

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة أمحمد بوقرة *بومرداس*



كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

أطروحة دكتوراه علوم في:

شعبة: علوم التسيير
تخصص: تسيير المنظمات

دور الإدارة الإلكترونية في ترقية قطاع السياحة في الجزائر
- دراسة استشرافية -

إشراف الأستاذ الدكتور:

شعباني مجيد

إعداد الطالبة

مزوار منوبة

لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة بومرداس	أستاذ تعليم عالي	دبيش أحمد
مشرفا ومقررا	جامعة بومرداس	أستاذ تعليم عالي	شعباني مجيد
ممتحنا	جامعة الجزائر 3	أستاذ تعليم عالي	كواش خالد
ممتحنا	جامعة الجزائر 3	أستاذ تعليم عالي	سويسي عبد الوهاب
ممتحنا	المدرسة العليا للتجارة	أستاذ تعليم عالي	قاسم كريم

شكر وتقدير

أولاً وقبل أي شيء، أحمد الله عز وجل وأشكره كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه، أن انعم عليا بنعمة العقل وطلب العلم ووفقتني لإتمام هذا العمل وبلوغ هذه الدرجة، فاللهم لك الحمد حتى ترضى ولك الحمد إذا رضيت، ولك الحمد بعد الرضا.

وبعد ما يشرفني ان أتقدم بجزيل الشكر والعرفان الى من ساعدني وقدم لي النصح والتوجيه وقبل الاشراف على هذا العمل، الأستاذ الدكتور "شعبان بن هجيد" الذي كان نعم المرشد ونعم السند ولم يبخل عليا بعلمه ووقته وتوجيهاته لإخراج هذا العمل الى النور، فجزاه الله عنى كل خير.

كما اشكر جميع من ساعدني في إتمام الجزء التطبيقي وخص بالذكر مسؤولة الرقمنة على مستوى وزارة السياحة، وكل أصحاب الوكالات اللذين اجابوني على الاستبيان.

ولا يفوتني ان أتقدم بالشكر الى أعضاء لجنة المناقشة كل باسمه اللذين قبلوا مناقشة واثراء هذا العمل.

الى كل هؤلاء والى كل من ساندني بفعل، بقول، بابتسامة، بدعاء في ظهر الغيب

شكراً جزيلاً

منوبة مزوار

إهداء

الى من منحاني الحياة، وكانا لي السند والدعم وكنت لهما الفرحة والفخر،
الذين يعود لهما الفضل بعد الله عز وجل فيما وصلت اليه ابني وأمي، اطال
الله في عمرهما ومنحهما الصحة والعافية، ورحمهما في الدنيا والآخرة.

الى رفيق دربي وسندي في الحياة، زوجي الغالي.

الى قرة عيني ورياحين حياتي اولادي الأبناء: معاذ، مريم وجواد.

الى من تقاسم معي ظلمة رحم واحد وساعدني على مشاق الحياة اخوتي واختي

الى حمايتي الغالية التي كانت لي اما لم تلدني.

الى كل عائلتي مزوار وزهاري.

منوبة مزوار

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الاهداء

الشكر

فهرس المحتويات	IV-I
فهرس الجداول	VII-V
فهرس الاشكال	IX- VIII
فهرس الملاحق	X
ملخص الدراسة	XII-XI
المقدمة العامة	أ-ي

الفصل الأول: : واقع السياحة في الجزائر الإمكانيات والتوقعات

تمهيد:	02
المبحث الأول: مفاهيم سياحية	03
المطلب الأول: نبذة تاريخية عن تطور السياحة	03
المطلب الثاني: تعريف السياحة ودوافها	07
المطلب الثالث: : أركان السياحة ومصطلحات ذات الصلة	13
المبحث الثاني: الإمكانيات السياحية للجزائر	18
المطلب الأول: المقومات الطبيعية للجزائر	18
المطلب الثاني: المقومات الثقافية والتاريخية	24
المطلب الثالث: الإمكانيات المادية للجزائر	29
المطلب الرابع: أنواع السياحة في الجزائر	34
المبحث الثالث: قراءة في الاستراتيجية السياحية للجزائر	
(المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة 2030)	40
المطلب الأول: التعريف بالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT وأهدافه	40
المطلب الثاني: الحركيات الخمسة لتطوير السياحة آفاق 2030	44
المطلب الثالث: المنتجات الواجب ترقيتها وإجراءات دعم الاستثمار السياحي	55

المطلب الرابع: تقييم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية بالأرقام	61
المبحث الرابع: أهمية وأثر السياحة على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية في الجزائر	65
المطلب الأول: أثر السياحة على ميزان المدفوعات	65
المطلب الثاني: أثر السياحة على الناتج الداخلي الخام (PIB) والتشغيل	71
المطلب الثالث: الآثار الاجتماعية والثقافية والبيئية للسياحة	76
خلاصة:	82
الفصل الثاني: التحول نحو الإدارة الالكترونية للقطاع السياحي	
تمهيد:	84
المبحث الأول: مدخل لأساسيات الإدارة الالكترونية	85
المطلب الأول: مفهوم الإدارة الالكترونية وعلاقتها بالمصطلحات ذات الصلة	85
المطلب الثاني: دواعي ومتطلبات التحول الى الإدارة الالكترونية	91
المطلب الثالث: مسار التحول الى الإدارة الالكترونية ومعوقاتهما	97
المبحث الثاني: تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كقاعدة للإدارة الالكترونية	102
المطلب الأول: مفاهيم أساسية حول تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	103
المطلب الثاني: أهمية وتحديات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	107
المطلب الثالث: تكنولوجيا شبكة الانترنت	109
المبحث الثالث: جهود ومساعي الجزائر للتحول نحو الإدارة الالكترونية	115
المطلب الأول: الاستثمارات القاعدية التي قامت بها الجزائر في مجال TIC	116
المطلب الثاني: استراتيجية الجزائر الالكترونية 2013	120
المطلب الثالث: واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر	127
المبحث الرابع: تطبيق الإدارة الالكترونية في القطاع السياحي	135
المطلب الأول: تعريف السياحة الالكترونية وأهميتها	135
المطلب الثاني: وظائف المؤسسات السياحية في ظل الإدارة الالكترونية	141
المطلب الثالث: خدمات الانترنت في مجال السياحة الالكترونية	147

154	خلاصة:
الفصل الثالث: واقع وآفاق التحول الالكتروني للقطاع السياحي في الجزائر مع دراسة عينة من الوكالات السياحية	
156	تمهيد:
157	المبحث الأول: تنظيم القطاع السياحي في الجزائر
157	المطلب الأول: وزارة السياحة والصناعات التقليدية
	المطلب الثاني: المؤسسات السياحية الاقتصادية، مؤسسات التكوين، والمصالح غير المركزية للوزارة
164	
170	المطلب الثالث: الديوان الوطني للسياحة وفاعلون آخرون
175	المبحث الثاني: التحول الالكتروني لقطاع السياحة في الجزائر
175	المطلب الأول: التحول نحو الإدارة الالكترونية في وزارة السياحة والصناعات التقليدية
181	المطلب الثاني: نماذج عن المواقع الالكترونية الإعلامية للقطاع السياحي
186	المطلب الثالث: نماذج عن مواقع الترويج السياحي
190	المطلب الرابع: الآثار المتوقعة للإدارة الالكترونية على ترقية القطاع السياحي
196	المبحث الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة الاستطلاعية
196	المطلب الأول: منهجية الدراسة
199	المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة
202	المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة
205	المطلب الرابع: الخصائص الشخصية لعينة الدراسة
212	المبحث الرابع: تحليل نتائج الاستبيان
213	المطلب الأول: تحليل نتائج مدى تطبيق الإدارة الالكترونية في الوكالات السياحية
	المطلب الثاني: تحليل نتائج مساهمة الإدارة الالكترونية للوكالات السياحية في ترقية السياحة في الجزائر
220	
	المطلب الثالث: تحليل نتائج معوقات الإدارة الالكترونية من وجهة نظر الوكالات السياحية
225	

231	المطلب الرابع: دراسة علاقات الارتباط بين محوري الدراسة
234	خلاصة:
236	خاتمة عامة

المراجع والمصادر

الملاحق

فهرس الجداول والأشكال

والملاحق

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
1-1	الحظائر الوطنية في الجزائر	22
2-1	جدول يبين إمكانيات السياحة الحموية	23
3-1	تواريخ تصنيف المواقع الاثرية في اليونيسكو	25
4-1	جدول توضيحي للتظاهرات الثقافية التي تقيمها الجزائر	27
5-1	تطور قدرة الايواء حسب الطبيعة القانونية في الفترة 2021/2010.	31
6-1	تطور قدرة الايواء حسب فئة التصنيف	32
7-1	تطور عدد الوكالات في الجزائر خلال الفترة 2021/2015	34
8-1	أنواع السياحة حسب مختلف المعايير	35
9-1	تطور عدد المصطافين 2021-2017.	36
10-1	جدول تطور السياحة الصحراوية للفترة 2020/2015	37
11-1	جدول يوضح عدد السواح في السياحة الحموية في الفترة 2021/2018	39
12-1	الشروط الستة لإنجاح مخطط تسويق وجهة الجزائر	45
13-1	مخطط الوجهة حسب الأهداف، الفروع والأسواق	46
14-1	الأسواق المطلوب الحفاظ عليها لجلب الوافدين	47
15-1	جدول توضيحي للأقطاب السياحية السبع وتوزعها الولائي	49
16-1	جدول يوضح الطاقات الفندقية للأقطاب السبعة	49
17-1	تطور عدد المنخرطين في مخطط الجودة 2021/2018	52
18-1	خطة الاعمال بالأرقام لسنة 2015	63
19-1	تقييم خطة أعمال المرحلة الأولى 2015-2008	64
20-1	تطور حركة السواح الوافدين والخارجين خلال الفترة 2021/2015	66
21-1	وضعية ميزان المدفوعات بند السفر للفترة 2020/2014	69
22-1	نسبة مساهمة السياحة في التجارة الخارجية	70
23-1	التوظيف في قطاع السياحة (فرع فنادق، مقاهي، مطاعم)	72
24-1	عدد مناصب الشغل في المشاريع المتوقعة لسنة 2020	72

74	مساهمة الصناعات التقليدية في التشغيل في الفترة 2021/2015	25-I
75	تطور نسبة مساهمة السياحة في PIB للفترة 2020/2015	26-I
116	تطور شبكات الالياف البصرية	1-II
128	تطور استعمال الهواتف الثابتة والهواتف النقالة 2020/2014	2-II
130	تطور مشتركري الانترنت الثابت والنقال في الجزائر	3-II
132	تطور مؤشر IDI	4-II
133	تطور المؤشرات الفرعية لمؤشر IDI	5-II
134	تطور مؤشر EGDI ومؤشراته الفرعية	6-II
143	مقارنة بين الوظائف الإدارية التقليدية والالكترونية	7-II
177	جدول يبين مشتريات الوزارة من أجل إقامة DATA CENTER	1-III
178	جدول يوضح المواقع الالكترونية ل 58 مديرية ولائية للسياحة والصناعات التقليدية	2-III
185	عدد الطلبات عبر بوابة الخدمة العمومية لقطاع السياحة الى غاية نوفمبر 2022.	3-III
203	معامل الثبات للمحور الثاني	4-III
204	معامل الثبات للمحور الثالث	5-III
204	معامل الثبات للمحور الرابع	6-III
205	معامل الثبات الكلي لأداة الدراسة	7-III
205	توزع العينة حسب متغير الجنس	8-III
206	توزع العينة حسب متغير السن	9-III
207	توزع العينة حسب متغير المستوى التعليمي	10-III
209	توزع العينة حسب عمر الوكالة (خبرتها في السوق)	11-III
210	توزع العينة حسب طريقة انشاء الوكالة	12-III
211	توزع العينة حسب مصدر التحكم في المعدات والبرامج الالكترونية	13-III
213	المتوسط المرجح لتفسير نتائج ليكارت الخماسي	14-III
212	اجابات افراد العينة على بعد عتاد الحاسوب	15-III
215	اجابات افراد العينة على بعد البرمجيات والتطبيقات	16-III
216	اجابات افراد العينة على بعد شبكات الاتصال ومدى فعاليتها	17-III

218	اجابات افراد العينة على بعد صناع المعرفة	18-III
219	اجابات افراد العينة على محور مدى تطبيق الإدارة الالكترونية	19-III
220	اجابات افراد العينة على بعد المساهمة في التعريف بوجهة الجزائر	20-III
222	اجابات افراد العينة على بعد المساهمة في تحسين جودة الخدمة السياحية المقدمة	21-III
223	اجابات افراد العينة على بعد تسريع عملية التواصل مع الأطراف الفاعلة	22-III
225	اجابات افراد العينة على محور مساهمة الإدارة الالكترونية للوكالات السياحية في ترقية السياحة في الجزائر	23-III
226	اجابات افراد العينة على بعد المعوقات الإدارية	24-III
227	اجابات افراد العينة على بعد المعوقات البشرية	25-III
228	اجابات افراد العينة على بعد المعوقات المالية	26-III
229	اجابات افراد العينة على بعد المعوقات التقنية	27-III
230	اجابات افراد العينة على بعد المعوقات القانونية والامنية	28-III
230	اجابات افراد العينة على محور معوقات الإدارة الالكترونية	29-III
232	معامل الارتباط بيرسون بين تطبيق الإدارة الالكترونية وترقية القطاع السياحي	30-III
232	معامل الارتباط بيرسون بين أبعاد الإدارة الالكترونية وترقية القطاع السياحي	31-III

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
10	شكل توضيحي يبين دوافع السياحة	1-1
15	شكل توضيحي لأركان السياحة	2-1
33	تطور طاقات الايواء في الهياكل المصنفة، وغير المصنفة خلال الفترة 2021/2015	3-1
37	تطور عدد المصطافين في الجزائر خلال الفترة 2021/2015	4-1
38	شكل توضيحي بين تطور السياحة الصحراوي في الجزائر للفترة 2020/2015	5-1
39	شكل يبين تطور السياحة الحموية خلال الفترة 2021/2018	6-1
42	SNAT 2025	7-1
44	شكل يوضح أهداف SDAT	8-1
54	الشراكة العمومية- الخاصة	9-1
66	تطور عدد السواح في الجزائر للفترة 2021/2015	10-1
67	تطور حركة المواطنين المقيمين خلال الفترة 2021/2015	11-1
68	مقارنة بين عدد السياح الوافدين وعدد السياح الخارجين في الفترة بين 2021/2015	12-1
70	شكل يوضح مساهمة السياحة في الصادرات 2020/2013	13-1
70	شكل يوضح حصة السياحة في الواردات 2020/2013	14-1
73	عدد مناصب الشغل في المشاريع المتوقعة لسنة 2020	15-1
74	مساهمة الصناعات التقليدية في التشغيل في الفترة 2021/2015	16-1
75	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الخام 2020/2015	17-1
90	أطراف الحكومة الالكترونية	1-11
97	عناصر الإدارة الالكترونية	2-11
99	خطوات تطبيق الإدارة الالكترونية	3-11
124	المحاور الرئيسية للجزائر الالكترونية 2013	4-11
128	تطور مشترك الهاتف الثابت خلال الفترة 2020/2014	5-11
129	تطور مشترك الهاتف النقال خلال الفترة 2020/2014	6-11

131	تطور اشتراكات الانترنت الثابت في الجزائر	7-II
131	تطور اشتراكات الانترنت النقال في الجزائر خلال الفترة 2020/2015	8-II
139	النموذج المعاصر للسياحة	9-II
148	Google والسياسة الالكترونية	10-II
151	واجهة Google Hotel Finder	11-II
152	موقع KAYAK	12-II
152	واجهة موقع Expedia	13-II
153	منصة Trivago	14-II
153	منصة Booking	15-II
163	الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة	1-III
164	الهيكل التنظيمي للمديرية العامة للصناعات التقليدية والحرف	2-III
182	واجهة الموقع الرسمي لوزارة السياحة	3-III
184	شكل يمثل صورة توضيحية لواجهة موقع بوابة الخدمة العمومية للقطاع السياحي	4-III
187	واجهة موقع بوابة الترويج السياحي الجزائري	5-III
188	واجهة موقع مسارات الجزائر السياحية	6-III
189	احصائيات حول عدد الزيارات لموقع مسارات الجزائر السياحية الى غاية 2022 /10/31.	7-III
206	توزع العينة حسب متغير الجنس	8-III
207	توزع العينة حسب متغير السن	9-III
208	توزع العينة حسب المستوى التعليمي	10-III
209	توزع العينة حسب عمر الوكالة	11-III
210	توزع العينة حسب طريقة انشاء الوكالة	12-III
211	توزع العينة حسب قدرة التحكم في المعدات والبرامج الالكترونية	13-III
212	توزع العينة حسب مصدر التحكم في المعدات والبرامج الالكترونية	14-III

قائمة الملاحق:

رقم الملحق	عنوان الملحق
01	أسماء الوزراء والوزارة من الاستقلال الى الوقت الحالي
02	الهيكل التنظيمي للمصالح المركزية للوزارة
03	المرسوم التنفيذي 10-257 المتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة
04	الهيكل التنظيمي للهيكل الغير مركزية
05	مؤسسات مجمع فندقية، سياحة وحمامات معدنية
06	مشاريع الرقمنة المسطرة في الوزارة
07	استبيان الدراسة
08	توزيع وكالات السياحة والاسفار حسب الولايات للثلاثي الأول لسنة 2022
09	نتائج SPSS

ملخص الدراسة

ملخص:

تعتبر السياحة صناعة عالمية تستفيد بلدانها من مداخل ضخمة، والجزائر تعول على هذا القطاع وتعمل جاهدة لترقيته ليصبح من بدائل الاقتصاد الريعي الذي تتخبط فيه، ومن بين محاور الترقية التي سطرته في استراتيجيتها الشاملة لنهوض بالقطاع هي عاصرته بالتحول نحو تطبيق الإدارة الالكترونية فيه (رقمنة القطاع)، ومن هنا ارتئينا دراسة أهمية هذا المدخل الإداري الحديث ودرجة مساهمته في ترقية السياحة في الجزائر.

وبعد قيامنا بدراسة ميدانية في وزارة السياحة والصناعات التقليدية، ودراسة استطلاعية لعينة من الوكالات السياحية باستخدام استبيان، توصلنا الى عدة نتائج أهمها ان الوزارة الوصية سطرت عدة مشاريع لرقمنة القطاع وعمليات التنفيذ تسير على قدم وساق وبوتيرة مسرعة خاصة بعد جائحة كورونا.

وعند تحليل نتائج الاستبيان خلصنا الى ان درجة تطبيق الإدارة الالكترونية في عينة الدراسة كان مرتفع، واهمية الإدارة الالكترونية في ترقية السياحة في الجزائر أيضا مرتفعة، كما توصلنا أيضا إلى ان هناك معوقات كثيرة لتطبيق الإدارة الالكترونية أشدها قوة هي المعوقات القانونية والأمنية. وفي الأخير توصلنا الى ان هناك علاقة ارتباط قوية بين الإدارة الالكترونية وترقية السياحة من وجهة نظر العينة المدروسة بقيمة $(r = 0,589)$.

الكلمات المفتاحية: السياحة، القطاع السياحي في الجزائر، الإدارة الالكترونية، السياحة الالكترونية.

RESUME :

Le tourisme est une industrie mondiale qui engendre d'énormes revenus pour les pays qui en bénéficient, et l'Algérie mise sur ce secteur et s'applique afin de le promouvoir en une alternative à l'économie rentière dans laquelle patauge le pays, et parmi les axes de promotion esquissés dans la stratégie globale pour le hissement de ce secteur, sa modernisation en s'orientant vers l'application de la gestion électronique en son sein (numérisation du secteur).

