة الداخلية، مما تقلص الفجوة الزمنية بين عملية اكتشاف خطأ، وعملية تصحيحية ومستقرة متجددة تكشف عن الانحراف أولاً بأول، من خلال تدفق المعلومات والشبكات بين المديرين والعاملين والموردين والمستهلكين، فالجميع يعمل في الوقت نفسه، مما يؤدي إلى زيادة تحقيق الثقة الالكترونية والولاء الالكتروني سواء بين العاملين والإدارة، مما يعني أن الرقابة الالكترونية تكون أكثر اقتراباً من الرقابة القائمة على الثقة.

رابعاً: القيادة الالكترونية: أدى التغير في بيئة الأعمال الالكترونية إلى أحداث نقلت نوعية كان من نتائجها الانتقال إلى نمط القيادة الالكترونية والتي تنقسم للأنواع الثلاثة التالية:

1. القيادة التقنية العملية: حيث تركز في نشاطاتها على استخدام تكنولوجيا الانترنت، وتتسم بزيادة توفير المعلومات وتحسين جودتها وسرعة الحصول عليها، تتصف بقيادة الإحساس بالوقت وتمكن القائد الالكتروني من امتلاك القدرة على تحسين مختلف أبعاد التطور التقني في الأجهزة والبرمجيات والشبكات والتطبيقات إضافة إلى أنها تجعل القائد الالكتروني يتسم بمواصفات جديدة وهي سرعة الحركة والاستجابة والمبادرة على تسيير الأعمال واتخاذ القرارات.

ب. القيادة البشرية الناعمة: تطرح فكرة القيادة الناعمة ضرورة وجود قائد يمتاز بالحرفية والواد المعرفي وحسن التعامل مع الزبائن الذين يبحثون عن سرعة الاستجابة لمطالبهم، وتتسم القيادة الناعمة بالقدرة على إدارة المنافسة والوصول إلى السوق، وبالتركيز على عنصر التحديد في توفير الخدمات للمتعاملين.

ت. القيادة الذاتية: تركز القيادة الذاتية على جملة من المواصفات يجب أن يتصف بها القائد ضمن إدارة الأعمال عبر الانترنت، وهو ما يجعل قيادة الذات تختلف بالقدرة على تحفيز النفس والتركيز على انجاز المهمات والرغبة في المبادرة إضافة إلى المهارة العالية ومرونة التكيف مع مستجدات البيئة المتغير. (الهام، 2019، صفحة من 19 إلى 21)

### الفرع الثالث: عوائق تطبيق الإدارة الالكترونية.

إن مجرد وجود استراتيجية متكاملة للتحويل إلى نمط "الإدارة الالكترونية" لا يعني أن الطريق مهيأة لتطبيق هذه الاستراتيجية بسهولة، وذلك لأن العديد من العوائق ستواجه تطبيق الخطة ولذلك يجب على المسؤولين التمتع بفكر شامل يحيط بكافة العناصر والمتغيرات التي تعيق خطة التنفيذ، اما لتفاديها أو إيجاد الحلول لها، ومن معوقات الإدارة الالكترونية ما يلي:

✓ التخبط السياسي الذي يمكن أن يؤدي إلى مقاطعة مبادرة "الإدارة الالكترونية" وفي بعض الأحيان تبديل وجهتها، ويشكل خطرا كبيرا على مشروع الإدارة الالكترونية.

✓ عدم توفر الموارد اللازمة لتمويل مبادرة "الإدارة الالكترونية" لا سيما في حال تدني العائدات المالية الحكومية.

✓ تأخير معتمد أو غير معتمد في وضع الإطار القانوني والتنظيمي المطلوب والذي يشكل أساسا عملية تنفيذ "الإدارة الالكترونية"

✓ الكوارث الوطنية الناجمة عن نزاع إقليمي التي يمكنها تعطيل البنية التحتية لفترة من الزمن مما يعيق تنفيذ استراتيجية الإدارة الالكترونية.

✓ مقاومة هائلة للتغيير من قبل الموظفين الحكوميين الذين يخشون على عملهم المستقبل بعد تبسيط الإجراءات وتنظيم العمليات الحكومية.

✓ عدم استعداد المجتمع لتقبل فكرة الإدارة الالكترونية والاتصال السريع بالبنية التحتية المعلوماتية الوطنية عبر الانترنت نظرا للأزمات الاجتماعية الاقتصادية خاصة إذا كانت هذه العملية مكلفة ماديا.

✓ دعم غير كاف من قطاع التكنولوجيا المعلومات والاتصالات الدولي للجهود الحكومية الرامية إلى تنفيذ تطبيقات الإدارة الالكترونية. (احمد، 2020، صفحة 308، 309)

كما انه هناك عوائق أخرى نذكر منها.

✓ صعوبة تأقلم الإدارة او الموظفين مع التغيرات الالكترونية الجديدة.

✓ عدم قدرة اغلب العملاء على التعامل مع النظام الالكتروني المطبق في المنشأة.

## الفصل الأول: الإطار النظري للإدارة الالكترونية والسياسة

- ✓ انتشار التحسس الالكتروني، وهو من المشكلات كثيرة الانتشار في هذا النوع من الأنظمة الإدارية والذي يؤدي الى غياب سرية المستندات، والبيانات الارشيفية، بسبب تعرض المعلومات من جهات منافسة بهدف تخريبها.
- ✓ التوقف الموقت لعمل الإدارة. والذي يرتبط بصعوبة التعود، او الفهم لوسائل الإدارة الالكترونية من قبل المدراء او الموظفين الادريين. مما يؤدي الى التقليل من كفاءة العمل الإداري.
- ✓ عدم القدرة على فهم بعض الرسائل الالكترونية، والتي تحتاج الى توضيح شفهي.
- ✓ التكلفة المرتفعة للأدوات، والاجهزة المستخدمة في توفير اتصال مع شبكة الانترنت
- ✓ اختلاف القياس ومواصفات بالأجهزة المستخدمة داخل المكتب الواحد، مما يشكل صعوبة بالربط بينهم.
- ✓ عدم وجود بنية تحتية متكاملة على مستوى الدولة، مما يعرقل عدم تطبيق الإدارة الالكترونية في مؤسساتها.
- ✓ عدم وجود وعي حاسوبي ومعلوماتي عند بعض الإداريين الذين يملكون قرار ادخال هذه التكنولوجيا مما يؤدي الى عدم تطبيق هذه الإدارة الحديثة.
- ✓ ضعف الثقة في حماية وسرية امن المعلومات والتعاملات الشخصية.
- ✓ عدم وجود أنظمة وتشريعات امنية والتساهل في تطبيقها. (عماد، 2011، صفحة 142)

## المبحث الثاني: مفاهيم حول السياحة

بدأت السياحة منذ ظهور الانسان على وجه الأرض وكانت بسيطة وبدائية في مظاهرها ثم تطورت هذه الظاهرة البسيطة لتصبح صناعة في عصرنا هذا. وهو ما جعل قطاع النشاط السياحي يشهد نموا متصاعدا واصبح قطاعا نشطا يكمل بقية القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية. كذلك السياحة تساعد على بناء عالم افضل لتعزيزها فرص التفاهم والسلام بين شعوب الأرض فظنرا لأهميتها سوف نسلط الضوء في هذا المبحث تعريف السياحة وتاريخ تطورها وانواعها وأهميتها ومقوماتها واركائها وخصائصها. والاثار الإيجابية والسلبية للسياحية في مختلف المجالات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والبيئية .

### المطلب الأول: تعريف السياحة. التطور التاريخي للسياحة. انواعها.

تعددت تعريفات السياحة والسائح وذلك لتغير وجهات نظر الباحثين. كما ان الظاهرة تطورت ومرت بعدة مراحل تاريخية مما يستلزم علينا ضرورة تعريفها ومتابعة تاريخ تطورها. وانواعها.

### الفرع الأول: تعريف السياحة.

لقد تنوعت التعاريف بشأن السياحة فقد ركز كل باحث على جانب معين فمنهم من اعتبرها ظاهرة اجتماعية وأخرى اقتصادية، ومنهم من قال انها ثقافية ونفسية ونذكر بعض التعاريف

تعريف E.Guyer Freuller : كان أول تعريف سنة 1905 عرفها " ظاهرة تنبثق من الحاجة للحصول على الراحة والاستجمام وتغير الجو والإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة وهي ثمرة تقدم وسائل النقل " هذا التعريف اهتم بالجوانب الإنسانية و النفسية وأهل الجانب الاقتصادي .

تعريف الدكتور صلاح الدين عبد الوهاب: عرفها "السياحة هي مجموع العلاقات والخدمات المرتبطة بعملية تغير للمكان تغيرا وقتيا وتلقائيا وليس لأسباب تجارية أو حرفية "ويعتبر من أحدث التعاريف التي قدمت للسياحة.

تعريف جلاكسمان R.Glucksman: السويسري عام 1935 عرفها " مجموعة من العلاقات المتبادلة تنشئ بين الشخص الذي يتواجد بصفة مؤقتة في مكان ما وبين الأشخاص الذين يقيمون في هذا المكان " ركز هذا التعريف على الجانب الإنساني . (حضرة و مصطفى ، 2017، صفحة 29،30)

تعريف الدكتور نعيم الظاهر: عرفها " ظاهرة تعني عملية انتقال وقتية يقوم بها عدد كبير من سكان الدول المختلفة، فيتركون محل إقامتهم الدائمة منطلقين إلى أماكن أخرى داخل حدود بلدهم (سياحة داخلية) أو إلى بلدان أخرى (سياحة خارجية)". (الظاهر و السراب ، 2007، صفحة 26)

كما عرفها الاقتصادي النمساوي Vau Schuller: قال ان السياحة "كل العمليات المتداخلة وخصوصا العمليات الاقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل وخارج منطقة أو دولة معينة ". ركز هذا التعريف على النواحي الاقتصادية فضلا عن إشارته إلى السياحة الداخلية والخارجية. (عمر، 2015-07-06، صفحة 08)

ولقد عرفتها منظمة السياحة العالمية omt (organization mondial du tourisme) على انها انشطة الأشخاص الذين يسافرون الى أماكن تقع خارج بيئتهم المعتادة، ويقومون لمدة لا تزيد عن سنة بغير انقطاع للراحة او لأغراض اخرى، والبيئة المعتادة تكون منطقة محددة قريبة من مكان اقامته، مضافا اليه كافة الأماكن التي يزورها بصورة مستمرة ومتكررة.

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن استنتاج التعريف التالي للسياحة.

مجموعة الأنشطة المترتبة على انتقال الأشخاص واقامتهم خارج مكان اقامتهم المعتاد لمدة تزيد عن سنة ولا تقل عن 24 ساعة. ولا يكون الهدف من هذا الانتقال كسب المال.

ان تعاريف السياحة تقودنا الى تعريف السائح. فهناك عدة تعاريف له نذكر منها:

لقد عرف مؤتمر روما العالمي للسياحة عام 1963 السائح "انه من يزور بلدا غير بلده الذي يقوم فيه بصورة معتادة. لاي سبب عدا قبول وظيفة باجر في البلد الذي يزوره، وبعبارة أوضح تغيير البيئة الاجتماعية لاي غرض غير العمل باجر". (كافي و اخرون، 2016، صفحة 19)

كما يعرف على انه "اي زائر مؤقت للبلد لاي اغراض غير الإقامة. ولا يتجاوز مدة اقامته 12 شهرا ولا تقل عن 24 ساعة ولا يدخل في التعريف (المهاجرون والبعثات الدبلوماسية. ركاب العبور. واطقم الطائرات)". (السيسي، 2001، صفحة 22)

انطلاقا مما سبق يمكن استنتاج التعريف التالي للسائح.

انه الشخص الذي ينتقل ويقوم خارج مكان اقامته الأصلي لمدة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن سنة ولا يكون القصد من الإقامة ممارسة اعمال تعود بالربحية.

### الفرع الثاني: التطور التاريخي للسياحة.

بدأت السياحة منذ نشوء الإنسان وكانت بسيطة وبدائية والغرض منها هو ممارسة النشاطات الانسانية الضرورية للحياة مثل البحث عن الطعام والشراب أو المسكن أو الصيد أو البحث عن تجمعات بشرية معينة لغرض اجتماعي، ثم تحولت الى ظاهرة اجتماعية وثقافية هدفها المتعة والراحة والترويح ولقد مرت السياحة في تطورها التاريخي بالمراحل التالية:

#### أولا. السياحة في العصور القديمة:

في هذا العصر لم يفكر أحد في تطوير السفر أو وسائله وكان مرتبط بإشباع الاحتياجات الشخصية للإنسان، وكانت الرحلات في هذا العصر تركز على ما يلي :

1. تحقيق الفائدة: كانت عبارة عن خلق علاقات متبادلة بين القبائل والدول المختلفة قد تكون متجاورة وقد تكون بعيدة، وقيام التجار برحلات بعيدة بحثا عن السلع النادرة وقد أنشأ اليونانيون في العصور القديمة مستعمرات على شواطئ البحر الأبيض المتوسط وتعرف اليوم باسم مرسيليا. (توفيق، 2013، صفحة 14.13)

وفي عهد الرومان كان النبلاء يقضون أوقات فراغهم في المنتجعات الجبلية ومراكز المياه المعدنية، وكان الرومان يسافرون إلى مصر والاهرامات، وفي العصور الفرعونية بدأ السفر بهدف العمل أو المتعة يزدهر، وللعرب سفر طويل للهجرة والتجارة على شكل قوافل تنطلق من الجزيرة العربية إلى مصر وبلد الشام. (الدين، 2000، صفحة 12)

ب. حب الاستطلاع: أدى هذا الدافع للقيام برحلات طويلة للتعرف على عادات وتقاليد وطرق معيشة الناس، وتعتبر روايات السياح الأوائل مثل المؤرخ الإغريقي هيرودوت مثال على ذلك وأحياناً الربهان الوحيد المتوفر عن قيام دويلات ومدن عظيمة اختلفت حالياً.

ب. الدافع الديني: أدى هذا الدافع للقيام برحلات بعيدة لزيارة الأماكن المقدسة، والصينيين إتباع "بوذا" كانوا يقطعون آلاف الكيلومترات عبر مناطق صحراوية لغرض زيارة الالهة. (توفيق، 2013، صفحة 15)

ومع فجر الاسلام كان القرشيون يقومون برحلتهم الصيف والشتاء إلى الشام واليمن، ثم جاءت هجرة المسلمين إلى الحبشة، وهجرة الرسول الكريم صلى الله عليه وسلم إلى المدينة المنورة. (سهيل، 2001، صفحة 54)

ثانياً. السياحة في العصور الوسطى: وهي تمثل فترة ما بين القرن الرابع عشر وبداية القرن التاسع عشر، والتي شهدت قيام الثورة الصناعية، وهي فترة اختراع المحركات التجارية مثل السفن والقطارات، وكان دوافع السياحة تشجيع الانسان للسفر عبر البحار والسكك الحديدية، ففي عام 1830 تم افتتاح شركة "ليفربول مانستر" للسكك الحديدية في إنجلترا، وكان إنشاء أول وكالة سياحية عن طريق البريطاني (Cook Tamas) كأول خبير سياحي، وعرفت هذه المرحلة بالرحلات الأوروبية إلى إفريقيا وتطور الآلات ووسائل المواصلات وظهور بعض القوانين والانظمة السياحة نتيجة الحدود السياسية، كما شهدت نهاية هذه الفترة ازدهار العديد من الدول الأوروبية خاصة في مجالات التجارة والسياحة وظهور الجمعيات والمنظمات السياسية والتجارية. (عمر، 06-07-2015، صفحة 06.05)

ثالثاً. السياحة الحديثة والمعاصرة: تبدأ هذه المرحلة من 1914 إلى غاية وقتنا الحالي، وبظهور أعظم اختراع وهو الطائرة ودخولها في مجال النقل المدني بعدما كانت تستخدم في المجال الحربي فقط، و أصبحت من أهم وسائل النقل، خاصة بعد تطور سرعتها وإدخال وسائل الأمان عليها، ومن هنا بدأت الشرارة الحقيقية لانطلاق النشاط السياحي، فبعد الخمسينيات عمد الأوروبيون إلى الاستدراك في السياحة الدولية، و إعادة الثقة في النفوس بعد الحربين العالميتين، وكانت إسبانيا أول دولة استقبلت الافواج السياحية بسبب انخفاض الاسعار واعتدال المناخ وخلال الستينيات أصبحت السياحة ظاهرة عالمية، وعرفت بعصر السياحة الاجتماعية وشملت الاغنياء والطبقات الاجتماعية الأخرى. (حسين و مانع، 2013، صفحة 15)

كما ظهر في هذه المرحلة خبراء ومختصين في الدول المتقدمة، أحضروا النشاط السياحي للدراسة وخصصوا له كليات ومعاهد والتي وصلت إلى نحو 1000 جامعة وكلية على مستوى العالم، فأصبحت بذلك السياحة علم وصناعة. (السيسي، 2001، صفحة 19)

الفرع الثالث: أنواع السياحة.

أولاً. وفقاً للعدد: ويقسم هذا النمط إلى نوعين:

أ. السياحة الفردية: وهي عبارة عن سياحة غير منظمة، يقوم بها شخص معين أو مجموعة أشخاص لزيارة بلد أو مكان ما وتتراوح مدة إقامتهم حسب تمتعهم بالمكان أو حسب وقت الفراغ، كل سائح له دوافعه الخاصة التي جاء من أجل تحقيقها وتتوقف على مقدرته المادية.

ب. السياحة الجماعية: وهي عبارة عن سياحة منظمة وتسمى بـسياحة الأفواج، تقوم الشركات السياحية بتنظيم وترتيب مثل هذا النوع من السياحة، وكل رحلة لها برنامج خاص وسعر محدد وتعتمد على تحقيق رغباتهم، تكون هذه الرحلات متعددة ومتنوعة. (حنفي، 2011، صفحة 19)

ثانياً. وفقاً للعمر: وتصنف إلى الأنواع التالية:

أ. سياحة الطلاب: يتعلق هذا النوع من السياحة بالمراحل العمرية من 7 إلى 14 سنة ويتم من خلالها الأطفال اكتساب معارف ومهارات وسلوكيات معينة.

ب. سياحة الشباب: يتعلق هذا النوع من السياحة بالمرحلة العمرية من 15 إلى 35 سنة ويمتاز هذا النوع من السياحة بالبحث عن الحياة الاجتماعية والإثارة والاختلاط بالآخرين والاعتماد على النفس وتكوين الصداقات.

ت. سياحة الناضجين: وهذا يتضمن مرحلة عمرية من 35 إلى 55 سنة وهو عبارة عن سياحة استرخاء ومتعة والهروب من جو العمل الروتيني والإرهاق، ويغلب طابع الراحة والاستجمام والترفيه على هذا النوع من السياحة (حنفي، 2011، صفحة 20)

ث. سياحة المتقاعدين: وهي نوعين: الأول يتميز بالبحث عن الاستجمام والراحة والهدوء ولذلك يتم اختيار الأماكن التي تبعد عن المدن المزدحمة والحياة الصاخبة، وثاني يتميز بزيارة الأماكن التي كان يحلم بها السائح طيلة حياته لم يكن لديه الوقت الكافي للقيام بها قبل تقاعده.

ثالثاً. وفقاً للإنفاق والطبقة الاجتماعية: وتنقسم إلى:

- ✓ سياحة أصحاب الملايين الذين يسافرون بوسائلهم الخاصة (طائرات، يachts).
- ✓ سياحة الطبقة المتميزة التي تستخدم النوعيات الممتازة من الخدمات (فنادق خمس نجوم ومقاعد الدرجة الأولى في الطائرات وغيرها من وسائل النقل... إلخ).
- ✓ السياحة الاجتماعية أو العامة لذوي الدخل المحدودة.

رابع. وفقاً للمدة الزمنية التي تستغرقها السياحة: ويتضمن هذا الأساس الأنواع التالية من السياحة:

أ. السياحة لفترة قصيرة: وعادة ما تكون لأيام محددة مسبقاً ومنظمة مثل مهرجانات السياحة والتسوق، ومناسبات الأعياد، وحضور المؤتمرات أو المشاركة فيها.

ب. السياحة الموسمية: وعادة ترتبط بموسم سياحي معين، مثل السياحة خلال موسم الصيف للاستمتاع بالشواطئ الدافئة، أو خلال موسم الشتاء للتزلج على الجليد.

ت. السياحة العابرة: وعادة يقوم بها السائح فجأة ودون تخطيط مسبق وبشكل عابر مثل السماح راكاب الترانزيت للقيام برحلة سياحية أثناء عبورهم لدولة ما.

خامسا. طبقا للجنس: حسب هذا المعيار نجد:

أ. سياحة الرجال

ب. سياحة النساء (جهاد، 2019، صفحة 19، 20)

سادسا. طبقا لنوع وسيلة النقل المستعملة: حسب هذا المعيار نجد:

أ. سياحة برية: السيارات الخاصة، السكك الحديدية، الحافلات العامة والخاصة...

ب. سياحة بحرية أو نهريّة، السفن والبواخر.

ت. سياحة جوية الطائرات المختلفة (سارة، 2020، صفحة 64)

سابعا. تبعا للمناطق الجغرافية: حسب هذا المعيار تنقسم السياحة إلى:

أ. سياحة داخلية: ومعناها انتقال الأفراد داخل البلد نفسه، وهذا النوع من السياحة يحتاج إلى خدمات متنوعة وأسعار متنوعة ويعتبر من أهم أنواع السياحة.

ب. سياحة خارجية: ومعناها استقبال السياح الأجانب في بلد ما وتبحث عنه اغلب دول العالم للحصول على العملات الصعبة ويتطلب خدمات مختلفة من ناحية الجودة وبنية تحتية كبيرة. تأشيرة الدخول. كلما زاد عدد السياح الأجانب الذين يزورون البلد. (حنفي، 2011، صفحة 17.16)

ت. سياحة إقليمية: هي التنقل بين دول متجاورة تكون منطقة سياحية واحدة مثل الدول العربية، الدول الإفريقية، وتتميز بانخفاض التكلفة الإجمالية للرحلة نظرا لقصر المسافة. بالإضافة لتنوع وتعدد وسائل النقل المتاحة مما يغري الكثيرين بالاتجاه نحو الدول القريبة. (سارة، 2020، صفحة 66)

ثامنا. تبعا للجنسية: حسب هذا المعيار نجد:

أ. سياحة الأجانب (السياحة العالمية): يتضمن هذا النوع من السياحة جميع الأجانب ماعدا مواطني البلد، وتنظم الشركات السياحية برامج خاصة لجذب السياح الأجانب بما يتلاءم مع أذواقهم ورغباتهم حيث السياح ينجذبون إلى الأماكن التاريخية والصحراوية والشواطئ.

ب. سياحة المقيمين خارج البلد (سياحة المغتربين): وهذا النوع من السياحة يتشابه كثيرا مع السياحة الاجتماعية لان ظاهرة الهجرة المؤقتة للعمل في الخارج أصبحت ظاهرة مستفحلة خاصة في دول العالم الثالث، بحيث يتم تنظيم رحلات سياحية لغرض زيارة بلدهم الأم. (حنفي، 2011، صفحة 22)

تاسعا. وفقا للدافع أو الغرض من السياحة: وتصنف إلى أنواع عديدة نذكر أهمها:

ا. السياحة العلاجية: تعني الانتقال المؤقت للأفراد إلى أحد الأماكن التي تتوفر بها مستشفيات متخصصة ومتميزة، أو إلى منتجعات استشفائية يتوفر فيها العلاج باستخدام الموارد الطبيعية كالمياه المعدنية الساخنة أو الرمال الحارة وغيرها. (حنفي، 2011، صفحة 27)

ب. السياحة الرياضية: "يكون الغرض منها إشباع حاجة الفرد لممارسة الرياضة المفضلة لديه، أو الغرض منها هو إشباع الحاجة إلى مشاهدة بعض المباريات أو العروض والمهرجانات الرياضية أو المشاركة في حضور البطولات أو المسابقات الرياضية العالمية (حنفي، 2011، صفحة 29)

ت. السياحة الترفيهية: تكمن فيها الحاجة للراحة الضرورية لاستعادة القوى النفسية والفيزيائية للفرد علما بأن كل إنسان يبحث عن التنوع في حياته ويهرب ويتحرر من روتين العمل اليومي. وهدف هذا النوع من السياحة هو المحافظة على صحة الفرد.

ث. السياحة التراثية: هي واحدة من القطاعات الأسرع نموا في صناعة السياحة. فالسياحة التراثية هي السفر نحو اكتشاف التراث لمنطقة أو لبلد معين، حيث تمكن السائح من التعرف على العادات والتقاليد والتاريخ والثقافة المحلية المحيطة بهذه المنطقة.

ج. السياحة البيئية: تعرف على أنها "السفر إلى المناطق الطبيعية الفطرية التي لم تجربها الحياة المدنية، بغرض مراقبة ودراسة الطيور والحيوانات في بيئاتها الطبيعية والتمتع بالجمال الطبيعي في إطاره النباتي والحيواني والجيولوجي.

ح. السياحة الطبيعية: تعتمد في الأساس على زيارة مناطق طبيعية إلا أنها قد تؤثر على الموارد المتوفرة في هذه المناطق سواء ذات مصادر نباتية أو حيوانية، وبالتالي فإنها لا تأخذ بعين الاعتبار مسألة الحفاظ البيئي، مما قد يؤثر وبشكل كبير على المنطقة.

خ. السياحة الصحراوية: كل إقامة سياحية في محيط صحراوي، تقوم على استغلال مختلف القدرات الطبيعية والتاريخية والثقافية، مرفقة بأنشطة مرتبطة بهذا المحيط من تسلية وترفيه واستكشاف.

د. السياحة الريفية: وهي تتضمن رحلات إلى المزارع والمناطق الطبيعية الريفية، رحلات لأغراض صحية أو القيام بنشاطات رياضية متنوعة ومتلائمة.

ذ. سياحة التعليم والتدريب: يعتبر من الأنواع المهمة والقديمة فالسفر لغرض الدراسة والتعلم هو غرض قديم كما في رحلات ابن بطوطة وابن ماجد ويتركز هذا النوع على الدول المتقدمة صناعيا وعلميا حيث تقوم به هذه الدول لغرض عقد ندوات تعليمية أو تدريبية في الجامعات والمعاهد.

ر. سياحة المغامرات: ظهر هذا النوع من السياحة لخدمة السائح الذي يبحث عن المغامرات والانفعالات.

ز. **سياحة المؤتمرات**: تعتبر استضافة المؤتمرات وتنظيمها من الأنشطة السياحية المتطورة، وهي تتطلب إمكانيات سياحية كبيرة من حيث توفير الإقامة والنقل السياحي والتسهيلات السياحية الأخرى.

عاشرا. **السياحة الحديثة**:

أ. **سياحة التسوق**: حيث تسعى الكثير من الدول التي تنخفض فيها تكلفة اليد العاملة ولديها وفرة في الإنتاج أن تصبح سوقا رائجا تعرض فيه جميع المنتجات والسلع الوطنية وبأسعار تنافسية بهدف جذب أكبر عدد من السائحين، ومن بين التجارب في هذا المجال: تايلندا، تاوان، الصين، والسوق الحرة في دبي. (جهاد، 2019، صفحة من 20 الى 23)

ب. **السياحة الدينية**: هي سياحة المرتبطة بزيارة الأماكن الدينية المقدسة عند جميع الديانات. والتي تشكل جزء من عقيدتها. مثل سفر المسلمين لأداء فريضة الحج. او سفر المسيحيين لزيارة كنيسة المهد والقيامة. (خضرة و مصطفى، 2017، صفحة 33)

ت. **سياحة المعاقين**: اتجهت العديد من الدول للاهتمام بسياحة المعاقين خاصة وأنهم أصبحوا يمثلون شرائح كبيرة من السياح، وتوفير كافة التسهيلات والاحتياجات المطلوبة لهذا النوع من السائحين.

ث. **سياحة الحوافز**: تكون سياحة الحوافز بمثابة المكافأة التي يحصل عليها الموظفين والمتعاملين مع المؤسسة كالتزائن أو الموردين، هذه المكافأة تكون في شكل رحلة سياحية، وأصبحت الحوافز بالنسبة للشركات الكبرى كأداة تسويقية وإدارية لتحسين الأداء وتحقيق الأهداف المرجوة.

ج. **سياحة الاهتمامات الخاصة**: وهي انتقال مجموعة من الأفراد من مكان إلى آخر سعيا وراء اهتمام خاص لا يمكن تحقيقه إلا في منطقة أو مكان محدد وعادة ما تكون هذه الاهتمامات ثقافية أو علمية، اجتماعية أو بيئية، ويمتاز هواة هذا النمط من السياحة بارتفاع معدل إنفاقهم، كما تتميز هذه الرحلات المنظمة بارتفاع تكاليفها.