Nous avons donc décidé d'étudier l'importance de cette approche administrative moderne et le degré de sa contribution à la promotion du tourisme en Algérie.

Après avoir mené une étude de terrain au Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, et une étude exploratoire d'un échantillon d'agences touristiques à l'aide d'un questionnaire, nous sommes parvenus à plusieurs résultats, dont le plus important est que la tutelle a souligné plusieurs projets de numérisation du secteur et la mise en œuvre s'accroît activement, en particulier après la pandémie de Corona.

Lors de l'analyse des résultats du questionnaire, nous avons conclu que le degré d'application de la gestion électronique dans l'échantillon sujet de l'étude était avancé, tout comme l'importance de la gestion électronique dans la promotion du tourisme en Algérie. Nous avons également conclu qu'il existe de nombreux obstacles à cette numérisation, dont les plus importants sont d'ordre juridiques et sécuritaires. Enfin, nous avons conclu qu'il existe une forte corrélation entre la gestion électronique et la promotion du tourisme selon l'échantillon étudié avec une valeur de ($r = 0,589$).

Mots clés : tourisme, secteur touristique en Algérie, management électronique, tourisme électronique.

Abstract:

Tourism is a global industry that generates enormous revenues for the countries that benefit from it, and Algeria is betting on this sector and applying itself in order to promote it as an alternative to the rentier economy in which the country flounders, and among the areas of promotion outlined in the overall strategy for the rise of this sector, its modernization by moving towards the application of electronic management within it (digitalization of the sector).

We therefore decided to study the importance of this modern administrative approach and the degree of its contribution to the promotion of tourism in Algeria.

After conducting a field study at the Ministry of Tourism and Handicrafts, and an exploratory study of a sample of tourist agencies using a questionnaire, we have reached several results, the most important of which is that the trusteeship has highlighted several projects for the digitization of the sector and the implementation is actively increasing, especially after the Corona pandemic.

When analyzing the results of the questionnaire, we concluded that the degree of application of electronic management in the subject sample of the study was advanced, as was the importance of electronic management in the promotion of tourism in Algeria. We also concluded that there are many obstacles to this digitization, the most important of which are legal and security. Finally, we concluded that there is a strong correlation between electronic management and the promotion of tourism according to the sample studied with a value of ($r = 0.589$).

Keywords: tourism, tourism sector in Algeria, electronic management, electronic tourism.

مقدمة عامة

تمهيد:

تعمل الجزائر جاهدة لترقية قطاعات بديلة لا تتَّصَّبُ حتى تجد لنفسها مآلا بعد المحروقات، وبما أن الجزائر بلد زاخر بالثروات الطبيعية وله امكانيات زراعية وسياحية معتبرة توجهت الجزائر لترقية هذه القطاعات وتحضيرها لتكون بديلا حيويا عن قطاع المحروقات. هناك آراء تميل أكثر إلى دعم فكرة القطاع الزراعي هو البديل الأمثل والأنجع لقطاع المحروقات، لكن المتتبع لبندود اتفاقية الشراكة الأورو متوسطية وشروط الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة يلاحظ عدم قدرة الجزائر في الأمد القصير أو حتى المتوسط أن تتنافس الدول الصناعية الكبرى و الدول الصناعية الناشئة كسنغافورة وتايلاند ... في مجال الانتاج السلعي (الصناعي والفلاحي) وعليه فهي مطالبة أكثر من أي وقت مضى أن تتوجه إلى قطاع السياحة الذي تحكمه الطبيعة وهبة الله والذي يمكن ان يكون بديلاً اقتصادياً ناجحاً ، وهذا من منطلق المكانة التي وصلت إليها السياحة كصناعة قائمة بحد ذاتها لها مدخلات ومخرجات، و مردودها المادي الذي يتميز عن غيره بأنه مردود مرتفع ومتشعب وتستفيد منه العديد من الأطراف والمتعاملين الاقتصاديين، وأيضا الأهمية الكبيرة التي أصبح يتمتع بها القطاع السياحي كقطاع اقتصادي عال المردودية في العالم حيث يعتبر الممول الرئيسي لميزانيات العديد من الدول مثل تركيا، تونس، مليزيا، المغرب.... الخ. والجزائر حاليا تراهن على القطاع السياحي من منطلق الطاقات والإمكانيات الطبيعية الخلابة التي تملكها، فالجزائر تتميز بتنوع تضاريسها، تنوع المناخ الذي يجعل السياحة تستمر على مدار السنة ، شريط ساحلي خلاب، صحراء واسعة صنفت من بين أجمل صحاري العالم، إلى غير ذلك من الإمكانيات السياحية التي يمكن ان تجعل الجزائر في مصاف البلدان الأولى سياحيا إذا ما أُسْتُغِلت بطريقة مثلى.

وبغرض النهوض بقطاع السياحة تبنت الجزائر استراتيجية للتهيئة السياحية، حيث وضعت مخططا شاملا للتهيئة السياحية تحت مسمى (SDAT¹ 2025) ضمن الاستراتيجية الوطنية لتهيئة الاقليم (SNAT²2025). حيث يركز مخطط التهيئة السياحية أساسا على تهيئة القطاع بالفنادق ، القرى السياحية، ووسائل المواصلات اللازمة... الخ بمعنى تهيئة البنية التحتية لاستيعاب السواح، لكن لابد لها أن تولي الاهتمام اللازم لجانب التعريف بإمكانياتها السياحية للعالم، وأيضا جانب التواصل بين الاطراف الفاعلة في

¹ SDAT : Schéma Directeur d'Aménagement Touristique

² SNAT : Schéma National d'Aménagement Territoire



القطاع عن طريق شبكة معلومات متطورة تتيح للفاعلين في القطاع الإطلاع على المستجدات والتعليمات ولما لا المشاركة باقتراحات وحلول كل حسب تخصصه.

وبما ان السمة السائدة لهذا العصر هي استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في جميع مجالات الحياة، تفتنت الجزائر ولو متأخرة وأصبحت تخطوا خطوات متسارعة لتلحق بالركب العالمي في مجال التحول الالكتروني، اين تبنت استراتيجية وطنية للتحول نحو الحكومة الالكترونية (الجزائر الالكترونية 2013)، ومن هنا اصبح لزاما على قطاع السياحة بدوره ان يواكب التطورات الحاصلة في العالم في مجال السياحة الالكترونية. فوزارات السياحة في مختلف دول العالم أصبحت تتنافس من اجل تقديم خدمات سياحية الكترونية راقية والتسويق والترويج لوجهتها السياحية عالميا باستخدام الانترنت، والفنادق أصبحت ذكية، والوكالات السياحية اصبحت الكترونية، وسائح اليوم هو سائح الكتروني بامتياز فهو يقوم بجمع المعلومات، تصفح الأماكن، مقارنة الأسعار، الحجز، والدفع كل هذا وهو وراء شاشة هاتفه.

ومن هنا جاءت ضرورة التحول الى المدخل الالكتروني في القطاع السياحي، خاصة وان الصناعة السياحية بالذات هي صناعة عالمية بامتياز، ومن اجل المنافسة عالميا لابد من الوصول الى اكبر فئة مستهدفة عبر العالم وهذا ما لا يمكن الا للانترنت ان توفره.

وعلى ضوء هذه الحقائق نطرح التساؤل الجوهري التالي:

1. إشكالية الدراسة

ما مدى مساهمة الإدارة الالكترونية في ترقية قطاع السياحة في الجزائر.

ولغرض الامام بجوانب الاشكال وتبسيطه نطرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هو واقع انجاز الاستراتيجية التي سطرته الدولة من أجل النهوض بهذا القطاع وترقيته؟؛
- ما هو واقع الجاهزية الالكترونية في الجزائر؟؛
- ما هو واقع وتطلعات الإدارة الالكترونية في وزارة السياحة؟؛
- ماهي الآثار المتوقعة للإدارة الالكترونية على القطاع السياحي السياحة؟؛
- هل تستخدم الوكالات السياحية الجزائرية مدخل الإدارة الالكترونية بغرض المساهمة في ترقية القطاع السياحي، وماهي معوقات تطبيقها من وجهة نظرهم؟.

2. فرضيات الدراسة

وكاجابة مبدأية على الاسئلة المطروحة ارتتينا تبني هذه الفرضيات

- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 هي الاستراتيجية الوطنية التي سطرته الدولة لقطاع السياحة في الجزائر، ونسب الإنجاز فيها متقدمة تمكن من انتهاء التنفيذ في الآجال المحددة ؛
- البنية التحتية الالكترونية لا تخدم مشروع التحول الرقمي للجزائر؛
- بدأت الوزارة الوصية بالتطبيق التدريجي لمدخل الإدارة الالكترونية؛
- الإدارة الالكترونية تؤثر على عدة جوانب للسياحة أهمها التعريف بوجهة الجزائر السياحية، وتعزيز جودة الخدمة السياحية.
- تتبنى الوكالات محل الدراسة مدخل الإدارة الالكترونية بدرجة عالية؛
- الوكالات السياحية محل الدراسة ترى أن هناك أهمية للإدارة الالكترونية في ترقية القطاع السياحي وهذه الأهمية بدرجة متوسطة؛
- تتفق أغلب الوكالات على ان المعوق الأكثر تأثير على تطبيق الإدارة الالكترونية هو المعوق القانوني؛
- يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية لتطبيق الإدارة الالكترونية على ترقية السياحة من وجهة نظر العينة المدروسة؛

3. أسباب اختيار الموضوع

هناك العديد من الأسباب التي جعلتنا نختار هذا الموضوع للدراسة دوننا عن غيره، نختصرها فيما يلي:

أ. أسباب شخصية

- ملاحظتنا للجمال الطبيعي الذي تملكه الجزائر والذي يعتبر المدخل الأساسي في الصناعة السياحية؛
- الرغبة في الاطلاع المتعمق على موضوع السياحة في الجزائر ومعرفة أين الخلل، فبالرغم من كل الجهود المبذولة والخطط والبرامج المسطرة لم ترقى الجزائر بهذا القطاع إلى الطموحات المرغوبة؛

- محاولة تسليط الضوء على جانب مهم ومكمل لمخطط التهيئة السياحية 2025 والمتعلق بتفعيل دور الإدارة الإلكترونية لترقية قطاع السياحة .

ب. أسباب موضوعية

- إشكالية الاقتصاد الريعي الذي تتخبط فيه الجزائر ومساعيها الجاهدة لتطوير قطاعات بديلة للمحروقات؛
- احتلال قطاع السياحة لمكانة هامة ضمن الاقتصاد العالمي، حيث صرح الأمين العام لمنظمة السياحة العالمية، السيد طالب الرفاعي، في هذا الصدد، قائلاً "بالرغم من أن العالم شهد تقلبات اقتصادية متواصلة حول العالم، ولا سيما في منطقة اليورو. إلا أن السياحة نجحت في البقاء على المسار الصحيح". وأضاف: "لقد أظهر القطاع قدرته على التكيف مع ظروف السوق المتغيرة، ومن المتوقع أن يستمر في التوسع في 2013 ولو كان بمعدلات أكثر تواضعاً. وهكذا يتبين أن السياحة هي إحدى الركائز التي ينبغي دعمها من قبل الحكومات في مختلف أنحاء العالم كجزء من الحل المطلوب لتحفيز النمو الاقتصادي".
- القاعدة الطبيعية الزاخرة التي تتوفر عليها الجزائر، والتي تخولها لاكتساب مكانة متقدمة في مجال السياحة عالمياً.

3. أهداف الدراسة وأهميتها

أ. الاهداف

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى توضيح جملة من الحقائق وتبيان عدد من العلاقات أهمها:

- تسليط الضوء على واقع الإدارة الإلكترونية في القطاع السياحي؛
- تحليل واقع السياحة في الجزائر والتطلع لمستقبلها في ظل المخطط التوجيهي للسياحة (SDAT2025) المعلن من طرف وزارة السياحة وتهيئة الإقليم؛
- تبيان العلاقة بين E. Management وترقية القطاع السياحي في الجزائر .

ب. أهمية الدراسة

تتبع أهمية هذا الموضوع من المكانة المتزايدة لقطاع السياحة في العالم حيث بلغ عدد السواح في 2018 (1404 مليون)³ سائح عبر العالم، هذا ما يدل على أن الصناعة السياحية لها وزن معتبر في الإقتصاد العالمي ويعتبر من القطاعات ذات الدخل المرتفع، والبلدان النامية التي تملك ثروات سياحية عليها أن تستغلها أحسن استغلال خاصة وأن قدراتها على المنافسة في القطاعات الصناعية والزراعية هشة بسبب المنافسة الشرسة في الأسواق العالمية لذلك عليها ان تستغل الهبة الربانية الموضوعة في بلدانها أحسن استغلال، وأما عن ربط الموضوع بالإدارة الالكترونية بالذات فراجع لما تكتسيه تقنيات الاعلام والاتصال من أهمية بالغة في التعامل في العصر الحالي على المستوى المحلي وخاصة الدولي، لذلك على الجزائر ان تتقدم في استخدام هذه التقنية في تعاملها في قطاع السياحة بما أن مجالها عالمي بالدرجة الأكبر.

4. حدود الدراسة

أ. **البعد الموضوعي:** يتناول هذا الموضوع بالبحث مدخل من مداخل ترقية السياحة في الجزائر ألا وهو كيف نفع ونستغل الإدارة الالكترونية للنهوض بالصناعة السياحية.

ب. **البعد المكاني:** ستكون الدراسة على مستوى وزارة السياحة، وعينة من الوكالات السياحية في ولاية الجزائر

ج. **البعد الزمني:** سندرس علاقة تأثير بين متغيرين لذلك لا يوجد بعد زمني للموضوع

د. **البعد البشري:** سيخص عينة من مدراء الوكالات السياحية في الجزائر العاصمة.

5. المنهج وأدوات الدراسة

لدراسة هذا الموضوع والاطلاع على مختلف أبعاده والإجابة على الإشكال المطروح سنتبع في الجانب النظري المنهج الوصفي، والمنهج التحليلي وذلك للإحاطة بحيثيات المتغيرين ومعرفة العلاقة التي تربطهما، أما في الجانب التطبيقي فسنستعين بالمنهج الإحصائي ومنهج دراسة الحالة إضافة الى المنهجين السابقين لتبيان درجة تأثير الإدارة الالكترونية في ترقية قطاع السياحة.

أما فيما يخص جمع البيانات فقد جمعناها بعدة طرق منها:

- في الجانب النظري:

- المسح المكتبي لمختلف الكتب والمقالات التي نشرت في هذا الموضوع؛

³ UNWTO World tourism Barometer, volume 12, August 2014.



- الاحصائيات الصادرة عن الهيئات المحلية والدولية مثل: وزارة السياحة، الديوان الوطني للإحصاء المنظمة العالمية للسياحة، المجلس العالمي للسفر والسياحة.
- مواقع الانترنت والمكتبات المقامة في هذا المجال محليا ودوليا.
- في الجانب التطبيقي:
 - الاستبيان؛
 - المقابلة؛
 - وثائق داخلية من وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

6. الدراسات السابقة:

أ. الدراسات التي لها علاقة بموضوع السياحة في الجزائر

هناك العديد من الباحثين اهتموا بقطاع السياحة، وكل درسه من وجهة نظر تخصصه وفيما يلي سنورد أطروحات الدكتوراه التي تمكنا من الاطلاع عليها:

- دراسة كواش خالد: أطروحة دكتوراه من جامعة الجزائر بعنوان " أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر " نوقشت سنة 2004 وقد تطرق فيها الى أهمية السياحة وآفاقها في الجزائر كنشاط اقتصادي، ولقد قسم دراسته إلى 4 فصول حاول خلالها التعريف بالسياحة كنشاط اقتصادي منتج، معرفة مكوناته، امكانياته، وابرار أهميته بالتطرق إلى إحصائيات القطاع في الجزائر. وأهم ما توصل إليه الباحث أن السياحة في الجزائر لم تحض بالأولوية في البرامج التنموية.
- دراسة محمود فوزي شعوبي: أطروحة دكتوراه من جامعة الجزائر بعنوان " السياحة والفندقة في الجزائر دراسة قياسية 1974-2002" نوقشت سنة 2007، تطرق فيها إلى تقييم أداء قطاع السياحة والفندقة في الجزائر، وقد قام بدراسة كمية للموضوع مستعينا بالأساليب الإحصائية وبرامج المعالجة الآلية للبيانات وقد حاول في 5 فصول نمذجة دوال الطلب السياحي والعرض السياحي، وتقدير دوال الانتاج للمؤسسات الفندقية العمومية، ومن أهم النتائج التي توصل: ضرورة استعمال أدوات القياس الاقتصادي والتحليل العاملي إلى جانب التحليلي المالي للتنبؤ بالوضعية المالية وخطر الإفلاس، ضعف شديد في ميزان المدفوعات السياحي سواء من جانب الإيرادات أو الإنفاق السياحي. إذن هو قام بدراسة قياسية لواقع السياحة والقدرة الاستيعابية للفنادق بالجزائر.
- دراسة بودي عبد القادر: أطروحة دكتوراه من جامعة الجزائر قسم علوم التسيير بعنوان " أهمية التسويق السياحي في تنمية القطاع السياحي بالجزائر - السياحة بالجنوب الغربي" - وقد هدفت

الدراسة إلى مراجعة الجهود التسويقية الجزائرية في مجال السياحة، والتعرف على الاستراتيجية الأكثر ملائمة للتسويق في القطاع السياحي في الجزائر. قدم دراسته في 4 فصول ومن أهم النتائج التي خرج بها: عدم قيام السلطات مركزيا أو محليا بإعداد أي استراتيجية تسويقية في القطاع السياحي، عدم توفر مواد إعلامية سياحية بالمستوى التسويقي المطلوب وباللغات الحية المطلوبة لتغطية حاجات السوق، إذن نظرة هذه الأطروحة هي نظرة تسويقية بحتة.

- **دراسة قويدر الويزة:** أطروحة دكتوراه من جامعة الجزائر تخصص تحليل اقتصادي بعنوان "اقتصاد السياحة وسبل ترقيتها في الجزائر" نوقشت في 2010، وهدفت الدراسة إلى تحليل واقع السياحة والكشف عن المشاكل والعراقيل التي تواجهها، وتفحص السياسات المطبقة من طرف الدولة في إطار برنامج التهيئة السياحية، وقد عرضت دراستها في 5 فصول ومن بين أهم النتائج التي توصلت إليها: نقص فادح في البنى التحتية رغم كل الجهود والخطط الرامية لتطوير القطاع. إذن الدراسة هي دراسة تحليلية لواقع المعاش في القطاع السياحي

- **دراسة دولي سعاد:** أطروحة دكتوراه من جامعة عمار ثلجي بالأغواط قسم علوم التسيير، بعنوان "آليات ترقية السياحة في الجزائر وآثارها على التنمية المستدامة" نوقشت سنة 2014 وقد ركزت الدراسة بالأساس على توضيح النتائج التي تترتب على اعتماد سياسة سياحية مستدامة وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، وقدمت دراستها في 4 فصول وأهم النتائج التي توصلت إليها أن هناك ضعف في الهياكل القاعدية وطاقت الاستيعاب، وتدهور بعض الآثار القديمة نتيجة الإهمال والتدخل العشوائي من جانب غير المتخصصين، وأوصت بالاهتمام البالغ بالبعد البيئي في الصناعة السياحية لأنه الأساس في مجال السياحة لذلك لا يجب الاضرار بالقاعدة الطبيعية.

ب. الدراسات المتعلقة بالإدارة الإلكترونية

الإدارة الإلكترونية هو مدخل حديث في التسيير، لذي لقي اهتماما بالغا من قبل الباحثين خاصة مع انتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة عبر العالم، ومن بين الدراسات في هذا الموضوع نذكر

- **دراسة عشور عبد الكريم:** مذكرة ماجستير من جامعة منتوري -قسنطينة- بعنوان "دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الوم.أ والجزائر" نوقشت في 2010 وهدفت المذكرة إلى دراسة واقع الإدارة الإلكترونية في المرافق العمومية وتبيان العلاقة بينها وبين جودة الخدمة المقدمة

مع عرض النموذج الأمريكي ومساعي الجزائر، وأهم النتائج المتوصل إليها هي أن اللبنة الأساسية لنجاح الإدارة الإلكترونية هي تكوين مواطن إلكتروني.

- دراسة حمد قبلان آل فطوح: مذكرة ماجستير من جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، بعنوان " دور الإدارة الإلكترونية في التطوير التنظيمي بالأجهزة الأمنية" نوقشت سنة 2008، وهدفت الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة الإدارة الإلكترونية في أحداث التطوير التنظيمي والعقبات التي تواجه تطبيقها، ومن أهم النتائج أن هناك ضعف الوعي بأهمية الإدارة الإلكترونية في أحداث التطوير مع قصور التشريعات عن تلبية المتطلبات اللازمة لتنظيم العمل الإلكتروني؛

- دراسة لباري عبد اللطيف: أطروحة دكتوراه من جامعة محمد خيضر بسكرة قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، بعنوان " دور ومكانة الحكومة الإلكترونية في الأنظمة السياسية المقارنة" نوقشت في 2014، وتطرق فيها الباحث إلى دراسة وتحليل الحكومة الإلكترونية فكرةً وتطبيقاً، وعرض نماذج رائدة عالمياً وعربياً، وتطرق إلى التجربة الجزائرية بالدراسة النقدية وذلك في 4 فصول وأهم النتائج التي توصل إليها: أن البيئة الإلكترونية الجزائرية لا تلبس بها، وأن الحكومة الإلكترونية لا تحتاج للبيئة الإلكترونية فقط بل تحتاج لمجتمع المعلومات والمشاركة الإلكترونية الفعلية.

- مقال لندي بدر جراح: بعنوان " الحكومة الإلكترونية الواقع ومشاكل التطبيق في العراق" منشور في مجلة الخليج العربي، المجلد 44، العدد (3-4)، سنة 2012، حيث تطرقت في هذا المقال إلى كيفية الانتقال من الحكومة التقليدية إلى الحكومة الإلكترونية ومتطلبات التطبيق، بالإضافة إلى واقع الحكومة الإلكترونية في العراق.

- مقال لمريم خالص: بعنوان "الحكومة الإلكترونية" منشور في مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد الخاص بمؤتمر الكلية، 2012، وهدفت من خلال مقالها إلى بناء تأطير شامل عن الحكومة الإلكترونية، وإمكانية توظيفها في المؤسسات المختلفة، وتقديم عرض تعريفى لمفهوم الحكومة الإلكترونية ورفع الوعي والاهتمام بالحكومة الإلكترونية.

ت. مساهمة الدراسة

نلاحظ أن جل الدراسات التي تناولت متغيري الدراسة تناولتهما بشكل مستقل، سواء من حيث الدراسات في موضوع السياحة أو موضوع الإدارة الإلكترونية، لذلك ستكون إضافتنا في هذه الدراسة هي تبيان علاقة التأثير بين هاذين المتغيرين وإبراز الدور الذي يمكن أن تلعبه الإدارة الإلكترونية في ترقية القطاع السياحي

في ، خاصة في ظل التوجه نحو اقتصاد المعرفة وتنامي دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التعاملات المحلية وخاصة الدولية.

7. صعوبات البحث

لقد واجهتنا عدة صعوبات أثناء انجازنا لهذه الدراسة في جانبها النظري والتطبيقي، ويمكن حصر أهمها فيما يلي:

- الموضوع يعتمد كثيرا على الاحصائيات وكان من الصعب تحيين الاحصائيات بصورة دائمة؛
- عدم توفر احداث الاحصائيات وتضاربها باختلاف مصادرها؛
- الموضوع متعلق باستراتيجيات قطاعية للدولة، لذلك كان من الصعب تتبعها ومعرفة تفاصيل ومعدلات إنجازها؛
- صعوبة الاستقبال واجراء مقابلات مع مسؤولي وزارة السياحة والصناعات التقليدية القائمين على مشاريع الرقمنة في الوزارة؛
- عزوف مدراء الوكالات السياحية عن الإجابة عن الاستبيان المقدم لهم رغم الجهد والوقت المبذول من أجل التنقل اليهم.

8. تقسيمات البحث

بغرض الإجابة على الإشكالية واختبار الفرضيات المطروحة سنقوم بتقسيم دراستنا الى 3 فصول:

- الفصل الأول : واقع السياحة في الجزائر الإمكانيات والتوقعات

سنتحدث في هذا الفصل عن مفاهيم أولية حول السياحة، بعدها سنستعرض مقومات وامكانيات الجزائر في المجال السياحي، وتاليا سنحلل استراتيجية التهيئة السياحية ومعدلات إنجازها في الواقع، وأخيرا سنتطرق الى أهمية القطاع السياحي على مختلف الجوانب الثقافية، الاجتماعية، البيئية، وخاصة أثرها على المؤشرات الاقتصادية من تشغيل ونتاج داخلي خام، ميزان المدفوعات ... الخ؛

- الفصل الثاني: التحول نحو الإدارة الالكترونية للقطاع السياحي

سنتطرق في هذا الفصل الي مفاهيم الإدارة الالكترونية، بعدها مفاهيم حول تكنولوجيا المعلومات والاتصالات خاصة الشبكات كونها أساس الإدارة الالكترونية، تاليا سنحلل استراتيجية التحول نحو الحكومة الالكترونية التي تبنتها الجزائر، واخير سنستعرض ماهية السياحة الالكترونية التي هي نتاج تطبيق الإدارة الالكترونية في المجال السياحي؛

- الفصل الثالث: واقع وآفاق التحول الالكتروني للقطاع السياحي في الجزائر مع دراسة عينة من الوكالات السياحية

من خلال هذا الفصل التطبيقي سنعرف بالقطاع السياحي في الجزائر ومختلف الفاعلين فيه، بعدها سنتطرق الى الخطوات التي خطتها الوزارة الوصية في مشاريع الرقمنة اين سنستعرض المشاريع المسطرة والمنجزة ونماذج حول مواقع الكترونية تابعة للقطاع، وتاليا سنقوم بدراسة استبتيانية لعينة من الوكالات السياحية اين سنقوم في المبحث الثالث بتحديد مجتمع الدراسة وتعريفه، وتقديم أداة الدراسة واختبارها، وفي الأخير سنحلل الاستبيان ونخرج بالنتائج.

الفصل الأول: واقع السياحة في الجزائر الإمكانيات والتوقعات

تمهيد:

تجمع السياحة في مضلتها العديد من القطاعات المختلفة مثل " صناعة النقل، الفنادق، المطاعم، الصناعات التقليدية، البنوك، شركات التأمين... الخ" فهناك من يقول ان السياحة تحرك حوالي 50 صناعة وآخرون يقولون انها تصل الى 70 صناعة و بانتعاش السياحة ستنتعش كل هذه الصناعات ، ناهيك عما لقطاع السياحة من أهمية في توريد العملة الصعبة وقلب موازين ميزان المدفوعات، ومن هذا الأساس أضحت صناعة القرن الواحد والعشرين والشريان الاقتصادي للعديد من دول العالم، حتى ان بعض الدول تعتبرها من بين الخمس قطاعات الرئيسية التي تبني عليها مؤشراتنا الاقتصادية.

والجزائر ولما لها من مقومات سياحية خامة راهنت على هذا القطاع حتى يكون بديلا حيويا يخلصها من التبعية الربعية، ويقود قاطرة التنمية الاقتصادية خارج قطاع المحروقات، ومن هنا أسست لاستراتيجية طويلة الأمد لتهيئة القطاع (SDAT) منذ سنة 2000 ودخلت الاستراتيجية حيز التنفيذ سنة 2008 ومن المنتظر تستكمل تنفيذها آفاق 2030 ، وتأتي هذه الاستراتيجية ضمن استراتيجية شاملة لتهيئة الإقليم SNTD وتعنى توفير جميع ما يحتاجه القطاع من بنى تحتية وفوقية لغرض تحسين أداء القطاع وبالتالي تحسين مؤشرات التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وعلى هذا الأساس سنقسم هذا الفصل الى أربعة مباحث كالتالي:

- المبحث الأول: مفاهيم سياحية؛
- المبحث الثاني: مقومات السياحة في الجزائر؛
- المبحث الثالث: قراءة في استراتيجية الجزائر السياحية (المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030)؛
- المبحث الرابع: الآثار الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للسياحة.

المبحث الأول : مفاهيم سياحية

أصبحت السياحة اليوم مطلب وغاية اغلب سكان العالم، فقد تطورت الحاجة الي السياحة بتطور المجتمعات وضغوط الحياة، فالجميع أصبح يبحث عن الراحة والترفيه لينفس عن الضغوطات التي يواجهونها كل حسب امكانياته. فالسياحة اليوم أضحت صناعة عالمية تنافس من حيث مردوديتها القطاعات الأكثر إنتاجية فبعدها كانت نتاجا للرفاه الاقتصادي أصبحت وسيلة للرفاه له.

ومن خلال هذا المبحث سنتطرق الي

المطلب الأول: نبذة تاريخية عن تطور السياحة

كغيره من المفاهيم عرف مفهوم السياحة عدة محطات تاريخية اين تطور فيها هذا المفهوم وتغيرت النظرة اليه، نوجزها في هذا المطلب.

1. مرحلة العصور القديمة

منذ وجود الانسان وهو في تنقل من مكان إلي آخر، ولم تكن هناك حدود ولا حواجز تنظم طرق التنقل سوي الطبيعة، ولم تكن تتوفر وسائل نقل ولكن بظهورها وقيام الحضارات صار السفر وسيلة للتجارة والمنفعة، ويعد الفينيقيون من أشهر الشعوب القديمة الذين اتسموا بحب الترحال البحري بحثا عن المعرفة والكسب المادي، وهذا ما صارت تهدف اليه السياحة. وقد بلغ النشاط البحري للفينيقيين الذروة خلال الفترة الممتدة من القرن العاشر الي منتصف القرن الثامن عشر قبل الميلاد، عندما بلغت رحلاتهم شواطئ شبه جزيرة ايبيريا، بلاد الغال، مالطة وشمال افريقيا. ومن ابرز الرحلات السياحية في تلك الفترة كانت في بلاد الاغريق اين كانت تتوافد جماعات من اليونانيين القدماء وبعض سكان الأقاليم المجاورة الي منطقة جبل اولمبيا لمشاهدة الألعاب الأولمبية التي شرع في تنظيمها عام 776 قبل الميلاد وكذا زيارة المسارح بحثا عن المتعة والترويح عن النفس، وهذا كان عاملا مشجعا للمطالبة ببناء فندق لزوار أثينا في القرن الرابع قبل الميلاد.¹

ويعتبر الرومان كذلك من أولي الحضارات القديمة التي اهتمت بالسفر والترحال ويصنف المسافرون خلال الحكم الروماني الي أربعة فئات:

- رجال القوات المسلحة: حيث تم انشاء الطرق لتسهيل تحركات الجيوش الرومانية؛

¹ خالد كواش، السياحة: مفهومها أركانها، أنواعها_ الجزائر_، دار التنوير، 2007، ص 10.

- المسؤولين الحكوميين: حيث شكلت تحركات رجال الدولة والإدارة والبريد جانبا من اجمالي الحركة علي الطريق؛

- التجار وأصحاب المهن المختلفة: وخاصة العاملين في قطاع التعدين اين اهتم الرومان باستغلال الموارد المعدنية في العديد من الأقاليم الخاضعة لسيطرتهم

- المسافرون بارادتهم: من أجل الاستمتاع والمعرفة سواء شواطئ البحار أو الأماكن ذات الأهمية الدينية، أو بعض الأقاليم التي تتوافر فيها آبار وعيون للمياه المعدنية للعلاج او لمشاهدة المباريات الرياضية، وخاصة المصارعة أو المهرجانات السنوية التي اشتهرت بها بعض مدن إيطاليا.¹

اذن باختصار يمكن القول ان هذه المرحلة بدأت مع نشأة حضارة بلاد الرافدين في الالف الخامس قبل الميلاد وانتهت بسقوط الدولة الرومانية في نهاية القرن الرابع ومن أهم خصائص هذه المرحلة:²

- ظهور الدول مثل الحضارة الفرعونية في مصر والحضارة الرومانية؛

- ظهور العلوم وتطور وسائل النقل والمواصلات وخاصة السفن الشراعية.

أما عن دوافع قيام الانسان بالرحلات في عصور ما قبل الميلاد فكانت تركز علي مايلي:³

- تحقيق الفائدة؛

- حب الاستطلاع؛

- الدافع الديني؛

2. مرحلة العصور الوسطي

الإمبراطورية الرومانية كانت آخر امبراطورية قامت في العصور القديمة ، وكانت مركز الاشعاع الفكري والحضاري وكان لها الفضل الأكبر في تطور حركة الاسفار عبر العالم ، وبسقوطها انتهت مرحلة العصور القديمة وبدأت مرحلة العصور الوسطي ودامت هذه المرحلة الي نهاية القرن 15 ميلادي⁴. واقتصر نشاط الرحلات والسياحة في أوروبا خلال هذه المرحلة علي الرحلات ذات الطابع الديني، إذ كثر السفر الي معابد المسيحية، في حين تجاوزت رحلات السفر في مرحلة تالية حدود القارة لتعدد الرحلات الدينية الي الأماكن المقدسة في فلسطين، ونشطت الرحلات البحرية الأوروبية خلال القرن الخامس عشر مع بداية حركة

¹ ماهر عبد الخالق السيسي : مبادئ السياحة، مطابع الولاء الحديثة، القاهرة، 2002، ص 17.

² نعيم الطائر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، ط 2، دار المسيرة للنشر و التوزيع،الأردن،2007، ص 12.

³ ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران، الأردن،2008، ص 14.

⁴ عوينلن عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000_2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، جامعة اجزائر 3، 2013، ص5.

الاكتشافات الجغرافية التي كانت من نتائجها اكتشاف الامريكيتين عام 1492، ورأس الرجاء الصالح عام 1496 وهو ما يسمح بربط أوروبا وآسيا بحريا.¹ وفي هذه الحقبة التاريخية كانت البلاد الإسلامية أكثر تقدما من أوروبا في صادراتها نجد بغداد وقرطبة اللتان كانتا أكثر المدن ثراء من حيث التجارة ومركزا للاشعاع الثقافي والحضاري، وقد انطلق الرحالة العرب (أمثال ابن بطوطة، ابن جبير، البروني...الخ) يجوبون العالم ، وفي نهاية العصور الوسطي ظهرت فئة طالبي العلم الذين يقومون برحلات لغرض البحث عن العلم والتعرف علي آراء الغير، والاطلاع علي النظم السياسة الموجودة في الدول الأخرى، وهذا النوع من الرحلات كان حكرا علي الطبقة الأرستوقراطية، لان السفر يتطلب وقت فراغ وأموال فائضة عن الحاجة².

3. مرحلة العصر الحديث

امتدت هذه المرحلة ما بين القرن السادس عشر ميلادي ونهاية القرن التاسع عشر الميلادي، بدأت مباشرة بعد ظهور حركة الاكتشافات الجغرافية التي أدت إلي زيادة الاسفار والتنقلات ليشهد العالم تغيرا في نوع الرحلات مثل الرحلات القارية داخل الأقاليم المجهولة فيما يعرف بقارات العالم الجديد، اين غطت رحلات الاسبان معظم أقاليم امريكا اللاتينية خلال الفترة (1513-1783)³.

اشتهرت هذه المرحلة بتطور الآلة وتقدم مختلف وسائل الاتصال والمواصلات وتميز السفر بأكثر سهولة وأمن وهذا بظهور البواخر، السيارات، السكك الحديدية وصاحب ذلك تطور المجتمعات في المجال العلمي والفني، فأصبح السفر الي الخارج ميزة مميزات الطبقة الأرستوقراطية، وتزايدت التنقلات الي المدن الكبرى بهدف زيارة ومشاهدة المعالم الاثرية والمراكز الثقافية، وفي هذه المرحلة أصبحت تخضع السياحة الي بعض القيود التي كانت منعدمة في المراحل السابقة (مثل جوازات السفر والتأشيرات).

وفي أواخر القرن الثامن عشر وبداية القرن التاسع عشر أحدثت الثورة الصناعية تغيرا كبيرا في وسائل المواصلات والاتصالات مما ساهم في اختصار الوقت والمسافات وتزايد عدد المسافرين، ومع تحسن أوضاع الطبقة العاملة وارتفاع أجورهم ظهر ما يسمى بالإجازات مدفوعة الاجر وعرفت بالسياحة الاجتماعية⁴.

¹ كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، 2004، ص5.

² ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سبق ذكره، ص ص: 17،18.

³ خالد كواش، السياحة: مفهومها-أركانها-أنواعها، مرجع سبق ذكره ص16.

⁴ فيصل الحاج، صناعة السياحة في الأردن، عمان، 2000، ص 23.

4. المرحلة المعاصرة

بدأت هذه المرحلة مع بداية القرن العشرين اين تطورت السياحة بصورة لم تشهدها من قبل وهذا راجع لاستقرار الأوضاع السياسية وازدهار الأوضاع الاقتصادية بعد الحرب العالمية الثانية، وزاد الاهتمام بالجوانب الاجتماعية والنفسية للإنسان في العديد من دول سنت العديد من القوانين والتشريعات التي تحمي العامل والانسان بصورة عامة.

وتجدر الإشارة الي ان المرحلة بين بداية القرن العشرين ودخول القرن الواحد والعشرين امتازت بالعديد من الخصائص من أهمها:

- أصبحت صناعة السياحة اقتصادا قائما بحد ذاته، هذا يدل علي أهمية دور السياحة في دعم اقتصاديات الدول السياحة؛
- ساهمت السياحة في انقاذ اقتصاديات أكثر من 33 دولة سياحية نامية في جميع أرجاء العالم؛
- بدأ الاهتمام بدراسة سلوك السائح، لفهم رغباته واحتياجاته من أجل صياغة استراتيجية تسويقية فعالة، اين كانت السياحة في السبعينات ذات توجه بيعي (sales orientation) بينما أصبحت في نهاية القرن العشرين ذات توجه تسويقي مجتمعي (sociétal orientation)؛
- دخول صناعة السياحة مرحلة المنافسة الحادة، بعد ان دخلت السوق السياحية منظمات ومؤسسات سياحية كبيرة، الامر الذي أدى إلي تحسن الأداء السياحي من حيث تنوع الخدمات وتقليص تكاليف السفر؛
- زيادة وقت الفراغ لدي شعوب العالم المتقدم أعطي لصناعة السياحة دفعا قويا، حيث تضاعفت مساهمة السياحة في الدخل القومي للعديد من بلدان العالم السياحية، كما انعكس التطور السياحي إيجابيا علي مجالات الحياة الأخرى، وبدأ مفهوم المضاعف يستخدم علي نطاق واسع لتحليل أهمية السياحة علي الاقتصاد العالمي.¹

إن يمكن ان نقول باختصار أن السياحة في القرون الوسطى كانت عبارة عن تحركات الأفراد لأغراض محددة كالصحة والعمل والحج...إلخ، ومع مرور الزمن أصبح الأفراد ينتقلون من أجل الحاجة إلى الراحة والمتعة. وأول إنجاز في هذا الإطار كان في فرنسا للممرين الأول في "الدورة الصغرى" التي تضم باريس والجنوب الغربي ويمثل الثاني في "الدورة الكبرى" التي تشمل باريس والوسط ثم الجنوب الشرقي ومن تم ظهرت العبارة "قم بالدورة الكبرى" وذلك في بريطانيا العظمى عام 1870 بحيث كان كل شاب إنجليزي خلال نضجه

¹ حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، دار الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2001، ص ص 63،64 بتصرف.