ح. **سياحة مراقبة الطيور**: تعتبر مراقبة الطيور هواية منتشرة على مستوى العالم، وتتم من خلال المرافق العامة أو رحلات، وهناك العديد من الأشخاص يسافرون عبر مناطق مختلفة من العالم أملا في رؤية أنواع مختلفة من الطيور.

خ. **السياحة الفضائية**: هو نمط سياحي حديث ناتج عن التطورات التكنولوجية الحديثة وغزو الفضاء، فأصبح بإمكان الأفراد في بريطانيا القيام برحلة حول الأرض من خلال شركة بريطانية مختصة في ذلك. (سارة، 2020، صفحة 69، 70)

**المطلب الثاني: خصائص السياحة. أركانها. مقوماتها.**

تتميز السياحة بعدة خصائص كما لها أركان أساسية تقوم عليها كما ان عوامل الجذب السياحي الذي تتوفر عليها الدول السياحية هي الركيزة الأساسية التي تعتمد عليها الدولة في بعث نشاطها السياحي. فهي تلعب دورا رئيسيا في توجيه السائح الى مناطق معينة دون أخرى.

## الفرع الأول: خصائص السياحة.

تعتبر السياحة صناعة متميزة باعتبارها متعددة أهمها:

- السياحة هي عبارة عن مزيج مركب ومعقد يتكون من العديد من الظواهر والعلاقات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والحضارية والإعلامية... الخ.
- السياحة نشاط يتولد من حركة الأفراد إلى مناطق غير موطن إقامتهم الدائمة، وهي تحتوي على عنصر حركي وهو الرحلة، وعنصر ثابت هو الإقامة المؤقتة.
- الأنشطة التي يمارسها السائح في أماكن القصد السياحية تختلف عن الأنشطة التي يمارسها في موطن إقامته الأصلي.
- الإقامة وقتية والحد الأدنى لها 24 ساعة والحد الأعلى لها سنة، أما الأنشطة التي تقل عن 24 ساعة يعد نشاطا ترويجيا وليس سياحيا.
- تعتبر السياحة صادرات غير منظورة، يقوم فيها المستهلك بالحصول على المنتج بنفسه من مكان إنتاجه، لا تتحمل الدولة نفقات النقل خارج حدودها، مثل المنتجات الأخرى التي تتطلب تكاليف إنتاجها وتكاليف نقلها.
- إن المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي " الموارد الطبيعية التاريخية الأثرية." لا تباع إلا من خلال السياحة.
- العرض السياحي لا يتوقف فقط على مدى توافر الموارد وتنوع المقومات والخدمات والتجهيزات السياحية بل على أسعار الخدمات السياحية الأساسية أو التكميلية.
- إن الطلب السياحي يتوقف إلى حد كبير على القدرة المالية للسائح، خاصة أن الطلب السياحي لا يرتبط بإشباع الحاجات الضرورية، بل يرتبط غالبا بإشباع الحاجات الكمالية.
- إن للسياحة علاقات خلفية قوية تنشيطية بالزراعة (إنتاج الغذاء) وصناعات البناء والأثاث (إنشاء الفنادق والمطاعم)، كما تزيد الطلب على الخدمات الحكومية، كالشرطة للحراسة والأمن والمطافئ وحتى عمال النظافة... الخ، وهي في جملتها خدمات كثيفة العمالة.
- إن عوائد السياحة الدولية (العملات الصعبة) تعد حلا جاهزا يوصف لحل مشكلات ميزان المدفوعات في البلدان الفقيرة
- إن أحد أهم مزايا السياحة في البلدان الفقيرة بالمقارنة بقطاع التجارة السلعية للخارج، وقدرتها على ملء فجوة التبادل التجاري الخارجي والذي يسير غالبا في غير صالحها.
- إن السياحة منتج تصديري، يتعرض في بعض الأحوال إلى درجة عدم الاستقرار، لتعلقه ببعض التأثيرات الخارجية (كالتغيرات والاضطرابات السياسية، تغيرات أسعار الصرف... الخ)، وكذا تأثره بمرونة عالية بالنسبة للسعر والدخل وعنصر الموسمية.
- صناعة السياحة تمثل حافزا للإبداع الثقافي والاجتماعي ومجالا لاستخدام التكنولوجيا المتطورة لذا فهي تتطلب مستوى أكبر من الكفاءة والتأهيل في ظل جهود المنافسة الدولية. (ريان، 2017، صفحة 52، 53)

## الفرع الثاني: أركان السياحة.

يمكن تقسيم أركان السياحة إلى:

**أولاً. النقل:** ان صناعة السياحة مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بصناعة النقل إذ أنه لا يمكن أن تنشأ سياحة وتتطور بدون وسائل وتطور طرق المواصلات وخدماتها، ومن وسائل النقل هي الطرق البرية، البحرية، المطارات.

**ثانياً. الإيواء:** أول ما يبحث عنه السائح في وقت وصوله إلى أي دولة أو مكان هو مكان الإقامة قبل البحث عن الطعام والشراب والترفيه، والإيواء يمثل فال فنادق. الموتيلات، شقق سياحية، غرف، مخيمات، ويمثل كذلك الطعام والشراب بصورة مباشرة.

**ثالثاً. البرامج:** لا تنجح أي سياحة بدون برنامج معين يتمتع به السائح ويحجز له مسبقاً أو عند وصوله البلد المعني، وهذه البرامج تشمل زيارات المتاحف والأماكن الأثرية والتاريخية وأماكن الترفيه والمناطق العلاجية أو الدينية أو الطبيعية أو الرياضية... إلخ بالإضافة إلى الخدمات السياحية الأخرى مثل المحلات، الأسواق، التقدم المدني، المنتزهات.. إلخ.

وتعتمد أركان السياحة على بنية تحتية وفوقية سياحية كما يلي :

**أ. البنية التحتية للسياحة:** مصطلح يطلق على الخدمات الأولية الواجب توفرها لقيام أي مشروع أو منطقة سياحية، مثل شبكات المياه الثقيلة، المياه العذبة، الكهرباء، الغاز، التلغونات، الخدمات الصحية، الطرق، البنوك.. إلخ. وتعتمد صناعة السياحة بصورة أساسية على البنية التحتية.

**ب. البنية الفوقية للسياحة:** مصطلح يطلق على منشآت الإقامة الفنادق والموتيلات مخيمات.. إلخ وكذلك مشاريع الاستقبال السياحي ومكاتب المعلومات السياحية، وكلاء السفر، الشركات السياحية، مكاتب إيجار السيارات، المنظمات السياحية، ملاعب. مقاهي. سينما. مسارح.... إلخ وهذه الخدمات تختلف من بلد لآخر وحسب مستوى تقدم البلد. (كافي، مدخل الى علم السياحة، 2017، صفحة 54)

### الفرع الثالث: مقومات السياحة.

تعتمد السياحة على مجموعة من المقومات أهمها:

**أولاً. المقومات الطبيعية:** وهي تشمل كافة الظروف التي تشكل مقصدا للسياح من جمال الطبيعة، والابتعاد عن كل تأثيرات الحياة الحضرية ونجد:

**أ. المناخ:** وهو ذلك الجو السائد في بلد معين، إذ يفضل السياح الجو المعتدل الجاف، حيث ينتقل السياح إلى المناطق السياحية الدافئة في فصل الشتاء، والمناطق الجبلية والساحلية في فصل الصيف.

**ب. الموقع الجغرافي:** يلعب الموقع الجغرافي دورا هاما في السياحة، من حيث القرب والبعد من مناطق الطلب السياحي، فكلما كان الموقع قريبا من الأسواق ساهم ذلك في زيادة الطلب السياحي.

**ت. أشكال سطح الأرض:** ويبرز من خلال التضاريس والسلاسل الجبلية والمسطحات المائية، هذا يشجع الدول المختلفة على استغلال هذه الإمكانيات الطبيعية، وإقامة عليها منتجعات سياحية مما يحفز على جذب السياح لهذه المناطق.

ث. الحمامات المعدنية: ويمكن استغلال الحمامات الطبيعية إما من اجل العلاج للمرضى، أو اللجوء إليها للحصول على الراحة والمتعة.

ج. المناطق الصحراوية: تلعب المناطق الصحراوية دورا مهما في جلب السياح، نظرا لتوفرها على خصائص تميزها على المناطق الأخرى، كتوفرها على الكثبان الرملية.

ثانيا. المقومات التاريخية والأثرية: تعتبر المقومات التاريخية والأثرية من الإمكانيات السياحة الهامة،

وتوجد بالعالم معالم تاريخية هامة كالأهرامات في مصر، حيث يكتسب السائح متعة ذهنية، من خلال التعرف على تطور وتعاقب الحضارات.

ثالثا. الدينية: تتمثل المقومات الدينية في الأماكن المقدسة والآثار الدينية، وتعتبر مكة المكرمة من أشهر المواقع الدينية في العالم، وعدد السياح الذين يقصدونها من كل بقاع العالم، لأجل أداء مناسك الحج والعمرة.

رابعا. المقومات الثقافية: وتلعب دورا مهما من خلال رغبة السياح في التعرف على مختلف عادات وتقاليد الشعوب وفنونها الشعبية والصناعة التقليدية، والتظاهرات الثقافية والفنية.

خامسا. المقومات المادية: تعتبر الإمكانيات المادية الركيزة الأساسية لقطاع لسياحة في أي بلد، وتتمثل في مدى توفر البنى التحتية الأساسية (المطارات والطرق والسكك الحديدية)، والبنى الفوقية كالفنادق والاتصالات والنقل.... الخ

سادسا. المقومات المؤسسية: وتتمثل في المؤسسات القائمة على القطاع السياحي، وتلعب دورها في مختلف المجالات الخاصة بالسياحة، من خلال سن التشريعات والقوانين والهيكل التنظيمية العامة، ووضع خطط التسويق وبرامج الترويج للسياحة. (ريان، 2017، صفحة 54، 55)

**المطلب الثالث: أهمية السياحة. علاقة السياحة بالعلوم الأخرى. اثار السياحة**

إن تعدد وتباين أنواع السياحة ونشاطاتها وأغراضها أدى إلى اعتمادها على العلوم الأخرى، الأمر الذي أصبح معه نجاح العمل السياحي يعتمد على الاهتمام بالعديد من المجالات التي تؤثر وتتأثر به وبالتالي نتعرف على أهمية السياحة ونقوم بشرح مختصر عن علاقة السياحة بالعلوم الأخرى ونتعرف على اثار السياحة.

**الفرع الأول: أهمية السياحة.**

وتكمن أهمية السياحة في الجوانب الآتية:

**أولا الأهمية الاقتصادية:** وتتمثل في النقاط الآتية:

أ. خلق فرص عمل: إن القطاع السياحي يرتبط بالعديد من القطاعات الأخرى، و يعنى قدرة القطاع السياحي على توليد فرص العمل لتصل حدود القطاعات الأخرى التي تجهزه بمستلزمات الإنتاج.

ب. تدفق رؤوس الأموال الأجنبية: تساهم السياحة في توفير جزء من النقد الأجنبي لتنفيذ خطط التنمية الشاملة، ويمكن تلخيص تدفقات للنقد الأجنبي الناتج عن السياحة في:

- ✓ مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة.
- ✓ المدفوعات التي تحصل عليها الدولة مقابل منح تأشيرات الدخول للبلاد.
- ✓ فروق تحويل العملة.

✓ الإنفاق اليومي للسائحين مقابل الخدمات السياحية، والإنفاق على السلع الإنتاجية.

ت. تحسين ميزان المدفوعات: تساهم السياحة كصناعة تصديرية في تحسين ميزان المدفوعات الخاص

بالدولة، نتيجة تدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستثمرة في المشروعات السياحية، وكذلك رسوم تحصلها الدولة من السائحين، وخلق استخدامات جديدة للموارد الطبيعية، والمنافع التي تحقيقها نتيجة خلق علاقات اقتصادية بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى، كما تساعد على تنوع الاقتصاد وتطوير المنتجات المحلية، حيث تعتبر سبيلاً لنشر تنمية شاملة في الدولة المضيفة.

ثانياً. الأهمية الاجتماعية والثقافية: تبرر السياحة عمليات المحافظة على التوازن الثقافي في المواقع السياحية، باعتبارها عناصر الجذب السياحي من حيث.

- ✓ المحافظة على الموروثات التاريخية والثقافية للأشكال المعمارية المعاصرة المميزة .
- ✓ إحياء الفنون والمناسبات التقليدية وبعض مظاهر الحياة المحلية.
- ✓ تساعد العائدات السياحية مختلف المتاحف والمرافق الثقافية المختلفة مثل المسارح كذلك تنظيم المهرجانات والمناسبات الثقافية كونها عناصر جذب للسياحة الداخلية والخارجية.
- ✓ دعم التبادل الثقافي بين المجتمعات (السياح والسكان).

بالإضافة إلى أنه من خلال السياحة يمكن تعلم ثقافة مختلف المناطق، وبالتالي يزداد التفاهم والاحترام وتلاقي القيم والعادات قبولاً من الجانبين وتخلق روح الوحدة بين المجتمعات، وتمكن السياحة من معرفة ماضي الشعوب وتاريخها وحماية التراث التاريخي والحضاري للشعوب مما يزيد من حركة الاتصال والتواصل فيما بينها ويؤدي لتطوير السياحة المحلية في الكثير من دول العالم. (جهاد، 2019، صفحة 15، 16)

الفرع الثاني: علاقة السياحة بالعلوم الأخرى.

اولاً. علم الاقتصاد: تلعب السياحة دوراً هاماً في تنشيط اقتصاديات دول كثيرة حيث أصبحت تمثل مصدراً رئيسياً للدخل القومي نتيجة إنفاق السياح ومنها الإقامة، نقل، طعام، مشتريات، خدمات... الخ. بالإضافة على الأثر المضاعف للدخل الذي يولده هذا الإنفاق والناشئ عن دوران الإيرادات السياحية في دورات اقتصادية متنوعة وتختلف رواجاً وانتعاشاً في مختلف المجالات، أي وجود روابط بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى الصناعية. زارعية وخدمية، لذلك فإن النهوض بالسياحة يتبع دراسة كافة التغيرات الاقتصادية التي تتعلق بها فيما يختص بتدفق النقد الأجنبي ومعدل الإنفاق وعلاقته بميزان المدفوعات والميزان التجاري

والعمالية والاستثمار وكيفية تعظيم العائد الاقتصادي عن طريق توظيف العناصر المتاحة بالدرجة التي تحقق رخاء المجتمع ورفاهيته، وهو أمر مرتبط بعلم الاقتصاد والذي يهتم بالنواحي المادية للمجتمع ووسائل تنمية ثرواته وموارده وكيفية تداولها وتوزيعها واستهلاكها وما يتصل بذلك من سلع أو خدمات وأسعارها والعوامل المؤدية لانخفاضها أو ارتفاعها وغيرها من الأمور .

ثانياً. الإحصاء: يعد ترجمة رقمية للأنشطة الإنسانية المختلفة تساعد في التعرف على اتجاهاتها بما يمكن من وضع الخطط والاستراتيجيات المتعلقة بها على أسس علمية، وتستخدم الإحصائيات السياحية لقياس العوامل التي تؤثر في السياحة مثل حجم حركة السياحة الدولية والداخلية والطلب السياحي العالمي والمحلي وأعداد السائحين والليالي السياحية والإيرادات السياحية المحققة والطاقة الفندقية والإيوائية المستغلة وإمكانية تقدير والتنبؤ بحجم الحركة السياحية في المستقبل وهو ما يساعد على وضع سياسة واقعية للاستثمار والتنمية.

ثالثاً. التسويق: تعتمد صناعة السياحة اعتماداً كلياً على التسويق لغرض إظهار المنطقة السياحية بشكل جيد وتعريفها وتوصيلها إلى المستهلكين عن طريق السفريات السياحية المنظمة، وأصبح التسويق السياحي يدرس في كافة مجالات السياحة ويدرس في أغلب الجامعات وعلى مستويات عليا، كما ذكرنا سابقاً أن نجاح أي مشروع أو منطقة سياحية معينة تعتمد اعتماداً كلياً على طريقة تسويقها وتوصيلها إلى المستهلكين في كثير من الأحيان يفضل السياح زيارة منطقة نتيجة حملات تسويق الخدمات وتوصيل المعلومات الكافية عن المنطقة. (توفيق، 2013، صفحة 84)

رابعاً. القانون: يشتمل العمل السياحي على أنشطة ومجالات وجوانب متنوعة سواء على المستوى المحلي أو المستوى الإقليمي أو الدولي والتي تخضع بموجبها للقوانين والتشريعات مثل إجراءات الدخول والخروج. التأشيرات. الإقامة. الجمارك. الضرائب. العمالة. الاستثمار. استغلال الأراضي. حماية السياح والبيئة والمناطق الأثرية والتقاليد، كذا الفنادق والسلع السياحية نجدها خاضعة للقانون ككل، التي تؤثر على السياحة مما يتطلب ضرورة التعرف على طبيعتها والعمل بموجبها.

خامساً. علم النفس: علم النفس وهو أحد فروع علم الاجتماع يعالج سلوك الإنسان ودوافعه الداخلية وانفعالاته وميوله وجوانبه النفسية، وما يترتب عليها من مظاهر خارجية وتحرس الدول بتخطيط برامج سياحية على دراسة الاتجاهات والرغبات المختلفة للسائحين وردودهم على البيئة التي يزورها.

سادساً. العلوم السياسية. تتطلب السياحة الدولية التي تقوم على التفاعل والتعامل بين الجنسيات المختلفة عبر دول التعرف على القوانين والسياسات والإجراءات والتسهيلات المتبعة في الدول، ولما كانت العلوم السياسية تختص بدراسة أسلوب ممارسة الدولة لسلطتها وطرق حكمها وحقوق وواجبات الافراد والإجراءات التي تتخذ لمراعاة السلام والنظام داخل المجتمع مما يشكل الإطار السياسي للدولة فان وضوح هذا الإطار يساعد على تفهم نظم اتخاذ القرارات السياحية. (كافي، مدخل الى علم السياحة، 2017، صفحة 106.107)

### الفرع الثالث. آثار السياحة:

السياحة هي من بين الصناعات الراسخة لأنها استطاعت أن تكون عمادا اقتصادي واجتماعي يمكن للدول الارتكاز عليه كما أن للسياحة كغيرها من الصناعات لها آثار (اقتصادية، اجتماعية وبيئية) قد تكون إيجابية أو سلبية وهذا ما سنتطرق إليه.

أولاً: الآثار الاقتصادية للسياحة:

ويوجد آثار اقتصادية إيجابية وأخرى سلبية وهي:

أ. الآثار الاقتصادية الإيجابية للسياحة: وتمثل في:

- ✓ خلق فرص أكبر للعمالة.
- ✓ استغلال الموارد الطبيعية وخلق استخدامات جديدة لها.
- ✓ مساهمة السياحة في زيادة فرص الاستثمار الوطني والاجنبي خاصة في المناطق التي لم تستغل سياحياً.
- ✓ تشجيع وتنمية القطاعات الأخرى المساعدة للقطاع السياحي.
- ✓ توفير العملة الصعبة وتحسين في مستويات المعيشة وتطوير خدمات النقل.
- ✓ تنشيط قطاعات التعليم والتدريب في مجال المهن السياحية المختلفة.
- ✓ زيادة إيرادات الدولة في الضرائب والرسوم وما ينجم عنه من تطوير خدمات تحتية ودعم الاقتصاد بشكل عام.

(كافي، مدخل الى علم السياحة، 2017، صفحة 70.69)

ب. الآثار الاقتصادية السلبية للسياحة: وتمثل في:

- ✓ يفقد المجتمع المحلي الفوائد الاقتصادية للسياحة إذا كانت المرافق السياحية مملوكة من قبل الغرباء أو مملوكة لشرائح سكانية معينة تتمتع ببعض الفوائد الاقتصادية وباقي المحلي يحصل على نسبة قليلة من الفوائد.
- ✓ يعمل تركيز النشاطات السياحية في مكان واحد أو عدة أماكن في الدولة فوارق اقتصادية واجتماعية إذا لم توجد تنمية متخصصة في المناطق الأخرى.
- ✓ تساهم السياحة في تشتيت للعمالة حيث السياحة تجذب عدد كبير من العمالة من القطاعات الاقتصادية الأخرى مثل: الزراعة والثروة السمكية وتوفر رواتب أعلى عمل أفضل.
- ✓ استياء السكان المحليين من توفر الوقت الكافي للسياح للمتعة والترفيه. (خنفر و السراي ، صفحة 146)

ثانياً الآثار الاجتماعية والثقافية والسياسية للسياحة: وتنقسم إلى:

أ. الآثار الاجتماعية والثقافية والسياسية الإيجابية للسياحة: تتمثل في:

- ✓ إن السياحة تؤدي إلى تنمية الوعي السياحي والثقافي لدى المواطنين وزيادة شعور الانتماء لأوطانهم والمحافظة على تراثه وآثاره.
- ✓ تزيد من الاهتمام بصيانة المرافق وتحسين الخدمات بالمناطق السياحية والمحافظة على الحرف اليدوية وتطويرها.
- ✓ تؤدي الى النهوض بالمستوى الاجتماعي والسلوكي لدى افراد الدول اتجاه السياح.
- ✓ عملية تعميق للروح الوطنية والتنمية والقيمة الحضارية وحياء التقاليد وتراث المعماري والصناعات.

✓ يعمل النشاط السياحي على تحقيق هدف سياسي ونشر البيانات التي تؤكد على توافر الامن والاستقرار. والقواعد السياسية تحدد وتنظم النشاط السياحي.

✓ ان النشاط السياحي يعزز فرص التواصل الإنساني وتعميق أواصر التبادل الثقافي والتفكير بين الشعوب.

(الحري، 2012، صفحة 22)

## 2 الآثار الاجتماعية والثقافية والسياسية السلبية للسياحة. تتمثل في

✓ التقييم الطبقي للمجتمع.

✓ نشوء عادات استهلاكية قد لا تتناسب مع المستوى المعيشي للمجتمع.

✓ تعديل الفنون التقليدية والصناعات اليدوية لتناسب واذواق السياح نتيجة الاستغلال التجاري الزائد. تعكس عدم تفهم واحساس بقيمة الثقافة المحلية.

✓ يحدث سوء فهم وتناقض بين السكان المحليين والسياح نتيجة اختلاف اللغة. العادات. التقاليد. وانماط السلوك.

✓ تساهم السياحة في تفشي وانتشار المسكرات والجرائم والمخدرات.

✓ يؤدي سوء استخدام السياح للآثار الى تخزينها وبالتالي ضياع الهوية الثقافية للبلد المضيف.

(خنفر و السرابي ، صفحة 146.147)

## ثالثا الآثار البيئية للسياحة:

### 1. الآثار البيئية الإيجابية للسياحة: تتمثل في

✓ ان النشاط السياحي يؤدي الى زيادة الاهتمام والحفاظ على البيئة لانها مورد من موارد السياحة .

✓ تساعد السياحة في ظهور محميات طبيعية تهدف للحفاظ على الثروة الحيوانية والنباتية والطبيعية .

✓ انشئت جمعيات تعمل على الاهتمام بالسياحة والثورة السياحية في مختلف الجوانب . (الحري، 2012، صفحة 22)

### 2. الآثار البيئية السلبية للسياحة .

✓ التأثير على الكائنات النباتية والحيوانية .

✓ التلوث الهوائي والمائي وكذلك تلوث التربة والمواقع السياحية .

✓ الضوضاء والازعاج .

✓ فساد العنصر الجمالي للمواقع السياحية .

✓ حدوث أزمات مرورية في المناطق السياحية . (الظاهر و السراب ، 2007، صفحة 206)

المبحث الثالث: مساهمة الإدارة الالكترونية في تطوير القطاع السياحي.

لقد نتج عن مزج الإدارة الالكترونية مع صناعة السياحة نوعا جديدا من السياحة الا وهي السياحة الالكترونية (E.tourism) فأصبحت هذه الأخيرة في الوقت الحاضر ضرورة حتمية لاكتساب المنشآت السياحية ميزة تنافسية .

المطلب الأول: السياحة الالكترونية وأهميتها.

ان بداية ظهور الساحة الالكترونية يعود الى عام 1990 وذلك مع ظهور www.world wide web

ودخول الانترنت في سوق التجارة العالمي، واستخدام الانترنت ما بين المؤسسات B2B ، وما بين المؤسسات والمستهلكين B2C، وما بين المستهلكين C2C، واول ممثل لهذا القطاع كان موقع ديكريفتور. degriфтour. سنة 1991 .

الفرع الأول: تعريف السياحة الالكترونية. E.tourism .

✓ هي تلك الخدمات التي توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصال بغرض انجاز وترويج للخدمات السياحية والفندقية عبر مختلف الشبكات المفتوحة والمغلقة بالاعتماد على مبادئ واسس التجارة الالكترونية. (ابراهيم و شعوي ، 2010 ، صفحة 276)

✓ كما تعرف على انها نمط سياحي يتم تنفيذ بعض معاملاته التي تتم بين المؤسسة سياحية وأخرى او بين مؤسسة سياحية ومستهلك (سائح) عن طريق استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، بحيث تتلاقى فيه عروض الخدمات السياحية المقدمة عبر شبكة المعلومات الدولية الانترنت مع رغبات جموع السائحين الراغبين في التعامل مع هذه الخدمات السياحية. (كافي، السياحة الدولية في ظل تطور تقنية المعلومات والاتصالات وعولمة السياحة، 2017، صفحة 222)

✓ كما تعرف بانها نشاط اقتصادي، يتم تداول الخدمات عن طريق وسائل وأساليب الكترونية من خلال انشاء أسواق ومتاجر سياحية افتراضية، عن طريق الانترنت لا تعتمد على الوثائق الورقية وانما على رسائل الكترونية تتكون من معلومات محسوبة، لا توجد علاقة مباشرة بين طرفي العقد، وسداد الالتزامات المالية عن طريق وسائل الدفع الالكتروني، كما انها ترتبط بجميع الأنشطة التي تتطلبها صناعة السياحة. (عينين، 2022، صفحة 216)

الفرع الثاني: أهمية السياحة الالكترونية.

تكمّن أهمية السياحة الالكترونية من خلال المنافع الضخمة التي توفرها سواء لمقدي الخدمات السياحية او السائحين أنفسهم، والتي تساهم في تجاوز الحواجز التقليدية في المعاملات السياحية النمطية ولعل اهم هذه المنافع.

- ✓ تامين المعلومات السياحية المطلوبة على مدار 24 ساعة في اليوم و7 أيام في الأسبوع، مما يسهل على المستهلك السياحي الحصول على جميع البيانات والمعلومات التي يحتاجها عن الخدمات السياحية من خلال شبكة الانترنت.
- ✓ تخفيض تكاليف الخدمات السياحية المقدمة ومن ثم تمتع المنتج السياحي بميزة تنافسية نتيجة لانخفاض الأسعار.