مطالب بالسفر حول القارة، وفي عام 1811 ظهرت كلمة (TOURISTE) والتي تعني: الشخص الذي قام بالدورة. منذ ذلك التاريخ أصبحت هذه الكلمة تعني السفر من أجل المتعة.

وقد أخذ مصطلح السياحة معناه الحقيقي كظاهرة إنسانية منظمة عام 1936 بإنشاء المكتب الدولي للسياحة الاجتماعية BITS ، ومع انتهاء الحرب العالمية الثانية تضاعفت التنقلات من وإلى أوروبا بغرض الاكتشاف والتعرف عن قرب على مخلفات هذه الحرب مما ساهم في توسيع مفهوم السياحة إلى ما بعد الحدود. كما أن لتقدم الفكر الإنساني والتطور المذهل في وسائل النقل دورا فعالا في تقريب المسافرين وتسهيل سفرهم.

كما لعبت وسائل الاتصال الحديثة دورا كبيرا في نقل الأحداث والتسويق في النفوس من أجل رؤية المناطق السياحية الخلابة عبر العالم، وأدت النهضة الصناعية إلى ارتفاع مستوى دخل الأفراد الشيء الذي جعل الخدمات السياحية سلعة في متناول عدد كبير من الأشخاص.

وقد سجلت السياحة الدولية امتصاص حوالي 60% من الاتجاهات السياحية الدولية التي حظيت بعناية فائقة وعرفت تطورات عدة وخاصة في بلدانها الساحلية الشرقية التي أصبحت تجلب أعداد ضخمة من الزوار.¹

المطلب الثاني: تعريف السياحة ودوافعها

تختلف التعاريف المقدمة للسياحة باختلاف الباحثين ووجهات نظرهم لهذا المصطلح او لهذه الظاهرة، ولقد بدأت محاولات عديدة منذ 1811 لتعريف السياحة كظاهرة مستقلة لها مقوماتها الخاصة، وقبل البدئ بتقديم مختلف التعاريف الواردة في هذا المصطلح سنعرج علي الدوافع التي تجعل الشخص يقوم بالسياحة.

1. دوافع السياحة

عادة ما يتحرك الانسان بدوافعه، والدافع هو شعور وجداني بالنقص في شيء ما، هذا الشعور يؤدي بصاحبه الي البحث في البيئة الخارجية عن ما يحد من هذا النقص حتي تعود النفس الي حالة الاستقرار، فمثلا ما يدفعنا لشرب الماء هو العطش وما يدفعنا الي الاكل هو الجوع، وقس علي ذلك وللسياحة أيضا عدة دوافع تؤدي بالفرد الي التفكير بالقيام برحلة سياحية.

والدافع قد يكون ذاتي او يمكن خلقه لدي الشخص فمثلا في جو حال وعالي الرطوبة وانت جالس اما التلفاز او تقلب على صفحات النات يقابلك اعلان عن فتح منتجع صيفي قريب من منطقة سكنك بمعايير جيدة وبأسعار مقبولة، أكيد سيتولد لديه دافع الذهاب والاستمتاع وقس علي ذلك.

¹ براينيس عبد القادر، صناعة السياحة ودورها في التنمية المستدامة للدول، ص 78. مقال متاح علي الموقع :

<http://e-biblio.univ-mosta.dz/bitstream/handle> تاريخ الاطلاع 2020/08/12

علي العموم اتخاذ قرار القيام برحلة معينة يكون نتيجة عدة عوامل نفسية واجتماعية واقتصادية متداخلة، والتي تأخذ في التبلور ضمن نظام متحرك ومتغير يبدأ باللحظة التي تظهر فيها هذه العوامل بفكرة معينة وتنتهي في اللحظة التي يصل فيها الشخص الي اتخاذ قراره النهائي بالقيام برحلة¹.

ويمكن اجمال هذه الدوافع فيما يلي:²

أ. دافع ثقافية، تاريخية، تعليمية

- مشاهدة الآثار وتاريخ الحضارات القديمة والمواقع الأثرية مثل زيادة البتراء، الأهرامات، جرش، مدينة بابل، تدمر، آثار الطاسيلي، الآثار الرومانية في تيبازة... الخ؛
- مشاهدة بعض الأحداث المهمة بالعالم أو حضور مهرجانات أو حفلات ثقافية أو معارض... الخ؛
- الاطلاع على حياة الناس في البلدان الأخرى والتعرف على حياتهم وأعمالهم وثقافتهم ونمط حياتهم الاجتماعية والحضارية والثقافية واكتشاف أشياء جديدة لغرض العلم والثقافة والمعرفة؛
- مشاهدة المواقع الحضارية المهمة المشهورة بالعالم مثل زيادة باريس لمشاهدة برج إيفل أو روما لمشاهدة برج بيزا أو مقام الشهيد في الجزائر.... الخ؛
- معرفة ما يدور من حوادث الساعة والتقدم العلمي أي التعرف على حقيقة ما يدور في أخبار وحوادث مثل مشاهدة انطلاق المركبات الفضائية... إلخ وهذا الدافع يعتبر من أهم مصادر الدعاية حيث نجد أن الكثير من المواطنين يتجهون إلى منطقة معينة لمشاهدة حدث علمي جديد.

ب. دوافع عرقية ودينية

- السفر بدافع الحج إلى الأماكن المقدسة مثل مكة المكرمة، القدس والفاطيكات وكذلك زيارة الأماكن الدينية المشهورة مثل أضرحة الصحابة أو جامع الحسيني في القاهرة أو زيارة مرقد الامام عبد القادر الكلياني في بغداد.... الخ؛
- رحلات العمرة إلى مكة المكرمة وخاصة في رمضان ويوجد مقترحات أن تنظم المملكة العربية السعودية رحلات سياحية منظمة إلى العمرة وزيارة المدينة المنورة وبعض أضرحة الصحابة.

¹ مصطفى يوسف كافي، مدخل الي العلوم السياحية والفندقية، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص94.

² بالاعتماد علي:

- بدر حميد عساف، الجغرافيا السياحية، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص 35.
- أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، كنوز المعرفة، الأردن، 2007، ص ص 34،35.
- منال شوقي عبد المعطي أحمد، دراية في مدخل علم السياحة، ط2، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2014، ص97.

ت. دوافع الراحة والاستجمام والترفيه

- الهروب المؤقت من الجو الروتيني اليومي للعمل والابتعاد عن صخب المدينة ويحدث هذا في المدن الصناعية والتجارية الكبيرة والمزدحمة بالسكان؛
- حب الاستمتاع بأوقات الفراغ في الأماكن الهادئة أو على سواحل الشواطئ أو في مناطق جبلية... الخ؛
- الترفيه عن النفس عند توفر الوقت والمال.

ث. دوافع صحية

- الابتعاد عن الجو البارد والثلوج والتوجه إلى أماكن دافئة أو الابتعاد عن الجو الحار والتوجه إلى أماكن باردة وخاصة بالنسبة لكبار السن والمرضى؛
- السفر لأغراض العلاج والمداواة؛
- السفر لغرض النفاهة والاسترخاء بعد الشفاء من مرض معين أو لغرض الراحة النفسية بعد إصابة الشخص بمرض أو أزمة نفسية للتمتع بالجو الصافي والهواء النقي.

ج. دوافع اقتصادية

- انخفاض الأسعار في بلد ما يؤدي إلى تدفق السياح للتمتع بالخدمات المقدمة بأقل الأسعار والحصول على السلع والخدمات بأسعار أقل؛
- فرق العملة في التحويل يؤدي إلى تدفق السياح إلى بلد ما انخفضت عملته لغرض التمتع بالخدمات والسلع بأسعار أقل؛
- السفر لغرض الأعمال وذلك سعياً للحصول على صفقات تجارية بالنسبة لرجال الأعمال.

ح. دوافع رياضية

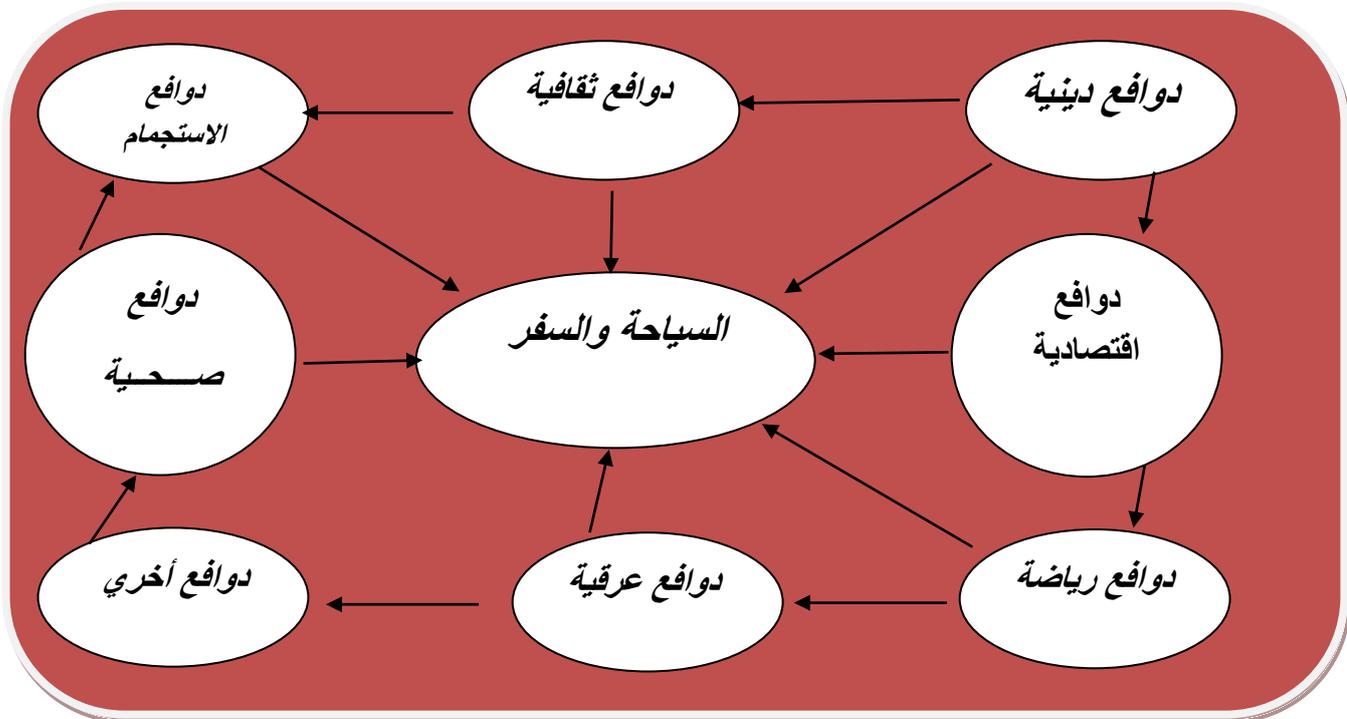
- السفر لغرض مشاهدة مباراة رياضية أو تشجيع فريق معين ... الخ؛
- المشاركة في دورة رياضية أو السفر لغرض ممارسة ألعاب معينة مثل التزلج على الجليد أو التزلج على المياه أو ممارسة رياضة التنس أو أي رياضة أخرى.

خ. دوافع أخرى

- المخاطرة أو المغامرة (سياحة شباب) ممكن أن تدخل من ضمنها السياحة الصحراوية؛
- التفاخر والمباهاة وخاصة بزيارة بعض المناطق المشهورة في العالم مثل جزر الكاريبي أو مونتني كارلو الخ؛

- تقنية مثال شراء سيارة جديدة والرغبة في السفر بها إلى مكان ما ،أو الرغبة في تجربة وسيلة نقل جديدة ومنتطورة مثل الرغبة في السفر في طائرة الكونكورد... الخ؛
 - التذوق: تذوق أصناف الطعام عبر العالم
 - علمية مثال البحث في مكتبة معينة، او حضور فعاليات ملتقي معين، او إقامة دراسة ميدانية في مكان معين بدراسة تربته او صخوره الخ
- والشكل التالي يلخص مختلف دوافع السياحة

الشكل رقم(1-1): شكل توضيحي يبين دوافع السياحة



المصدر: مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص 101.

2. تعريف السياحة

لفهم ظاهرة معينة لابد من الغوص فيها وتعريفها تعريفا شاملا ودقيقا للتمكن من تحليلها والبناء عليها، حيث ان أول صعوبة لمن يريد دراسة السياحة هي تعريفها علي حد قول الكاتب Gérard¹ Guibilato لتعدد

¹ Gérard Guibilato ,Economie touristique , paris Ed Delta et Spes , 1983,p10 .

مجالاتها والأهداف المراد تحقيقها من خلال ممارستها وتسييرها وبناءا عليه سنتطرق الي مجموعة من التعاريف بدءا بتعريفها اللغوي

أ. لغة: تعني السياحة في اللغة العربية **التجوال** وعبارة ساح في الأرض تعني ذهب وسار علي وجه الارض¹ أما في اللغة الإنجليزية نجد كلمة **TOUR** تعني يجول أو يدور، أما كلمة **TOURISIM** أي السياحة فمعناها الانتقال والدوران وأصلها كلمة **TOUR** التي تعني رحلة. وأطلقت علي طلاب العلم الانجليز في أوروبا كلمة **TOURIST** في القرن الثامن عشر وانتشرت هذه الكلمة الفرنسية الي اللغات الأخرى واستعملت للسياحة والسائح أي التحرك في رحلة لغرض المنفعة او الترفيه او الصحة وليس لاكتساب الأموال او الإقامة الدائمة في الدول المضيفة.²

اما اصطلاحا فهناك العديد من التعاريف سنحاول ادراج أهمها فيما يلي:

ب. تعريف الألماني **GUYER Freuller** سنة 1905: "السياحة ظاهرة من ظواهر العصر التي تنتبثق من الحاجة المتزايدة للحصول علي الراحة والاستجمام، والاحساس بجمال الطبيعة وتذوقها، والشعور بالبهجة والمتعة في الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة"³.

نلاحظ ان هذا التعريف اهتم فقط بالسياحة البيئية من أجل الراحة النفسية وأغفل كل الأخرى.

ت. تعريف الخبير الاقتصادي السياسي النمساوي **HERMANNVON Schullerd** "السياحة هي الاصطلاح الذي يطلق علي كل العمليات التالية وخصوصا العمليات الاقتصادية التي تتعلق بدخول وإقامة وانتشار الأجانب داخل وخارج منطقة معينة أو أية دولة وترتبط بهم ارتباطا مباشرا"⁴

ث. تعريف الكاتبان **Henziker and Kraft** سنة 1943: حيث عرفا السياحة في كتابهما المعنون " النظرية العامة للسياحة" بأنها " مجموع الظواهر والعلاقات الناشئة عن السفر والإقامة للسائحين طالما أن ذلك لا يؤدي إلى إقامة دائمة لهم ولا يرتبط بممارسة أنشطة اقتصادية"⁵.

¹ كواش خالد، السياحة: مفهومها- أركانها- أنواعها، مرجع سبق ذكره، ص 22.

² قويدر لويذة، اقتصاد السياحة وسبل ترقيتها، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2010، ص .

³ عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر، أطروحة دكتراه في علوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2010، ص 12.

⁴ بولحية الطيب، الاستثمار السياحي في ولاية جيجل ومجالاته وآليات تطويره، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، جامعة البليدة، الجزائر، العدد9، 2016، ص 177.

⁵ AHMED TISSA. Economie touristique et aménagement du territoire , Opu Alger, p 94.

فرق هذا التعريف بين السائح والمهاجر إذ ينتقل السائح بصفة مؤقتة بينما ينتقل المهاجر لفترة طويلة وقد يكون الغرض من هذا الانتقال العمل والكسب إذن هناك ثلاث معايير يقوم عليها مفهوم السياحة وفق هذا التعريف: التنقل من مكان الإقامة المعهود الي مكان جديد، لا يجب ان يتحول المكان المقصود الي إقامة ثابتة، لا يجب ان يتم السفر من اجل ممارسة عمل بمقابل.

ج. تعريف Robert Lanquard: "السياحة عبارة عن مجموع الأنشطة البشرية المتعلقة بالسفر وصناعة تهدف الى اشباع حاجات السائح"¹.

ح. تعريف J-L.MICHAUD: "السياحة تنظم مجموع أنشطة الإنتاج والاستهلاك والتي ينتج عنها تغيير مكان الإقامة المعتاد لأغراض الترفيه او الاعمال، الصحة أو المشاركة في ندوات مهنية، رياضية او دينية...."² وهنا حاول الكاتب ان يجمع بين المحفزات والنتائج الاقتصادية لعطلة او حتي ليلة يتم قضاؤها خارج مكان الإقامة المعتاد.

خ. تعريف الأكاديمية الدولية للسياحة: السياحة هي "اصطلاح يطلق على الرحلات الترفيهية وعلى هذا الأساس هي مجموعة الأنشطة الإنسانية المعبأة لتحقيق هذا النوع من الرحلات الترفيهية وهي صناعة تتعاون على سد حاجات السائح"³.

د. وقد حددت الأمم المتحدة مفهوم السياحة في قرارات مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر بروما عام 1963 والذي تبناه الاتحاد الدولي لمنظمات السفر الرسمية عام 1968: "حركة الأفراد والجماعات خارج الحدود السياسية للدولة التي يعيشون فيها لفترة تزيد عن 24 ساعة وتقل عن عام واحد، على أن لا يكون الغرض من السفر العمل أو الدراسة أو المرور"⁴.

ذ. أما عن المفهوم الحديث للسياحة حسب تعريف المنظمة العالمية للسياحة OMT فهي تعني: "مجموعة الأنشطة التي يقوم بها الأشخاص في سفرهم وإقامتهم في أماكن خارج محيطهم المعتاد خلال فترة مؤقتة لا تتعدى السنة من أجل الترفيه، أعمال وأهداف أخرى"⁵.

¹ ROBERT LANQUARD . le tourisme international. Série que sais je . Paris/ puf . 1980 . p 12.

² LE tourisme face à l'environnement, Collection le géographe, Presse universitaire de France, paris, 1983,p18.

³ أحمد علي هارون، أسس الجغرافيا السياحية ، دار الفكر الجامعي، القاهرة، مصر، 2000 ،ص 426.

⁴ عبد القدر إبراهيم حماد، ناصر محمود عبد، مدخل إلى جغرافية السياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013 ،ص 18.

⁵ Jean Michel Dewailly . Emile Flament, Le tourisme géographie, Sedes. France,Paris,2000,P11.

وأعطى هذا التعريف مفهوما عاما للسياحة دون تخصيصه أو تعليقه بنشاط من الأنشطة من خلال التعبير عنه بعبارة مجموعة من الأنشطة، كما استخدم عبارة أهداف أخرى أي أنه لا يوجد هدف ومقصد واضح لمفهوم السياحة حسب تعريف OMT .

ومن خلال التعاريف السابقة نخلص إلى تعريف السياحة بأنها مجموعة من الأنشطة يقوم بها الأفراد عند انتقالهم إلى بيئة أخرى غير بيئتهم المعتادة لفترة زمنية لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن سنة، وتتنوع الأغراض من السفر (الاستجمام، الترفيه، الرياضة، الدينية، العلاجية...)، ولا يجب ان تكون لأغراض العمل والكسب المادي .

المطلب الثالث: أركان السياحة ومصطلحات ذات الصلة

لاحظنا عندما ادرجنا عدة تعاريف ان السياحة ظاهرة متشعبة تتفاعل مع عدة عوامل أخرى ، ولقيام السياحة لابد من توفر عدة أركان وفهم عدة مصطلحات أخرى لها صلة وثيقة بالسياحة.

1. أركان السياحة

ترتكز السياحة علي عدة اركان، فلا يمكننا الحديث عن السياحة بدون: نقل، إطفام، إيواء اين نصلها فيما يلي¹:

أ. **النقل**: لا يمكننا الحديث عن السياحة التي هي أساسا السفر والتنقل دون الحديث عن النقل ، حيث توجد علاقة وطيدة بين السياحة وتطور وسائل النقل والمواصلات فهما يسهلان للسائح التنقل والسفر لمختلف المناطق عبر العالم؛

ب. **الايواء**: لا نطرح قضية السياحة الا ونربطها بالإيواء، حيث يبقى مكان الإقامة الامر الذي يشغل بال السائح عند وصوله للدولة الو المدينة التي يزورها؛

ت. **البرنامج**: لا تتجح أي سياحة بدون برنامج معين يتمتع به السائح ويحجز له مسبقا أو عند وصوله للبلد، وهذه البرامج تشمل زيارة المتاحف، الأماكن الاثرية والتاريخية، أماكن الترفيه والراحة، المناطق

¹ بالاعتماد علي:

- ماهر عبد الخالق السيسي، مبادئ السياحة، ط2، دار مجموعة النيل العربية، مصر، 2016، ص 90؛
- ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران، عمان، الأردن، 1997؛
- خالد كواش، السياحة مفهومها _ أركانها _ أنواعها، مرجع سبق ذكره، ص 56.

العلاجية أو الطبيعية أو الرياضية أو الدينية... الخ بالإضافة الي الخدمات السياحية الأخرى كالمحلات، الأسواق، المنتزهات، المنتجعات....

ث. البنية التحتية للسياحة: هي الخدمات الأساسية والضرورية التي تأسس لأي مشروع أو موقع سياحي من بينها توفر شبكات المياه، الكهرباء، الغاز، الطرق والمواصلات، القطاع الصحي والبنوك... الخ وتعتبر هذه البنية ذات أهمية لأي مشروع سياحي حتي يستطيع أداء خدماته بصورة كاملة وتعتمد صناعة السياحة بصورة أساسية علي البنية التحتية؛

ويمكن تقسيم مشاريع البنية التحتية إلي 3 أنواع:

- مشاريع عامة: وتشمل المستلزمات الأساسية لقيام السياحة مثل: كهرباء، غاز، وقود، ماء، سكك حديدية، طرق... الخ؛

- المشاريع المعاصرة: تشمل مجمل المستلزمات التي أصبحت ضرورية في حياة الفرد مثل: المصارف، الأسواق، الصيدليات، الانترنت... الخ

- مشاريع متخصصة: تتركز خدمتها علي القطاع السياحي فقط، مثل مناطق التخييم، مواقف السيارات، المهرجانات، محلات تأجير المستلزمات الرياضية المتخصصة في أنماط سياحة رياضية معينة مثل تسلق الجبال، او التزلق علي الجليد.. الخ.

ج. البنية الفوقية للسياحة: مصطلح يطلق علي منشآت الإقامة كالفنادق، المخيمات، وكذلك مشاريع

الاستقبال السياحي ومكاتب الارشاد السياحي، وكلاء السفر، الشركات السياحية، مكاتب ايجار

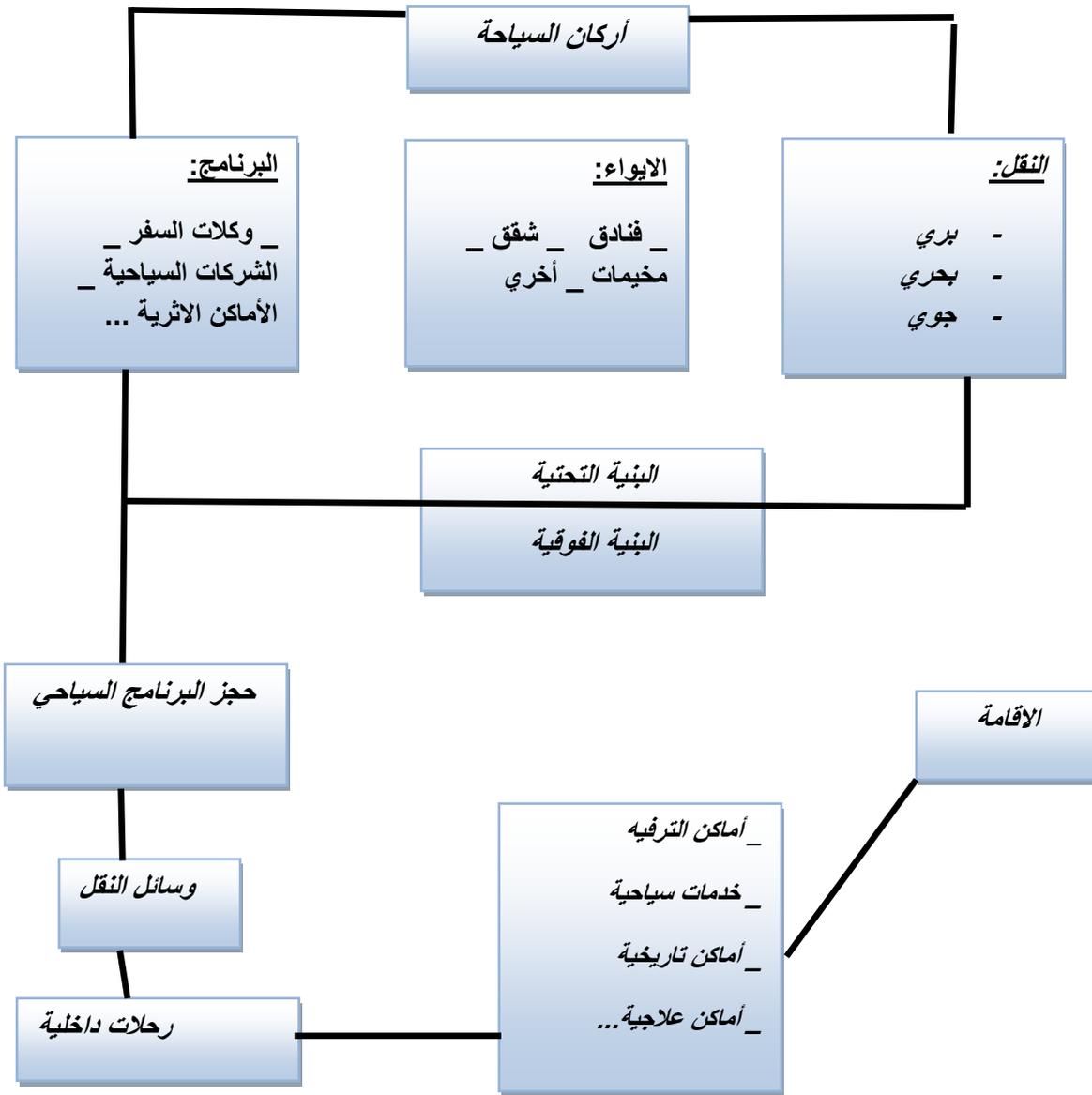
السيارات، الدليل السياحي، المترجمين، منظمات سياحية، مشاريع تقديم الطعام والشراب بأنواعها (

المطاعم، الحانات، المقاهي، مطاعم الاكل السريع، مطاعم الاكل الجماعي...) وهذه الخدمات تختلف

من بلد الي آخر وحسب مستوى تقدم البلد.

والشكل الموالي يوضح ويختصر اركان السياحة

الشكل رقم (1-2): شكل توضيحي لأركان السياحة



المصدر: ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سبق ذكره، ص 43.

2. مصطلحات ذات الصلة

للسياحة العديد من المصطلحات اللصيقة بها خاصة مفهوم السائح بكل انواعه والليالي السياحية
أ. السائح

بداية تجدر الإشارة إلى أن السائح يمكن أن يكون محليا أو دوليا ولتحديد مفهوم السائح أهمية بالغة في الاقتصاد السياحي لأنه يعتبر محورا أساسيا في إنتاج الإحصائيات التي تدخل في حساب التدفقات السياحية المحلية والدولية والتي تعتبر مؤشرا ضروريا لقياس مدى تطور السياحة وازدهارها والانعكاسات المالية التي تنتج عنها.

لذا تعددت التعاريف المتعلقة بالسائح بتعدد المراحل التي مر بها مفهوم السياحة، وأيضا تعدد الباحثين والهيئات المهتمة بهذا المجال. ونحن في هذا العنصر سنتطرق الي تعريف المنظمة العالمية للسياحة إضافة الي المفاهيم التي تتبناها الجزائر.

اعتمدت WTO بمؤتمرها في روما عام 1963 تعريف السائح بأنه: "الشخص الذي يزور بلدا أجنبيا ويمكث فيه أكثر من 24 ساعة وأقل من 3 أشهر ولا يقصد القيام بوظيفة أو نشاط مهني" ويغطي هذا التعريف مايلى¹:

- **الزائر Vsitor**: هو أي شخص يزور دولة أخرى غير الدولة المقيم فيها، ولا يهدف من الزيارة ممارسة أي عمل داخل الدولة المزارة يحصل منه علي أجر ويتضمن ذلك التعريف الزيارات ضمن أراضي الدولة الواحدة ويتضمن هذا التعريف فئتين من الزوار هما :

• **السياح Tourists** : وهم عبارة عن زوار مؤقتين يبقون في الدولة المقصودة للزيارة مدة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن سنة واحدة؛

• **المتنزهون Excursionists**: وهم زوار مؤقتين يبقون في المكان المقصود للزيارة مدة تقل عن 24 ساعة، ويتضمنون المسافرين علي السفن البحرية، ويطلق هذا المصطلح عموما علي المتنزهين والمستجمين لمدة تقل عن 24 ساعة وهم ما يمكن ان نعرفهم بالرحالة العارضين؛

- **المسافر Travler**: هو الشخص الذي يغادر مكان إقامته الدائمة مبتعدا عنه سواء داخل حدود دولته أو خارجها، تحت أي دافع من دوافع السفر والابتعاد سواء الزيارة أو العمل أو الدراسة... الخ مستثني من ذلك رحلة العمل اليومية بغض النظر عن المسافة المقطوعة وهناك نموذجان رئيسيان من السائحين هما:

• **السائح الدولي Intenational tourist** : وهو الشخص الذي يسافر عبر الحدود الدولية ويبقى بعيدا عن دولته المقيم فيها بشكل دائم لمدة لا تقل عن 24 ساعة؛

• **السائح الداخلي Domestic Tourist**: وهو الشخص الذي يقتصر تنقله داخل حدود الدولة التي يقيم فيها ويبقى بعيدا عن مكان إقامته الأصلي مدة لا تقل عن 24 ساعة، أو ليلة واحدة وتضع الدول حدودا مسافية دنيا في تحديد السائح الداخلي تختلف هذه الحدود بين 40_100كلم.

¹ مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والامن السياحي، دار رسلان للطباعة والنشر ، سوريا، 2009، ص ص 15_16.

والجزائر تبنت عدة مفاهيم أخرى إضافة إلى المفاهيم التي تبنتها المنظمة العالمية للسياحة فيما يخص السياحة والسائح¹:

- **الدخول:** كل مسافر عبر الحدود ودخل التراب الوطني خارج مساحة العبور يعتبر داخلا؛
 - **المسافر:** كل شخص دخل التراب الوطني مهما كانت دوافع هذا الدخول ومهما كان مقر إقامته وجنسيته باستثناء الجوالين في رحلة بحرية والجوال في رحلة بحرية هو كل زائر يدخل الحدود الوطنية ويغادرها في نفس السفينة التي جاء فيها والتي يمكث علي متنها طول مدة إقامته في البلاد؛
 - **الزائر:** كل من دخل حدود الجزائر من غير أن يقيم فيها أو يمارس فيها أي مهنة مقابل أجر وهذا التعريف يشمل فئتين من الزوار: هم السياح والجوالون؛
 - **السائح:** كل زائر لفترة محدودة، يبقى على الأقل 24 ساعة في البلاد، ويمكن تلخيص دواعي زيارته في الأغراض التالية: المتعة، أو أشغال؛
 - **غير المقيمين:** هم السياح الجوالون والمسافرون العابرون للجزائر باستثناء الجوالين في رحلة بحرية؛
 - **المقيمين:** هم المسافرون غير الجوالون في رحلة بحرية وغير المقيمين وكل الجزائريين يعتبرون مقيمين؛
 - **الجوال:** هو زائر لمدة محددة، إقامته في الجزائر لا تتجاوز 24 ساعة وهذا المفهوم ينطبق على كل المسافرين الذين هم في جولة بحرية ما عدا المسافرين الذين يمكن اعتبارهم من الناحية القانونية انهم لم يدخلوا التراب فضلا عن سكان الحدود العاملين في الجزائر.
- ب. **الليالي السياحية:** "هي مجموع ليالي المبيت التي يقضيها السائحون خارج اوطانهم في أي وسيلة مخصصة للسياح"².
- ت. **المنطقة السياحية:** هي المنطقة أو المكان الذي يصبح هدفا للطلب السياحي نتيجة عوامل الجذب السياحي سواء كانت طبيعية وخدمائية، أو التسهيلات المقدمة بالإضافة إلى ميول واتجاهات الطلب السياحي الذي تتحكم فيه العديد من العوامل.

¹ عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2010، ص 13.

² ماهر عبد الخالق السيسي، مبادئ السياحة، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2001، ص 22.

المبحث الثاني: الإمكانيات السياحية للجزائر

تراهن الجزائر علي القطاع السياحي كقطاع بديل للمحروقات، للخروج من التبعية الريعية وهذه الرهانات لم تأتي من فراغ وإنما بنيت علي واقع ما تملكه الجزائر من مقومات سياحية خامة حباها بها الله سبحانه وتعالى، وامكانيات تعمل جاهدة لترقى بها الي مستوى الطلب السياحي، ومن خلال هذا المبحث سنتطرق الي مختلف هذه الإمكانيات.

المطلب الأول: المقومات الطبيعية للجزائر

يمكن اعتبار الجزائر محظوظة في هذا الجانب فقد وهبها الله من جمال الطبيعة، وتنوع المناخ والتضاريس، وشساعة المساحة ما يؤهلها الي ان تبني صناعة سياحية تؤهلها للمنافسة عالميا، ومن خلال هذا المطلب سنستعرض مختلف المقومات الطبيعية التي تتربع عليها الجزائر وتجعل منها وجهة سياحية مطلوبة.

1. الموقع والمساحة

تقع الجزائر في الضفة الجنوبية الغربية لحوض البحر الأبيض المتوسط وتحتل مركزا محوريا فهي تتربع على مساحة شاسعة تقدر بـ 2.381,741 كلم² يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط، ومن الشرق تونس والجمهورية الليبية ومن الجنوب مالي والنيجر ومن الغرب المغرب الأقصى ومن الجنوب الغربي موريتانيا والجمهورية الصحراوية، وتقع الجزائر بين خط 18 و30 من خط العرض الشمالي وبين 9 من خط الطول الغربي و12 من خط الطول الشرقي. ولموقع الجزائر أهمية إستراتيجية وخصائص حيوية تجمع بين مميزات نادرة استمدتها من موقعها المتوسط في خريطة العالم فهي جسر اتصال ومحور التقاء بين أوروبا وإفريقيا وبين المغرب العربي والشرق الأوسط وممر حيوي للعديد من طرق الاتصال برا وبحرا وجوا¹، ويبلغ عدد سكان الجزائر في الجزائر 44616626.00 مليون نسمة سن 2021²؛

2. التضاريس

تتميز الجزائر بتنوع تضاريسها هي مقسمة علي منطقتين متميزتين ومختلفتين من حيث الملامح التضاريسية وهما : المنطقة الشمالية وتقدر مساحتها بنحو 400000 كلم مربع يغلب عليها الطابع الجبلي، مناخها

¹ كواش خالد ، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر ، مجلة شمال افريقيا، العدد 1 جامعة الشلف، الجزائر، ص 2015.

² <https://data.albankaldawli.org/country2022/07/02> تاريخ الاطلاع

متوسطي، وغطاؤها النباتي كثيف، ومنطقة جنوبية مساحتها حوالي 2 مليون كلم مربع وهو عبارة عن قاعدة صحراوية، تمتاز بمناخ جاف، وغطاء نباتي محدود والاستقرار السكاني يقتصر علي الواحات وبعض مناطق استغلال البترول والغاز. وتنقسم التضاريس في الجزائر الي 5 اقسام¹:

أ. السهول: ونجد نوعين من السهول هما

- **السهول الساحلية:** وهي الأراضي السهلية ذات الارتفاع المنخفض، والتي تمتد بشكل طولي إلى الشمال من السلسلة التلية، ومنها سهل وهران الذي يمتد على طول المسافة بين مدينة عين تموشنت في الغرب، ونهر الشلف في الشرق، ويتميز بحدائثه تكوينه، وبتربته الخصبة، وبوجود عدد من الأودية السيلية فيه، كما أن من السهول الساحلية أيضاً: سهل متيجة، وهو يمتد من الشرق إلى الغرب مسافة 100كم، علماً بأن عرضه يبلغ نحو 50كم، بالإضافة إلى أنه يطل من الجانب الشمالي على البحر، ومن الجنوب على الأطلس البلدي، وسهل عنابة الذي يمتد بين الجبال في مدينة سوق أهراس، وصولاً إلى البحر الأبيض المتوسط.
- **السهول الداخلية:** وهي الأراضي المحصورة بين التلال الجبلية المكونة لسلسلة جبال التلية، حيث يصل ارتفاعها إلى ما يفوق 500م، وهي بذلك أكثر ارتفاعاً من السهول الساحلية؛

ب. **الأطلس التلي:** وتعرف أيضاً بالسلسلة التلية، وهي تمثل سلسلة الأراضي الساحلية الموازية للبحر المتوسط، والممتدة بين مضيق جبل طارق في المغرب الأقصى، والرأس الأبيض في تونس، مروراً بالجزائر، علماً بأنها متذبذبة في العرض، والارتفاع؛ حيث تتراوح في الاتساع ما بين 70-150كم، وفي الارتفاع ما بين 600-2000م، كما أن الاتجاه العام لمحور التضاريس يكون من الجنوب الغربي إلى الشمال الشرقي، أما في ما يتعلق بأهم جبالها، فهي: جبال وهران وأرزويو بارتفاع 650م، وجبال تلمسان التي يبلغ ارتفاعها 1,843م، وجبال تسالة بارتفاع يبلغ 1,061م، وجبال الظهرة التي يصل ارتفاعها إلى 1,071م، وجبال الضاية بارتفاع يصل إلى 1,356م، وجبال الونشريس بارتفاع يبلغ 1,985م، وجبال جرجرة التي تضم قمة لالة خديجة والتي يبلغ ارتفاعها 2,308م.