- ✓ استخدام السياحة الالكترونية يعمل على تقليل من تكاليف التسويق السياحي، وتكاليف الإنتاج وتكاليف التوزيع، بالإضافة الى خفض حجم العمالة، فعلى سبيل المثال يمكن للسائح تسلم تذاكر الطيران الالكترونية او قسيمة التبادل الخاصة بحجز أحد الفنادق من خلال البريد الالكتروني.
- ✓ تحسين الأداء الاقتصادي للمنشآت السياحية خاصة الصغيرة والمتوسطة منها، وكذلك لتخفيض تكاليف الخدمات السياحية، مما ينعكس بدوره على أسعار البرامج السياحية وسهولة تطوير المنتج السياحي وظهور أنشطة سياحية جديدة تناسب مع شرائح مختلفة من السائحين الى جانب زيادة القدرة التنافسية للشركات السياحية بما يسهم في زيادة المبيعات وبالتالي الأرباح.
- ✓ توفر فرصا وخيارات متنوعة من حيث مواعيد رحلات الطيران وأنواع الفنادق وأسعارها والدول المقصودة ونوع السياحة المطلوبة سواء كانت تاريخية او ترفيهية او غيرها في وقت قصير بدلا من مراجعة مكاتب السفر.
- ✓ السياحة الالكترونية تجعل السائح يعيش تجربة السفر من خلال التحول في الأماكن التي يريد السفر اليها بعيدا عن عوامل أخرى ممكن ان تؤثر على اختياره في مكاتب السفر.
- ✓ سهولة تطوير المنتج السياحي وظهور أنشطة سياحية جديدة تتفق مع شرائح السائحين المختلفة وذلك من خلال قياسات الرأي التي يمكن من خلالها من معرفة التوجهات السياحية الجديدة والخدمات الأساسية والمكملة التي يحتاجها السائحون.
- ✓ زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات السياحية بما يساهم في زيادة مبيعاتها وإيراداتها وأرباحها. وهو ما ينعكس في نهاية على زيادة القيمة المضافة للقطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي. (خالد و قمرابي ، 2013 ، صفحة 37.38)

### المطلب الثاني: دوافع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في قطاع السياحة.

- يمكن ان نورد عدة عوامل تدفع القائمين على القطاع السياحي لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال نذكر منها:
- ✓ رغبة المسافرين ومدراء اعمال القطاع السياحي في التعريف بأعمالهم ومنتجاتهم. والخدمات التي يقدمونها الى العديد من السياح. وكيفية الاتصال بهم في حالة الحاجة إليهم بسرعة أكبر وتكلفة اقل.
  - ✓ النشر الالكتروني لكل المعلومات المتاحة الي تخصص المؤسسات السياحية والفندقية، والتي يرغب السياح في معرفتها دون الذهاب الى المؤسسة السياحية.
  - ✓ تقديم خدمات مميزة للسائح من حيث السرعة والسهولة، عن طريق الويب وعن طريق البريد الالكتروني عند طلبها.
  - ✓ جلب فئة جديدة من السياح الذين هم على اتصال بالانترنت.
  - ✓ الحصول على المعلومات عن الخدمات المنافسة ومميزاتها حتى تبقى المؤسسة السياحية والفندقية في وضعية تنافسية جديدة.
  - ✓ نشر إعلانات واشهار لمنتجات وخدمات المؤسسات السياحية والفندقية حتى تجلب أكبر عدد ممكن من السياح.
  - ✓ تسمح للسياح بالقيام بالحجوزات عبر الانترنت.
  - ✓ متابعة تطور القطاع، من خلال الاتصال الدائم بالعالم من اجل الحصول على معلومات سياحية، كزيادة مواقع مؤسسات أخرى من نفس نشاط القطاع.
  - ✓ وسيلة لتخفيض مصاريف الترويج وتحسين وتطوير الخدمات والمنتجات السياحية والفندقية.

- ✓ ركيزة للإبداع والتنمية وخلق منتجات جديدة. وخدمات جديدة. اسواق جديدة. ميزة تنافسية.
- ✓ الوسيلة المفضلة بالنسبة للمؤسسات السياحية والفندقية الكبيرة ذات الفروع.
- ✓ وسيلة منافسة. اذ تسمح بالخروج من الأسواق المحلية الى استهداف الأسواق العالمية. (ابراهيم و شعوي ، 2010، صفحة 280)

### المطلب الثالث: المتطلبات العامة لتطبيق السياحة الالكترونية.

تحتاج السياحة الالكترونية الى توافر عدة متطلبات حتى يمكن تطبيقها وخاصة في الدول النامية وهي:

#### الفرع الاول: توفر إطار مؤسسي وتنظيمي.

يتعلق هذا الجانب بأهمية التعاون بين المؤسسات الحكومة وبعضها البعض، وكذلك الشراكة مع القطاع الخاص والمجتمع المدني عن طريق إبراز المزايا التي تعود على كل فاعل من جراء تطبيق نظم التجارة الالكترونية في مجال النشاط السياحي، فوجود حوار بناء ما بين المؤسسة وبعضها البعض يساعد على خلق بيئة صحية ومواتية لتنفيذ المشروعات، حيث يمكن للحكومات ممثلة في وزارات السياحة والهيئات المعنية ان تقدم الدعم المادي للشركات والوسطاء السياحيين المختلفين من اجل استعمال تطبيقات الانترنت في مجال عملها، وكذلك توفير قواعد بيانات تفصيلية عن الموارد السياحية والمنتج السياحي ودعم المواقع الالكترونية الخاصة بتلك الصناعة .

#### الفرع الثاني: جود إطار قانوني محدد على المستويين الدولي والمحلي.

تعتبر السياحة الالكترونية جزء لا يتجزأ من التجارة الدولية والتي تعمل في اطار الاتفاقية العامة لتحرير التجارة في الخدمات بمنظمة التجارة العالمية، وهو الامر الذي جعل معظم الدول العربية تدرج الخدمات السياحية في جداول التزاماتها، وذلك بهدف التحرير التدريجي للقطاع السياحي لتحقيق اهداف التنمية المرجوة وجذب الاستثمار الأجنبي، ويمكن تحديد اهم المتطلبات القانونية لتنظيم السياحة الالكترونية فيما يلي:

- ✓ وجود نظام قانوني متكامل للمعاملات الالكترونية على الصعيدين الدولي والوطني يتكاتف مع جهود الدول الحثيثة في توفير الإمكانيات المادية والفنية لشركات السياحة للعمل على تفعيل نمط السياحة الالكترونية.
- ✓ وجود تشريعات ولوائح منظمة لعمل المؤسسات والوكالات السياحية تواءم مع اشكال المستحدثة التي فرضتها السياحة الالكترونية مثل الشركات السياحية الالكترونية.
- ✓ وضع القواعد الخاصة بتنظيم التوقيع الالكتروني والدفع الالكتروني وغيرها من وسائل الدفع ووسائل المعاملات الالكترونية.
- ✓ وضع تشريعات قانونية خاصة بتنظيم عمل المرشدين السياحيين تشمل بيان التزامهم وشروط العمل، مع مراعاة ضرورة تكوينهم في مجال الوسائل التكنولوجية الحديثة والتعامل مع أجهزة الحاسب الالي وشبكة الانترنت بوصفهما الأداة الحقيقية للسياحة الالكترونية.

✓ زيادة حوافز الاستثمار السياحي رؤوس الأموال الوطنية والأجنبية للدخول بجدية في مجالات السياحة مع زيادة هدف الحوافز لشركات التي تعمل في مجال السياحة الالكترونية والتي ستصبح من اهم محددات اتجاهات الطلب السياحي العالمي مستقبلا.

### الفرع الثالث: التقدم في مجال بنية تكنولوجيا المعلومات.

تتعلق هذه المتطلبات بحالة البنية التقنية الموجودة، وكيفية تطويرها واستثمار الموجود منها في مجال السياحة الالكترونية.

وتشمل مايلي:

- ✓ تنمية البنية الأساسية لوسائل الاتصال والمعلوماتية الحديثة لإتاحة فرصة أوسع لاتصال بخدمات الانترنت سواء في دولة المنتج السياحي او الدول المستهدفة بالتسويق السياحي.
- ✓ تشجيع ظهور الوسيط الالكتروني intermediary في قطاع السياحة، وهذا من خلال العمل على تشجيع إقامة شبكة من المواقع الالكترونية الموازية لجميع العاملين في القطاع السياحة سواء مجال الفنادق. خطوط الطيران، كالات السفر والمرشدين السياحيين... وغيرها، ويتم ذلك بالتعاون مع الوسطاء التقليديين في مجال السياحة فكلاهما مكمل للأخر.
- ✓ العمل على خلق أنماط جديدة من المؤسسات والهيئات الخاصة بتنشيط السياحة والتي تعتمد في عملها على المواقع الالكترونية المتقدمة على شبكة الانترنت، وتوفير الدعم الفني للمواقع، ويلزم ان يتم تصميم هذه المواقع وفق المعايير العالمية المتعارف عليها. وذلك حتى يمكن لها التنافس مع غيرها من المواقع السياحية في الدول الأخرى.

### الفرع الرابع: وجود حد ادني من استخدام التجارة الالكترونية في المعاملات المختلفة.

ويشمل ذلك استخدام تطبيقات الانترنت والتجارة الالكترونية في المجالات المرتبطة بالسياحة الالكترونية كتذاكر وخدمات الطيران، والخدمات الفندقية وشركات النقل وتأجير السيارات والمطاعم السياحية، ويتعلق ذلك باستخدام أنظمة الحجز الالي من خلال الانترنت، فعلى سبيل المثال يتيح حجز وشراء تذاكر الطيران الالكترونية من خلال الانترنت حرية اكبر للسائح في تحديد خط السير الذي يريده، ومكان جلوسه ونوع الوجبات الغذائية التي يحصل عليها، كما تتيح بعض شركات الطيران الكبرى إمكانية تعديل الحجز وتعديل خط السير على التذاكر الالكترونية او حتى بيعها الى اخرين خلال 24 ساعة فقط من تاريخ السفر.

**الفرع الخامس : البيئة الثقافية المساندة.** من الضروري لتطبيق السياحة الالكترونية والمعاملات المرتبطة بها وجود بيئة ثقافية مهيأة لمثل هذا النوع من التعاملات، فتطبيق برامج السياحة الالكترونية يلحق الضرر بالهيئات الحكومية والخاصة التي تطبق النظم التقليدية في صناعة السياحة وهذا التحول في اليات وميكانيزمات العمل سوف يقضي على الروتين العمل الذي اعتادوا عليه، فيقومون بمقاومة التغيير، ولهذا يجب بناء استراتيجية جديدة لهؤلاء الوسطاء التقليديين تؤهلهم للحاق بالسياحة الالكترونية من خلال البرامج والتدريب التي تهدف الى التوعية بأهمية الوعي بالتجارة الالكترونية وارتباط السياحة الالكترونية بها . (كافي، السياحة الدولية في ظل تطور تقنية المعلومات والاتصالات وعمولة السياحة، 2017، صفحة من 230 الى 236)

### خلاصة

من خلال دراستنا لهذا الفصل توصلنا الى ان الإدارة الالكترونية أداة للتغيير من الأساليب التقليدية الى الأساليب إدارية جديدة وفق تكنولوجيا المعلومات والاتصال، و ان تطبيق الإدارة الالكترونية يعتمد على بنية مناسبة على راسها الحواسيب الالية والشبكات سواء محلية او خارجية مثل الانترنت وكذلك قيادات رقمية ومعرفة ورأس المال، كما تحقق مختلف اهداف ومصالح سواء للمنظمة وكذلك ما تقدمه للزبائن. ومن خلال تعاريف السياحة تبين بانها ظاهرة السياحة تحولت من كونها انتقال الانسان فقط الى ظاهرة اجتماعية وثقافية هدفها المتعة والاستجمام، وبظهور الثورة الصناعية وفرت الشروط لميلاد صناعة سياحية حقيقية، كما انها قطاع مستقبل لمخرجات باقي القطاعات من زراعة وصناعة، للسياحة عدة أنواع ( دينية .تراثية .رياضية .ترفيهية )وذلك لاعتمادها على عدة معايير منها معيار الهدف من الرحلة .الموقع الجغرافي .حسب مدة الإقامة ....الخ كما ظهرت أنواع سياحية حديثة منها سياحة الحوافر .سياحة الفضاء .سياحة المغامرات ....الخ .و للسياحة عدة خصائص (موسمية ،عدم قابلية المنتج السياحي للنقل ،عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين )، وتكمن أهمية السياحة في دعم عملية التنمية الشاملة .

ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تعزيز ظاهرة السياحة، حيث يستطيع السائح ان يكتشف العالم من وراء شاشة الحاسوب وهو يتصفح المواقع الالكترونية التي تتفنن في عرض اجمل المناطق السياحية من كافة بقاع العالم، بفضل استخدام الانترنت وما يوفره من مزايا للمعاملات الاقتصادية الحديثة، حيث فتح المجال امام انتشار الخدمات الالكترونية في قطاع السياحة وظهور ما يسمى بالسياحة الالكترونية والتي يتم تنفيذ معاملاتها الكترونيا كالحجوزات، الترويج للمناطق السياحية الكترونيا، ولتسهيل توفير الخدمات للسائح في وقت قصير وباقل تكلفة ممكنة .

# الفصل الثاني

دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر

بوكالتي ONAT بسكرة وايمان للسياحة والسفر.

## الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وإيمان للسياحة والسفر.

### تمهيد

بعدها تم وضع الاطار النظري للإدارة الالكترونية والسياحة وعرض كل المفاهيم المرتبطة بهذا الموضوع بقدر من التفصيل، والتطرق الى العلاقة بين الإدارة الالكترونية وقطاع السياحة بحيث تناولنا في هذه العلاقة اهم تطبيقات الإدارة الالكترونية في القطاع السياحي الا وهي السياحة الالكترونية والتي تعد من المفاهيم الحديثة، وتدعيما لما تم وضعه في الفصل النظري سنقوم في الإطار التطبيقي بالتعرف أولا على واقع السياحة في الجزائر واهم مقوماتها الطبيعية والتاريخية والثقافية والدينية، مقوماتها المادية، ومقوماتها المؤسسية، وانواع السياحة في الجزائر. ونتطرق أيضا الى تطبيقات الإدارة الالكترونية في الجزائر وتطبيقات الإدارة الالكترونية في القطاع السياحي في الجزائر، كما نسلط الضوء على تعريف الوكالات السياحية في القانون الجزائري، ونتعرف أكثر على الدور التي تؤديه الادارة الالكترونية على مستوى الوكالات السياحية نظرا لما تلعبه هذه الاخيرة من دور في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بالاستعانة بأسلوب المقابلة، حيث تحتوي استمارة المقابلة على مجموعة من الاسئلة المتنوعة قسمت على ثلاث محاور وذلك لجمع المعلومات والخروج بنتائج المقابلة.

وقد قمنا بتقسيم الفصل الى ثلاث مباحث وهي كالآتي:

المبحث الأول: السياحة في الجزائر.

المبحث الثاني: السياحة الالكترونية في الجزائر.

المبحث الثالث: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي أونات بسكرة وإيمان للسياحة والسفر.

## المبحث الأول: السياحة في الجزائر

تعد الجزائر من بين البلدان التي تتميز بطبيعة خاصة جعلتها محل اهتمام الباحثين و العرب والغرب . حيث تتفاوت درجة وحجم المرتكزات السياحية من بلد لآخر بسبب ما تنتجه الطبيعة من مناخ وموقع وتضاريس وما يحدته الانسان من عليا من اثار وتاريخ وحضارة . مما أدى الى ظهور أنواع عديدة للسياحة في الجزائر، هذه الموارد تمكنها من ان تصبح قطب سياحي هام اذ ما تم استغلالها استغلال امثل، باعتبار السياحة البترول الحقيقي لجزائر الغد والذي لا يستنفذ، وسنتطرق في هذا المبحث الى التعريف بمقومات السياحة في الجزائر، وانواع السياحة في الجزائر .

## المطلب الأول: واقع السياحة في الجزائر.

تملك الجزائر موارد سياحية هائلة متنوعة ومختلفة باختلاف المناطق الجغرافية للبلاد، الى جانب تراث ثقافي وتاريخي وحرثي مهم بالإضافة الى مواد سياحية مادية، لتكون رائدة في المجال السياحي في العالم بالإضافة الى عدة هياكل إدارية لتنمية القطاع السياحي وهي .

## الفرع الأول: المقومات السياحية الطبيعية.

تملك الجزائر مقومات طبيعية متنوعة وهي :

### أولا. المقومات الطبيعية.

أ. الموقع الجغرافي: تقع الجزائر في الضفة الجنوبية الغربية لبحر المتوسط، وتحتل مركزا محوريا في المغرب العربي وافريقيا والبحر المتوسط، بفضل طابعها الجغرافي والاقتصادي ومميزاتها الاجتماعية والثقافية. (كواش، 2004، صفحة 215)

تبلغ مساحتها 2381741 كم<sup>2</sup>. يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط ومن الشرق تونس وليبيا، ومن الغرب المغرب الأقصى، ومن الجنوب الغربي موريطانيا والجمهورية العربية الصحراوية. ويحدها من الجنوب مالي والنيجر، تقع الجزائر بين خطي طول 9 غرب غرينتش و12 شرق، وبين دائرتي عرض 19 و37 شمالا. وهي بذلك أكبر بلد افريقي وعربي من حيث المساحة والعاشرة عالميا. (وسيلة و صحراوي محمد ، 2017، صفحة 56)

ب. المناخ: وتتميز الجزائر من شمالها الى جنوبها بثلاثة أنواع من المناخ وهي :

01. مناخ البحر الأبيض المتوسط: يشمل المناطق الساحلية من الشرق الى الغرب بدرجات حرارة سنوية متوسطة عموما من شهر أكتوبر الى شهر أبريل تتميز بفصلين الأول ممطر ودافئ وطويل وهو الشتاء والثاني هو الصيف يكون جاف وحرار وقصير .

02. بمناخ لاستيبس: تغطي هذا المناخ مناطق الهضاب العليا وهو مناخ انتقالي بين المناخ المتوسطي والمناخ الصحراوي ويتميز بموسم طويل بارد ورطب في الفترة من شهر أكتوبر الى شهر ماي والامطار فيه اقل كمية لا تتجاوز 400 ملم /السنة.

## الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وايمان للسياحة والسفر.

**03. المناخ الصحراوي:** تغطي هذا المناخ مناطق الجنوب والواحات يتميز هذا المناخ بأمطار قليلة وغير منتظمة ومجو حاف وارتفاع في درجة الحرارة التي تصل احيانا الى 40 درجة مئوية او تفوق ذلك. كما تتميز بموسم طويل حار يمتد من شهر ماي الى شهر سبتمبر اما باقي الأشهر فتتميز بمناخ متوسط ودافئ، وهذا ما ينشط حركة السياح في فصل الشتاء.

ت. التضاريس: تتميز الجزائر بتتابع أنواع مختلفة من التضاريس من الشمال الى الجنوب وهي أقاليم مختلفة تمثل في:

**01. الشريط الساحلي:** يمتد من (واد كيس) ببلدية (مرسى بن مهيدي) ولاية تلمسان في الحدود الجزائرية - المغربية غربا، الى (واد سواني السبع) ببلدية (الصواريخ) ولاية الطارف في الحدود الجزائرية - التونسية شرقا، مارا على 420 بلدية ساحلية، وهو مكون من حزام ارضي عرضه الأدنى 800 م، ومجموعة من الجزر والجزر الصغيرة والاجرار القارية، ويقدر طول الشريط الساحلي 1622.48 كلم.

**02. الاطللس التلي والهضاب العليا :** يمتد الاطللس التلي على شكل مجموعة السلاسل الجبلية، فهناك سلسلة الاطللس التلي وسلسلة الاطللس الصحراوي بينهما سهول ساحلية اشهرها سهل متيجة، وهران وعنابة وكذلك هناك سهول داخلية اشهرها سهل تلمسان، وسيدي بلعباس ونجد مجموعة سلاسل جبلية متفاوتة الارتفاع فنجد اعلى قمة في جبل الاوراس وقمة لالا خديجة والونشريس وغيرها من الجبال التي تعتبر مناطق سياحية يمكن استغلالها لممارسة السياحة الجبلية، اما الهضاب العليا فيتراوح علوها ما بين 900 و1000 م، تمثل هضاب الحضنة الحد الفاصل بين الهضاب الشرقية والغربية بما العديد من المنخفضات أهمها سطيف وتبسة.

**03. الصحراء والاطلس الصحراوي :** تعتبر الصحراء أكبر منتج سياحي تتوفر عليه الجزائر تتربع على مساحة شاسعة تعادل 80 بالمئة من المساحة الكلية للبلاد وهي من أكبر الصحاري في العالم مما يجعلها القبة الأولى للسياح الأجانب خاصة في فترة جانفي -أفريل. فتتميز بروعة جبالها ذات المصدر البلوري الشفاف وذات التكوين البركاني، ورمالها الذهبية، وواحاتها الخلافة المتنوعة عبر مناطقها الى جانب غابات النخيل وتربتها الخصبة وكتباتها الرملية، اما الاطللس الصحراوي فهو عبارة عن كتلة مترابطة موازية للأطللس التلي تمتد شرقا من جبال النمامشة الى الغرب جبال الحضنة . (وسيلة و صحراوي محمد ، 2017، صفحة 56)

كل هذا وتمتع بمجموعة من الحميات الطبيعية حين نجد:

-**الحظيرة الوطنية للقاللة 78000 هكتار:** تقع غرب الجزائر بالمحاذاة مع البحر الأبيض المتوسط وتضم 03 شواطئ، و03 محميات تحتوي على 50 نوعا للطيور وأنواع من الحيوانات الأخرى.

-**حظيرة جرجرة 500.18 هكتار:** وتقع قلب الاطللس التلي تبعد 50 كلم عن الجزائر العاصمة، تستقر فيها الثلوج لمدة ثلاثة أشهر، ديسمبر، جانفي، فيفري.

-**حظيرة غابات الأرز (ثنية الحد 616.3):** تبعد 3 كلم عن مدينة ثنية الحد وتقع الى حافة سلسلة الونشريس في الاطللس التلي

-**حظيرة الطاسيلي 100 هكتار:** وتشمل الطابع الاثري. تتميز بمختلف النقوش والرسومات الضخمية وهي مصنفة كتراث عالمي منذ 1982.

## الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وإيمان للسياحة والسفر.

-الحظيرة الوطنية للهقار: انشئت عام 1987 والمعترف بها كتراث عالمي من طرف منظمة اليونسكو وهي تضم هضبتى الاتاكور، الحظيرة النباتية والحيوانية بالإضافة الى المنحوتات الاثرية التي تعود تاريخها الى 12000 سنة.

-هناك مجموعة من الحظائر الوطنية: مثل بلزمت 600 هكتار، باتنة وتازا 300 هكتار، جيجل وقورارة 100 هكتار.

-حديقة التسلية والترفيه بن عكنون 304 هكتار: تشمل على منطقة نباتية وحيوانية منها الأنواع المحلية والافريقية.

-حديقة التجارب" الحمامة": موجودة في قلب العاصمة، تعد متحفا فعليا لطبيعة تضم 2500 نوع من النباتات واشجار عمرها مئات السنين وأكثر من 25 نوع أشجار النخيل تتربع على مساحة 32 هكتار تضم حديقة الحمامة حديقة الحيوانات ومدرسة تعليم زراعة الجبائن ومراكز مخصصة للاختبارات. (وسيلة و صحراوي محمد ، 2017، صفحة 57)

ث. الحمامات المعدنية: تشتهر الجزائر بمواقع حموية متنوعة على مختلف ولايات الوطن تصل شهرتها الى الخارج الا انها تجلب السياح من الداخلين بدرجة أكبر. يصل عددها الى 202 منبع حموي وهي 07 محطات للمياه المعدنية المهيأة، 136 منبع ذو أهمية محلية، 55 مصدر ذو أهمية جهوية، 05 منابع ذات أهمية وطنية، اغلبها يتم استغلالها بطرق تقليدية بينما شيدت محطات ومراكز علاج امام بعضها الاخر ومن أهمها، محطة بوحنفية في معسكر ومحطة حمام قرقور في سطيف وحمام المسخوطين في قالة.

ان قيام السياحة العلاجية وبوجود مثل هذه الحمامات سوف يساعد على تحقيق دخل جديد، فكلما زادت فترة إقامة السائح كلما زاد نفقاته، ويساعد هذا النوع من السياحة على خلق انطباع إيجابي للسائح وخاصة بالنسبة للمرضى الذين يتم علاجهم بصورة جيدة، هذا بدوره يشجع على إنجاح المنطقة وجعلها من مناطق الجذب السياحي المهمة محليا وعالميا.

ولكن تبقى هذه الثروة غير مستغلة، اذ لاتزال أكثر من 60 بالمئة منها على حالتها الطبيعية، والمستغل بشكل تقليدي لا يتجاوز 50 منبع، وهي مؤجرة للخواص من طرف البلديات عن طريق المزاد العلني دون الحصول على حق الامتياز القانوني الذي تمنحه وزارة السياحة. (الديوان الوطني للسياحة، 2009، صفحة 12)

### الفرع الثاني: المقومات السياحية التاريخية والثقافية والدينية.

تزخر الجزائر بارث تاريخي وثقافي لا باس به نظرا لمختلف الفترات والحضارات التي تعاقبت عليها مثل، الفنيقيين، البزنطيين، الرومانيين، المسلمين..... الخ ثم الاستعمار الفرنسي، دون ان ننسى حضارة السكان الأصليين وتمثل هذه الإمكانيات في :

أولا. المواقع الاثرية: توجد عدة مواقع اثرية لكن سنركز على تلك التي تم تصنيفها من قبل اليونسكو كتراث عالمي وهي

أ. مدينة القصبة: انشأها العثمانيون لتكون حصنا لهم منذ أكثر من 2000 سنة، صنفت كتراث عالمي سنة 1992 بما العديد من المواقع الاثرية منها قصر الداوي، قصر خداج العمية، مسجد كتشاوة، المسجد الكبير. دار عزيزة.

ب. مدينة تيبازة: كانت مركزا تجريا قرطاجيا وقاعدة استراتيجية للاحتياح الروماني أسسها الفنسيقيون .

ت. تيمقاد: انشأت سنة 100 ميلادي.

## الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وايمان للسياحة والسفر.

ث. جميلة: بولاية سطيف تأسست في أواخر القرن 19 في 1982، لأول الميلادي وسجلت ضمن التراث.

ج. قلعة بني حماد: صنفت تراثا عالميا بولاية بجاية سنة 1980 يعود تأسيسها الى 1007 م.

ح. موقع طاسيلي: أكبر متحف في العالم لفن النحت على الصخور لفترة ما قبل التاريخ يضم ازيد من 15000 رسما ونقشا للتغيرات المناخية والثروة الحيوانية البشرية للصحراء منذ حوالي 6000 سنة قبل الميلاد حتى القرون الأولى الميلادية، صنفت تراثا عالميا سنة 1982، ويشهد الجميع على ان بها أجمل غروب في العالم.

ثانيا. الزوايا والمتاحف: هناك العديد من المتاحف والزوايا في الجزائر التي تعتبر شاهدا على الحراك الديني والثقافي ويمكن حصرها في:

أ. الزوايا: قد كان للزوايا في الجزائر دورا هاما في الحفاظ على الهوية الدينية، اللغوية والثقافية خاصة في عهد الاستعمار الفرنسي كما كانت منبرا للدعوة للمقاومة وتحرير البلاد، ويمكن اعتبارها عاملا للجذب السياحي (السياحة الدينية) خاصة السياحة البيئية للدول المجاورة التي تملك نفس العادات والتقاليد ومن أهمها، الزاوية العثمانية، الزاوية التيجانية، الزوايا العيساوية... الخ

ب. المتاحف: توجد بالجزائر عدة متاحف تشهد على الحضارات المتعاقبة أهمها، المتحف الجزائري للآثار القديمة والفنون الإسلامية، متحف سيرتا، المتحف الوطني للمنمنمات والزخرفة وفن الخط، المتحف الوطني للفن الحديث والمعاصر، المتحف الوطني باردو وغيرها.

ثالثا. الصناعات التقليدية : تشكل الصناعات التقليدية والحرف اليدوية ارثا حقيقيا يمكن استغلاله للترويج والجذب السياحي وذلك من خلال الصالونات والمعرض الوطنية والدولية، ويتميز بثرائه وتنوعه من منطقة الى أخرى كصناعة الملابس التقليدية بمختلف أنواعها، اللباس القسنطيني، الصحراوي، القبائلي، الترقى، النايلي، العاصمي... الخ و، كذا الحلبي الفضية بالأوراس والقبائل والذهب بتلمسان والشرق الجزائري، بالإضافة الى مجموعة أخرى من الصناعات التقليدية التي تنتشر في جميع مناطق الجزائر ومنها، صناعة النحاس بالعاصمة والشرق الجزائري وصناعة الجلود بالصحراء، صناعة الاواني الطينية والفخارية، صناعة الزرابي التي اشتهرت كثيرا دوليا خاصة من أهمها زربية غرداية وزربية مسعد .