ت. **الأطلس الصحراوي:** وهي الأراضي الممتدة من مدينة فجيح في الغرب، إلى إقليم الزاب في الشرق بمسافة تبلغ نحو 700كم، حيث تتميز هذه الأراضي بأنها أعلى من الأطلس التلي، كما أنها تضم عدداً من الجبال التي تتخللها الممرات، والأودية المنحدرة باتجاه الصحراء، ومنها: جبال أولاد نايل، وجبال العمور، وجبال الأوراس التي تضم أعلى قمة في الجزائر، وهي قمة جبل شيليا بارتفاع يبلغ 2,338م؛

¹ تاريخ الاطلاع 2 / 07 / 2021 <https://mawdoo3.com/>

ث. الصحراء الكبرى: تملك الجزائر صحراء تعتبر الأوسع بحوالي 2 مليون كلم² وهي موزعة على أربع مناطق كبرى¹:

- منطقة أدرار: تقع في الجنوب الغربي مساحتها 427000 كلم² حيث تعتبر هذه المنطقة سياحية بالدرجة الأولى لما تحتوي عليه من مناظر طبيعية وآثار قديمة قدم وجود الإنسان بالصحراء الجزائرية؛
- منطقة إيزي: وهي تتمثل في TASSILLI N'AJJER والذي تقدر مساحته بـ 286808 كلم²، حيث تعتبر دائر جانن الأكثر أهمية والمعروفة بحديقة الطاسيلي المصنفة كتراث عالمي منذ 1982 من طرف اليونسكو؛
- منطقة واد ميزاب: صنفت هذه المنطقة ضمن التراث العالمي لما لها من جانب تاريخي، حضري وهندسي والذي يشمل المدن التالية: بني يزقن، بونورة، بساتين النخل؛
- منطقة تمنراست: أو الهقار والتي تغطي مساحة 113000 كلم² والتي تحتوي على الحديقة الوطنية التي أنشأت سنة 1987 والتي تتميز باحتوائها على حيوانات ونباتات نادرة، ونقوش وصخور تعود للقرون الماضية.

ج. الهضاب العليا: وتنقسم الي نوعين

- الهضاب الشرقية: وهي الأراضي المرتفعة نسبياً (800م)، والممتدة بين الأطلسين الصحراوي، والتلي، إلى الجهة الشرقية من جبال الحضنة؛
- الهضاب الغربية: وهي الأراضي الممتدة من جبال الحضنة إلى الحدود الجزائرية المغربية، وتتميز بارتفاع الحرارة فيها؛ بسبب انخفاض ارتفاعها الذي يتراوح بين 66م-100م .

3. المناخ:

تتميز الجزائر بتنوع مناخها حيث تشمل على مناخ البحر الأبيض المتوسط والذي يشمل المناطق الساحلية من الشرق إلى الغرب بدرجات حرارة سنوية متوسطة عموماً من شهر أكتوبر إلى شهر أبريل تتميز بفصلين الأول ممطر دافئ وطويل هو الشتاء والثاني هو الصيف يكون جاف وحر وقصير ومناخ الاستبس حيث يغطي هذا المناخ مناطق الهضاب العليا وهو مناخ انتقالي بين المناخ المتوسطي والمناخ الصحراوي ويتميز بموسم طويل بارد ورطب في الفترة من شهر أكتوبر إلى شهر ماي، أما المناخ الثالث فهو المناخ الصحراوي

¹ أسماء سفاري، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير الخدمات السياحية لدول المغرب العربي: الجزائر، تونس، المغرب، أطروحة دكتوراه، جامعة أم البواقي، الجزائر، 2015، ص228.

والذي يتميز بأمطار قليلة وغير منتظمة وبجو جاف وارتفاع في درجة الحرارة التي تصل أحيانا إلى 40 درجة مئوية أو تفوق ذلك، كما يتميز بموسم طويل حار يمتد من شهر ماي إلى شهر سبتمبر أما باقي الأشهر فتتميز بمناخ متوسط ودافئ وهذا ما ينشط حركة السياح في فصل الشتاء حيث يغطي هذا المناخ مناطق الجنوب والواحات¹.

4. الشريط الساحلي

يمتد الشريط الساحلي الجزائري من واد كيس ببلدية مرسي بن مهدي ولاية تلمسان الي الحدود الجزائرية المغربية غربا الي واد سواني السبع ببلدية الصوارخ ولاية الطارف في الحدود الجزائرية التونسية شرقا، مارا علي 420 بلدية ساحلية، كما أن طول الساحل يقدر ب 1622 كم حيث كشف تقرير رسمي عن محافظة السواحل الجزائرية أن مسافة الشريط الساحلي الجزائري تبلغ 1622 كلم وليس 1200 كلم كما كانت الاحصائيات متداولة سابقا، وأفاد التقرير أن الحسابات السابقة لم تحسب الالتواءات والاحتدابات واكتفت بعملية الحساب الافقي فقط، والسواحل الجزائرية من أكثر سواحل البحر الأبيض المتوسط جمالا وزيارة صيفا اين نجد غربا وهران عروس الساحل الجزائري بشواطئها الخلابة من أشهرها شاطئ "مداغ" تليها شواطئ " الغزوات، ومستغانم"، شرقا نجد شواطئ بجاية، عنابة، جيجل، وفي الوسط نجد شواطئ بومرداس، تيبازة، سيدي فرج... الخ².

5. الحظائر الوطنية والمساحات الخضراء

يعتبر شمال الجزائر من الشرق إلى الغرب مساحات خضراء تتخللها غابات كثيفة وسلاسل جبلية وصخرية وبحيرات في الشرق وسبخات في الغرب مما يعطي تنوعا بيئيا، كما تمتلك الجزائر العديد من أنواع الحيوانات والنباتات والتي تتوزع على أرجاء البلاد، حيث تمتلك 107 نوعا من الثدييات بما في ذلك 47 محمية بالقانون الجزائري و30 معرضة للخطر ولديها أيضا 336 نوع من الطيور 107 منها محمية³.

¹ حيزية هني، تحليل مناخ الاستثمار السياحي لتحسين مؤشرات السياحة الوطنية دراسة تجارب دولية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، تخصص اقتصاد سياحي وخدمات، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، 2020، ص 167.

² سهام بجاوية، التخطيط السياحي كأداة لتحقيق التنمية السياحية دراسة استرشادية بتجربة تونس_اسقاط علي الجزائر_، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص الإدارة التسويقية، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، الجزائر، 2014_2015، ص 129.

³ حيزية هني، مرجع سبق ذكره، ص 167.

وقد قامت الجزائر بتصنيف 10 حظائر وطنية مساحتها الكلية 56565361 هكتار منذ سنة 1983، أي ما يعادل 23.8% من المساحة الاجمالية للتراب الوطني، ونجمل هذه الحظائر من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (1-1): الحظائر الوطنية في الجزائر

اسم الحظيرة	الولاية	المساحة/ هكتار
الحظيرة الوطنية للقالا	الطارف	76483
الحظيرة الوطنية للشريعة	البلدية/المدية	26000
الحظيرة الوطنية لبزومة	باتنة	26250
الحظيرة الوطنية لجرجرة	تيزي وزو / البويرة	18500
الحظيرة الوطنية لتلمسان	تلمسان	8225
الحظيرة الوطنية لثنية الحد	تسمسبت	3425
الحظيرة الوطنية لقوراية	بجاية	2080
الحظيرة الوطنية تازا	جيجل	3807
الحظيرة الوطنية الأهقار	تمنراست	450000 كم ²
الحظيرة الوطنية للطاسيلي	ايليزي	100000 كم ²

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد علي <http://www.algerie-monde.com/parcs-naturels>

تاريخ الاطلاع 2021/07/2

تشرف وزارة الثقافة علي حظيرتي الطاسيلي والاهقار، والبقية تخضع لوصاية وزارة الفلاحة تحت اشراف المديرية العامة للغابات.

6. الحمامات المعدنية¹

يمكن تلخيص الطاقات الحموية في الجزائر من خلال الجدول التالي

¹ بالاعتماد علي:

- سهام بجاوية، مرجع سبق ذكره، ص 133.
- مقعاش يوسف، دور الاعلام السياحي في تنشيط السياحة الجزائرية دراسة ميدانية على عينة من الوكالات السياحية في الشرق الجزائري، دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اعلام سياحي، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2020-2021، ص 127.
- مصطفى أمقران، سليمة مباركي، السياحة البيئية في الجزائر، الواقع والامكانيات دراسة حالة البلدية، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 33، مارس 2018، ص 512.

جدول رقم: (1-2): جدول يبين إمكانيات السياحة الحموية

السنة	المؤسسات النشطة						مشاريع في طور الانجاز	مشاريع متوقفة
	العدد	المنابع الحموية	مركب حموي		مركز العلاج بمياه البحر			
			استغلال المياه الحموية	عمومية	خاصة	عمومية		
2020	282	93	8	18	2	1	44	20
2021	282	93	8	19	2	1	44	20

المصدر: <https://www.mta.gov.dz> تاريخ الاطلاع 2021/03/22

من الجدول نلاحظ الجزائر من البلدان الغنية بالمنابع الحموية على المستوى العالمي، فهي تزخر بعشرات الحمامات المعدنية الموزعة عبر التراب الوطني والتي تشجع السياحة الحموية، فقد أحصت وزارة السياحة 282 منبع حموي والتي يسير منها قطاع السياحة 8 محطات حموية فقط، أما الباقي فتسيرها البلديات وهو ما يطرح اشكال كبير من حيث استراتيجية التسيير وجودة الخدمات، وتسعى الوزارة الى تأهيل هذه المنابع الحموية وإعادة تسييرها من قبل الوزارة، كما اتاحت الفرصة للمستثمرين الخواص للاستثمار في 100 منبع حيوي غير مستغل، كما تمتلك الجزائر مركزين للعلاج بمياه البحر بكل من سيدي فرج ومركب الاندلسيات للعلاج بمياه البحر الى غير ذلك، وتساهم هذه المنابع الحموية ومركبات العلاج بمياه البحر في علاج مختلف الامراض كالروماتيزم وأمراض الجهاز التنفسي والامراض الجلدية، ومن بين أهم المحطات الحموية عبر التراب الوطني نذكر:

- حمام بوغرارة بولاية تلمسان؛
- حمام زلفانة : تم إنشائه عام 1986 عندما تم إنشاء الطريق السريع رقم 49 ، و بعدها أدرك سكان المنطقة أهمية حمام زلفانة من خلال الآثار العلاجية لمياهه الساخنة ،و يقع بولاية غرداية و له العديد من الينابيع الساخنة ذات صفات متميزة إلى حد ما؛
- حمام بوحجر بولاية عين تيموشنت؛
- حمام بوحنيفة معسكر؛
- حمام ريغة بولاية عين الدفلى 170 كلم غرب العاصمة و الممتد عبر السلسلة الجبلية زكار ،يعتبر من بين أهم الحمامات التي تزخر بها الجزائر؛
- حمام قرقور سطيف؛
- حمام الصالحين بسكرة؛

- حمام ربي سعيدة؛
- حمام المسخوطين قالمة.

المطلب الثاني: المقومات الثقافية والتاريخية

على غرار المقومات الطبيعية لا تخلوا الجزائر من الإمكانيات الثقافية والتاريخية ، فهي كانت مهدا للعديد من الحضارات على مر العصور، ما جعلها تكون رصيذا تاريخيا وثقافيا متراكما يعتبر من عناصر الجذب السياحي وهذا ما سنفصل فيه من خلال هذا المطلب.

1. المواقع الاثرية:

إن المساحة الشاسعة التي تملكها الجزائر وموقعها الاستراتيجي جعلها مهدا للعديد من الحضارات الإنسانية على مر العصور من الحضارة الامازيغية الى الفينيقية الى البيزنطية والرومانية، الى الحضارة الإسلامية وهذا ما جعلها تزخر بالعديد من المعالم الاثرية ، ومن تلك المعالم نذكر ما قد صنف من طرف منظمة اليونسكو وهي¹:

- تيمقاد: تقع على بعد 37 كلم من مدينة باتنة ، تم انشائها من طرف الامبراطور "ترجان" عام 100م.
- جميلة : تقع بسطيف و هي من أقدم المدن الرومانية بالجزائر .
- قلعة بني حماد : تتوفر على آثار رومانية كالأسوار و القبور القديمة، وعلى آثار إسلامية ،و آثار للدولة الحمادية و دولة الموحدين.
- قصر ميزاب: بغرداية يعود تاريخه بنائه إلى القرن العاشر ميلادي تحيط به خمسة قصور ذات تصاميم بطابع صح اروي، و هي عبارة عن قرى محصنة ذات هندسة بسيطة متناسبة مع طبيعة البيئة في المنطقة؛
- تيبازة :و هي من المدن الرومانية العتيقة؛
- القصبة : بالجزائر العاصمة شيدها العثمانيون في القرن السادس عشر، تطل على جزيرة صغيرة كانت موقعا تجاريا للقرطاجيين خلال القرن الرابع للميلاد.

والجدول التالي يبين تواريخ تصنيف هذه المواقع في اليونسكو

¹ شعلال ميلود، راتول محمد، تنشيط السياحة الداخلية كمؤشر لرفع التنافسية السياحية بالجزائر، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 8، العدد3، 2019، ص277.

جدول رقم (1-3): تواريخ تصنيف المواقع الاثرية في اليونسكو

الموقع الاثري	نوع التراث	تاريخ التصنيف
قلعة بني حماد	ثقافي	1980
جميلة	ثقافي	1982
وادي ميزاب	ثقافي	1980
تاسيلي ناجر	مختلط	1982
تمقاد	ثقافي	1982
تيازة	ثقافي	1982
قصبة الجزائر	ثقافي	1982

Source: UNESCO , World Heritage List, URL: <https://whc.unesco.org/en/list/> : تاريخ الاطلاع : 2021/01/15

بالإضافة إلى التراث المادي المصنف فإنه يوجد تراث آخر مصنف من قبل اليونسكو وهو التراث غير المادي حيث تمكنت الجزائر حتى سنة 2016 من إدراج ستة عناصر من تراثها غير المادي في القائمة التمثيلية للتراث غير المادي للبشرية، ويتعلق الأمر بالعناصر التالية¹:

- هليل قورارة (2008)؛
- الطقوس والمهارات الحرفية المرتبطة بصناعة فستان الزفاف التلمساني (2012)؛
- الممارسات والخبرات المتصلة بامزاد الطوارق في الجزائر ومالي والنيجر (2013)؛
- الزيارة السنوية إلى ضريح سيدي عبد القادر بن محمد المدعو "سيدي الشيخ" (2013)؛
- طقوس و احتفالات "السببية" في واحة جانت الجزائر (2014)؛
- "السبوع" وهي الزيارة السنوية إلى زاوية سيدي الحاج بلقاسم قورارة (2015).

2. المتاحف والزوايا

أ. الزوايا: لقد كان للزوايا في الجزائر دورا مهما في الحفاظ علي الهوية الدينية، اللغوية والثقافية خاصة في عهد الاستعمار ، كما كانت منبرا للدعوة للمقاومة وتحرير البلاد، ويمكن اعتبارها عاملا للجذب

¹ وزارة الثقافة، شهر التراث إرث ثمين، ماي 2016، ص7.

- السياحي (السياحة الدينية)، خاصة السياحة البينية للدول المجاورة التي تمتلك نفس العادات والتقاليد ومن أهمها: الزاوية العثمانية الرحمانية، الزاوية التيجانية، الزاوية العيساوية... الخ¹؛
- ب. المتاحف: تعتبر المتاحف ذاكرة الشعوب ، وهي أحدي عوامل الجذب السياحي التي توليها الدول أهمية بالغة، وللجزائر قاعدة هامة من المتاحف لعل أهمها²:
- المتحف الوطني سيرتا: يوجد بقسنطينة ويعتبر من أقدم المتاحف في الجزائر، أنشئ لجمع الأعداد الكبيرة من الحفريات التي تم اكتشافها بمدينة قسنطينة خاصة وعلى مستوى منطقة الشرق الجزائري ككل؛
 - متحف باردو الوطني: يوجد بالجزائر العاصمة وتعرض به حفريات عن أصل الشعوب وأخرى تعود لعصور ما قبل التاريخ إضافة إلى قطع أثرية إفريقية؛
 - المتحف الوطني زبانة: وموقعه في وهران حيث يشمل حفريات عن عصور ما قبل التاريخ وعن علوم الطبيعة وعن أصل الشعوب؛
 - المتحف الوطني للمجاهد: يوجد بالجزائر العاصمة وتتمثل معروضاته في آثار عن الثورة التحريرية؛
 - المتحف الوطني للفنون الجميلة: يوجد بالحامة بالجزائر العاصمة، و تعرض به أنواع عدة من الفن العصري كالرسم، التصوير، النحت والنقش؛
 - المتحف الوطني للفنون الشعبية: يوجد بالقصبة الجزائر العاصمة ويضم هذا المتحف معروضات من مختلف أنواع الصناعة التقليدية وتقاليد وفنون شعبية وهو عبارة عن قصر يحتوي على مجموعة من المعروضات والتحف النحاسية، الخشبية، الصوفية ، الفضية، والجلدية التتم تم الحصول عليها من من جميع أنحاء الوطن، وهناك بعض الغرف التي يوجد فيها المرايا البديعة التي ينددهش الزائر من مشاهدتها، كما يحتوي على المرآه التي أفقدت الأميرة خديجة بصرها؛
 - متحف تيمقاد: يوجد بمدينة تيمقاد بباتنة، ويضم قطعاً من الفسيفساء آثار قديمة منها نقود وأسلحة قديمة وتمائيل؛

¹ شرفاوي عائشة، السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير ، جامعة الجزائر3، ص 142.

² بالاعتماد علي:

- <https://www.m-culture.gov.dz/> تاريخ الاطلاع 2020/07/04؛

- <https://www.urtrips.com/algiers-museums> / تاريخ الاطلاع 2020/07/04؛

- صحراوي محمد تاج الدين، السبتى وسيلة، السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، العدد2، 2017، ص 58.

- متحف هييون: يوجد بمدينة عنابة، يحتوي على آثار قديمة تعبر عن تاريخ هذه المدينة النوميديّة الرومانية .

3. التظاهرات الثقافية والاعياد المحلية

تقيم الجزائر سنويا عدة تظاهرات ثقافية تعتبر مناسبات يحبذ السياح حضورها والاستمتاع بأجوائها يمكن ان نلخصها من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (1-4): جدول توضيحي للتظاهرات الثقافية التي تقيمها الجزائر

اسم التظاهرة	موعدھا	مكانھا
الصالون الوطني للسياحة والاسفار SITEV	أكتوبر من كل سنة	الجزائر العاصمة
المهرجان الدولي للسياحة الصحراوية	لم يتم تحديد موعدہ بعد	
مهرجان تيمقاد الدولي	أوت من كل سنة	باتنة
المهرجان المغربي للموسيقى الأندلسية	ديسمبر	الجزائر العاصمة
المهرجان الثقافي الدولي لموسيقى الجاز	ماي	قسنطينة
المهرجان الثقافي الدولي لـ "أبالة تينا هينان" لفنون الأحجار	فيفري	تمنراست
لمهرجان الثقافي العربي - الإفريقي للرقص الفلكلوري	أوت من كل سنة	ولاية تيزي وزو
المهرجان الثقافي الدولي للموسيقى الأندلسية "مألوف"	جويلية	قسنطينة
المهرجان الثقافي الدولي لجميلة	أوت من كل سنة	سطيف
المهرجان الثقافي الدولي للشريط المرسوم	أكتوبر	الجزائر العاصمة
الصالون الدولي للكتاب	أكتوبر/نوفمبر من كل سنة	الجزائر العاصمة
المهرجان الدولي للسينما	ديسمبر	بالجزائر العاصمة
المهرجان الثقافي الدولي للموسيقى الأندلسية والموسيقى القديمة	ديسمبر	بالجزائر العاصمة

من إعداد الطالبة بناء على الموقع:

Source : <https://www.mta.gov.dz/> 2020/01/21 تاريخ الاطلاع

نلاحظ من الجدول ان هناك تنوع كبير في التظاهرات المقامة كما انها تتوزع تقريبا علي كامل مناطق التراب الوطني وعلي مدار السنة ما يجعلها فرصة لجذب السواح علي مدار السنة وليس فقط موسميا.

اضافة الي التظاهرات يحيي الجزائريون سنوياً عبر كافة التراب الوطني، عدداً من الحفلات والأعياد المحلية الشعبية، وتأخذ هذه المناسبات الاجتماعية مكانة هامة في حاضر وذاكرة سكان كل منطقة، من أشهرها نذكر¹:

- **عيد تافسيت بتمنراست:** يقصد بـ "تافسيت" في اللغة الأمازيغية "الربيع" حيث يجتمع سكان الهقار طيلة مدة ثلاثة أيام في تمنراست للاحتفال بقدوم فصل الربيع في جو احتفالي متنوع. فيتم تنظيم استعراضات فلكلورية عبر الشوارع الرئيسية للمدينة، تبعث البهجة في نفوس السكان المحليين والأجانب القادمين بكثرة للمشاركة في هذا العيد حيث تحتل الحرف التقليدية مكانة مميزة... كما يتم تنظيم عروض أزياء ومسابقات جمال بهذه المناسبة لاختيار "ملكة جمال الهقار" وأحسن تارقي في المنطقة.
- **عيد السبوع بتميمون:** على غرار الطاسيلي، تعرف منطقة "القورارة" بأعيادها حيث تحضر فيها بقوة الأغاني التقليدية التي تؤديها فرق "الأهلل". وتقام هذه الأعياد بمناسبة المولد النبوي الشريف محمد صلى الله عليه وسلم. أصبح احتفال "السبوع" - الذي يدوم سبعة أيام و سبع ليال- بمرور السنين يستقطب العديد من السواح بمسالك القصوره القديمة وواحات قورارة.
- **موسم "تاغيت" أو عيد التمور في بشار:** تعيش منطقة الساورة كذلك، في آخر عطلة أسبوع من شهر أكتوبر، على وقع "موسم تاغيت". يقام هذا العيد للاحتفال بجني التمور و للتصدق على الفقراء. فيكون جني التمور مناسبة للم شمل جيران منطقة الساورة للاحتفال بهذا العيد الذي يعود إلى أزيد من 19 قرناً. ويدوم هذا الاحتفال طيلة ثلاثة أيام على وقع البندير والقومبري والأغاني الجماعية.
- **عيد الفخار - بلدية المعاتقة:** يحتفل بعيد صناعة الفخار في شهر جوان من كل سنة في قرية المعاتقة بالقرب من مدينة بوغني جنوب ولاية تيزي وزو، تعرف هذه الحرفة -في هذه المنطقة - على أنها حرفة تمارسها أساساً النسوة، ويعرف أيضاً عن نساء آث خليلي بجودة أعمالهن المزينة برموز بربرية وذلك باستعمال أواني منزلية واعتماداً على الطين الأحمر.
- **عيد الزربية بغرداية:** تكون عطلة الربيع مناسبة لالتقاء العديد من الحرفيين من كل التراب الوطني لبيع وعرض زرابيهم وتنشط هذا الاحتفال فرق "القرقابو" على وقع طلقات البارود، كما تنظم خلالها زيارات سياحية عبر المدن الخمسة لوادي ميزاب و بني إيزقن المعروفة بسوقها لبيع السلع بالمزاد؛

وهناك العديد من الأعياد الأخرى مثل عيد الفضة في تيزي وزو، عيد سببية بولاية ايليزي، وعدة سيدي محمد بن عودة بجليزان... الخ

4. الصناعات التقليدية والحرفية

كل الصناعات التقليدية وعاء للتراث الشعبي والذي يؤرخ لأصالة الأمة عبر العصور والتي تجعل من السياحة الثقافية أكثر نشاط، وذلك لإتاحة الفرصة للسياح لاكتشاف هذه القدرات والامكانيات، إضافة الي ثقافة وحضارة الأمة، وقد أدرجت الجزائر مذكرات تفاهم واتفاقيات مع عدة دول في مجال التبادل والتكوين والرسكلة وإعادة بعث مسارات السياحة المشتركة والمشاركة في المعارض والتظاهرات الوطنية والعالمية، وتتنوع هاته الصناعات من منطقة لأخرى كصناعة الزرابي وصناعة الفخار وصناعة النحاس وصناعة الملابس، وصناعة الجلود الي غير ذلك والتي تنتشر عبر ربوع الوطن والتي يمكن استغلال للترويج للسياحة في مختلف المحافل الدولية والإقليمية لاحتلال الركب العالمي للسياحة.¹

المطلب الثالث: الإمكانيات المادية للجزائر

في المطلبين السابقين استعرضنا مختلف المقومات الطبيعية والثقافية التي تملكها الجزائر وهي هبة ربانية لا تملك الدولة يدا فيها ، و انما دورها الحقيقي يتبن من خلال هذا المطلب اين سنستعرض جهود الدولة لاستغلال هذه الهبة الربانية وتحويلها من مادة خام إلى منتج سياحي .

1. خدمات النقل في الجزائر

لا غنى لقطاع النقل في السياحة، فهو يعتبر من الأركان الأساسية للسياحة فالسائح حتي يزور مختلف الأماكن السياحية لابد له من التنقل، وكلما كان هذا التنقل سريع ومريح كان السائح أكثر رضا عن جولته السياحية في البلد، وقد أخذت الجزائر هذا البعد في الأونة الأخيرة بعين الاعتبار وبدأت بتجسيد وتوسيع شبكة الطرق والمطارات والموانئ.

أ **الطرق البرية:** تعتبر شبكة الطرق الجزائرية واحدة من أكبر الشبكات الأكثر كثافة في القارة الافريقية، حيث يقدر طولها ب 112696 كلم، منها 29280 كلم طرق وطنية، كما تم استكمال هذه الشبكة بجزء

¹ مقعاش يوسف، مرجع سبق ذكره، ص 131.

هام مقدر ب 1216 كلم والذي يربط مدينة عنابة في أقصى الشرق بمدينة تلمسان في أقصى الغرب¹. وتبقى شبكة الطرق في تطور مستمر وخاصة وان الدولة عازمة على انجاز مشروع الطريق السيار للهضاب العليا بطول 1020 كلم؛

ب **السكك الحديدية**: تمتد شبكة السكك الحديدية على 4200 كلم، منها 215 كلم مكهربة²، في انتظار الخطوط الجديدة التي هي قيد الإنجاز والتي يصل طولها الإجمالي الى 5941 كلم، بالإضافة الى تزويد القطاع بوسائل النقل الجديدة كالترامواي وتعميمه على العديد من الولايات كوهران، قسنطينة، سطيف، ورقلة، سيدي بلعباس وغيرها إضافة الى فتح ميترو الجزائر وهي إضافة فعالة لقطاع النقل ستساهم في تنشيط حركة السياحة على مستوى الوطن³؛

ت **النقل الجوي**: عرف النقل الجوي في الجزائر تطورا ملحوظا في هيكله القاعدية حيث تملك الجزائر أسطول جوي يتكون من 59 طائرة، وهذا الاسطول يغطي نحو 32 وجهة عبر التراب الوطني، إلى جانب 43 وجهة دولية موزعة على إفريقيا آسيا، أمريكا، أوروبا، اين تملك الجزائر 35 مطار منها 13 مطار دولي والباقي وطني؛

ث **النقل البحري**: يعتبر النقل البحري من أهم الدعائم الاقتصادية، والجزائر تملك شريط ساحلي يمتد علي مسافة 1622 كلم تتمركز فيه 13 ميناء متعدد الخدمات، بالإضافة 2 ميناء مخصصين للمحروقات (بجاية، سكيكدة)، أما الموانئ الأخرى كالعاصمة، وهران، عنابة.... الخ فهي متعددة النشاطات، كما تدعم النقل البحري بخط بحري جديد على الشريط الساحلي الجزائري في انتظار توسعة هذا الخط.

ج **النقل بالتليفريك**: توجد في الجزائر 4 ولايات تحوي على خطوط النقل بالتليفريك وهي (وهران، الجزائر العاصمة، قسنطينة، عنابة) وعزز قطاع النقل بالتليفريك بعدة محطات أخرى في تيزي وزو، تلمسان، سكيكدة البلدية .

¹ سهام بجاوية، أهمية ترويج خدمات النقل في تحسين الصورة الذهنية لدى المسافرين كوسيلة للتنمية المستدامة في الجزائر، مجلة دفاتر اقتصادية، المجلد 13، العدد1، 2022، ص 706.

² خنتار نوال، قلش عبد الله، تقييم أداء قطاع السياحة الجزائري في ظل المخطط التوجيهي للهيئة السياحية، دراسة مقارنة مع مجموعة من الدول العربية، مجلة الاقتصاد والمالية، المجلد5، العدد01، 2019، ص 200.

³ بالاعتماد على:

- مقعاش يوسف، مرجع سبق ذكره، ص 134.

- <http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-de-transport> تاريخ الاطلاع 2020/09

2. طاقات الايواء

لا يستغني السائح عن هياكل الايواء، فالقيام برحلة سياحية يستلزم مكانا للمبيت، وهذه الأماكن يجب ان تتوفر على الحد الأدنى من شروط الراحة والامن والنظافة، والحضيرة الفندقية في الجزائر عرفت تطورا متسارعا خاصة مع الانفتاح الاقتصادي الذي عرفته الجزائر، ورهاناتها على قطاع السياحة من بين البدائل لقطاع المحروقات. والجدول الموالي يبين وضعية الحضيرة الوطنية للفنادق في الجزائر.

جدول رقم (1-5): تطور قدرة الايواء حسب الطبيعة القانونية في الفترة 2021/2010.

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
عمومي	15 597	15 597	18 613	18 613	18 613	18 613	18 613	18 613	18 657	18657	19 215	19 557
خاص	71 184	72 420	72 407	74 313	74 744	77 383	82 301	87 145	93 992	99230	100 610	10 4920
الجماعات المحلية (مختلط)	5 596	6 004	5 878	5 878	6 248	6 248	6 506	6 506	6 506	7789	7789	7789
المجموع	92 377	94 021	96 898	98 804	99 605	102 244	107 420	112 264	119 155	125676	127 614	132 266

المصدر: <https://www.mta.gov.dz> تاريخ الاطلاع 2022/01/12.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قدرة الايواء (عدد الاسرة) في الجزائر في تزايد مستمر خلال الفترة 2021/2010 وهذا التزايد بوتيرة متسارعة ففي الفترة 2011/2010 تطورت بنسبة 4,12% ما يعادل 1644 سرير ، وفي الفترة 2012/2011 زادت بنسبة 7,21% ما يعادل 2877 سرير وبقي عدد الاسرة في تزايد مستمر بنسب متفاوتة من سنة لأخرى الى ان عرف اكبر زيادة في الفترة 2018/2017 بنسبة 17.27% ما يعادل 6861 سرير خلا سنة واحدة، وفي سنة 2020 تراجعت وتيرة الزيادات لتصل 4,85% وهذا راجع الى تحويل كل الموارد المالية لمجابهة جائحة كورونا واحتواء الوضع الصحي القائم، وبالتالي تجميد المشاريع الاقتصادية عدا المشاريع ذات الأولوية هذا على مستوى القطاع العمومي ، وفيما يخص القطاع الخاص نفس الشيء فقد تأثر بالوضع الصحي وحالة الحجر زد على ذلك نقص السيولة وارتفاع الاسعار، وفي سنة 2021 نلاحظ ان هناك انفراج حيث عادت نسبة الزيادة الى الارتفاع وهذا راجع الى الافراج عن بعض المشاريع الاقتصادية ذات نسب الإنجاز المرتفعة في القطاع العام، كما تنفس القطاع الخاص الصعداء بعد التخفيف من إجراءات الحجر الصحة وعودة الأوضاع الى الاستقرار النسبي ما سمح باستلام 4652 سرير.

كما نلاحظ ان القطاع الخاص يستحوذ على النسبة الأكبر من طاقات الايواء بما يعادل 79,32% ، بينما القطاع العمومي يمثل 14,78% فقط بينما المختلط (شراكة بين القطاع الخاص والعام) يمثل 5,88% وهذا خلال سنة 2021.

اما عن طاقات الايواء حسب فئة التصنيف فبينها من خلال الجدول التالي :
جدول رقم (1-6): تطور قدرة الايواء حسب فئة التصنيف

Années	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
فندق *5	4 242	6 734	6 734	6 734	7 234	7 345	7 613
فندق *4	1 800	2 810	4 508	4 746	6 161	6 824	7 935
فندق *3	5 829	7 045	5 678	5 886	6 427	6 861	7 707
فندق *2	4 605	4 425	4 565	5 185	5 381	5 995	7 935
فندق *1	11 295	11 295	11 335	11 684	12 612	12 724	13 027
فندق غير مصنف	8 533	8 533	8 533	8 590	9 456	9 456	9 456
اقامة سياحية *2	384	384	384	384	384	384	384
اقامة سياحية *1	313	313	313	313	313	313	313
موتيلنزل طريق *2	93	93	93	93	93	93	93
موتيلنزل طريق *1	30	30	30	30	86	86	148
نزل ريفي * 2	16	16	16	16	16	16	16
نزل ريفي *1	20	20	20	20	20	20	20
قرية عطل *3	274	274	274	274	274	274	274
نزل مفروش" وحيدة الصنف"	91	91	91	91	205	205	205
نزل عائلي" وحيدة الصنف"	426	426	426	426	426	426	426
هياكل أخرى موجهة للفندقة	9 381	9 381	9 381	9 786	9 984	9 984	9 984
محطة الاستراحة" وحيدة الصنف"	170	170	170	170	170	170	170
مجموع المؤسسات المصنفة	47 502	52 040	52 551	54 428	59 242	61 176	65 706
مؤسسات فندقية في طريق التصنيف	54 742	55 380	59 713	64 727	66 434	66 438	66 560
المجموع	102 244	107 420	112 264	119 155	125 676	127 614	132266

المصدر: <https://www.mta.gov.dz> / تاريخ الاطلاع 2022

من الجدول نلاحظ ان الفنادق ذات النجمة الواحدة هي الأكثر عددا في الجزائر بنسبة 9,89% ، تليها هياكل اخرى موجهة للفندقة بنسبة 7,55%، الفنادق غير المصنفة تمثل عددا معتبرا من طاقات الايواء بعدد اسرة يبلغ 9456 سرير أي بنسبة 7,15%، بعدها الفنادق الأربع نجوم بنسبة 6%، فالفنادق الثلاث نجوم بنسبة

5,82%، أما الفنادق الخمس نجوم فتمثل 5,75 ، إضافة الى هياكل أخرى للإيواء تملك قدرات محدودة مثل محطات الاستراحة وحيدة التصنيف اين تملك 170 سرير ، نزل ريفي بقدرات إيواء ضعيفة جدا 20 سرير فقط.

الملاحظ على الحضيرة الفندقية في الجزائر خلال الفترة 2020/2015 انها لا ترقى الى مستوى المنافسة على كل الأصعدة سواء عالميا او إقليميا حيث نجد ان معظم الطاقات الايوائية هي في فنادق غير مصنفة، والفنادق غير المصنفة تقدر نسبتها ب 73 %، في حين ان الفنادق المصنفة 5 نجوم والتي مخصصة للأثرياء وذوي الدخل المرتفع لا تتجاوز نسبتها 1.4 % ، وحتى الفنادق المصنفة الأخرى عددها قليل بالنظر الى دولة بحجم الجزائر وما تزخر به من مناطق سياحية هامة، مما ادى الى عزوف السياحة الوافدة¹. والشكل التالي يبين توزيع طاقات الايواء في الهياكل المصنفة وغير مصنفة

الشكل رقم(1-3): تطور طاقات الايواء في الهياكل المصنفة، وغير المصنفة خلال الفترة 2021/2015



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات الجدول رقم(1-6).

وفي المجموع نجد ان هناك 65706 سرير في المؤسسات المصنفة ما يعادل نسبة 49,67 % ، و66560 سرير في مؤسسات فندقية في طريق التصنيف ما يعادل 50,33 % .

3. الوكالات السياحية

يحتاج السائح دائما الى وسيط ليقوم بتنظيم رحلته السياحية خاصة لما يتعلق الامر بالسياحة الخارجية، اين لا يعرف السائح جيدا المناطق السياحية ، وارخص العروض ، وتوزع هياكل لايواء ويخاف من ان ينصب عليه في بلد غريب ، وهذه الخدمات توفرها الوكالات السياحية وقد عرفها المشرع الجزائري في القانون رقم 06-99 المؤرخ في 18 ذي الحجة عام 1419 الموافق ل 4 أبريل سنة 1999 بأنها " كل مؤسسة تجارية تمارس بصفة

¹ البكاي الهادي، قديد عبد القادر، دراسة وتحليل الأثر الاقتصادي لقطاع السياحة في الجزائر خلال الفترة 1990/2019، مجلة الميادين الاقتصادية، المجلد4، العدد1، 2021، ص 75.

دائمة نشاطا سياحيا يتمثل في بيع مباشر او غير مباشر لرحلات وإقامات فردية وجماعية وكل أنواع الخدمات المرتبطة بها" المادة 14¹ ، وخلال الجدول الموالي سنبين تطور عدد الوكالات في الجزائر .

جدول رقم(1-7): تطور عدد الوكالات في الجزائر خلال الفترة 2015/2021

السنة	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
عدد الوكالات السياحية	1643	2041	2220	2626	2942	3546	4267

المصدر : <https://www.mta.gov.dz> / تاريخ الاطلاع 2021

نلاحظ من الجدول أعلاه تطور عدد الوكالات السياحية خلال الفترة 2021/2015 حيث كانت 1643 وكالة عبر الوطن لتصبح 4267 وكالة عام 2021، وهذا ما يعكس توجه الدولة لتشجيع الاستثمار في القطاع السياحي . حيث تساعد هذه الوكالات في تنشيط السياحة من خلال عملياتها التسويقية للمنتج السياحي المحلي خاصة اذا كانت في مجال السياحة الداخلية.

المطلب الرابع: أنواع السياحة في الجزائر

هناك العديد من الأسباب التي تجعل الفرد يتنقل من مكان الى آخر، ومن هذه الأسباب تنتج العديد من أنواع للسياحة حسب اختلاف المعايير، ومن خلال هذا المطلب سنتطرق الى أنواع السياحة بصورة عامة، ثم الى المتوفرة منها في الجزائر خاصة.

1. أنواع السياحة عامة

سنورد هذه الأنواع وفقا لعدد من المعايير ونلخصها في الجدول التالي²:

¹ أسماء مصنوعة، مزيان حمزة، مساهمة الوكالات السياحية والسفر في تنمية السياحة الداخلية في الجزائر _ دراسة استطلاعية لعينة من الوكالات السياحية، مجلة أبحاث إقتصادية معاصرة، المجلد4، العدد2، 2021، ص 61.

² للمزيد من التفاصيل عد الى:

- وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية، الكتب الجامعي الحديث، 2006، ص 154.
- Wassila Iguergazix Dahmoun , développement durable et tourisme durable : la nouvelle stratégie de l'Algérie , INTERNATIONAL JOURNAL OF ECO-CULTURAL TOURISM, HOSPITALITY PLANNING AND DEVELOPMENT, VOLUME 4, ISSUE 1,p 99 .
- عصمت عدلي، السياحة المحلية والدولية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، مصر ، 2017،ص44.
- يسرى دعيس، صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، 2003 ،ص ص 511 ،512.