رابعا. التراث الثقافي والشعبي. تتمتع الجزائر بموروث ثقافي متنوع يساهم حقيقة في عملية الذب السياحي مثل الزحم الكبير من الفنون الشعبية كالفن الشعبي العاصمي. المؤلف القسنطيني. الغناء الاندلسي الأصيل. الطابع القبائلي. و تكون أساسا للجذب السياحي من خلال المهرجانات والحفلات التي يتم تنظيمها، بالإضافة الى ذلك يعتبر الطبخ التقليدي من العوامل التي يسعى السائح لاكتشافها في الدول التي يزورها نظرا لتنوع العادات الغذائية من منطقة الى أخرى والجزائر في هذا المجال غنية بالتنوع سواء في نوعية الاطباق أو حتى في العادات والتقاليد المصاحبة لها مثل، حفلات الاعراس الموسم الدينية والعائلية المختلفة التي يمكن تقديمها كمنتجات سياحية . (عائشة، 2015، صفحة 141.142)

## الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وإيمان للسياحة والسفر.

### الفرع الثالث: المقومات السياحية المادية.

وتتمثل الإمكانيات السياحية المادية في توفير بنية تحتية كالطرق، المطارات، الموانئ، وشبكة الاتصالات، والتي تساهم في تدعيم كل القطاعات ومنها السياحة والمتمثلة في:

**أولا. النقل:** يعتبر النقل عاملا هاما لتطوير السياحة ولقد كان اهتمام الجزائر بشبكات المواصلات منذ الاستقلال سواء في الطرقات او السكك الحديدية او النقل البري او البحري. وهي من اهم شبكات النقل على مستوى المغرب العربي. وتتنوع كما يلي:

**أ. الطرق البرية:** يقدر طولها بنحو 104.72 ألف كلم طرق وطنية و38100 كلم طرق ترابية صالحة للسير والحركة والباقي ذو نوعية متوسطة، وبمقارنة هذه القدرات مع مساحة البلاد نجدها غير كافية ومعظمها في المدن الكبرى وتبقى مناطق كثيرة تعاني من العزلة.

**ب. السكك الحديدية:** يبلغ طولها 4500 كلم ذات اتجاه وحيد، 215 كلم منها مكهرب ومزودة بجوالي 200 محطة تغطي خاصة الشمال بنسبة 17 بالمئة من حركة النقل البري، حيث تستغل هذه الشبكة من طرف الشركة الوطنية للسكك الحديدية التي تملك 10300 عربة وتوظف 187 قطار يوميا يربط 17 مدينة.

**ت. النقل الجوي:** عرف النقل الجوي تطورا ملحوظا في السنوات الأخيرة بحيث تم انجاز 31 مطار منها 13 مطار دولي يصل الجزائر بالعديد من المطارات الأوروبية من خلال 37 خط اتجاه اوروبا بالإضافة الى الخطوط الداخلية، ويتكون الاسطول الجوي من 63 طائرة معظمها من نوع بوينغ وايرباص، وتضمن شركة الخطوط الجوية الجزائرية سنويا نقل حوالي 3.6 مليون مسافر ونحو 30 ألف طن من البضائع.

**النقل البحري:** تتوفر الجزائر على 1 ميناء متعدد الاختصاصات بالإضافة الى وجود عدد كبير من الموانئ الصغيرة للصيد البحري والاستجمام، تضمن الخدمات البحرية 5 مؤسسات متخصصة والموانئ الجزائرية تشهد نشاطا اجتماعيا واقتصاديا مكثفا حيث ان المبادلات التجارية الخارجية تتم أساسا عن طريق البحر.

**ثانيا. الاتصالات:** تملك الجزائر عدة محطات أرضية للاتصالات بالأقمار الصناعية دعمت بمخدمات المعلومات والربط التكنولوجي بشبكة الانترنت الدولية، وتغطي الشبكة الهاتفية اغلب التراب الوطني منه 96 بالمئة ويعرف القطاع توسعا وتحديثا لشبكة من خلال تعميم الهاتف الرقمي والنقال. (جمال و كامش ، 2016، صفحة 11)

**ثالثا. وكالات السياحة والسفر:** تلعب الوكالات السياحية اليوم دورا هاما خاصة فيما يتعلق بالسياحة الدولية حيث توفر على السائح الوقت والجهد المبذولين في البحث عن الوجهات السياحية وكذا وسائل النقل والايواء من خلال طرح برامج متكاملة وليس عليه الا الاختيار، والجدير بالذكر ان الفترة الأخيرة عرفت ارتفاعا محسوسا في عدد هذه الوكالات نتيجة تنامي ثقافة السفر والسياحة لدى المجتمع الجزائري، الا ان اغلب أنشطتها موجهة نحو السياحة الموفدة 80% عمرة وأسفر نحو الخارج. 10% وكالات الجنوب و10% بيع تذاكر. (عائشة، 2015، صفحة 145)

## الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وايمان للسياحة والسفر.

رابعا. التزويد بالكهرباء والغاز: ان توزيع الطاقة الكهربائية والغازية من الخدمات الأساسية التي لا يستطيع أي قطاع اقتصادي العمل بدونها بما في ذلك قطاع السياحة، وبفضل انتاج 7000 ميغاوات، أصبحت التغطية الكهربائية تعادل نسبة 95 من الجزائر مغطاة بالطاقة الكهربائية، بالإضافة الى تزويد 65 بالغاز الطبيعي سنة 2008.

خامسا. شبكة المياه والصرف الصحي: على الرغم من ان المصادر المائية الطبيعية نادرة نسبيا في الجزائر، الا انه يمكن القول ان المياه متوفرة وهذا بفضل الجهود المبذولة من طرف الدولة، كتحلية مياه البحر، وبناء السدود لتجميع مياه الامطار المتساقطة. مشروع تزويد تلمسان بالمياه الصالحة للشرب من عين صالح على مسافة 700 كلم.

اما فيما يتعلق بالصرف الصحي توجد مجاري الصرف الصحي في معظم المدن الجزائرية ويسهر الديوان الوطني للتطهير على صيانتها الدورية.

سادسا. الاستقبال والايواء: تطورت قدرات الايواء السياحي من سنة 2000 الى غاية 2015 نتيجة الطلب المتزايد والاستثمار في بناء هياكل الاستقبال. لكنها تبقى لا تلي حاجات السياح حيث ان منها نسبة 10 بالمتة تستجيب للمعايير الدولية.

سابعا. وسائل الاعلام: للإعلام دور الكبير للنهوض بالسياحة الجزائرية بحيث يمكنه تزويد الجماهير في كل روع العالم بالمعلومات الهامة والضرورية حول المنتجات السياحية المعروضة في السوق الجزائرية، وتعرف الساحة الإعلامية العديد من المؤسسات الإعلامية وهي، مؤسسات التلفزيون الجزائرية، مؤسسة الإذاعة الوطنية، مؤسسة البث الإذاعي والتلفزيوني، كالة الانباء الجزائرية، بالإضافة الى العديد من الصحف والدوريات العامة والمتخصصة بالإضافة الى مؤسسات التلفزيون الخاصة مثل الشروق والنهار.

(ريان، 2017، صفحة 344.343)

### الفرع الرابع: المقومات السياحية المؤسساتية.

قامت الجزائر بإنشاء عدة هياكل إدارية لتنمية القطاع السياحي ومنها:

أولا. وزارة السياحة والصناعة التقليدية: تأسست بموجب المرسوم رقم 474-63 المؤرخ في 20 ديسمبر 1963، وحددت بموجبه المهام الموكلة اليها والمتمثلة في.

✓ التعريف بالمنتج السياحي الجزائري وترقيته.

✓ تجسيد السياسة الحكومية في مجال السياحة وإنجاز المخططات التنموية السياحية.

ثانيا. الديوان الوطني للسياحة: انشا بموجب المرسوم 88-214 المؤرخ في 31 أكتوبر 1988 والمعدل بموجب المرسوم 92-402 بتاريخ 31 أكتوبر 1992، وهدف انشاءه الى اعداد برامج الترقية السياحية والسهر على تنفيذها.

ثالثا. الوكالة الوطنية للتنمية السياحية: انشئت بموجب المرسوم التنفيذي 98-70 المؤرخ في 21 فيفري 1998، ويهدف الى، صيانة وحماية مناطق الاستغلال السياحي واقتناء الأراضي الضرورية وتخصيصها للمشاريع السياحية وكذا دراسة التهيئة للأراضي المخصصة للأنشطة السياحية والفندقية والمعدنية.

## الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وإيمان للسياحة والسفر.

رابعا. المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية: أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98-94 المؤرخ في 10 مارس 1998، وتهدف الى انجاز الدراسات لمعرفة الطاقات السياحية وتنميتها والقيام بدراسة التهيئة السياحية والمعدنية، مراقبة المشاريع التنموية ووضع الخبرة للمجمعات السياحية والفندقية والمعدنية بالإضافة الى تأسيس بنك المعلومات لأجل التهيئة والتنمية السياحية.

خامسا. اللجنة الوطنية لتسهيل الأنشطة السياحية: انشئت بموجب المرسوم التنفيذي 94-39 المؤرخ في 25 فيفري 1994، وتهدف الى اقتراح كل الاعمال التي تمكن من تحسين العمليات المرتبطة بالنشاط والحركات السياحية والتحكم فيها. بالإضافة الى انشاء معاهد (معهد بوسعادة، معهد تيزي وزو، معهد الجزائر) ومدارس (المدرسة العليا للسياحة) في التكوين السياحي بهدف ترقية الخدمات السياحية ووجود العديد من الجمعيات السياحية التي لها بعد ومجال عمل جهوي او وطني.

(لزرق و بورحلي ، 2016، صفحة 75.76)

### المطلب الثاني: أنواع السياحة في الجزائر.

كان للطبيعة الفضل في منح الجزائر مناظر خلابة اكتسبتها قدرات سياحية متنوعة، مما انعكس على تعدد أنواع السياحة فيها وتلبي رغبات كل طلبات السياح المحليين والدوليين ولكل نوع من السياحة خصائص ومميزات خاصة بما نذكرها في مايلي.

### الفرع الأول: السياحة الترفيهية الشاطئية.

يقصد عدد كبير من الزائرين المدن الشاطئية بحثا عن الترفيه والاستجمام وذلك بفضل ما تتمتع به الجزائر من شواطئ خلابة على طول الساحل الذي يمتد على مسافة 1644 كلم، يتخللها غابات كثيفة وسلاسل جبلية متنوعة، وبالرغم من هذه الإمكانيات الا ان فعاليتها لا تزال دون المستوى المطلوب وهذا لغياب المنافسة وقلة الاستثمارات المتخصصة لهذا بالإضافة الى عدم وجود رؤية صحيحة وسياسة واضحة اتجاه السياحة في الجزائر وعليه يجب تفعيل هذا النوع من السياحة بتوفير مايلي:

✓ الحفاظ على نظافة الشواطئ. واشعار السياح بمراعاة ذلك عن طريق بث الوعي بواسطة النشرات المختصرة والواضحة وبلغات متعددة.

✓ انشاء مساكن سياحية منفردة وعلى نسق مدروس. بحيث تتناسب مع السياحة الفردية والعائلية وبكيفية يمكن التحكم في تسييرها وتوفير الامن فيها.

✓ توفير وجبات غذائية خفيفة وكاملة وفق المقاييس المعمول بها دويا.

✓ توفير محلات تجارية تعرض كل ما يحتاج اليه السائح.

✓ انشاء ملاعب للرياضات بهدف جذب السياح.

### الفرع الثاني: السياحة الصحراوية.

تتوفر الجزائر على صحراء شاسعة بما كل المقومات الضرورية لإقامة سياحة ناجحة، ومن بين هذه المكونات، واحاها المنتشرة عبر ارجاءها، ومبانيها المتميزة بمهندستها، والسلاسل الجبلية ذات الطبيعة البركانية في الهقار، حيث تتجلي عظمة الطاسيلي الشاهد

## الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وإيمان للسياحة والسفر.

على الحضارة الراقية والمجسدة في الرسوم المنقوشة على الصخور التي لازالت تروي لأجيال المتابعة حكايات شيقة وانماط عيش متميزة للإنسان في تلك الأزمنة الضاربة في أعماق التاريخ، وثمة عامل اخر يلعب دورا حيويا في تنشيط الحركة السياحية والتظاهرات الثقافية وهو ما يعرف بسفن الصحراء "الجمال" التي تثير حب الفضول في السائح الغربي لرؤيته وركوبه .

ان اتساع الصحراء الجزائرية تستلزم تبني استراتيجيات تختلف عما يمكن تبنيه في المناطق الشمالية، وإذا كانت هناك عوامل قد يقع عليها اجماع الهياكل والامن والخدمات، فان هناك قضايا أكثر الحاحا بالنسبة للسياحة الصحراوية أهمها النقل البري والجوي. ولتجاوز هذا المشكل يستوجب تخصيص استثمارات كافية لترقية المرافق الضرورية كشق الطرق وتخصيص طائرات للرحلات الجوية الداخلية بين المناطق التي يتوافد عليها السياح، وفتح خطوط دولية مباشرة لتسهيل تنقل المسافرين من الى هذه المناطق.(ريان، 2017، صفحة 349)

### الفرع الثالث: السياحة الجبلية.

إذا كانت السياحة الساحلية قادرة على جذب اعداد معتبرة من السياح، فان الامر يختلف بالنسبة للسياحة الجبلية خاصة في الظروف الأمنية الراهنة، ومهما كان الامر في الاستقرار فان الامل في الاستقرار وعودة السلم قائما، حيث تحتوي المناطق الجبلية بالجزائر على ثروات سياحية هامة مثل، المناظر الطبيعية الخلابة والمغارات والكهوف التي اوجدتها الطبيعة منذ العصور الجيولوجية الغابرة، غير انه للأسف أصبحت اليوم النظرة الى السياحة الجبلية تكاد تنعدم لتقتصر فقط بالترحل على الثلج في مناطق تكجدة وتلاغيت والشريعة، في حين ان السياحة الجبلية لا تقتصر على الترحل على الثلج فقط، فهناك مغارات وكهوف تمتد على مسافات طويلة ولا نعرف عنها شيء وهناك أيضا ثروات أخرى لها أهميتها للسائح مثل الحيوانات المتنوعة والطيور النادرة والينابيع المائية العذبة التي تتميز بالبرودة صيفا والفتور شتاء وكلها عوامل جذب للسياح اذ تثير فيهم الفضول والرغبة في اكتشاف المكونات السياحية التي تتوفر عليها مختلف مناطق الجزائر وهذا بالاعتماد على الاشهار وتقديم الأشرطة الوثائقية حول هذه المواقع .

### الفرع الرابع: السياحة الحموية والسياحة الثقافية والتاريخية.

أ. السياحة الحموية: هي السياحة المتعلقة بالعلاج الجسمي والنفسي وامراض أخرى، تمارس من اجل الشفاء التام او التخفيف من الالام والاورعاع، وتستخدم فيها الينابيع المعدنية كواسطة أساسية للعلاج عن طريق الاستحمام او الشرب وتلعب المياه المعدنية أهمية بالغة في السياحة الداخلية حيث تتوفر الجزائر على 202 منبع مائي تم احصائه على المستوى الوطني .

ب. السياحة الثقافية والتاريخية: تكمن مؤهلات الجزائر في المجال الثقافي والتاريخي من تطوير عرض سياحي ثري ومتنوع وتنافسي مطلوب ويتم ذلك من خلال استغلال التراث الاثري والمعالم والبنائيات الثقافية المختلفة والدينية، بالإضافة الى اقطاب الإنتاج والنشاط الحرفي والاعباد المحلية والتقليدية والفنون الشعبية والألعاب التقليدية، ويبرز هذا التراث ذو المردود الكبير ضرورة تقويمية من اجل الحصول على حصة من الأسواق السياحية القريبة والبعيدة كما تغطي المواقع الثقافية لما قبل التاريخ كالاثار والمواقع الدينية للجزائر فرصة لتطوير سياحة ريفية . (سارة، 2020، صفحة 156.157)

## المبحث الثاني: السياحة الالكترونية في الجزائر

الجزائر كغيرها من دول العالم وجدت نفسها امام تحديات تطوير خدماتها وإصلاح الإدارة العامة لمواجهة قوانين المنافسة العالمية والاندماج في الاقتصاد الدولي، وذلك لهدف إرضاء المواطنين في مجال الخدمات المقدمة وتلبية الضغوط الدولية، حيث سعت الى تطبيق الإدارة الالكترونية لاسيما من خلال تجسيدها لمشروع الجزائر الالكترونية 2008-2013 في جميع القطاعات الذي يعتبر نقطة تحول في مجال تطوير وترقية الخدمات العمومية بسرعة ومرونة وشفافية، وتفعيل دورها في التنمية الشاملة، وكان على دولة الجزائر ان تتأقلم وتتكيف مع هذه التغيرات التكنولوجية .

### المطلب الاول: تطبيقات الإدارة الالكترونية في الجزائر.

تم تعميم تطبيق نظام الإدارة الالكترونية على جميع القطاعات تقريبا بهدف الارتقاء بمستوى الخدمات المقدمة لوظائف المؤسسات العمومية والأجهزة الحكومية، وقد شمل مشروع الإدارة الالكترونية مايلي.

### الفرع الأول: الإدارة الالكترونية على مستوى البلدية.

تماشيا مع تبني الجزائر لمشروع الجزائر الالكترونية 2013، اصدرت القانونين رقم 10-11 المتعلق بالبلدية والقانون رقم 12-07 المتعلق بالولاية لإدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الممارسات الالكترونية وتعاملات البلدية مع المواطن، وإصدار الوثائق الرسمية باستخدام الانترنت، تم إطلاق المشروع في الثلاثي الأول من سنة 2018 ولعصرنة الوثائق والارشيف شيدت البنية التحتية للشبكة الداخلية وفق المعايير الدولية.

أصبح بإمكان البلديات وفق هذه الإجراءات إتمام العديد من المعاملات للمواطنين عبر الانترنت، والتواصل بين البلدية والمستفيد وتقديم الاستفسارات عبر البريد الالكتروني، امكانية تحميل الاستمارات المتاحة على الموقع واجراء عمليات التسجيل وهي سارية الان (كالتسجيل للحج عبر منصة الكترونية بلدية باستغلال السجل الوطني الالكتروني، في انتظار القيام بإجراء القرعة الكترونيا. كما سيتم لاحقا عملية التصويت الالكتروني).

تم بالفعل اعتماد السجل الالي للحالة المدنية. والذي كان قد تم البدء فيه سنة 2010.

وقد مكن هذا الإنجاز من تبني النظام البيومتري واستخراج جميع الوثائق البيو مترية من أي بلدية عبر الولاية القانونية للمواطن بالاستناد الى الرقم التعريفي للمواطن دون اشتراط التنقل الى بلدية مسقط راسه، كما تم تمكين طالب الوثيقة الحصول عليها عبر الانترنت بعد طلبها الكترونيا، تم الغاء العمل بشهادة ميلاد S 12 بتطبيق نظام الشباك الموحد.

كما تم مؤخرا تعميم نظام الشباك الموحد بتاريخ 25 فيفري 2019، حيث يتم اعفاء تقديم المواطن وثائق الحالة المدنية التي يمكن الاطلاع عليها مباشرة بواسطة السجل الوطني.

## الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وإيمان للسياحة والسفر.

كما وضعت وزارة الداخلية موقع الكتروني على شبكة الانترنت لاستخراج بطاقة التعريف وجواز السفر الإلكترونيين البيومتريين، ورخصة السياقة البيومترية، على ان يتم استبدال البطاقة الرمادية ببطاقة الكترونية لتليها عملية دمج جميع الوثائق المركبة (التأمين والمراقبة التقنية) في البطاقة المذكورة ، بدأ تطبيق جواز السفر البيوميترى ابتداء من 2014 /03/23.

ان التطبيق الالكتروني للحصول على بطاقة التعريف وجواز السفر موحد هو

<http://passeport.interieur.gov.dz> حيث يتضمن كل المعلومات الازمة كالوثائق المطلوبة .معايير الصور اللازمة .

مما يزيد من إجراءات التبسيط إمكانية حصول الشخص الذي يملك جواز السفر البيومتري على بطاقة التعريف البيومترية اليا. وذلك بواسطة بوابة خاصة، بحكم المعلومات التي سيتم طبعها على بطاقة التعريف البيومترية هي نفسها الموجودة على جواز السفر البيومتري مع تحديد عنوان الإقامة بدقة وإدخال رقم الهاتف المحمول، "مع تلقي رسالة نصية قصيرة التي تعلمه بتاريخ ومكان استلام البطاقة".

كما استحدثت الوزارة الداخلية فرق تقنية مجهزة بجقائب بيومترية متنقلة لتمكين المرضى والمسنين وذوي الاحتياجات الخاصة من الحصول على بطاقة تعريف وجواز السفر بيومتريين في مقر اقامتهم، مع اخذ البصمات والصور البيومترية.

كما أطلقت وزارة الداخلية تطبيق "اجراءاتي" الذي يمكن تحميله على الهواتف المزودة بنظام "اندرويد" اذ يوفر للمستخدمين المعلومات المتعلقة بالإجراءات الإدارية الخاصة بمصالح الجماعات المحلية ومن بينها الحالة المدنية ووثائق الهوية والانتخابات والأنشطة القانونية.

### الفرع الثاني: الادارة الالكترونية على مستوى القطاعات الوزارية.

ركزت استراتيجية الجزائر الالكترونية على تجسيد تطبيقات حكومية افقية وتطبيقات قطاعية.

أولاً. تجسيد تطبيقات حكومية افقية: تشمل خدمات الكترونية موجهة للإدارات بهدف تسيير مختلف الإجراءات الحكومية التي تربط مختلف الإدارات العمومية وبين مختلف مستويات الحكومة، لذلك استدعت الحاجة الى إقامة شبكة بين الإدارات. مع اعتمادها على بنية تحتية للاتصالات ذات تدفق سريع ومؤمنة، للتمكن من ضمان التبادل الخاص بالبيانات والمعلومات.

ثانياً. التطبيقات القطاعية في القطاع الحكومي: تشمل خدمات الكترونية اتجاهاً للمواطنين وخدمات اتجاهاً للعمال والشركات وخضعت العديد من القطاعات للرقمنة وهي.

أ. الإدارة الالكترونية في قطاع البريد والمواصلات: عرف مجال الاتصالات تطور ملحوظا منذ سنة 2000 حيث تم.

✓ استبدال كل المراكز الهاتفية التماثلية بمراكز رقمية. تعميم الربط بالهاتف لكافة البلديات في إطار برنامج الإنعاش الاقتصادي.

✓ انشاء قواعد لربط الانترنت وتحسينها في إطار التدفق تدريجيا، واهم التطبيقات التي أطلقها القطاع:

خدمة الشباك الالكتروني: وتتمثل في الأجهزة الالية لسحب الأوراق النقدية اليا.

## الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وإيمان للسياحة والسفر.

**بطاقة السحب الالكترونية:** هي بطاقة تستعمل للحصول على الخدمات المالية لدى مؤسسة بريد الجزائر. تعمل مع وجود الشباك الالكتروني يتمكن المواطن بواسطتها سحب النقود من أي شباك بريدي او موزع أوتوماتيكي عبر الوطن، وتوفر عناصر الامن. تتوفر السرعة. باشرت مصالح البريد في توزيعها في جانفي 2007، وقد عملت مؤسسة البريد على توفير نفس الخدمات على شبكة الانترنت لتخفيف الضغط على الشبايك البريدية وتقديم خدمات عن بعد.

**البطاقة الذهبية للدفع الالكتروني:** وهي بطاقة خصم صادرة عن مؤسسة بريد الجزائر، مطابقة لمعيار الأمان الدولي (يوروباد. ماستر كارد. فيزا) تمكن الزبون من سحب الأموال نقدا من الشبايك الالية البنكية، تحويل الأموال، القيام بالخدمات البنكية الذاتية، وعمليات دفع الأموال على نهائيات الدفع الالكتروني.

وتقدم مؤسسة البريد بعض الخدمات الالكترونية الأخرى، كخدمات الاطلاع على الرصيد وطلب نموذج الصك البريدي والحصول على كشف الحساب، طلب تغيير الرقم السري، فعب هذا موقع [www.eccp.post.dz](http://www.eccp.post.dz). بالإضافة الى خدمة الاطلاع على الرصيد بواسطة شريحة الهاتف النقال للمتعامل موبليس .

- الاشراف على البوابة الرسمية للحكومة الالكترونية التي تم اطلاقها سنة 2010 تحت اسم بوابة المواطن [www.elmouwatin.dz](http://www.elmouwatin.dz) متوفرة بنسختين العربية والفرنسية، شاملة لكل ما يحتاجه المواطن من خدمات ومعاملات تنشر دوريا، و تحميل استمارات رسمية، وقد قدر عدد المواقع على الانترنت لسنة 2015 ب 7148 موقع، منها التسجيلات الجامعية، خدمة مسابقات التوظيف ..... الخ .

-إطلاق البوابة الالكترونية للصفقات العمومية، فيما يخص الاعلام والمناقصات والترشيحات وارسال عناصر الملف وعملية الانتقاء والارساء.

**ب. الإدارة الالكترونية في قطاع العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي:** من بين تطبيقات مشروع الجزائر رقمنة قطاع التأمينات الاجتماعية، بموجب القانون رقم 08-01 المؤرخ في 2008/01/23، فقد نجح في انجاز بطاقة الشفاء وهي بطاقة ذات شريحة الكترونية مدمجة، تسمح هذه البطاقة بتحديد هوية المؤمن لهم اجتماعيا على مستوى صناديق الضمان الاجتماعي في ظل شبكة لرقمية وطنية.

يتضمن معلومات شخصية وطبية وإدارية، ومن اهم أهدافه هو تبسيط الإجراءات المنتهجة في الحصول على الاداءات، التعويضات المنتظمة والسريعة، تحسين العلاقات فيما بين مقدمي الخدمات الصحية وهم الصيادلة والأطباء والهياكل الصحية، التحكم في التسيير عن طريق القوة الإنتاجية، الدقة في المراقبة ومكافحة كل اشكال الغش والتجاوزات.

**ت. الإدارة الالكترونية في قطاع التربية الوطنية والتعليم العالي:**

**01. بالنسبة لقطاع التربية:** ومن بين الإصلاحات التي شرعت فيها الدولة تزويد المؤسسات التربوية بأجهزة الاعلام الالي وربطها بشبكة الانترنت وتخصيص حصص للتلاميذ في الاعلام الالي في الطورين المتوسط والثانوي، ولو انها في الطور المتوسط غير معممة على كل المتوسطات.

## الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وإيمان للسياحة والسفر.

- ✓ اعتماد التسجيل في شهادة البكالوريا عبر موقع وزارة التربية الوطنية والاطلاع على نتائج شهادة البكالوريا والتعليم المتوسط وشبكة المتعامل الهاتف النقال موبليس.
- ✓ تقديم خدمة الكترونية من خلال الديوان الوطني للتعليم والتكوين عن بعد، كالتسجيل وسحب الاستمارات وتحميل الدروس والامتحانات الخاصة، وقد شهدت وزارة التربية تعزيزا لهذا الفضاء خصوصا بعد انتشار فيروس كورونا. واضطرابها لتمديد العطلة وفقا لمقتضيات الحجر الصحي في إطار مكافحة الوباء، حيث تم الإعلان عن بوابة الكترونية تعليمية تتضمن دروسا على الشبكة لجميع الاطوار والسنوات عبر موقع التعليم والتكوين عن بعد.

### 02. بالنسبة لقطاع التعليم العالي والبحث العلمي:

وقد صدر قانون 98-11 عام 1998، حيث بموجبه تم ربط كل الجامعات والمراكز الجامعية المنتشرة عبر التراب الوطني بشبكة وطنية واحدة هي الشبكة الأكاديمية للبحث، وعملت وزارة التعليم العالي على ادراج الفضاء الرقمي على مستوى الجامعات الجزائرية وارضية التسجيلات الجامعية والمكتبة الافتراضية والتعليم عن بعد، ونشر المقررات الدراسية الخاصة بالطلبة الجامعة الكترونيا على شبكة الانترنت لتسهيل طرق البحث والاتصال وتزويد الطالب بالتعليم الذاتي والفردى، الدخول الى المواقع الالكترونية وتحميل الكتب والوثائق الالكترونية .

من بين الخدمات المقدمة للطلبة نذكر منها:

التسجيلات الجامعية لحاملي شهادة البكالوريا الجدد، خدمات الكترونية عامة منها المتمثلة في منحة والاطعام والنقل بالإضافة الى خدمات أخرى التي توفرها بوابات الجامعة مثل الإعلان على المسابقات التي توفرها الجامعة، البرنامج السنوي، مواعيد وبرنامج الامتحانات ونتائجها، تواريخ انعقاد اللجان والمجالس العلمية وتأديبية وغير ذلك.

من بين الخدمات المقدمة للأساتذة نذكر منها:

- ✓ الاستعلام على كافة النشاطات والمؤتمرات والمحاضرات عن طريق الموقع الالكتروني للجامعة.
- ✓ ارسال واستقبال المقالات والأبحاث العلمية للمجلات الجامعة المحكمة عن طريق الانترنت.
- ✓ تقديم مذكرات الماستر والماجستير والدكتوراه الكترونيا. مع إمكانية حضور جلسات المناقشة عن بعد
- ✓ متابعة الطلبة عن طريق المنصة الافتراضية موودل ووضع جميع المحاضرات والمراجع الإضافية على الموقع، وكان له نصيب من جائحة كورونا.
- ✓ توفير دليل الجامعة والكليات ودليل لبوابات الخدمات الالكترونية. (الهام، 2019)

### المطلب الثاني: تطبيقات الإدارة الالكترونية في الجزائر لقطاعات وزارية اخرى.

لازالت الدولة الجزائرية مستمرة في عملية رقمنة بعض القطاعات الأخرى بهدف الاستمرار في الارتقاء بمستوى الخدمات المقدمة الكترونيا.

## الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وإيمان للسياحة والسفر.

### الفرع الأول: الإدارة الالكترونية على مستوى قطاع العدالة:

باشرت الجزائر منذ سنة 1990 عصرنة قطاع العدالة والتحول نحو النظام الرقمي وقد تضمن هذا مشروع الإنجازات التالية.

أولا . الأنظمة المعلوماتية الموجهة لخدمة المواطن والمتقاضي بهدف تحسين الخدمات العمومية: وشملت:

- ✓ الأنظمة الالية لتسيير الملف القضائي من بداية تسجيل القضية الى غاية صدور الحكم.
- ✓ الاطلاع على القضية من خلال تقنية الشباك الالكتروني.
- ✓ النظام الالي لتسيير صحيفة السوابق القضائية حيث تسلم صحيفة السوابق القضائية رقم 3 للمواطن ورقم 2 للإدارات العمومية وشهادة الجنسية مضميتان الكترونيا عبر الانترنت وعبر الممثلات القنصلية والدبلوماسية بالخارج.
- ✓ توفير خدمة التصحيح الالكتروني لأخطاء الواردة بسجلات الحالة المدنية.

ثانيا . الأنظمة المساعدة على اتخاذ القرارات ورسم السياسات: وشملت:

- ✓ الخريطة القضائية (موظفين. امناء ضبط. قضاة) -نظام تسيير المسار المهني للقضاة والموظفين -نظام تسيير ملفات مساعدي القضاة -خدمة الشباك الالكتروني عبر الانترنت.

ثالثا . اعتماد منظومة معلوماتية مركزية للمعالجة الالية للمعطيات المتعلقة بالنشاط القضائي:

- ✓ استخدام نظام معلوماتي موحد ومؤمن خاص بالقطاع لضمان انسجام وتوافق المعطيات.
- ✓ اعتماد تقنية المحادثة المرئية في تنظيم المحاكمات عن بعد على الصعيد الوطني والدولي، لتسهيل الإجراءات القضائية والفصل في القضايا من خلال السماع الشهود والأطراف والخبراء.
- ✓ استخدام تقنية المحادثة المرئية لتنظيم جلسات العمل والمحاضرات والدورات التكوينية خصوصا في مرحلة انتشار وباء كورونا

رابعا . تطوير أساليب تسيير الإدارة القضائية:

- ✓ اعتماد نظام التسيير الالكتروني للوثائق الإدارية والقضائية وكذا سجلات الحالة المدنية المسوكة على مستوى المجالس القضائية.
- ✓ ارسال الوثائق وتبادل المعلومات باستخدام البريد الالكتروني الداخلي للقطاع.

خامسا . تدعيم الحقوق والحريات:

- ✓ استحداث مصلحة مركزية للبصمات الوراثية يديرها قاضي وتساعدته خلية تقنية لضمان الحماية القانونية.
- ✓ استحداث السوار الالكتروني في قانون الإجراءات الجزائية بدلا عن الحبس المؤقت وقد شهدت المحكمة الابتدائية لولاية تيبازة اول استعمال لهذه التقنية في 2016/12/25 على ان يتم تعميم استعماله مع نهاية سنة 2019.

الفرع الثاني . الإدارة الالكترونية على مستوى قطاع البنوك: عرف قطاع البنوك نظام رقمنة يشمل مايلي:

## الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وإيمان للسياحة والسفر.

بطاقة الخصم Carte de débit تستعمل في السداد عن طريق الخصم مباشرة من الحساب البنكي للعميل.

بطاقة الائتمان Carte de credit تتضمن السماح للعميل بالسداد ولو كان حسابه مدينا (قرض).

البطاقة الذكية تحتوي على معالج puce يسمح بتخزين الأموال من خلال البرمجة الأمنية. تحمل مبلغا ماليا ينقص بالاستعمال، فهي تعد نموذج للنقود الالكترونية.

وقد تبنت الجزائر مشروع imi الذي يتمثل في إقامة شبكة متخصصة تربط بين مختلف البنوك في الدولة (الشبكة النقدية البنكية المشتركة) تهدف للتبادل بين مختلف البنوك بشكل مؤمن ومقنن، كما قامت شركة اتمتة الصفقات البنكية satim مكلفة بتطوير وتوسيع وسائل الدفع الالكتروني وتنظيم العلاقات بين البنوك بتأمين قبول البطاقات بين جميع البنوك المساهمة والتكفل بالهياكل القاعدية التكنولوجية، لكن المؤسسات المصرفية لم تتمكن في التحكم في هذه التكنولوجيا الحديثة.

**الفرع الثالث . الإدارة الالكترونية على مستوى قطاع الضرائب:** نتج على المساعي الإدارية والتقنية التي قامت بها المديرية العامة للضرائب، توظيف متعامل اسباني (اندرا سيسستماس ) قصد اقتناء ووضع نظام معلوماتي جبائي، يتشكل من عدة وحدات مدمجة تستجيب في غالب الحالات لمتطلبات المهام الحرفية لإدارة جبائية مع برمجة العناصر التالية :

ضبط وتحديد الحل المعلوماتي - التكفل بالتطورات المعلوماتية الخاصة باحتياجات المهام الحرفية للمديرية العامة للضرائب.

من خلال الاستثمار في قطاع التكنولوجيا والمعلومات تم البدء في:

تكوين الاعوان الجبائيين في كيفية استخدام الاعلام الالي والبرامج المعلوماتية القاعدية، تجهيز كل المصالح بعناد الاعلام الالي المناسب، وضع منظومة شبكية من نوع البريد الالكتروني والانترنت، ادخال الأنترنت في المصالح الجبائية كل هذا من اجل التخفيف من حجم المهام المنفذة من طرف الاعوان، التبادل السريع للمعلومات المتعلقة بالبيانات ما بين المصالح، التحكم الأفضل في الموارد الجبائية، محاربة الاقتصاد الموازي وغير قانوني.

وقد تم استحداث مجموعة من التقنيات وهي.

**البطاقة المغناطيسية للتعريف الجبائية:** تعد بمثابة بطاقة هوية للمكلف بالضريبة

**ادراج التصريح عن بعد:** وهو نظام يمكن من متابعة جميع العمليات عن بعد.

**انشاء موقع الكتروني:** ساهم النظام المعلوماتي في رفع نسبة التطبيقات الالكترونية في مصالح الضرائب.

**الفرع الرابع . الإدارة الالكترونية على مستوى قطاع التجارة :** في مواجهة التطورات التي شهدتها العالم في مجال التجارة الدولية والعالمية الالكترونية، تحتاج الجزائر الى وضع خطط لتبني التجارة الالكترونية وتوظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مجال الاعمال ومن اجل ذلك يجب تهيئة البيئة القانونية والتنظيمية لإقامة الاقتصاد الرقمي، والتي تؤدي بواسطتها مختلف التعاملات والصفقات التجارية عبر الانترنت وتنشئ نظام حديث مصرفي يسمح للبنوك بتقديم خدمات للعملاء وضرورة انشاء بوابة الكترونية لتشجيع

## الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وايمان للسياحة والسفر.

الاستثمار المحلي الأجنبي وتفعيل السجل التجاري الالكتروني من خلال انشاء قاعدة بيانات الكترونية تتضمن المعلومات الاقتصادية والتجارية لجميع الشركات والتجار .

وبالفعل بدأت ملامح هذا النوع من التجارة بالظهور في سنة 2009 بافتتاح الصالون الدولي لتكنولوجيا الاعلام والاتصال حمل شعار التجارة الالكترونية والاقتصاد المعرفي "وبدا بالفعل ظهور 60 موقع للتجارة لشركات وادارات وخواص يبيعون منتجاتهم الكترونيا ومن بين تطبيقات التجارة الالكترونية في الجزائر وهي .

- ✓ الإعلان عن المنتجات والخدمات عبر الانترنت. والتي ازدهرت ونمت سنة بعد سنة.
- ✓ مراكز الاتصال: هي شركات خدمات عن بعد تعمل عن تلقي مكالمات العملاء عبر الهاتف والاجابة عن تساؤلاتهم واستفساراتهم تم تطورت الى البريد الالكتروني والفاكس.

### من بين المواقع الالكترونية:

- موقع دار الشهاب: انشاءه مؤسسة الشهاب يحتوي على قائمة مفصلة بالكتب المتوفرة [chihap.com](http://chihap.com)
- سوق الجزائر: يهتم بالمزادات والصفقات الالكترونية بين الافراد ويساهم في التواصل بين المهتمين بشراء او بيع سلعة عبر الويب [www.dzsoq.com](http://www.dzsoq.com)
- سوق واد كنييس: ويعتبر اول موقع للتسوق في الجزائر اسس سنة 2007 ويهتم بالإعلانات التجارية [www.ouedkniss.com](http://www.ouedkniss.com)
- موقع صنع في الجزائر: [www.made.in-algeria.com](http://www.made.in-algeria.com) وهو عبارة عن سوق افتراضية جزائرية يسمح فيها للشركات الجزائرية بعرض منتجاتها وخدماتها .وهو مايوفر قاعدة للتجارة الالكترونية بين الشركات .
- موقع البطاقات العالمية: تعتبر وسائل الدفع حجر أساس في إقامة تجارة الالكترونية، وهو ما كان يغيب في الجزائر في السنوات الأولى لبداية مشروع الجزائر الالكترونية، لذلك بادرت بعض المواقع بتوفير البطاقة العالمية ذات الدفع المسبق فيزا على غرار موقع [www.visadz.info](http://www.visadz.info)، [www.masterdz.com](http://www.masterdz.com) حيث تسمح للجزائري بشراء بطاقة فيزا عن طريق التحويل من الحساب البريدي الجاري.

واتجاه بنوك الجزائر الى تطوير نظامها المصرفي من خلال اصدار البطاقات البنكية ونشر الموزعات الالية ونهايات الدفع الالكترونية والانضمام الى شبكات الدفع العالمية، الا ان البطاقات البنكية لم تكن تسمح بالتعامل على المستوى الدولي لذلك قامت بعض البنوك بإصدار بطاقة فيزا، في الجزائر ووضع موزعات الية للنقود ونهايات للدفع الالكتروني في المطارات والفنادق، والتي تسمح للسواح الأجانب بسحب المبالغ المالية بالعملة الوطنية ولكن التعامل الالكتروني مزال بطيئا.

- ✓ إطلاق خدمات التوقيع والتصديق الالكترونيين، والذي يسمح بتطوير المبادلات الالكترونية في جو من الثقة والأمان.

## الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وإيمان للسياحة والسفر.

✓ انشاء السجل التجاري الالكتروني. تم مؤخرًا مع نهاية 2019 وبداية 2020 اعداد جميع التجار لضرورة استخراج السجل التجاري الالكتروني.

مازالت المعاملات التجارية الالكترونية تتميز بالضعف في الجزائر، حيث رتبت الجزائر في المرتبة 95 عالميا في مبيعات التجزئة عبر الانترنت في مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية لسنة 2016. (الهام، 2019)

### المطلب الثالث: تطبيقات الإدارة الالكترونية في القطاع السياحي الجزائري.

شرعت الجزائر في تنمية القطاع السياحي ووضع مخطط لتدعيمه وتنظيم عمل الوكالات السياحية لتحسن المناخ العام للقطاع السياحي، في ظل التطورات في نظم المعلومات والاتصالات كما تهدف الى تفعيل التسويق الالكتروني للخدمات السياحية عبر ثلاث مراحل.

**المرحلة الأولى.** ربط إدارات السياحة الوطنية الكترونيا، والتنسيق فيما بينهما بشأن عرض المعلومات واحالة الزائر الكترونيا الى الشركات السياحية التي تعتمد السياحة الالكترونية كأسلوب تسويقي لعروضها السياحية.

**وتتمثل المرحلة الثانية.** في إيجاد البنية التي تمكن المؤسسات السياحية في الجزائر من إتمام الصفقات التجارية وتسوية المبالغ المالية المترتبة عليها، فضلا عن تمكين السائح من شراء العروض ودفع قيمتها الكترونيا.

**ويتم في المرحلة الأخيرة.** تطبيق التسويق الالكتروني المتكامل حيث يتمكن القطاع السياحي بأكمله من الاستفادة من خدمات السياحة الالكترونية في مجال السياحة وانحاء المعاملات المالية الكترونيا والتنسيق فيما بينهم، علاوة على ربط السياحة الالكترونية مع بقية الأنشطة التجارية والاقتصادية في البلدان المختلفة.

من اجل الوصول الى مدى تطبيق التسويق السياحي الالكتروني في الجزائر، يجب ان ننظر الى انتهاج هذا النمط الجديد من التسويق على مستوى الديوان الوطني للسياحة بصفة المسؤول عن تسويق المنتج السياحي الجزائري في الخارج، وفي هذا الصدد فان اونات قد قام بإطلاق موقع الكتروني جديد للترويج للسياحة الجزائرية، بتوجيه دعوات للعديد من وكالات السفر على الصعيدين الوطني والدولي، بمناسبة إقامة الصالون الوطني للسياحة المقام في الجزائر في طبعته الاخيرة شهر ماي من سنة 2007.

ويعتبر هذا الموقع كتعديل للموقع الاول ل onat الذي اطلق في 2007، وجاءت هذه الخطوة تماشيا مع المتغيرات الحاصلة في مجال السياحة ، ومن خلال الموقع [www.onat-dz.org](http://www.onat-dz.org)، يعرض الديوان الوطني للسياحة معلومات سياحية حول المناطق السياحية المصنفة من قبل اليونيسكو وغيرها، ويحتوي معلومات لوكالات سياحية وطنية والمؤسسات السياحية المتواجدة بالجزائر فنادق ومطاعم. مخيمات. متاحف. وحضائر سياحية. لكنه يفتقر الى الربط بين مختلف الفاعلين في قطاع السياحة. (عامر و بوراوي ، 2007، صفحة 15.14)

## الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وإيمان للسياحة والسفر.

ومن جهة أخرى أكد وزير السياحة ان وزارة السياحة والصناعات التقليدية، انه قد فرضت على وكالات السفر والسياحة في الجزائر استعمال التكنولوجيا الحديثة لتسويق صورة الجزائر، مشيرا الى ضرورة الحجز الالكتروني من اجل تسهيل مهمة الأجانب في الحجز والسفر اليها، حيث بدا العمل بهذه الشروط سنة 2010 ومن اهم المواقع الالكترونية نذكر مايلي .

-موقع "الجزائر سياحة " <http://www.algeriantourism.com> : يوفر خدمات الحجز مع مختلف وكالات الاسفار وشركات النقل الجوي وكذا الفنادق السياحية الموجودة بالجزائر، وحسب بعض المصادر فان هذا الموقع احتل المرتبة 936147 وفقا لمعدل المرور " trafik rank " على Aelxa الدولي يوم 13 مارس 2012 . (سليمة، 2016، صفحة 62.63) .

- كما تم الاطلاق الرسمي للبوابة الالكترونية بوزارة السياحة : تضم 1200 فندق بالجزائر للترويج للوجهة السياحية الجزائرية :اعلن وزير السياحة والصناعة التقليدية عبد القادر بن مسعود، يوم 27 سبتمبر 2018 بالجزائر العاصمة عن الانطلاق الرسمي ل " بوابة الكترونية جديدة تهدف الى الترويج للوجهة السياحية الجزائرية، حيث انه يتم من خلال هذه البوابة (بثلاث لغات العربية والفرنسية والانجليزية ) التعريف بالتنوع السياحي الجزائري واهم المقاصد المتوفرة وبوكالات السياحة والاسفار والفنادق والمطاعم المصنفة وأنواع النقل الى جانب ابراز فن الطبخ وثرء الصناعة التقليدية، حيث انه سيتم قريبا ادراج اللغة الامازيغية في هذه البوابة بعد التوقيع على الاتفاقية -اطار مع المحافظة السامية للأمازيغية، وأنجاز برنامج خاص بتوسيع الرقمنة لدعم التعاون والعلاقة بين الإدارة والمواطن، وهذا حسب ما أشار اليه السيد بن مسعود وزير السياحة والصناعات التقليدية نقلا عن وكالة الانباء الجزائرية .

كما كشف الوزير عن ادراج دليل سياحي الكتروني على الهواتف النقالة لتسهيل عمليات البحث عن مواقع سياحية واثرية للسياح خاصة منهم الأجانب.

- كما يوجد موقع " [www.tourismemagazine.dz.com](http://www.tourismemagazine.dz.com) " وهو عبارة عن مجلة سياحية تستخدم اللغة الفرنسية. تعني بمتابعة القطاع السياحي وتطوره في الجزائر من خلال متابعة المعارض والفعاليات وروبورتجات حول القطاع السياحي عموما وما يحتاجه السائح من خدمات النقل والاطعام والضيافة.

-ونجد أيضا موقع جواله "joowala.com": حيث اطلقت مؤسسة "ماد كوم" الرائدة في مجال محتويات الوسائط المتعددة بالجزائر بوابة الكترونية متخصصة في مجال السياحة والاسفار وهي " joowala.com " الموجه لكافة الجزائريين الراغبين في تغيير الجو والذي يلهمون بالمغامرة ويطوقون الاكتشاف، وتأخذ المؤسسة على عاتقها من خلال هذه البوابة الافتراضية التي تضم أكثر من 38 الف فندق عبر العالم تقدم تسهيلات لوكالات الاسفار المحلية الجزائرية التي تسعى في نفس الوقت لترويج منتجها السياحي، من خلال الانتقال الى خطوة جديدة في تقديم العروض والخدمات عبر الشبكة العنكبوتية وهذا تلبية لأذواق ورغبات السياح من منطلق ان البوابة بمثابة دليا سياحي متجدد يشمل عدة مناطق أثرية وسياحية محلية وعالمية .

(جهاد، 2019، صفحة 202.203)

ونذكر كذلك مجموعة من التطبيقات الالكترونية في القطاع السياحي الجزائري:

## الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وإيمان للسياحة والسفر.

-تطبيق قصور وادي ميزاب: تطبيق الكتروني سياحي من انتاج وزارة الثقافة الجزائرية وديوان حماية التراث الثقافي لولاية غرداية، يعتبر بمثابة دليل للقصور والمعالم الاثرية بوادي مزاب لولاية غرداية باللغة العربية، ولقد صمم هذا التطبيق وأنجز من طرف (SOFTART). تستعمل في هذا التطبيق في نسخته التي عملنا عليها اللغة العربية فقط، اذ نجد فيه فقرات مرفقة بكل صورة من صور القصور التي يتعرض لها بالتعريف، غير ان هناك تكرار لبعض الفقرات، اضافة الى التحديث بعمومية عن هاته الأماكن وخاصة عن مواقعها. دون دعم ذلك بصورة او خريطة توضيحية، "وكان صاحب النص يفترض معرفة مسبقة للسائح بالمكان، كقوله: وخارج الاسوار تنبسط الواحات على طول مجرى الوادي من الضفتين مستغلة الأراضي الصالحة للزراعة وبها أنظمة الري التقليدي...." اذ لم يتم شرح أنظمة الري التقليدية التي تمتاز بها المنطقة.

-تطبيق " Algeria Travel and Explore..offline contry guide " : تطبيق وتستعمل في هذا التطبيق اللغة الإنجليزية فقط، مع غياب تام لاستعمال اللغة العربية، تحوي واجهته ثلاث بوابات البوابة الأولى وتظهر فيها عشرون ايقونة تحمل مصطلحات وصور تعبر عن مضمون الايقونة، اما البوابة الثانية تحوي 29 ايقونة تحمل كل واحدة منها صورة مختلفة عن الأخرى ومسماة بأسماء عدة ولايات سياحية، وتجدر الإشارة هنا الى ان الخطابات المستعملة لا تستدعي انتباه السائح اذ لا تعدو ان تكون وصفا بسيطا او شرحا لأمر ما كوصف لموقع ما، اضافة الى انه يحدد مواقع المناطق السياحية وصورها على موقع خرائط غوغل .

-تطبيق " Cities in Algeria " : وهو تطبيق تستعمل فيه اللغة الإنجليزية فقط، ماعدا بعض الحالات التي يكتب فيها اسم المدينة باللغة العربية وبالكتابة الصوتية، تحوي واجهته ايقونات ل72 مدينة سياحية، كل واحدة منها تحوي نصوصا تتراوح بين الطول والقصر بحسب تاريخ المدينة، إضافة الى مواقعها الجغرافية والمناطق المشهورة بها، ويرفق بمذه النصوص مجموعة من الصور المختلفة. كالصور الفوتوغرافية والخرائط والصور المنقوشة على الحجارة... الخ، ونشير هنا بان هذه النصوص قد كتبت وفق خطة واحدة، فهي نصوص تاريخية أكثر منها سياحية ترويجية .

-تطبيق " onat " : تستعمل في هذا التطبيق اللغة الفرنسية فقط، يحوي العديد من الصور موزعة على حسب أنواع السياحة التي يروج لها، اضافة الى مجموعة من الصور الاحترافية وذات الجودة العالية التي تشكل عنصر جذب جيد للسائح من الداخل والخارج، بإضافة الى ومضات اشهارية عن البرامج السياحية المنظمة على شكل شرائط فيديو قصيرة، كما ان هذا التطبيق يروج للسياحة بأنواعها وأنماطها المختلفة، كما انه موجه لجمهور محدود من حيث محتوياته وحتى لغته.

-تطبيق " TourismAlgerai " : يعرض هذا التطبيق نبذة تعريفية على شكل فقرة يتراوح طولها لما بين الخمسة والستة أسطر، لعدد من المدن الجزائرية لا يتجاوز عددها العشرة. وقد كتبت هذه الفقرات باللغة الإنجليزية، كما انه خال تماما من الصور التوضيحية او الخرائط وحتى المواقع، مما رجح لدينا فرضية ان يكون التطبيق غير مكتمل، وهو في مرحلة تجريبية فقط.

-تطبيق " Siyaha Dz " : تستعمل في هذا التطبيق اللغة الفرنسية وبعض المصطلحات وإعلان وحيد باللغة العربية، وهو تطبيق خدمي بالدرجة الأولى يعرض مجموعة من الفنادق مبينا الخدمات التي توفرها وموقعها واسعارها على شكل نصوص بعضها قصير موجز وبعضها الاخر طويل، ترفق هذه النصوص ببعض الصور التي كانت كلها عبارة عن صور فوتوغرافية متوسطة الجودة، وغير واضحة في بعض الأحيان.

## الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وايمان للسياحة والسفر.

-تطبيق " Alger city guide touristique ": وتستعمل في هذا التطبيق اللغة الفرنسية فقط، يجوي واجهته 12 قونة، كل واحدة منها مخصصة لغرض ما، كما مكن الفنادق والشواطئ والمطاعم... الخ، اضافة الى صور لا ترقى من حيث الجودة الى ان تصنف كصور جاذبة للسائح، وحتى انها لا تعكس جمال المناطق التي يفترض انها تروج لها، سواء كانت هذه المناطق اثرية او خدمية او ترفيهية او طبيعية . (سالمي و بن علي ، 2019)

يتضح مما سبق انه يجب على الجزائر ان تهتم أكثر لتطبيق السياحة الالكترونية، ولهذا يجب توفر الكثير من المتطلبات التي تقوم عليها السياحة الالكترونية، ومن اجل تفعيله لتنمية السياحة الجزائرية. يجب توفير عرض سياحي يرقى الى مستوى اللائق من خلال تبني سياسات ترويجية تسمح بالتعريف بالمنتوج الجزائري، وتعزيز الاستثمار في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال الذي يفتح امامها فرص تسويقية لإظهار خدماتها ومنتجاتها السياحية بصورة تنافسية.

- اطلاق البوابة الالكترونية "مسارات الجزائر السياحية " يوم الجمعة 26 ماي 2023 وقال السيد بن عبد الرحمان وزير الأول في كلمة له بمناسبة استلام استراتيجية تسويق وجهة الجزائر بالتعاون مع منظمة السياحة العالمية ان هذه البوابة تعد خطوة هامة في تجسيد مخطط عمل الحكومة المتعلق بالتحول الرقمي وافتتاح واعادة لانعاش السياحة، في مخطط عملها المصادق عليه في سبتمبر 2021 بتطوير استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تسيير الانشطة، وكما أكد ان البوابة تعد منتج في حد ذاته، حيث يختصر الطريق امام السياح في اختيار الوجهة والمسار الذي يلائمهم سواء من حيث الاهتمامات اكانت ثقافية او طبيعية او دينية او من حيث القدرة المادية ومن شأنه تطوير السياحة الداخلية بالدرجة الأولى وتنوع من منطقة للأخرى ، كذلك بإنشاء 26 منصة الكترونية وتصميم 58 موقعا الكترونيا محليا، بالإضافة الى وضع نظام المعلومات الجغرافي لتسيير المناطق والمواقع والهيكل السياحية حيز التنفيذ .

وذكر بان الاطلاق التجريبي للنسخة الأولى للبوابة قد تم في 2022 مارس ب 281 مسار سياحي موضوعاتي ليرتفع الى 377 في الأشهر الثلاث الأولى، وقد بلغ عدد المواقع السياحية شهر جوان 1123

ويضيف الوزير الأول ادخال المعلومات المتعلقة ب 58 وجهة محلية وانشاء 116 حساب مستخدم لقائدة مسيري البوابة الالكترونية، وأكدت الحكومة على تنفيذ هذا البرنامج والشراكة بين القطاعين الخاص والعام وفتح خطوط جديدة لشركة الطيران منخفضة التكلفة.

وبخصوص المشروع دليل الاستثمار السياحي في الجزائر ومشروع استراتيجية تسويق وجهة الجزائر والعمل المشترك بالتعاون مع المنظمة العالمية للسياحة في مجال معالجة مشاريع الاستثمار ويكمن من تحفيز المبادرات المحلية واستقطاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة. (الجزائرية، 2023) .

## المبحث الثالث: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة للسياحة والسفر وإيمان للسياحة والسفر.

تعتبر الوكالات السياحية من الأدوات التي تساهم في تطوير القطاع السياحي الجزائري، ولها الأثر الفعال في التعريف بمقومات السياحة وتعريف بمختلف الخدمات السياحية في الجزائر، ولهذا سنتعرف على وكالات السياحة والسفر.

ونتطرق الى الوكالات السياحية في القانون الجزائري ودراسة حالة على بعض الوكالات السياحية في ولاية بسكرة وكيف تمارس عملها في المساهمة في تطبيق الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر.

### المطلب الأول: وكالات السياحة والسفر.

تعتبر الوكالات السياحية همزة وصل بين السياح والمؤسسات الفندقية وبين مؤسسات النقل الجوي المختلفة وكذلك المقاصد السياحية، ولهذا سنتعرف على تعريف وكالات السياحة والاسفار بشكل عام وعلى أنواعها وأهميتها وخدماتها ... وغيرها.

### الفرع الأول: تعريف وأنواع الوكالات السياحية والسفر.

#### أولا. تعريف وكالات السياحة والسفر:

عبارة عن شركة تجارية تمارس نشاطا سياحيا بصفة دائمة، وتعتبر قناة توزيع رئيسية للخدمات السياحية، فهي حلقة الوصل بين موردي الخدمات السياحية (الفنادق. المطاعم. شركات الطيران ...) والسياح من خلال تقديم جميع الخدمات لهم من حجز. نقل. معلومات استشارية. ارشاد سياحي. واجراء الترتيبات اللازمة للسفر لاي مكان في العالم، ايضا تعد وكالات السياحة والاسفار وسائل الاتصال التي تقوم بدورها في الإعلان عن السياحة في بلد سياحي يريد تسويق مقوماته السياحية سواء للسياح الداخليين او الاجانب. (السعيد، 2009، صفحة 58)

كما تعرف على انها " وكالات او مكاتب تقدم خدمات ومعلومات استشارية وفنية واجراء الترتيبات اللازمة لربط السفر برا وبحرا وجوا في كل العالم"، وكما تعمل على تقديم خدماتها المختلفة للسائحين مثل الحجز بالفنادق ووسائل التنقل الداخلية والحجز للرحلات الدولية والمحلية. (الحديد، 2009، صفحة 135)

#### ثانيا. أنواع وكالات السياحة والسفر:

يتم تقسيم وكالات السياحة حسب حجم نشاطها وكذلك حسب الأنشطة التي تعمل بها الى عدة اقسام وهي:

أ. شركة نقل سياحي: وهي الشركات التي تقوم بتشغيل وسائل النقل من البرية والبحرية والجوية والنهرية وهو ما يساعدها لنقل السائحين، وتتميز هذه الشركات بالتخصص في النشاط وهو النقل السياحي وهو ما يساعدها على تقديم مستوى خدمة متميزة، وتميز كذلك بانخفاض نسبي لراس المال المدفوع عند تأسيس الشركة، وتلتزم شركة النقل السياحي بالمعايير والضوابط التي تتخذها كل دولة من حيث اعداد وسائل النقل ونوعيتها، وكذلك الحصول على التراخيص اللازمة للتسيير ووسائل النقل السياحي.

## الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وإيمان للسياحة والسفر.

ب. شركة صرف وبيع التذاكر: وهي الشركات التي تقوم ببيع أنواع التذاكر على وسائل النقل السياحي وهي اصغر حجما ونشاطا من شركة النقل السياحي، وتحتاج تلك الشركات ان تحصل على تراخيص مزاولة للمهنة وكذلك تحتاج الحصول على عضوية بعض المنظمات ذات العلاقة المباشرة لنشاطها مثل tapsc-lata وتقوم هذه الشركات بصرف وبيع التذاكر الخاصة بالسفر والامتعة وحجز الأماكن على وسائل النقل سواء البري او البحري او الجوي، وكذلك على شركات الطيران والملاحة والشركات الأخرى.

ت. شركات سياحة عامة: وهي الشركات التي تقوم بجميع الأنشطة السياحية وهي تشمل اعمال النوعيين السابقين من الشركات وتقوم بعمل، حجز وبيع أنواع التذاكر على وسائل النقل المختلفة، تشغيل وسائل النقل السياحية المختلفة من برية وجوية وبحرية وحرية، تنظيم وتسويق واعداد البرامج السياحية وتنفيذها وكذلك القيام بعمل جميع الحجوزات في الخدمات السياحية المختلفة.

(الحديد، 2009، صفحة 142.143)

### الفرع الثاني: خدمات واهمية وكالات السياحة والسفر.

أولا. خدمات وكالات السياحة والسفر: ان الخدمات السياحية تنقسم الى جزئين رئيسيين هما:

الخدمات الأساسية: مثل الفنادق وأماكن الإقامة الأخرى (القرى السياحية. بيوت الشباب. المعسكرات).

ب. الخدمات التكميلية: مثل المواصلات والاتصالات، محل بيع الهدايا، التحف التذكارية، دور السينما، الحدائق العامة، مكاتب الاعلام.... الخ. فوكالة السياحة والسفر هو المكان الذي يقدم خدمات ومعلومات استشارية وفنية وعمل الترتيبات اللازمة لربط السفر برا وبحرا وجوا الى أي مكان في العالم وبذلك ان الوكيل السياحي يعتبر شركة مفتوحة للجمهور، والذي يقوم ببيع تذاكر الطيران والبواخر وحجز غرف الفندق وخدمات تأجير السيارات وجولات سياحية لزيارة العالم، لذلك ان المسافر يعتمد على المكتب السياحي للاستشارة والمعرفة ومقابل ذلك تدفع عمولة للوكيل السياحي، وعادة لا يتحمل المسافر أكثر من الثمن المحدد. (السعيد، 2009، صفحة 59.58)

ثانيا. أهمية وكالات السياحة والسفر: لقد اثبتت الوكالات السياحية سيطرتها على عملية السياحة وهذا بسبب عدة عوامل والتي نذكر منها:

✓ ان الأشخاص الذين يعملون في هذه الوكالات متخصصون في مجال عملهم حيث يقومون بتقديم خدماتهم بشكل محترف للسائح الذي أصبح أكثر وعي من اسلافه وبالتالي يجب ارضائهم مما يؤدي الى تحسين سمعة الشركة وزيادة المبيعات والأرباح.

✓ للوكالات السياحية علاقات مع المؤسسات الكبرى وبالتالي الحصول على الخدمات بسعر منخفض ومجهود اقل.

✓ ان الكثير من السياح يفضلون الرحلات المتكاملة وذلك لسهولة ملاءمتها لهم ومن الصعب على السائح تنظيم رحلة خارج البلد بدون مساعدة وكيل السياحة.

## الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وايمان للسياحة والسفر.

الفرع الثالث: اهداف والصفات الواجب توفرها في العاملين بوكالات السياحة والسفر.

أولا. اهداف وكالات السياحة والسفر:

للوكالات السياحية عدة اهداف سواء على المستوى الخاص او على المستوى العام، ويمكننا حصر اهم الأهداف فيما يلي:

- ✓ تلبية رغبات السياح وارضائهم وتقليل التكاليف الى اقصى حد ممكن.
- ✓ تعمل على تطوير السياحة والنهوض بها.
- ✓ زيادة القدرة التنافسية وتحقيق الربحية.
- ✓ توفير المنتج السياحي بالجودة التي تليق باسم الوكالة.
- ✓ توصيل صورة البلد وذلك من خلال تبيين ما تتمتع به من ثروات تاريخية وحضارية وطبيعية والعمل على ترقية هذه الثروات.
- ✓ المحافظة على مكانتها بين منافسيها وذلك من خلال تطوير وتحسين خدماتها المقدمة، وذلك بالترويج الجيد لخدماتها وانشطتها المختلفة ومواكبة كل التطورات التكنولوجية.
- ✓ تدعيم وتنشيط عمل المتعاملين والهيئات والجمعيات السياحية. (السراي و خنفر ، 2011، صفحة 182)

ثانيا. الصفات الواجب توافرها في العاملين بمكاتب السياحة والسفر:

يشترط وجود العديد من الصفات أهمها:

- ✓ القدرة على التعرف على رغبات واحتياجات السائح تم العمل على تلبية هذه الرغبات على أحسن وجه خاصة وانه يعمل دون مراقبة أحد في اغلب الأوقات.
- ✓ يجب على موظفي الوكالة السياحية ان يكون لديهم القدرة على التواصل المستمر مع التغيرات العالمية والمحلية التي تطرأ على المنتج السياحي، كما ان تعدد رغبات واحتياجات العملاء تتطلب أكبر قدر من المرونة لمواجهة هذه التغيرات.
- ✓ الحرص على استخدام واكتساب المهارات اللازمة للعمل مثل استخدام الكمبيوتر وكتابة الخطابات الرسمية والرد على المكاتبات وحفظ الملفات المتعلقة بالعملاء.
- ✓ اجادة اللغات الأجنبية اجادة تامة وبصفة خاصة اللغة الإنجليزية.
- ✓ المقدرة على إقامة اتصالات وعلاقات شخصية مع جميع العاملين في نفس المجال بالمكاتب الأخرى وكذلك مع الشركات والهيئات التي بها عملاء محتملين.
- ✓ اللباقة وإجادة الحديث وقوة الاقناع.
- ✓ الامام التام بجغرافية العالم والحصول على شهادة اكااديمية مناسبة ويفضل ان تكون شهادة في تخصص السياحة. (سارة، 2020، صفحة 167)

## الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وايمان للسياحة والسفر.

### المطلب الثاني: وكالات السياحة والسفر في القانون الجزائري.

تشكل وكالات السياحة والاسفار متعاملا اقتصاديا لها دور مهم في المجال السياحي من خلال تحسين جودة الخدمات السياحية، واستقطاب السياح المحليين والأجانب، كسب الخبرات الأجنبية وتنمية روح المنافسة. ولهذا سنتطرق الى الوكالات السياحية في القانون الجزائري.

### الفرع الأول: تعريف وكالات السياحة والسفر وخدماتها .

#### أولا . تعريف وكالات السياحة والسفر :

يعرف القانون الجزائري وكالة السياحة والاسفار على انها مؤسسة تجارية تمارس بصفة دائمة نشاطا سياحيا يتمثل في بيع مباشر او غير مباشر لرحلات واقامات فردية او جماعية، كل أنواع الخدمات المرتبطة بها، حيث يمثل هذه الوكالة:

- ✓ صاحب الوكالة: هو شخص طبيعي او اعتباري يملك قانونيا وكالة سياحية واسفار.
- ✓ الوكيل السياحي: هو شخص طبيعي مؤهل لتسيير وكالة سياحية واسفار سواء كان مالكا او شريكا مستخدما فيها لصالح الغير (الجريدة الرسمية، 1999، صفحة 13)

#### ثانيا . خدمات وكالات السياحة والسفر :

- ✓ تتمثل الخدمات المرتبطة بنشاط وكالة السياحة الاسفار على وجه الخصوص فيما يلي:
- ✓ تنظيم وتسويق اسفار ورحلات سياحية واقامات فردية وجماعية.
- ✓ تنظيم جولات وزيارات رفقة مرشدين داخل المدن والمواقع والاثار ذات الطابع السياحي والثقافي والتاريخي.
- ✓ تنظيم نشاطات القنص والصيد البحري والتظاهرات الفنية والثقافية والرياضية والمؤتمرات والملتقيات المكتملة لنشاط الوكالة او بطلب من منظميها.
- ✓ وضع خدمات المترجمين والمرشدين السياحيين تحت تصرف السياح.
- ✓ الايواء او حجز غرف في المؤسسات الفندقية وكذا تقديم الخدمات المرتبطة بها.
- ✓ النقل السياحي وبيع كل أنواع التذاكر حسب الشروط والتنظيم المعمول بها لدى مؤسسات النقل.
- ✓ بيع تذاكر أماكن الحفلات الترفيهية والتظاهرات ذات الطابع الثقافي او الرياضي او غير ذلك.
- ✓ استقبال ومساعدة السياح خلال اقامتهم.
- ✓ القيام لصالح الزبائن بإجراءات التامين من كل المخاطر الناجمة من نشاطاتهم السياحية.
- ✓ تمثيل وكالات محلية او اجنبية أخرى قصد تقديم مختلف الخدمات باسمها ومكانتها.
- ✓ كراء السيارات بسائق او بدون سائق ونقل الامتعة وكراء البيوت المنقولة وغيرها من معدات التخيم.

## الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وايمان للسياحة والسفر.

علما انه يتعين على وكالات السياحة والاسفار في اطار نشاطاتها استعمال تكنولوجيايات الاعلام والاتصال لترقية وتسويق "مقصد الجزائر" مع نشر منشورات وكتيبات ودعائم أخرى مكتوبة ورقمية بصفة دورية لبيع مختلف المنتوجات والدورات السياحية ل مقصد " الجزائر " . (الجريدة الرسمية، 1999، صفحة 13)

**الفرع الثاني: تصنيف وكالات السياحة والسفر وشروط الوكيل السياحي.**

**أولا تصنيف وكالات السياحة والسفر:**

يمكن تصنيف الوكالات السياحية حسب المرسوم التنفيذي 186/10 المؤرخ في 14 جويلية سنة 2010 والمعدل والمتمم للمرسوم 2000-48 المؤرخ في 01 مارس 2000 المتعلق بتحديد شروط وكيفيات انشاء الوكالات السياحية والاسفار حيث تضمن في المادة الثانية منه الفقرة الثانية تصنيف الوكالات السياحية والاسفار الى صنفين.

أ. **الصنف الأول:** موجه لوكالات السياحة والاسفار الراغبة في ممارسة نشاطها خصوصا او حصريا في "السياحة الوطنية" والسياحة "الاستقبالية".

السياحة الوطنية تعني مجموع الخدمات المحددة في التشريع المعمول به على مستوى التراب الوطني ولفائدة الطلب الداخلي.

السياحة الاستقبالية تعني مجموع الخدمات المحددة في التشريع المعمول به على مستوى التراب الوطني ولفائدة الطلب الخارجي.

ب. **الصنف الثاني ب:** موجه لوكالات السياحة والاسفار الراغبة في ممارسة نشاطها خصوصا او حصريا في السياحة المفودة للسياح على المستوى الدولي. (مديرية السياحة، 2015، صفحة 08)

وحسب مدير السياحة لولاية الجزائر الذي صرح لوكالة الانباء الجزائرية حول موضوع التنظيم الجديد على مستوى وكالات السياحة والاسفار، هذا المرسوم الجديد الذي يلغي تصنيف الوكالات الى صنفين "ا" و "ب" (ا تجلب السياح للبلد وب الترويج للسياحة الخارجية تصدير السياح)، وقد الغى التنظيم الجديد هذا التصنيف ليسمح للوكالات من "توسعة نشاطها وكذا الاختيار بين الترويج للسياحة الداخلية او الخارجية وحتى القيام بممارسة النشاطين في ان واحد وذلك تشجيعا للسياحة في الجزائر".

وأبرز بخصوص نشاط هذه الوكالات انه تم ملاحظة في العمل الميداني "غياب الترويج للمنتجات المحلية" حيث تسعى الوكالات للترويج للمنتجات الخارجية على غرار "العمرة" والقليل منها يروج للسياحة الداخلية، وارجع سبب قلة الترويج للسياحة الداخلية الى عدم قدرة الوكالات على "تركيب المنتج المحلي" وكذا "السعي للربح السهل" على غرار الترويج للعمرة وزيارة البقاع المقدسة. (جريدة، 2018)

**ثانيا. شروط الوكيل السياحي:**

يجب ان يتوفر في الشخص المكلف بإدارة وكالة السياحة والاسفار (الوكيل) احدى الشروط التالية:

✓ ان يكون متحصل على شهادة الدراسات العليا في السياحة او الفنادق.

## الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وايمان للسياحة والسفر.

- ✓ ان يكون متحصل على شهادة التعليم العالي. مع اثبات اقدمية ثلاث سنوات متتالية. منها سنة واحدة كإطار او ما يمثله. في الميدان السياحية.
- ✓ ان يكون متحصل على شهادة تقني سامي في الفنادق، مع اثبات اقدمية ثلاث سنوات متتالية، منها سنتان كإطار او ما يمثله. في الميدان السياحي.
- ✓ ان يكون له اقدمية عشر سنوات، منها خمس سنوات كإطار او ما يمثله في الميدان السياحي. (مديرية السياحة، 2015، صفحة 10)

### الفرع الثالث: واجبات وكالات السياحة والسفر:

يلتزم صاحب رخصة استغلال وكالة السياحة والاسفار بالواجبات الآتية:

#### أولا. الواجبات العامة:

- ✓ ممارسة النشاط مع الاحترام الصارم للأحكام التشريعية والتنظيمية السارية المفعول.
- ✓ احترام اخلاقيات وقواعد المهنة.
- ✓ تكريس الاحترافية.
- ✓ احترام البيئة والمحافظة على المناطق والمواقع السياحية التي يتم زيارتها.
- ✓ احترام الثقافة والتراث المحلي.
- ✓ تطوير السياحة الالكترونية.
- ✓ ادماج التقنيات الحديثة للتسيير والتسويق.
- ✓ النشر الدوري لمختلف الوسائل الترقية ذات الجودة.

#### ثانيا. الواجبات تجاه الزبائن:

- ✓ الابرام التلقائي لعقد السياحة والاسفار مع كل زبون متكفل به.
- ✓ تلبية احتياجات الزبائن في ما يخص تصور وتنظيم كل أنواع المنتجات السياحية الخاصة المسماة "حسب الطلب"
- ✓ التكفل بكل الخدمات المتفق عليها واحترام الالتزامات المتعاقد عليها.
- ✓ التأطير الفعلي والفعال بالسياح المتكفل بهم في مراحل المنتج السياحي المتفق عليه.
- ✓ توفير خدمات ذات نوعية وتنفيذ الالتزامات (مخطط جودة السياحة)
- ✓ تأطير أفواج السياحة المتكفل بهم بمرشدين سياحيين معتمدين.
- ✓ اخذ كل الإجراءات والاحتياطات التي من شأنها توفير امن الزبون وممتلكاته.
- ✓ اكتتاب عقد تامين يغطي المسؤولية المدنية والمهنية.
- ✓ الامتناع عن الاشهار الكاذب فيما يخص الأسعار او الخدمات.

## الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وإيمان للسياحة والسفر.

✓ فوترت الخدمات وفقا للتنظيم الساري المفعول.

ثالثا. الواجبات تجاه الغير:

✓ الوفاء بكل الالتزامات المتخذة.

✓ تجسيد المناولة المحتملة مع وكالة أخرى من خلال إبرام (عقد الشركة).

رابعا. تجاه الإدارة:

✓ التصريح للوزارة المكلفة بالسياحة عن كل تغيير يطرا في تسيير الوكالة.

✓ الارسال الى الإدارة المكلفة بالسياحة تقارير النشاطات الثلاثية للوكالة وكذا الاحصائيات والمعلومات الأخرى والمعطيات التي ترى الإدارة انه من المفيد طلبها.

✓ الامتثال لمراقبة الاعوان المؤهلين ووضع تحت تصرفهم الوثائق المرتبطة بنشاط الوكالة.

✓ الاحترام الصارم للأحكام القانونية والإجراءات الإدارية السارية المفعول في مجالات الجباية والجمركة وتنظيم الصرف والتشغيل وتنقل السياح في المناطق السياحية.

✓ تقديم طلب تجديد الرخصة في الاجل القانوني الى الإدارة المكلفة بالسياحة مرفوقا بوثائق الاثبات اللازمة.(الجريدة الرسمية، دفتر الشروط المتعلق باستغلال السياحة والاسفار ، 2011، صفحة 25)

المطلب الثالث: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة و إيمان للسياحة والسفر.

قبل التطرق الى عرض وتحليل ونتائج المقابلة نتطرق أولا الى تعريف ولاية بسكرة سياحيا باعتبارها وجهة سياحية بامتياز عندما يتعلق الامر بالسياحة الصحراوية.

الفرع الأول: تقديم ولاية بسكرة سياحيا.

يفرض الحديث عن بسكرة الرجوع الى تاريخها العريق وموقعها المتميز، فهي تضرب جذورها في أعماق التاريخ، حيث تعاقبت على ارضيها الحضارات والثورات من العهد الروماني الى الفتوحات الإسلامية الى الغزو الفرنسي والاستقلال، بالإضافة الى موقعها الاستراتيجي، باعتبارها بوابة الصحراء، وهمزة وصل بين الشمال والجنوب.

تعرف عروس الزيبان انجاز العديد من المشاريع فيما يتعلق بمياكل الاستقبال التي تتطلبها الضرورة الملحة في قطاع السياحة نظرا لتزايد عدد السياح خلال طول السنة لاسيما أيام العطل، حيث تشهد الولاية حركة متواصلة للسياح الذين يتوافدون بإعداد كبيرة على المدينة كل حسب مقصده، بحيث تعجز مرافق الاستقبال المتوفرة على تلبية رغبة هؤلاء نظرا لمحدوديتها والمقدرة بخمسة عشر مؤسسة فندقية منها عشرة مصنفة وخمسة غير مصنفة بمجموع 625 غرفة و1393 سرير، وفيما يلي عرض لاهم مقومات السياحة في ولاية بسكرة. (بسكرة)

## الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وإيمان للسياحة والسفر.

**أولا. الحمامات المعدنية:** تشتهر منطقة بسكرة منذ القدم بمحماماتها المعدنية التي جعلت منها قبلة للسياح الذين يقصدونها للاستحمام والعلاج، على غرار وكب حمام الصالحين المعدني الذي تتجاوز شهرته حدود الوطن الى حمام البركة ببلدية الحاج التابع للقطاع الخاص وحمام سيدي الحاج ببلدية لوطاية، حمام الرحمة ببلدية بسكرة حيث تعرف بعلاج الكثير من الامراض منها الروماتيزم. التهاب المفاصل. المعدة. الامراض الجلدية باختلاف انواعها وغيرها من الامراض.

**ثانيا. شواهد تاريخية:** من بين الشواهد التي تدخل في اطار السياحة الدينية والتاريخية بعاصمة الزيبان مقام الصحابي الفاتح عقبة بن نافع الفهري بمنطقة تهودة بسيدي عقبة حاليا بالمركب الإسلامي الذي يستقطب مئات الزوار يوميا وخلال السنة، بالإضافة الى منطقة سيدي خالد التي سميت على من يقال انه النبي خالد بن سنان العبسي القريشي الذي تكلم عنه العلماء من بينهم العالم والفقير الشيخ عبد الرحمان الحضري البنطوسي في كتبه، بالإضافة الى منطقة الرعاوشة التاريخية التي تحمل اسم مقاومة الرعاوشة ببلدية ليشانة حاليا والتي تعد مقاومة سكان هذه الواحة من المقومات الرائدة، على غرار الاولياء الصالحين الذين تزخر بهم منطقة بسكرة على سبيل المثال الولي الصالح سيدي زرزور الذي يقترن اسمه بمدينة بسكرة والولي الصالح سيدي محمد بن موسى بقريه الحوش وغيرهم، ومن اثارها الرومانية المتمركزة في بادس. زريبة الوادي. طولقة القديمة. تهودة. وغيرها .

**ثالثا. الطبيعة:** من اهم المواقع السياحية الطبيعية عبر تراب الولاية بحيث يمكن للزائر الاستمتاع بالطابع الصحراوي عبر واحات النخيل الجميلة بالجهة الغربية للولاية والمعروفة بإنتاج اجود أنواع التمور العالمية، على غرار مدينة القنطرة الجبلية التي تتميز بفجها الذي يزيد من رونق المدينة الهادئة والتي عرفت مرور العديد من اهل الفن والادب في العالم، وكذلك منطقة مشونش فهي منطقة جبلية بالضفة الغربية للمدينة محاطة بواحات النخيل يمر بها الوادي الأبيض (تيمسونين او الوادي الأبيض تحتوي على فج كبير تتميز المنطقتان المذكورتان بصناعة الفخار التقليدي باحتوائها على مؤسستين تابعتين لغرفة الصناعة التقليدية والحرف) بالإضافة الى منطقة جمينة الساحرة والتي تعد موقع طبيعي خارق للعادة من الجمال بحيث يستقطب الكثير من السواح أسبوعيا، كما هو الحال شرفات غوفي المعروفة عالميا التي يستفيد منها الزائر لعروس الزيبان بحكم قرب المسافة 60 كلم على ولاية بسكرة رغم انها إداريا تابعة لولاية باتنة . (نعجة، 2016)

**ربعا. نشاطات الصناعة التقليدية:** تنوع ولاية بسكرة في صناعة الخزف والفخار والحلي واللباس التقليدي، وصناعة الزرابي التقليدية والطرز ببسكرة، ووحدة الغزل والنسيج في سيدي خالد، والخزف الفخاري بمشونش. الخزف التقليدي بقنطرة. كما تتوفر على مواد أولية يستفيد منها الحرفيون أهمها الصوف. الوبر. الجلود. الطين. الرمل.

**خامسا. هياكل استقبلية جديدة:** من اهم المشاريع الجديدة فندق سلامي، فندق ازياني أربع نجوم، وغيرها من الفنادق. مركب الحموي سيدي يحيي بمخدماته المتنوعة من فندقة. منتزه. والالعاب المائية... وغيرها، المركب السياحي "حديقة الزيبان" الضخم بمقاييس عالمية لتطوير السياحة المحلية والدولية، كل هذه المقومات السياحية تجعل منها وجهة سياحية تجذب عدد معتبر من السياح.

وفيما يلي استعراض لتطور عدد السياح الوافدين الى ولاية بسكرة الجزائريين والأجانب.

الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وإيمان للسياحة والسفر.

الجدول رقم 01: تطور عدد السياح الوافدين الى ولاية بسكرة خلال الفترة (2015 – سبتمبر 2019)

عدد السياح الوافدين				
الأجانب		الجزائريون		السنوات
الليالي	الوصول	الليالي	الوصول	
10665	3603	138997	75325	2015
9318	3255	122895	63427	2016
9758	3516	96546	56414	2017
9512	3441	116487	63033	2018
3897	1546	58970	31634	سبتمبر 2019

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على الوثائق المقدمة من طرف مسير وكالة إيمان للسياحة والسفر.

من خلال معطيات الجدول نلاحظ ان عدد السياح الوافدين للولاية يتراوح ما بين الارتفاع والانخفاض خلال الفترة (2015- سبتمبر 2019)، حيث سجلت سنة 2015 اعلى عدد من السياح الجزائريين الوافدين قدر ب 75325 سائح جزائري ويقابله 138997 ليلة سياحية، لينخفض العدد بعدها ويصل في سنة 2017 الى اقل عدد من السياح الجزائريين قدر ب 56414 سائح جزائري ويقابله 96546 ليلة سياحية، ليرتفع العدد بعدها في سنة 2018 ويعاود الانخفاض في سنة 2019.

بالنسبة للسياح الأجانب فقد سجلت سنة 2015 هي الأخرى اقل عدد من الوافدين الأجانب قدر ب 3603 سائح أجنبي ما يقابله 10665 ليلة سياحية، لينخفض العدد في السنة الموالية والتي بدورها تسجل اقل عدد من السياح الأجانب قدر ب 3255 سائح اجنبي ما يقابله 9318 ليلة سياحية، ليرتفع بعدها سنة 2017 ويعاود الانخفاض حتى 2019.

كما تنشط بولاية بسكرة وكالات سياحية كثيرة تهدف الى ترقية ودفع حركة السياحة بالمنطقة وجعلها كنشاط أساسي، حيث تحتوي الولاية على 35 وكالة سياحية، والتي تعمل على تنشيط والترويج للسياحة، وهي على علاقة دائمة ومباشرة باليون لتقدم الراحة والاستجمام والسفر والسياحة للعميل، وتلعب كذلك دورا مهما واساسيا في القطاع السياحي.

الفرع الثاني: عرض وتحليل أسئلة محاور المقابلة.

أولا. عرض وتحليل أسئلة المقابلة:

لقد تناولت المقابلة مجموعة من الأسئلة التي تم توجيهها الى مسيري الوكالات السياحية، ونخص بالذكر المؤسسة الوطنية الجزائرية للسياحة ( onat biskra ) بصفتها وكالة ذات طابع عمومي، وكذلك وكالة "وكالة إيمان للسياحة والاسفار" بولاية بسكرة بصفتها وكالة خاصة، حيث ارتكزت في عمومها على ثلاثة محاور أساسية، المعلومات الشخصية عن الوكالة، واقع استخدام الإدارة الالكترونية في الوكالات السياحية، مساهمة استخدام الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي بالوكالة.

الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وإيمان للسياحة والسفر.

المحول الأول. المعلومات الشخصية عن الوكالتين :

الجدول رقم 02 : المعلومات الشخصية.

ايمان للسياحة	Onat biskra	البيان
1990	05 اوت 1962	تاريخ الانشاء
خاصة "كلامة احمد"	عامة	الملكية
حي 169 مسكن عمارة 03 العالية بسكرة	شارع غمري حسين - بسكرة -	المقر
05 موظفين	06 موظفين	عدد العمال
بوخروبة نور الدين	علوي ناصر	مدير الوكالة
033.51.53.00	033.53.74.72.	الهاتف الثابت
07.83.26.06.60	06.55.51.78.09	الهاتف النقال
E.mail.imentour 07 @ gmail.com	Onat biskra @hotmail .com	البريد الالكتروني
Imen tourisme . ايمان للسياحة	اونات بسكرة Onat biskra	موقع الفيسبوك
http ://www.imen.tourisme	www.onat .dz	الموقع الالكتروني

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على المقابلة مع مسيرو الوكالتين

تعتبر وكالة onat biskra من أقدم الوكالات السياحية في الولاية. حيث يعود انشاءها غداة الاستقلال، تقع الوكالة في شارع عريق بوسط مدينة بسكرة، يعمل في الوكالة 06 موظفين، يرأسهم السيد "علوي ناصر" بصفته مدير الوكالة، متحصل على شهادة تقني سامي من مدرسة السياحة والفندقة بالجزائر العاصمة، وباقي الموظفين من خرجي الجامعة، واصحاب التخصصات التالية. الآداب واللغات. الاعلام الالي. التسيير والمحاسبة، حيث تعتبر الشهادة المعترف بها شرط أساسيا للعمل في الوكالة.

أما وكالة "ايمان للسياحة والسفر" imen tourism et hotellerie هي الأخرى من اقدم الوكالات السياحية في ولاية بسكرة، حيث يعود انشاءها الى سنة 1990، مركزها الأساسي في الجزائر العاصمة ويقع مقرها الرئيسي 02 شارع سالم بوزناد ساحة اول ماي -الجزائر- وهي ذات ملكية خاصة تعود الى السيد "كلامة احمد"، يعمل في وكالة "ايمان للسياحة والاسفار" بولاية بسكرة 05 موظفين، يرأسهم السيد "بوخروبة نور الدين"، بصفته مسير الوكالة وهو متخرج بشهادة مسير من المعهد العالي للتسيير السياحي والفندقة في الاوراسي، وموظفين احدهما متخرج بشهادة ليسانس في علوم التسيير من جامعة بسكرة، والاخر تقني من التكوين السياحي بمعهد بسكرة، وموظفة نظافة وعون أمن.

تركز وكالة onat biskra في عملها على نوعين من السياحة، سياحة داخلية وسياحة خارجية باعتبارها فرع من فروع الديوان الوطني للسياحة الذي يهدف في الأساس الى تنشيط السياحة الداخلية وتطبيق ما جاء في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

## الفصل الثاني: دور الإدارة الإلكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وإيمان للسياحة والسفر.

2023، بيع تذاكر السفر الجوية والبحرية، تنظيم الحج والعمرة، كراء السيارات والحافلات السياحية، حيث تحتوي قاعة الاستقبال على لافتات واعلانات للترويج للسياحة الداخلية وبالأخص السياحة الصحراوية في ولاية بسكرة وكذلك عرض للأواني التقليدية واواني الفخار المعروفة في المنطقة، وتسعى الى الترويج للسياحة العلاجية وبالأخص مركب حمام الصالحين، حيث تسعى الوكالة الى جذب أكبر عدد من الزبائن .

تركز وكالة "إيمان للسياحة والسفر" في عملها هي الأخرى على نوعين من السياحة، داخلية وخارجية، حيث تنشط في مجال السياحة الدينية (حج و عمرة)، تقوم الوكالة ببيع التذاكر والتأشيرات والحجز في الفنادق داخل وخارج الوطن، تنظم رحلات فردية وجماعية في الجزائر والخارج كماليزيا .تركيا .مصر .تونس .المغرب .،،،، رحلات ترفيهية، كذلك مخيمات صيفية للأطفال، حيث تحتوي قاعة الاستقبال على بعض الإعلانات للترويج للسياحة الصحراوية في ولاية بسكرة و لافتات واعلانات للترويج للسياحة الدينية مع بعض لباس الاحرام وصور لفنادق في مكة المكرمة والمدينة المنورة .

### المحور الثاني. واقع استخدام الإدارة الإلكترونية في وكالتي ONAT بسكرة وإيمان للسياحة والسفر :

تحتوي وكالة onat biskra على 06 أجهزة كمبيوتر، و 02 طابعات مرفقة 02 سكران، و 02 من الهواتف الثابتة وهاتف نقال بالإضافة الى فاكس، حيث تتوفر الوكالة على البرمجيات لتسيير عملها وتمكنها من تقديم خدماتها السياحية، وتتحصل على كل هذه البرامج من الديوان الوطني للسياحة بجنا على عكس الوكالات الخاصة بصفتها مؤسسة عمومية، وتملك قواعد بيانات تخص جميع أنشطتها، كما تتعامل مع الزبائن الأكثر ربحية بشكل مختلف حيث تحتفظ بمختلف بياناتهم واهمها الايميل وتزودهم بكل ما هو جديد.

اما وكالة "إيمان للسياحة والسفر" تحتوي على 05 أجهزة كمبيوتر، و 02 طابعات مرفقة 02 سكران، وهاتف ثابت وهاتف نقال بالإضافة الى فاكس، بالإضافة الى كاميرا للمراقبة لتوفير الامن والحماية، كما تشتري الوكالة برمجيات لتسيير عملها وتمكنها من تقديم خدماتها السياحية، و تملك قواعد بيانات تخص بعض أنشطتها، واهمها قواعد البيانات الخاصة بالوكلاء في المملكة العربية السعودية حيث تتعامل معهم وتحتفظ بمختلف بياناتهم لانهم يسهلون اعمال الوكالة، كذلك تحتفظ بقواعد البيانات الخاصة بالوكلاء في البلدان التي تتعامل معها، وتتعامل مع الزبائن الاوفياء بالإيميل الخاص بهم .

فيما يخص مساهمة الدولة في تدعيم النشاط السياحي.

بالنسبة لوكالة onat biskra تقوم الدولة بمنح تخفيضات في تذاكر الطيران في بعض الأوقات، دعم في الحج، تسهيلات في الفيزا. تخفيضات في أسعار الحجز في الفنادق من طرف وزارة السياحة.

بالنسبة لوكالة "إيمان للسياحة والسفر" تقوم الدولة بمنح تخفيضات في تذاكر الطيران في بعض الأوقات، تسهيلات في الفيزا، كما يقول صاحب الوكالة انه يقدم مبالغ مالية للدولة للمساهمة في، قفة رمضان، في أوقات التظاهرات والمهرجانات التي تقام في ولاية بسكرة.

## الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وايمان للسياحة والسفر.

تتوزد الوكالتين بشبكة انترنت اما الاكسترنات والانترانت لا تتوفر عليهما، تتواصل الوكالتين لتقديم الخدمات من خلال حضور الزبون الى مقرها او عن طريق الهاتف او الفاكس، وكما تتواصل مع الزبائن ومختلف المتعاملين الاقتصاديين عبر الإيميل ومختلف تطبيقات الانترنت. كالبريد الالكتروني. الموقع الالكتروني. الهاتف النقال... اي وسائل الاتصال الحديثة. كما يمكن للزبون الحصول على كل الخدمات دون زيارة الوكالة منها الاستفسارات. الاستشارات. تقديم المعلومات. تذاكر الطيران. الحجز في الفنادق. سداد المبالغ، حيث هناك سهولة في الوصول الى الموقع الالكتروني وصفحة الفيسبوك عبر محركات البحث، ويمتاز بسهولة الاستخدام، كما تملك الوكالتين صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثلا حساب فيسبوك. انستغرام يوتيوب ...

اما عن الكفاءة التكنولوجية للموظفين اكدت الوكالتين انها تحرص على توظيف اهل الاختصاص وتركز على المهارات التكنولوجية، فمثلا برنامج " Amadus " الذي لا تملكه معظم الوكالات الخاصة نظرا لثمنه الباهظ، وكذلك كونه يتطلب مهارات تكنولوجية خاصة ويستلزم شهادة معترف بها في لغة الحجز الطيران، ويشير صاحب الوكالتين القيام بتربص للعاملين في الاعلام الالي والتكنولوجيا عند كل تقدم تكنولوجي، كما انه هناك زبائن تستجيب لطلب الخدمات الالكترونية وزبائن يفضلون القدوم للوكالة.

**المحور الثالث. مساهمة استخدام الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وايمان للسياحة والسفر.**

اكدت وكالة onat biskra انها تقدم الخدمة السياحية الالكترونية المطلقة للزبون سواء عن طريق الموقع الالكتروني أو حساب الفيسبوك أو الإيميل، في حين وكالة "ايمان للسياحة والسفر" لا تقدم السياحة الالكترونية المطلقة في حين انه يوجد خدمات سياحية اخرى تشترط حضور المعني للوكالة كالإمضاء، نظرا لقوانين السياحة المعمول بها. اما عن البرمجيات الالكترونية المستعملة في الوكالتين.

أكد مسير وكالة onat biskra انها تسيير وتقدم مختلف خدماتها بالاعتماد على البرمجيات ونذكر أهمها amadus

الخاص بالنقل الجوي والبحري، بواسطته يمكن حجز تذاكر السفر عبر كامل الخطوط، في حين ان النقل البحري تبقى تحتكره onat biskra و"وكالة سياحة واسفار" التابعين للدولة، حيث لا يمكن لاي وكالة خاصة ان تقوم بخدمة الحجز البحري، اما وكالة "ايمان للسياحة والسفر" أكد المسير انها تسيير وتقدم مختلف خدماتها على البرمجيات ومن أهم البرامج "برنامج مناسك" وهو برنامج خاص بتنظيم خدمات ورحلات الحج والعمرة، يحتوي على كافة المعلومات الخاصة بالفنادق والتأشيرات والمعلومات التي تحتاجها الوكالة، تم شراؤه من مبرمج جزائري.

أكد مسير الوكالتين استعمال la plateforme وهي عبارة عن منصة الكترونية تربط الوكالة بشركائها الاقتصاديين، تتبادل معهم مختلف المعلومات السياحية الموجهة للمؤسسات الناشطة في القطاع السياحي من. فنادق. وكالات سياحية. شركات طيران. وسائل نقل، فاصبح وجود الوكالة ضمن هذه الشبكات ضرورة ملحة، حيث تجمع في هذه المنصة عن أسعار الفنادق وتذاكر الطيران والرحلات السياحية وأماكن المبيت الأقل تكلفة والأكثر متعة ورفاهية، وبالتالي تختصر الوقت والجهد في البحث والحجز وتوفر برنامج سياحي يتناسب مع حاجات السائح ورغباته، كما يشترط دفع حقوق الاشتراك في المنصة .

## الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وإيمان للسياحة والسفر.

وكذلك تتعامل الوكالتين مع الفنادق المحلية المستقبلية للسياح عن طريق الإيميل او الهاتف ونفس الشيء بالنسبة لكراء وسائل النقل. اما فيما يخص الفنادق الأجنبية المستقبلية من خلال الحجز عبر موقع my grow بالنسبة لوكالة onat biskra اما وكالة "إيمان للسياحة والسفر" عن طريق الإيميل. كذلك تتعامل الوكالتين مع شركات الطيران الكترونيا.

فيما يخص أسلوب الدفع المعتمد في الوكالتين.

حيث أكد مسير الوكالتين ان الدفع النقدي هو السائد في الوكالتين، و يشترط حضور الزبون وتسديد قيمة الخدمة، في حين يكون التسديد بشيك (الدفع المؤجل) عندما تتعامل وكالة onat biskra مع المؤسسات الاقتصادية بصفة تعاقدية مثل سونلغاز نفظال، كليات جامعة محمد خيضر - بسكرة-، اما بالنسبة لوكالة "إيمان للسياحة والاسفار" تتعامل بالشيك اذا كان الزبون من خارج ولاية بسكرة، وتلجأ الوكالة الى الدفع الالكتروني عندما تتعامل مع الفنادق والمؤسسات الأجنبية من خلال فيزا او ماستر كارط، وهذا في اطار التعامل بالمنصات الالكترونية السابقة الذكر، كما أكد مسير الوكالتين ان الدفع الالكتروني تم العمل به في وقت سابق مع الزبائن، اما في الوقت الحالي تم الاستغناء عنه نهائيا نظرا لمشاكل تقنية وعدم توفر البنية التحتية لمثل هذه المعاملات، غياب ثقافة العمل الالكتروني لدى الأشخاص.

أكد مسير الوكالتين انه عند تقديم الخدمة السياحة تعتمد الوكالتين على الأجهزة والبرمجيات. قواعد البيانات. شبكات الاتصال، حيث لا يمكن الاستغناء على أي منهما، للتسعير تعتمد وكالة onat biskra على قواعد البيانات لوضع أسعار لخدماتها حيث لا تتدخل الوكالة في وضع الأسعار، في حين توجد برمجيات محاسبية لتنظيم فواتير البيع والشراء بشكل مستمر، حيث تعتمد الوكالة على برنامج Gest Travel لتنظيم جميع فواتيرها مع المؤسسات العمومية المتعاقدة، وهذا البرنامج غير موجود تقريبا في الوكالات الخاصة. ما وكالة "إيمان للسياحة والسفر" هي الأخرى تعتمد على قواعد بيانات لوضع أسعار لخدماتها مع إضافة هامش الربح، في حين لا توجد برمجيات محاسبية لتنظيم فواتير البيع والشراء بشكل مستمر، حيث يقوم بها محاسب خارجي عن الوكالة التعاقد معه.

تعتمد الوكالتين على الترويج والاعلان لخدماتها على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال ما يتم إعلانه عبر الموقع الالكتروني وموقع الفيسبوك نظرا لسرعتهم في الوصول الى أكبر شريحة من الزبائن وباقل تكلفة وما يحدثه من ضجة BUZZ، وبالتالي زيادة نسبة الاقبال على الخدمات السياحية.

اما الأدوات والوسائل لزيادة الطلب على الخدمات فقد اعتمدت الوكالتين في الإعلان عبر موقع الفيسبوك من خلال ما تنشره كالتعريف بالمقومات السياحية في الجزائر كل حسب وجهته، من صور ومقاطع فيديو تم اخذها في رحلات سياحية قامت بها الوكالة، صور للتعريف بخدماتها، برامجها، المقاصد السياحية التي تروج لها، الملصقات الجدارية، الإعلان في الإذاعة لرحلات الحج والعمرة، كما توزع كتالوجات تعرض فيها خدماتها السياحية.

كذلك بالنسبة لتنشيط المبيعات فكانت الإجابة بالنسبة للوكالتين تعتمد لجلب المزيد من الزبائن على الخصومات الموسمية بصورة خاصة، تخفيضات خاصة بالمجموعات، سمعة الوكالة الجيدة من خلال تقديم اجود الخدمات، وتحسن علاقتها بالاهتمام

## الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وإيمان للسياحة والسفر.

بالزبائن، توطيد علاقاتها مع الزبائن وتوطيد العلاقة مع المتعاملين الاقتصاديين كالفنادق ومؤسسات النقل بعد بيع الخدمات، كما تشارك الوكالتين في بعض المعارض والمهرجانات، وكما تنشر لزيائنها الهنئيات في المواسم والاعياد الدينية والوطنية.

أما بالنسبة لوسائل البيع الشخصي بالنسبة للوكالتين انهما تعتمد على رجال البيع للتعريف بالوكالة وعرض خدماتها السياحية على عدة مؤسسات بغية التعاقد معها كالتخفيض لنسبة معينة من السعر كلما زاد عدد طلب العمال على الخدمات، كذلك تعتمد على رجال البيع لعرض خدماتها بالنسبة للفنادق ومؤسسات النقل، كما تعتبر الوكالتين الحوار أساسي في الإجابة الفورية على أسئلة واستفسارات الزبائن من خلال المقابلة وجه لوجه او عبر موقع الفيسبوك.

أكد مسيرو الوكالتين ان الوكالات السياحية تتنافس فيما بينها حيث ركز كل وكالة في البحث على تحقيق ميزة الابداع عن منافسيها في كيفية الترويج لخدماتها وتقديم خدمات ذات جودة عالية.

هناك فوائد عدة جراء استخدامهم لتكنولوجيا وهذا ما اكدها مسيرو الوكالتين من بينها تحسين أداء الوكالة، تحسين علاقتها مع زبائنها من خلال الاستجابة الى مطالبهم بطريقة الكترونية وبالتالي تسريع العملية التجارية وكسب زبائن جدد، كما ان مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر انجح وسيلة للترويج وتنشيط الخدمات السياحية من خلال زيادة عدد الزبائن، كما دفعتها هذه المواقع للتميز والتطور والنشاط على مدار السنة.

في حين أكدوا ان هناك عوائق ومشاكل تعاني منها الوكالة تجاه تعاملاتها الأجنبية ولعل أبرزها، مشكلة الدفع الالكتروني نتيجة عدم توفر نظام للدفع الالكتروني، مشكلة انقطاع الكهرباء وأحيانا الانترنت مما يؤدي الى ضياع الوقت في انهاء المعاملات.

اما عن مستقبل النشاط السياحي الالكتروني في الوكالة وفي ولاية بسكرة خاصة، يرون ان العصرنة الالكترونية أصبحت ميزة العصر التي مست شتى ميادين الحياة وبالتالي أصبحت الوكالات السياحية مجبرة على مواكبة هذه التطورات كباقي المؤسسات، كما فتحت لهم افاق كبيرة في المجال السياحي فصاروا يحاولون بكامل جهدهم في تكييف ادارتهم وموظفيهم على العمل مع كل ما هو تكنولوجي، خاصة مع وسائل التواصل الاجتماعي من خلال تقديم أفضل العروض الترويجية وتنشيط السياحة الداخلية والخارجية، فقد ساهم الإعلان عبر موقع الفيسبوك بشكل كبير في التعريف بالسياحة الصحراوية لولاية بسكرة خاصة للزبائن القاطنين في الشمال كما وضع لهم انما ولاية بسكرة وجهة سياحية جذابة ليست بغابات النخيل فقط بل للكثير من الحمامات المعدنية والقرى السياحية والنشاطات والمهرجانات .

وكذلك اثناء جائحة كورونا أجبرت الوكالات السياحية على اعتماد العمل الالكتروني وتقديم الخدمات بشكل مطلق.

وختم مسير الوكالتين ان النشاط السياحي الالكتروني في تطور مستمر عند كل حدث تكنولوجي جديد.

### الفرع الثالث: نتائج المقابلة.

من خلال تحليل المقابلة تبين لنا مجموعة من النتائج في كل محور وستطرق اليها كالاتي.

## الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وإيمان للسياحة والسفر.

- ✓ فيما يخص المؤهل التعليمي نجد ان مسير وموظفين الوكالة من خرجي الجامعات والمعاهد الوطنية في تخصص السياحة والاعلام الالي والتسيير وهذا ما يشترطه القانون الجزائري والذي يحدد القواعد التي تحكم نشاط وكالة السياحة والاسفار.
- ✓ لسنوات الخبرة التي يمتلكها الفرد دور كبير في مساعدته على الفهم الجيد للعمل الذي يقوم به.
- ✓ ان تلقي المسير والموظفين لتكوين في الاعلام الالي يسمح لهم بالتحكم في تقنيات وبرمجيات تسيير الوكالة وبالتالي مواكبة التطور الحاصل في مجال التكنولوجيا وهذا من اجل التحكم فيها واستخدامها على أكمل وجه، وهذا ما وجدناه في الوكالتين.
- ✓ بالنظر الى الوكالتين نجد انها في بدايتها توظف عددا محدودا من العمال، الا ان التطور في إضافة العمال لا يوجد فنجد وكالة من بين الوكالات محل الدراسة بدأت نشاطها سنة 1962 لا تستغل حاليا الا 06 موظفين، ومنه يمكن القول ان الخدمات المقدمة من طرف الوكالة لا يتطلب ذلك.
- ✓ الوكالتين يستخدمون أجهزة الإعلام الالي في تسيير مختلف خدماتهم واعمالهم وهذا ما يدل على وجود بنية تحتية تؤمن استخدام التكنولوجيا، وتتيح هذه الوكالتين جهازا خاصا بكل عامل ليسمح لها بتسريع عملياتها التجارية والقيام بالمهام على أكمل وجه.
- ✓ تلعب البرمجيات، وقواعد البيانات دورا كبيرا في تسيير اعمال الوكالتين وهذا ما أكده المسير والموظفين.
- ✓ للأترنت أهمية كبيرة في الوكالتين وهي عنصر الزامي ولا يمكن الاستغناء عنها ويعتمدون عليها بشكل كبير في تسيير مختلف أعمالهم ويعتبرونها اهم وسيلة للتواصل.
- ✓ أكد المسير وموظفين الوكالتين ان امتلاكها لصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث استخدمتها للتواصل مع زبائنهم والترويج لخدماتهم مما ادى الى زيادة الطلب على الخدمات السياحية في ولاية بسكرة.
- ✓ فيما يخص الحجز والدفع بالنسبة للزبائن أكد مسير وموظفين الوكالتين انه يتم التعامل بالدفع النقدي او التسديد بالشيك، اما الدفع الالكتروني الغي بسبب مشاكل تقنية.
- ✓ من خلال ما سبق يمكن القول ان الوكالات السياحية من الأدوات التي تسعى الى استقطاب السياح المحليين والأجانب وذلك من خلال عرضها لمقومات السياحة في الجزائر والولاية التي تقع بها الوكالات السياحية.

## الفصل الثاني: دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة وايمان للسياحة والسفر.

### خلاصة

تعرضنا من خلال هذا الفصل لدراسة الحالة التي تتناول دور الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر، حيث تم اختبار ولاية بسكرة كدراسة حالة وهذا بالتركيز على مدى تطبيق الإدارة الالكترونية على مستوى الوكالات السياحية باعتبار ان الوكالات السياحية تلعب دورا هاما في تنشيط القطاع السياحي، حيث اعتمدنا في دراستنا على أسلوب المقابلة.

ومن خلال النتائج المتوصل اليها اتضح ان الوكالات السياحية تستخدم الإدارة الالكترونية وتواكب مختلف التطورات التكنولوجية والتقنية التي تساعدها في تحقيق الجودة في خدماتها المقدمة سواء بالطريقة التقليدية او المقدمة الكترونيا، ويظهر هذا جليا من خلال الأجهزة والبرمجيات وقواعد البيانات والشبكات التي تمتلكها الوكالات السياحية، واهم الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي منها الموقع الالكتروني. الفيسبوك. الانستغرام.... الخ لترويج وتنشيط الخدمات السياحية، كل هذا من اجل تحسين أداء الوكالة وتحسين علاقتها مع الزبائن والاستجابة الى مطالبه بطريقة الكترونية، الا انه هناك عوائق أهمها نظام الدفع الالكتروني .

الخاتمة

## الخاتمة

تعد الإدارة الالكترونية أحد المفاهيم المعاصرة التي استطاعت خلال السنوات القليلة الماضية ان تنال بمعظم القطاعات والمؤسسات في ترقية وتحسين خدماتها الكترونيا وذلك بالاستعانة بمختلف الأدوات والوسائل المتطورة والتكنولوجيا الحديثة في تنفيذ العمليات والخدمات، حيث ان تطبيقها يعد فرصة للمؤسسات لتطوير اداءها وزيادة تنافسيتها والتقليل من هدر الوقت والجهد ومواجهة كل مشاكل الإدارة التقليدية والتقليل منها، والتوجه نحو ما يسمى بمجتمع المعلومات والرقمنة.

ان الإدارة الالكترونية تهدف الى تقديم خدمة متميزة للزبون، حيث يعتبر رضا السائح عن الخدمات المقدمة له نقطة البداية والنهائية للنشاط السياحي، وهذا ما جعل الوكالات السياحية ان تكون لها مقدرة واسعة في استغلال أحدث التكنولوجيا في عرض منتجاتها، وقد كان لصفحات الموجودة على وسائل التواصل الاجتماعي القدرة على التعريف والترويج لمختلف خدماتها والمقاصد السياحية المروج لها للجمهور المتلقي بغرض اثارة اهتمامه واقناعه باقتناء مختلف الخدمات السياحية المعروضة.

**أولا نتائج الدراسة:** توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج في شقها النظري والتطبيقي، حيث تجيب هذه النتائج عن الإشكالية الرئيسية والتساؤلات الفرعية الموضوعية في المقدمة، بالإضافة الى نتائج شرح الفرضيات الموضوعية للدراسة، وكانت النتائج على النحو التالي.

### النتائج النظرية:

- ✓ انطلاقا مما ذكرناه سابقا يمكن الإجابة على الإشكالية التي طرحناها في مقدمة الدراسة حيث يمكن القول ان الإدارة الالكترونية تساهم في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر من خلال قدرتها وفعاليتها في استخدام شبكة الانترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصال وتطبيقاتها في تنشيط وترويج السياحة وتقديم أفضل الخدمات السياحية لزبائنها بطريقة حديثة وسريعة. وتقريب الإدارة من الزبائن.
- ✓ كذلك تساهم من خلال استعمالها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وتطبيقاتها لترقية وتسويق "مقصد الجزائر" مع نشر منشورات وكتيبات ودعائم أخرى مكتوبة ورقمية لبيع مختلف العروض السياحية ل مقصد " الجزائر " .
- ✓ اما الأسئلة الفرعية وكانت الاجابة كالآتي:
- ✓ الإدارة الالكترونية هي استخدام لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ولاسيما شبكة الانترنت كأداة تسمح بالوصول الى إدارة أفضل.
- ✓ ان مشروع الإدارة الالكترونية يجب ان يراعي عدة متطلبات منها: البنية التحتية، توفر الوسائل الالكترونية للاستفادة من الخدمات المقدمة، مزوي الخدمات بالانترنت، التدريب وبناء القدرات للموظفين، التشريعات والنصوص القانونية، توفير الامن الالكتروني، التمويل، الإدارة السياسية، خطة التسويقية لاستخدام الإدارة الالكترونية .
- ✓ اهم تطبيقات الإدارة الالكترونية في المجال السياحي هي السياحة الالكترونية حيث تعتمد الدول على استغلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنشيط منتجها السياحي ، بالإضافة الى الوسائل التقليدية .

## الخاتمة

- ✓ تعد السياحة الالكترونية ضرورة حتمية في عمل الوكالات السياحية الخاصة والعمومية، لكي تستفيد من كل مزايا التكنولوجيا الحديثة، لتقدم أفضل الخدمات لزبائنهم وكسب رضاهم.
- ✓ للوكالات السياحية اهمية كبيرة في تنشيط القطاع السياحي من خلال مسايرة التطور التكنولوجي واستخدام كل الأدوات والوسائل الالكترونية لترويج خدماتها وتقديمها للزبائن بطريقة الكترونية.
- ✓ حلت المواقع الالكترونية وصفحات التواصل الاجتماعي مشكلة تنشيط وترويج للسياحة والخدمات السياحية.
- الإجابة على الفرضيات.
- ✓ الفرضية الرئيسية : تؤدي الإدارة الالكترونية دور فعال في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر.
- ✓ من خلال دراسة حالة والمتمثلة في المقابلة يمكن القول ان الإدارة الالكترونية تؤدي دور فعال في تنشيط القطاع السياحي وذلك باعتماد الوكالات السياحية محل الدراسة على عناصر الإدارة الالكترونية وتطبيقاتها في عملية الترويج والتنشيط السياحي، وبالتالي الفرضية الرئيسية فرضية محققة.
- ✓ الفرضية الأولى: تتوفر الإدارة الالكترونية على بنية تحتية تساعدها في أداء اعمالها.
- ✓ تستخدم الإدارة الالكترونية المكونات الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تسيير اعمالها وهي المكونات المادية والمتمثلة في أجهزة الاعلام الالي، والمكونات المعرفية والمتمثلة في البرامج وقواعد البيانات التي تستخدمها الوكالات السياحية في تسيير اعمالها ومن اهمها برنامج الحجز "amadus"، برنامج "مناسك" بالإضافة الى شبكة الانترنت وبالتالي الفرضية الاولى محققة.
- ✓ الفرضية الثانية: تعتبر السياحة الالكترونية من اهم تطبيقات الإدارة الالكترونية في المجال السياحي.
- ✓ من خلال تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال واستعمالها في إنجاز المعاملات الإدارية ظهرت السياحة الالكترونية حيث هي استخدام كل الاعمال الالكترونية في مجال السياحة والسفر، واستعمال شبكة الانترنت وتطبيقاتها، لتمكن الوكالات السياحية من تقديم أفضل الخدمات لزبائنهم بصورة سهلة وسريعة، وبالتالي الفرضية الثانية محققة.
- ✓ الفرضية الثالثة: تستخدم الوكالات السياحية المواقع الالكترونية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي لتنشيط القطاع السياحي في الجزائر .
- ✓ تمتلك الوكالات السياحية محل الدراسة مواقع الكترونية وصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث توفر هذه المواقع معلومات وصور عن المناطق السياحية بالجزائر، صور وفيديوهات عن بعض الرحلات السياحية التي قامت بها الوكالة، المنطقة التي تقع بها الوكالة السياحية. برنامجها. رحلاتها. المقاصد السياحية المروج لها، وبالتالي الفرضية الثالثة محققة.

### النتائج التطبيقية:

- ✓ تملك الجزائر مقومات ومؤهلات سياحية جد مميزة سواء طبيعية منها والثقافية والتاريخية والحضارية ولها مواقع مصنفة عالميا وهذا ما يمكنها ان تكون وجهة سياحية جد جذابة للسياح والأجانب خاصة.
- ✓ تملك الجزائر ثورة سياحية هامة موزعة على التراب الوطني سواء كانت في الساحل او الهضاب العليا او الجنوب، مما جعلها تتميز بعدة أنواع من السياحة منها الساحلية، الجبلية والصحراوية والسياحية الحموية..... وغيرها ، في حين يجب استغلالها احسن استغلال .
- ✓ تبنيت الجزائر عدة هياكل إدارية لتنمية القطاع السياحي منها وزارة السياحة والصناعة التقليدية والديوان الوطني للسياحة وغيرها.
- ✓ تبنى الجزائر مشروع الجزائر الالكترونية 2008-2013 الذي يتضمن عصرنه ورقمنة جميع القطاعات وإدخال تكنولوجيا المعلومات في الخدمات الإدارية وتحقيق السرعة والكفاءة في إنجاز المعاملات التي تقدمها للمواطنين والقضاء على البيروقراطية.
- ✓ إطلاق العديد من التطبيقات الرقمية في جميع القطاعات منها رقمنة سجل الحالة المدنية (الشباك الالكتروني)، استخراج جواز السفر البيومتري وبطاقات التعريف البيومترية، بطاقة السحب (البطاقة الذهبية) والاطلاع على الرصيد.
- إطلاق العديد من المواقع الالكترونية منها بوابة المواطن،رقمنة استخراج شهادات السوابق العدلية والجنسية،إنجاز بطاقة الشفاء..... وغيرها من المواقع الالكترونية مثل [www.ouedkniss.com](http://www.ouedkniss.com) - [chihap.com](http://chihap.com) .
- ✓ شرعت الجزائر في تنمية القطاع السياحي ، وتفعيل السياحة الالكترونية في الخدمات السياحية من خلال رقمنة القطاع واطلاقات العديد من التطبيقات والمواقع الالكترونية السياحية.
- ✓ الجزائر تتوفر على عدد محدد من المواقع السياحية الالكترونية وبالتالي لا تساهم هذه المواقع الا بشكل محدود بالتعريف بالعرض السياحي، وتلبي الطلب المحلي فقط، يجب توفير عرض سياحي يرقى الى مستوى لائق وتبني سياسات ترويجية تسمح بالتعريف بالمنتوج الجزائري .
- ✓ إطلاق البوابة الالكترونية "مسارات الجزائر السياحية " يوم 26-05-2023، لتلبية الطلب السياحي المحلي والدولي واختصار الطريق امام السياح في اختيار الوجهة من حيث الاهتمامات او القدرة المالية .
- ✓ اهتم المشرع الجزائري بالوكالات السياحية من خلال سن قوانين التي تشرع عملها، نظرا لأهمية هذا النوع من الوكالات السياحية ، في تنشيط السياحة الداخلية وجذب السياح الأجانب.
- ✓ تستخدم الوكالات السياحية الإدارة الالكترونية وتواكب مختلف التطورات التكنولوجية والتقنية لتقديم خدماتها الكترونيا للزبائن.
- ✓ تمكنت الوكالات السياحية من مواكبة التقنيات الجديدة ف تنشيط السياحة بسرعة فائقة، فأنشأت صفحات خاصة بها على مواقع التواصل الاجتماعي، واصبحت الوكالات تتواصل مع زبائنها ومشاركتها بصفة دائمة فتعلمهم بكل المستجدات وتطلب اقتراحاتهم وتعليقاتهم.

## الخاتمة

- ✓ ان مواقع التواصل الاجتماعي قد أصبحت أداة جد فعالة في الترويج السياحي وتستخدمها الوكالات لتعريف بالمقومات السياحية في الجزائر و تقديم الخدمات السياحية والتواصل مع الجمهور المستهدف على نطاق واسع، خاصة الفيسبوك الذي يعتبر أكثر الوسائط استخداما في الجزائر وفي المنطقة العربية.
- ✓ ان نجاح السياحة في الوقت الحاضر، قائم على الاعتماد بشكل رئيسي على السياحة الالكترونية نظرا لقدرتها على تحسين تجربة السياح في البحث عن المعلومات، كما يسمح بإبداء المقارنة بين الأماكن، الاسعار العروض ..
- ✓ صفحات التواصل الاجتماعي تعتبر من اهم الوسائل لنشر الوعي السياحي وخاصة انه معزز بتجارب ومشاركات فعلية من قبل المشاركين (صور. فيديوهات)، اضافة الى التقاء ثقافات عدد كبير جدا من الدول مما يعزز الفكر السياحي ويساهم في نشره.

**اقتراحات وتوصيات:** في إطار هذه الدراسة ومن خلال النتائج المتحصل عليها يمكن استنتاج الاقتراحات التالية.

- ✓ قطاع السياحة في الجزائر لا يزال يحتاج الى التفاتة المسؤولين والاهتمام به باعتباره بديلا مهما عن البترول ومساهمته الكبيرة في الاقتصاد الوطني.
- ✓ المتابعة المستمرة لكل التطورات التكنولوجية حول التطبيقات الجديدة لممارسة السياحة الالكترونية بالوكالات السياحية.
- ✓ ضرورة الاستفادة من تجارب الدول الرائدة في المجال السياحي، خاصة تلك الدول التي لها نفس المميزات وخصائص السياحة كدول حوض البحر الأبيض المتوسط. كتونس. المغرب. فرنسا. اسبانيا.
- ✓ يجب الاهتمام بالبنية التحتية ورفع مستوى التدفق بواسطة توسيع شبكة الالياف البصرية، وتخفيض الاستثمارات في مجال تكنولوجيا الاعلام والاتصال في جميع القطاعات.
- ✓ تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي مصدر هام لجمع المعلومات، لذلك على الوكالات السياحية ان تزود صفحاتها بمعلومات واضحة عن خدماتها وبرامجها السياحية التي تروج لها، ومتابعة اللحظة للحوار والتواصل أكثر.
- ✓ الاهتمام بالسياحة الثقافية والترفيهية لأنها غالبا ما تكون المقصد الأول للسياح.
- ✓ تفعيل دور الوكالات السياحية في بناء ثقافة السياحة الداخلية.
- ✓ تطوير ورفع هياكل الاستقبال السياحية بالجزائر وجعلها بمقاييس عالمية.
- ✓ توفير نظام يسمح بالدفع الالكتروني.

**افاق الدراسة:** نظرا لحدائة الموضوع واهميته بالنسبة للمؤسسات السياحية، تقدم الطالبة عدد من المواضيع يمكن ان تشكل مواصلة لهذه الدراسة وهي:

- ✓ السياحة الالكترونية ودورها في تفعيل القطاع السياحي الجزائري.
- ✓ دور الوكالات السياحية في الترويج للسياحة الداخلية الجزائرية.
- ✓ أثر مواقع التواصل الاجتماعي على السياحة الدولية.
- ✓ اثر العولمة على صناعة السياحة في البلدان العربية.
- ✓ دور مواقع التواصل في السياحة البنينة في الوطن العربي.



# قائمة المراجع

أولا. الكتب:

1. ابراهيم اسماعيل الحديد، (2009) ادارة التسوق السياحي، عمان، الاردن ، دار الاعصار العلمي للنشر.
2. احمد فتحي الحيث، (2015) مبادئ الادارة الالكترونية، عمان، الاردن ، دار حامد للنشر والتوزيع.
3. الحمدان سهيل، (2001) الادارة الحديثة للمؤسسات السياحية والفندقية، عمان ،لاردن ، دار الرضا للنشر.
4. ثابت عبد الرحمان ادريس، (2009) نظم المعلومات الادارية في المنظمات العصرية، الإسكندرية، مصر ، الدار الجامعة.
5. جلال بدر خضرة، و يوسف كافي هنادي محمد مخلوف مصطفى ، (2017) ادارة الاعمال السياحية، قسنطينة، الجزائر، الفا للوثائق.
6. حسن محمود الحسن، (2011) الادارة الالكترونية، عمان ، الاردن ، الوراق للنشر والتوزيع.
7. خربوطي صلاح الدين، (2000) الاقتصاد السياحي، عمان ، الاردن مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع.
8. رافت رضوان، (2004) الادارة الالكترونية والمتغيرات العالمية الجديدة، الاسكندرية ، مصر ، مركز العلوم واتخاذ القرار.
9. رحيم حسين، و عمار بن منصور موسى مانع، (2013) السياحة والتنمية السياحية، الجزائر ، دار النشر جليطي.
10. سعد غالب ياسين، و بشير عباس العلاق، (2006) الاعمال الالكترونية، عمان، الاردن ، دار المناهج.
11. سليم محمد خنفر، و علاء حسين السراي ، (بلا تاريخ) صناعة الفنادق، عمان ، الاردن ، دار التحرير للنشر والتوزيع.
12. سوسن زهير المهدي، (2011) تكنولوجيا الادارة الالكترونية، الاردن ، دار اسامة للنشر والتوزيع.
13. طارق عبد الرؤوف عامر، (2007) الادارة الالكترونية، القاهرة، مصر ، دار السحاب للنشر والتوزيع.
14. عصام حسن السعيد، (2009) ادارة مكاتب وشركات وكلاء السفر، عمان، الاردن ، دار اليازة للنشر والتوزيع.
15. علاء حسن السراي، و سليم محمد عبد الله الحجي خنفر ، (2011) التسويق والمبيعات السياحية والفندقية، عمان ،لاردن دار الجديد للنشر والتوزيع.
16. علاء عبد الرزاق السالمي، و خالد ابراهيم السليطي ، (2008) الادارة الالكترونية، عمان ، الاردن ، دار وائل للنشر.
17. علي السلمى، (2009) الادارة المعاصرة، القاهرة، مصر ، دار عزيز.
18. عمار بوحوش، (2006) نظريات الادارة الحديثة القرن الواحد والعشرين، بيروت ،لبنان ، دار المغرب الاسلامي.
19. لمياء حنفي، (2011) مقدمة عن شركات السياحة ووكالات السفر، الاسكندرية ،دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.
20. ماهر عبد الخالق السيسي، (2001) مبادئ السياحة، القاهرة ، مصر ، مجموعة النيل العربية.

21. ماهر عبد العزيز توفيق، (2013) صناعة السياحة، عمان، الأردن، دار زهران للنشر والتوزيع .
22. محمد محمود المكاوي، (2011)، الادارة الالكترونية، مصر ، دار الفكر والقانون.
23. مرسي حسن احمد، (2020) الادارة الالكترونية، الاسكندرية، مصر ، مؤسسة شباب الجامعة.
24. مصطفى يوسف كافي، (2017)، السياحة الدولية في ظل تطور تقنية المعلومات والاتصالات وعولمة السياحة، قسنطينة، الجزائر ، الفا للوثائق.
25. مصطفى يوسف كافي، (2017) مدخل الى علم السياحة، قسنطينة، الجزائر ، الفا للوثائق.
26. مصطفى يوسف كافي، و اخرون، (2016) مبادئ السياحة، عمان، الاردن ، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع.
27. نجم عبود نجم. (2004)، الادارة الالكترونية، عمان، الأردن، دار اليازودي للنشر والتوزيع.
28. نعيم الظاهر، و الياس السراب، (2007) مبادئ السياحة، عمان، الاردن ، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة.
29. هباء رجاء الحربي، (2012) التسويق السياحي، عمان، الاردن، دار اسامة للنشر والتوزيع.

#### ثانيا. المذكرات والاطروحات:

1. خلوط جهاد، (2019) مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تسويق المنتج السياحي ،جامعة بسكرة ،اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتورا .قسم العلوم التجارية . كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير .
2. زاغز سارة، (2020) اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في ترويج الخدمات السياحية ،جامعة بسكرة ، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتورا ،قسم العلوم التجارية ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير .
3. زير ريان، (2017) مساهمة التسوق السياحي في تطوير السياحة في الوطن العربي ،جامعة بسكرة ،اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتورا ،قسم العلوم التجارية ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير .
4. شرفاوي عائشة، (2015) السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية ، جامعة الجزائر 03: اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتورا ، قسم علوم التسيير ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير .
5. بوقلاشي عماد، (2011) الادارة الالكترونية ودورها في تحسين اداء الادارات (رسالة ماجستير ) ،جامعة الجزائر 3.

#### ثالثا. المقالات:

1. عبد المجيد سامي، و سميرة بن علي ، (نوفمبر، 2019) مقال حول التطبيقات الالكترونية السياحية في الجزائر، دراسة لغوية سيميائية ، الجزائر.
2. خالد بن نعمة ، (02 افريل ، 2016) مقال حول وجهة للسياحة الحموية -بامتياز -مئات الزوار يتوافدون عليها للاستحمام والعلاج،استطلعات وتحقيقات ، يومية الشعب الجزائرية.

رابعاً. المجالات:

1. السبتي وسيلة، و تاج الدين صحراوي محمد ، (2017) السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة ، العدد الثاني .
2. بختي ابراهيم، و محمد فوزي شعوي ، (العدد 07، 2010) دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة، مجلة الباحث.
3. عبد الرزاق مولاي لزرق، و خالد بورحلي ، (جوان، 2016) متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية العدد 04.
4. عيساني عامر، و ساعد بوراوي ،(اوت، 2007) التسويق الالكتروني كالية لتفعيل وترقية خدمات المؤسسات السياحية، مجلة دراسات اقتصادية، صفحة الجزائر .
5. فضيلة عينين، (2022) الادارة الالكترونية للنشاط السياحي، (صفحة العدد 2)، مجلة البحوث في العقود وقانون الاعمال .
6. كواش خالد، و نوال قمرراوي ، (2013) دور السياحة الالكترونية في تنمية القطاع السياحي في الجزائر ، (صفحة العدد 28 المجلد 01)، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة .

خامساً. المنشورات:

1. الديوان الوطني للسياحة .الجزائر. (2009)، حمامات معدنية، منشورات الديوان الوطني للسياحة.
2. الموقع الرسمي لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية بسكرة ، مواقع اثرية.
3. مديرية السياحة لولاية بسكرة (2015) دليل انشاء الوكالات السياحية.
4. خرشي الهام، (2019) الادارة الالكترونية في الجزائر، محاضرات في مقياس الادارة الالكترونية، سطيف ، شعبة العلوم القانونية والإدارية، جامعة محمد لمين دباغين 02.

سادساً. القوانين والمراسيم:

1. الجمهورية الجزائرية الجريدة الرسمية، (07 افريل، 1999) مفهوم وكالة سياحة واسفار،الموافق ل21 ذو الحجة ، العدد 24.
2. الجمهورية الجزائرية الجريدة الرسمية، (05 جوان، 2011) دفتر الشروط المتعلق باستغلال السياحة والاسفار ،الموافق ل03 رجب 1432، العدد31.

سابعاً. الجرائد:

1. الوكالات السياحية تصنيف جريدة، (22 جوان،2018) جريدة الخبر، اخبار الوطن.

2. وكالة الانباء الجزائرية. (26 جوان , 2023).

ثامنا. المداخلات:

1. كيش جمال، و بلال كامش ، (2016) واقع السياحة في الجزائر، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات المنتدى الدولي حول الصناعة السياحية في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الاستفادة من التجارب الرائدة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل يومي 9 و10 نوفمبر.
2. محمد العطا عمر، (2015-07-06) اثر الاعمال الارهابية على السياحة، دمشق، مركز الدراسات والبحوث، قسم الندوات واللقاءات العلمية.

# فهرس المحتويات

## فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
<b>الفصل التمهيدي</b>	
2	مقدمة
2	أولاً. الإشكالية الرئيسية
3	ثانياً. الدراسات السابقة
4	ثالثاً. فرضيات الدراسة
4	رابعاً. نموذج الدراسة
4	خامساً. منهجية الدراسة
5	سادساً. تصميم البحث
5	سابعاً. أهمية الدراسة
6	ثامناً. أسباب اختيار الموضوع
6	تاسعاً. خطة مختصرة للدراسة
<b>الفصل الأول. الإطار النظري للإدارة الالكترونية والسياحة</b>	
9	تمهيد
10	المبحث الأول. مفاهيم حول الإدارة الالكترونية
10	المطلب الأول. ماهية الإدارة الالكترونية
10	الفرع الأول. تعريف الإدارة التقليدية والإدارة الالكترونية والفرق بينهما
13	الفرع الثاني. التطور التاريخي للإدارة الالكترونية وأهدافها
15	الفرع الثالث. خصائص الإدارة الالكترونية وأهميتها
17	المطلب الثاني . عناصر ومراحل تطبيق الإدارة الالكترونية
17	الفرع الأول. عناصر الإدارة الالكترونية
18	الفرع الثاني . مراحل تطبيق الإدارة الالكترونية
19	الفرع الثالث . متطلبات الإدارة الالكترونية
21	المطلب الثالث. عموميات حول الإدارة الالكترونية
21	الفرع الأول . مبادئ الإدارة الالكترونية
21	الفرع الثاني .وظائف الإدارة الالكترونية
23	الفرع الثالث . معوقات الإدارة الالكترونية
25	المبحث الثاني .مفاهيم حول السياحة
25	المطلب الأول . تعريف السياحة. التطور التاريخي للسياحة. أنواعها
25	الفرع الأول . تعريف السياحة
26	الفرع الثاني . التطور التاريخي للسياحة
28	الفرع الثالث .أنواع السياحة

## فهرس المحتويات

31	المطلب الثاني خصائص السياحة. أركانها. ومقوماتها
32	الفرع الأول. خصائص السياحة
32	الفرع الثاني. أركان السياحة
33	الفرع الثالث. مقومات السياحة
34	المطلب الثالث. أهمية السياحة، علاقة السياحة بالعلوم الأخرى. آثار السياحة
34	الفرع الأول. أهمية السياحة
35	الفرع الثاني. علاقة السياحة بالعلوم الأخرى
36	الفرع الثالث. آثار السياحة
39	المبحث الثالث. مساهمة الإدارة الالكترونية في تطوير القطاع السياحي
39	المطلب الأول. تعريف السياحة الالكترونية وأهميتها
40	المطلب الثاني. دوافع استخدام تكنولوجيا المعلومات في تنشيط قطاع السياحة
41	المطلب الثالث. المتطلبات العامة لتطبيق السياحة الالكترونية
43	خلاصة
<b>الفصل الثاني. الإطار التطبيقي لدور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالاتي ONAT بسكرة وإيمان للسياحة والسفر</b>	
45	تمهيد
46	المبحث الأول. السياحة في الجزائر
46	المطلب الأول. مقومات السياحة في الجزائر
46	الفرع الأول. المقومات السياحية الطبيعية
48	الفرع الثاني. المقومات السياحية التاريخية والثقافية الدينية
50	الفرع الثالث. المقومات السياحية المادية
51	الفرع الرابع. المقومات السياحية المؤسساتية
52	المطلب الثاني. أنواع السياحة في الجزائر
52	الفرع الأول. السياحة الترفيهية الشاطئية
52	الفرع الثاني. السياحة الصحراوية
53	الفرع الثالث. السياحة الجبلية
53	الفرع الرابع. السياحة الحموية والسياحية الثقافية والتاريخية
54	المبحث الثاني. السياحة الالكترونية في الجزائر
54	المطلب الأول. تطبيقات الإدارة الالكترونية في الجزائر
54	الفرع الأول. الإدارة الالكترونية على مستوى البلدية
55	الفرع الثاني. الإدارة الالكترونية على مستوى القطاعات الوزارية
57	المطلب الثاني. تطبيقات الإدارة الالكترونية في الجزائر لقطاعات وزارية أخرى

## فهرس المحتويات

58	الفرع الأول. الإدارة الالكترونية على مستوى قطاع العدالة
58	الفرع الثاني. الادارة الالكترونية على مستوى قطاع البنوك
59	الفرع الثالث. الادارة الالكترونية على مستوى قطاع الضرائب
59	الفرع الرابع. الادارة الالكترونية على مستوى قطاع التجارة
61	المطلب الثالث. تطبيقات الادارة الالكترونية في القطاع السياحي الجزائري
65	المبحث الثالث. دور الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة للسياحة والسفر وإيمان للسياحة والسفر
65	المطلب الأول. وكالات السياحة والسفر
65	الفرع الأول. تعريف وأنواع وكالات السياحة والسفر
66	الفرع الثاني خدمات واهمية وكالات السياحة والسفر
67	الفرع الثالث. اهداف وصفات الواجب توفرها في العاملين في وكالات السياحة والسفر
68	المطلب الثاني. وكالات السياحة والسفر في القانون الجزائري
68	الفرع الأول. تعريف وكالات السياحة والسفر وخدماتها
69	الفرع الثاني . تصنيف وكالات السياحة والسفر وشروط الوكيل السياحي
70	الفرع الثالث. واجبات وكالات السياحة والسفر
71	المطلب الثالث. دور الادارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بوكالتي ONAT بسكرة للسياحة والسفر وإيمان للسياحة والسفر
71	الفرع الأول. تقديم ولاية بسكرة سياحيا
73	الفرع الثاني. عرض وتحليل أسئلة محاور المقابلة
78	الفرع الثالث. نتائج المقابلة
80	خلاصة
82	الخاتمة
88	قائمة المراجع
93	فهرس المحتويات
95	فهرس الجداول
97	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	الجدول
74	تطور عدد السياح الوافدين الى ولاية بسكرة خلال الفترة (2015 –سبتمبر 2019)
75	المعلومات الشخصية عن الوكالتين

الملاحق

## الملحق رقم 01: دليل المقابلة

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

تاريخ المقابلة 2023/05/15 ببسكرة .

### أسئلة المقابلة

#### المحور الأول. المعلومات الشخصية عن الوكالة .

1. ما هو اسم وكالتكم ؟
2. اين تقع؟ ماهو رقم البريد الالكتروني ؟ الموقع الالكتروني؟
3. هل هي وكالة خاصة ام عامة ؟
4. ما تصنيف وكالتكم ؟
5. اسم صاحب الوكالة؟ وطاقم العمل؟ بمعنى الهيكل التنظيمي للوكالة؟
6. عدد العمال ؟ ماهي المؤهلات المطلوبة للعمل في الوكالة ؟
7. منذ متى انطلقت وكالتكم في العمل السياحي بالولاية ؟
8. ماهي أنواع السياحة التي تنشطون بها ؟ ولماذا؟

#### المحور الثاني. واقع استخدام الإدارة الالكترونية في الوكالة السياحية .

1. هل تتوفر الوكالة على المعدات والأجهزة الالكترونية الحديثة ( أجهزة كمبيوتر . طابعات .الهاتف الثابت .الفاكس ..... ) ماهي ؟كم عددها ؟
2. هل تتوفر الوكالة على مجموعة من البرمجيات الحديثة لتسيير عملها ؟ ماهو اسم البرنامج الذي تستخدمونه ؟ كيف تم الحصول عليه؟
3. هل تحتوى الوكالة السياحية على قواعد بيانات خاصة بها ؟ هل هناك برامج للاحتفاظ بالمعلومات حول الزبائن ؟
4. هل تساهم الدولة في دعم النشاط السياحي؟
5. هل الوكالة مزودة بشبكة انترنت . اكسترنترنت .الانترانت ؟
6. كيف تتواصل الوكالة مع زبائنها .وجها لوجه او الهاتف الثابت .الفاكس يعني بوسائل الايصال التقليدية ؟
7. كيف تتواصل الوكالة مع زبائنها. البريد الالكتروني. الموقع الالكتروني. الهاتف النقال. وسائل الاتصال الحديثة ؟

8. ماهي الخدمات التي يمكن للزبون الحصول عليها دون زيارة الوكالة؟
9. هل هناك سهولة للوصول الى الموقع الالكتروني للوكالة عبر محركات البحث، وهل يعتبر سهل الاستخدام ام لا؟
10. هل لدى الوكالة حسابات على مواقع التواصل الاجتماع؟
11. هل يتمتع الافراد العاملين في الوكالة بالمعرفة الكافية لنظام الإدارة الالكترونية؟
12. هل يستجيب الزبون لطلب الخدمات الالكترونية ام يفضل القدوم للوكالة؟

### المحور الثالث. مساهمة استخدام الإدارة الالكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر بالوكالة السياحية .

1. هل تتعامل وكالتكم بما يسمى السياحة الالكترونية المطلقة ؟ وماهي الخدمات التي يجب حضور العميل للحصول عليها؟
2. ماهي البرامج الالكترونية المستعملة في وكالتكم؟
3. هل تستعمل وكالتكم ما يسمى la plateforme ؟
4. هل يتم التعامل مع الفنادق المستقبلية المحلية بطريقة الكترونية والفنادق المستقبلية الأجنبية وكذلك مع شركة الطيران بطريقة الكترونية؟
5. ماهي وسائل الدفع معتمدة في المؤسسة، متى تلجأ المؤسسة الى الدفع الالكتروني ؟
6. هل عند تقديم الخدمة السياحية تلجأ الى الأجهزة والبرمجيات فقط، ام تحتاج الى الشبكات وقواعد البيانات؟
7. على ماذا تستند الوكالة السياحية عند وضع أسعار لخدماتها على قواعد البيانات. ام التكاليف. اسعار الوكالات الأخرى؟
8. هل توجد لدى وكالتكم برامج محاسبية تستخدم لتنظيم فواتير البيع والشراء بشكل مستمر؟
9. هل تعتمد الوكالة على ترويج والاعلان لخدماتها على مواقع التواصل الاجتماعي، وهل تزيد من نسبة الاقبال على خدماتها؟
10. ماهي الأدوات والوسائل التي تستعملها الوكالة لزيادة الطلب على خدمات؟
11. كيف تنشط الوكالة مبيعاتها وتحسن علاقاتها، وماهي وسائل البيع الشخصي التي تعتمد عليها على مستوى الوكالة؟
12. كيف تحقق الوكالات التنافس فيما بينها ؟
13. ماهي الفوائد التي تنجر من استخدام التكنولوجيا على مستوى الوكالة؟
14. هل هناك عوائق او مشاكل تعاني منها المؤسسة تجاه تعاملاتها الالكترونية؟
15. مارأيكم في مستقبل النشاط السياحي الالكتروني في الوكالة وفي ولاية بسكرة خاصة ؟







الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

بسكره في : 15 - 05 - 2023

إلى السيد : مدير وكالة إيمان  
للسياحة والأسفار بسكره



جامعة محمد خيضر - بسكره

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية

وعلوم التسيير

عمادة الكلية

الرقم : 743 / ك.ق.ت.ت / 2023

## طلب مساعدة لاستكمال مذكرة التخرج

دعما منكم للبحث العلمي، نرجو من سيادتكم تقديم التسهيلات اللازمة للطالب :

1 - دريس صباح

المسجل بالسنة : ثانية ماستر تخصص : مالية وتجارة دولية

وذلك لاستكمال الجانب الميداني لمذكرة الماستر المعنونة بـ :

" دور الإدارة الإلكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر "

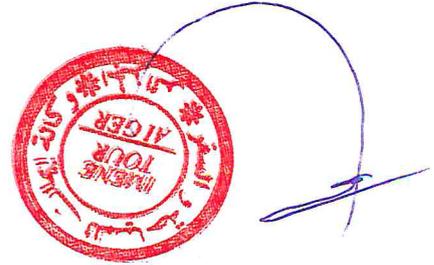
تحت إشراف : د/ حوحو فطوم

في الأخير تقبلوا منا أسى عبارات التقدير والاحترام

عميد الكلية



تأشيرة المؤسسة المستقبلية



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

بسكرة في : 15 - 05 - 2023  
إلى السيد : مدير أونات بسكرة  
ONAT Biskra



جامعة محمد خيضر - بسكرة  
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية  
وعلوم التسيير  
عمادة الكلية  
الرقم : 725 / لك.ق.ت.ت / 2023

طلب مساعدة لاستكمال مذكرة التخرج

دعما منكم للبحث العلمي، نرجو من سيادتكم تقديم التسهيلات اللازمة للطالب :

1 - دريس صباح

المسجل بالسنة : ثانية ماستر تخصص : مالية وتجارة دولية

وذلك لاستكمال الجانب الميداني لمذكرة الماستر المعنونة بـ :

" دور الإدارة الإلكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر "

تحت إشراف : د/ حوحو فطوم

في الأخير تقبلوا منا أسى عبارات التقدير والاحترام

عميد الكلية



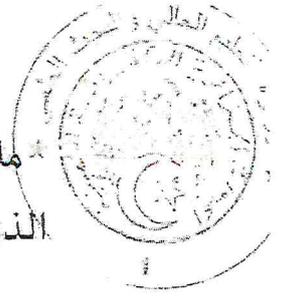
نائب العميد للدراسات والمسائل البحثية  
بالتعبئة  
د. غربي وهيب

تأشير المؤسسة المستقبلية



جامعة بسكرة

ص.ب 145 ق.ر- بسكرة



ملحق بالقرار رقم .....1082..... المؤرخ في ..... 27 شهر 2020 .....  
الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي:

نموذج التصريح الشرفي  
الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

أنا الممضي أسفله،

السيد(ة): **دريس صباح** ..... الصفة: طالب، أستاذ، باحث ..... **طالبة** .....  
الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم **204161608** والصادرة بتاريخ **07 09 2019** بـ **بسكرة** .  
المسجل(ة) بكلية / معهد **كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير** قسم **العلوم التجارية** .....  
والمكلف(ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه).  
عنوانها: **دور الإدارة الإلكترونية في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر**  
**دراسة حالة وكالة ONA آ بسكرة ووكالة إيمان للسياحة والسفر**  
أصرح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية  
المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

التاريخ: **2023...06...08**

توقيع المعني (ة)

**DRISS**