الجدول رقم (1-8): أنواع السياحة حسب مختلف المعايير

المعيار	النوع	شرح بسيط
وفقا للغرض	سياحة المؤتمرات والاعمال	تتمثل في مجموع رحلات العمل التي يقوم بها رجال الاعمال للحصول على صفقات تجارية والمشاركة في المؤتمرات والملتقيات العلمية
	السياحة الرياضية	وتقسم إلى قسمين رئيسيين أحدهما لممارسة الرياضة والقسم الآخر لمشاهدة ومتابعة المسابقات الرياضية كالألعاب الأولمبية، والتظاهرات الدولية لكرة القدم
	السياحة العلاجية	تعلق هذا النوع بمراكز الاستشفاء الطبي التي تقصدها فئة معينة من السياح [دفع إعادة تأهيلهم مثل مراكز العلاج بالمياه الحارة والباردة والحمامات المعدنية
	السياحة الثقافية	زيارة مختلف الدول التي تتمتع بمعالم تاريخية وأثرية ومتاحف للاستمتاع والتعرف على الحضارات القديمة وثقافات الشعوب عبر التاريخ
	السياحة الدينية	زيارة بعض المواقع الدينية المنتشرة عبر دول العالم من أجل القيام بطقوسهم الدينية.
	سياحة المتعة	تكون الزيارة فيها من أجل قضاء العطل في الأماكن التي تشتهر باعتدال الطقس أو بمناظرها الطبيعية، وهدوء ربوعها وجمال شواطئها وصحاريها
	سياحة المعارض والمهرجانات	مثل زيارة المعارض الدولية للسيارات، الأزياء، معارض الفنون التشكيلية... الخ
	سياحة التسوق	تعتبر من الأنواع الحديثة للسياحة وأشهر الدول في هذا المجال: تايلندا، الصين، السوق الحرة في دبي... والتي تعتبر أرخص وأروع الأسواق الحرة في العالم
	البيئية	هي السفر المسؤول إلى المناطق الطبيعية الذي يؤدي إلى حفظ البيئة وتحسين رفاه السكان المحليين
	وفقا للموقع الجغرافي	سياحة داخلية
سياحة خارجية (دولية)		في هذا النوع تتعدى السياحة حدود الدولة بما يترتب على ذلك من علاقات وآثار مختلفة
وفقا لعدد الأشخاص	سياحة فردية	حيث يقوم الشخص بالسفر بدافع خاص لتحقيق اشباع ذاتي
	سياحة جماعية	طلق عليها سياحة الأفواج أو المجموعات حيث تقوم الشركات السياحية بتنظيم وترتيب مثل هذا النوع من السياحة نحو الأماكن المشهورة والمعروفة بالعالم، وكل رحلة لها برنامج خاص وسعر محدد
وفقا للعمر	سياحة الطلائع	ويتعلق هذا النوع من السياحة بالمرحلة العمرية من 7-14 سنة، مثل الرحلات الكشفية
	سياحة الشباب	هذا النوع من السياحة بالمرحلة يكون في المرحلة العمرية الممتدة من 15 إلى 21 سنة ويمتاز هذا النوع من السياحة بالبحث عن الحياة الاجتماعية والإثارة والاعتماد على النفس
	سياحة الناضجين	يتعلق هذا النوع من السياحة بالمرحلة العمرية من 35 إلى 55 سنة، وهو عبارة عن سياحة استرخاء ومتعة وهروب من جو العمل الروتيني والإرهاق

مستوى الإنفاق والطبقة الاجتماعية	سياحة أصحاب الملايين	هم الذين يستخدمون الطائرات والنواخر الخاصة بهم في السفر والانتقال وهم أكثر الطبقات إنفاقا غير أن عددهم قليل
	السياحة المتميزة	هي التي تستخدم الخدمات السياحية المتميزة، فهي الطبقة المستهدفة نظرا لارتفاع مستوى إنفاقها.
	سياحة المجموعات	وتعني سياحة العامة أو سياحة الأعداد الكبيرة وتتميز بانخفاض مستوى الإنفاق بالنسبة للفرد.
تبعها الحسبية	سياحة الاجانب	يتضمن هذا النوع جميع الأجانب ماعدا مواطني البلد
	سياحة المغتربين	والمغترب هو مواطن قاطن خارج حدود دولته، جاء لبلده الام لغرض السياحة
	سياحة مواطني الدولة	هي السياحة الداخلية.

المصدر: من إعداد الطالبة بعد الاطلاع علي عدد من المراجع في التخصص.

2. الأنواع المتوفرة بكثرة في الجزائر

أ. **السياحة الشاطئية:** بحكم الشريط الساحلي الذي تتمتع به الجزائر والذي تتخلله غابات كثيفة وسلاسل جبلية متنوعة ، تجعل المناظر لوحة فنية خلابة ، هناك اعداد كبيرة من السائحين والزوار يقصدون هذه الشواطئ من أجل الترفيه والاستجمام وهذا النوع من السياحة يكون في فصل الصيف، والجدول التالي يوضح احصائيات السياحة الشاطئية في الجزائر

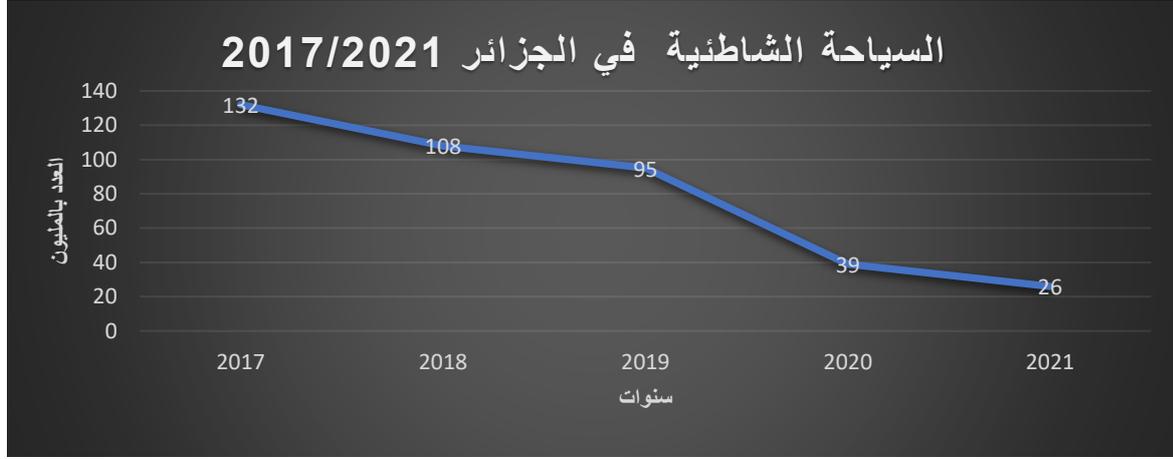
الجدول رقم(1-9): تطور عدد المصطافين 2017-2021.

السنة	2017	2018	2019	2020	2021
العدد الإجمالي للشواطئ	608	611	581	565	585
عدد الشواطئ المرخصة للسباحة	398	404	426	362	409
عدد الشواطئ الغير مرخصة للسباحة	210	207	155	203	176
الترددات على الشواطئ (مليون)	132	108	95	39	26

المصدر: <https://www.mta.gov.dz> تاريخ الاطلاع 2022/09/06

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن عدد الشواطئ الإجمالي عرف تراجعا خلال الفترة 2021/2019 وهذا راجع الى تداعيات جائحة كورونا فبعدما كان العدد الإجمالي 608 شاطئ انخفض ليصل الى 585 شاطئ بتراجع عدده 23 شاطئ، ونفس الشيء بالنسبة لعدد المصطافين فقد عرف تراجعا كبيرا خلال ذات الفترة من 132 مليون مصطاف عام 2017 الى 26 مليون مصطاف خلال 2021 حيث انخفض العدد ب 106 مليون مصطاف، ومن بين الأسباب في هذا الانخفاض : غلق الحدود الجوية والبرية والبحرية بسبب الكورونا، إجراءات بروتوكول الصحي ، انهالك القدرة الشرائية للمواطنين بسبب غلاء الأسعار خلال الفترة 2022/2020 والشكل الموالي يوضح البيانات في الجدول أعلاه

الشكل رقم (1-4): تطور عدد المصطافين في الجزائر خلال الفترة 2015/2021



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات الجدول (1-9).

ب. السياحة الصحراوية

تتمتع الجزائر بواحدة من أجمل صحاري العالم واكبرها مساحة، وما يزيد الصحراء الجزائرية تميزا تلك القصور المتوزعة في ارباعها ذات الطبيعة الهندسية المتميزة، والسلاسل الجبلية ذات الطبيعة البركانية في الالهقار ، والرسوم المنقوشة على الصخور التي لاتزال شاهدة على حضارة الانسان الترقى، والجدول التالي يبين السياحة الصحراوية في الجزائر بالأرقام

الجدول رقم(1-10): جدول تطور السياحة الصحراوية للفترة 2015/2020

السنة	2015	2016	2017	2018	2019	2020
المقيمين	218 373	132 597	112 837	300 143	240927	127 418
الأجانب	16 504	7 506	17 502	25 871	23501	12 857
المجموع	234 877	140 103	130 339	326 014	264428	140 275

Source : Ministère du tourisme et de l'artisanat , quelques indicateurs du tourisme algérien , 2021, sur le site <https://www.mta.gov.dz/> .

نلاحظ من الجدول ان احصائيات السياحة الصحراوية في تذبذب بلغت ذروتها سنة 2018 بـ 326 014 سائح لتعرف تراجعاً بعدها في السنتين الموالتين اين وصل عدد السواح الى 140275 سائح، كما نلاحظ ان النسبة الأكبر من السواح هي من المقيمين، وهذا راجع لعدة عوامل لعل أهمها هي جائحة كورونا ابتداء من 2019 وقبل ذلك يمكن ارجاعها لعدة أسباب أهمها قلة الهياكل القاعدة خاصة تلك المتعلقة بالإيواء والاطعام، وارتفاع أسعار التذاكر للمناطق الصحراوية. والشكل الموالي يبين بيانات الجدول أعلاه.

الشكل رقم (1-5): شكل توضيحي يبين تطور السياحة الصحراوية في الجزائر للفترة 2015/2020



المصدر: من اعداد الطالبة بناء على معطيات الجدول رقم (1-10).

إن اتساع الصحراء الجزائرية تستلزم تبني استراتيجيات تختلف عما يمكن تبنيه في المناطق الشمالية، وإذا كانت هناك عوامل قد يقع عليها إجماع مثل الهياكل والأمن والخدمات، فإن هناك قضايا أكثر إلحاحا 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 وإلى هذه المناطق¹

ج. السياحة الحموية

تزرخ الجزائر بقدرات ومؤهلات حموية معتبرة موزعة عبر كامل التراب الوطني، هذه المؤهلات التي لا يزال جزء كبير منها على حالته الطبيعية وغير مستغل حاليا وهذا ما بيناه من خلال المطلب السابق، و يتسم بالعديد من المميزات والخصائص العلاجية الحموية، حيث تمثل هذه الإمكانيات قاعدة متينة لتطوير السياحة الحموية، العلاجية والترفيهية والتي تسمح بالتنافسية من جهة وتقديم فرص معتبرة للاستثمار من جهة أخرى. والجدول التالي يبين عدد السواح في السياحة الحموية.

¹ طالب دليلا، عبد الكريم وهراني، السياحة كأحد محركات التنمية المستدامة: نحو تنمية سياحية مستدامة، ورقة بحثية ضمن الملتقى الدولي حول I الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، المنظم يومي 22-23 نوفمبر 2012، ص ص 582،583.

جدول رقم (1-11): جدول يوضح عدد السواح في السياحة الحموية في الفترة 2021/2018

السنة	المؤمن اجتماعيا	المتعاقدين	الأحرار	الأجانب	مجموع التردد	حمام عادي	مجموع التردد الحموي
2018	69 789	73 464	177 782	4 183	325 218	3 043 635	3 368 853
2019	25 631	30 400	94 151	1 192	151 374	879 312	1 030 686
2020	17 759	14 631	56 437	1 025	89 852	738 684	828 536
2021	14 482	35 222	225 812	59	275 575	1 060 159	1 335 734

المصدر: <https://www.mta.gov.d> / تاريخ الاطلاع 2022/04/06

نلاحظ من الجدول أعلاه ان السياحة الحموية في تراجع منذ 2018 وهذا لا يمكن ارجاعه لأسباب موضوعية بل هو راجع الى تداعيات جائحة الكورونا، وقد عرفت السياحة الحموية انفراجا في سنة 2021 اين تراجعت الجائحة واستقرت الأوضاع الصحية، فعاد عدد السواح الى الارتفاع ووصل 1335734 سائح، والشكل التالي يوضح تطور مجموع التردد الحموي

الشكل رقم (1-6): شكل يبين تطور السياحة الحموية خلال الفترة 2021/2018.



المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (1-11).

هذه هي أنواع السياحة الأكثر شيوعا في الجزائر والأكثر اقبالا ومداخيل، لكن هذا لا يعني ان الأنواع الأخرى غير متوفرة، متوفرة لكن بدرجة أهمية اقل حيث نجد وزارة السياحة تقوم بإحصاء هذه الأنواع أكثر شيء.

في نهاية هذا المبحث نستخلص ان الجزائر اذا نظرنا اليها كخام سياحي نجد انها من بين اجمل الوجهات السياحية في العالم وهذا القطاع يمكن ان يكون ملاذ الجزائر للخروج من التبعية الريفية، بينما اذا نظرنا اليها من جانب الإمكانيات المادية والبنية التحتية نجد انها لاتزال بعيدة على المنافسة خاصة فيما يتعلق بقدرات الايواء اين تبقى ضعيفة جدا مقارنة بمساحتها ومقوماتها الطبيعية المترامية الأطراف حيث نجد ان

اغلب الهياكل متركزة في المدن الكبرى ، وأكثر من 51% منها غير مصنفة ما يجعل خدماتها ليست في مستوى تطلع السائح، والمشكل والعائق الرئيسي للسياحة وخاصة السياحة الداخلية في الجزائر هو غلاء الأسعار .

المبحث الثالث: قراءة في الاستراتيجية السياحية للجزائر (المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة 2030)

يعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية¹ SDAT جزء من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم² SNAT وهو عبارة عن استراتيجية متكاملة تبرز من خلالها الدولة الآليات والسبل المتبعة من أجل النهوض بالقطاع السياحي، وتهيئته ليكون بديل من بدائل قطاع المحروقات، ومن خلال هذه الاستراتيجية تعلن الدولة لجميع الفاعلين ولجميع القطاعات وجميع المناطق عن مشروعها السياحي لآفاق 2030 وذلك بنظرتها للتنمية السياحية الوطنية للمدي القصير 2009، والمدي المتوسط 2015، والمدي الطويل 2030، في إطار التنمية المستدامة بضمان التوازن الثلاثي (عدالة اجتماعية، فعالية اقتصادية، حماية البيئة) على مستوى كامل التراب الوطني.

المطلب الأول: التعريف بالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT وأهدافه

سنستعرض من خلال هذا المطلب اهم اهداف الاستراتيجية الوطنية لترقية القطاع السياحي مرورا بتعريف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

1. تعريف SDAT

نتج المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية بفضل مسار طويل من الأبحاث، التحقيقات والخبرات ، ونتيجة لتفكير طويل وتشاور واسع من الفاعلين الوطنيين، والمحليين العموميين والخواص، على إمتداد الندوات الجهوية، والخلاصات التي توصلت إليها، وهو جزء لا يتجزأ من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية SNTD والمصادق عليه بمقتضى القانون 02-10 المؤرخ في 29 جوان 2011 (ج.رعدد: 61)³، وتم إعداده بناء على القرار

¹ SDAT : Schéma Directeur d'Aménagement Touristique .

² SNAT : Schéma National d'Aménagement Territoire

³ لعلمي فاطمة، دولي سعاد، استراتيجية التنمية السياحية في الجزائر استنادا للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030، متاحة على الموقع <http://e-biblio.univ-mosta.dz/handle/123456789/7650> تاريخ الطلاع 2021/01/12.

الوزاري المشترك المؤرخ في 09 جويلية 2006¹ الذي يحدد إجراءات تشغيل وتكوين لجنة مركزية من أجل إعداد مشروع الخطة المركزية لتنمية السياحة، وهذا المخطط التوجيهي يحدد إستراتيجية طموحة لتهيئة الجزائر وتمييزها المستدامة في أفق 2030، قصد الارتقاء بالسياحة الى درجة الامتياز في منطقة الاورومتوسطية.

يتكون التقرير العام حول المخطط التوجيهي للهيئة السياحية من 6 كتب مفصلة هي كالتالي²:

- الكتاب الأول: تشخيص السياحة الجزائرية؛
- الكتاب الثاني: الحركيات الخمس، وبرامج العمل السياحي ذات الأولوية في المخطط الاستراتيجي؛
- الكتاب الثالث: الأقطاب السياحية للامتياز، والقرى السياحية للامتياز؛
- الكتاب الرابع: تنفيذ المخطط التوجيهي للهيئة السياحية (المخطط العملياتي)؛
- الكتاب الخامس: المشاريع السياحية ذات الأولوية؛
- الكتاب السادس: تلخيص عام للمخطط التوجيهي للهيئة السياحية.

اين قررت الجزائر إعطاء السياحة بعدا في مستوى قدراتها ومؤهلاتها بمرافقة وتأطير الصعود القوي للسياحة الوطنية وادماجها في الشبكات التجارية للسياحة العالمية من خلال بعث وجهة الجزائر كوجهة مرجعية على الصعيد الدولي وعليه يستدعي بعث وجهة وطنية ذات علامة، تحديد مسعى منظم يسمح للنشاط السياحي بالرؤيا والنظرة الضرورية لتكريس اقتصاد سياحي بديل للموارد القابلة للنضوب وغير المتجددة والتي تتمثل في المحروقات وانطلاقا من هذا فإن السياحة لم تعد خيارا بل أصبحت ضرورة يفرضها الوعي الوطني برهان التنمية السياحية كموجه للتنمية الاقتصادية والاجتماعية إلى جانب القطاعات الأخرى المنتجة كالصناعة والفلاحة³.

وكما سبق وقلنا المخطط الوطني للهيئة السياحية هو جزئ من كل متكامل الا وهو المخطط الوطني لتهيئة الإقليم وهذا ما بينته الوزارة خلال الشكل التالي:

¹ حياة بن سماعيل، أقطاب السياحة الصحراوية للامتياز ودورها في تحويل الجزائر الى بلد سياحي في إطار المخطط التوجيهي للهيئة السياحية ، دراسة واقع السياحة والاستثمار السياحي في ولاية بسكرة، الملتقى الدولي الثاني : دور السياحة الصحراوية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، يومي 11،12 مارس 2012، جامعة محمد خيضر بسكرة، ص07.

² يمكن تحميل الكتب من خلال الرابط التالي: <https://www.mta.gov.dz/>

³ Ministère de l'aménagement du territoire et de l'Environnement et du tourisme, schéma Directeur d'Aménagement touristique « SDAT2025 », le diagnostic : audit du tourisme algerien, livre1, janvier 2008, p6 .

شكل رقم (1-7) : SNAT 2025



Source : Ministère de l'aménagement du territoire et de l'Environnement et du tourisme ,
livre1,opcit ,p13 .

نلاحظ من الشكل السابق ان الدولة الجزائرية رفعت التحدي والرهانات من أجل تحقيق التنمية المستدامة في جميع القطاعات، ببناء استراتيجيات طويلة الأمد لتوضيح الرؤيا المستقبلية لما ستصبح عليه البلاد في أفق 2030، وبما ان هذه القطاعات تتداخل فيما بينها كان لابد من بناء هذه الاستراتيجيات في نظرة شاملة ومتكاملة سميت ب المخطط الوطني لتهيئة الإقليم SNTD.

2. أهداف SDAT

تتمثل أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في خمسة أهداف رئيسية وهي¹ :

أ. جعل السياحة إحدى محركات النمو الاقتصادي : وهذا من خلال تنمية القطاع السياحي ليكون كقطاع بديل للمحروقات ، عن طريق المساهمة في تحسين التوازنات الكبرى كميزان المدفوعات ، الميزان التجاري ، الناتج المحلي الإجمالي... إلخ ، إضافة إلى إعطاء الجزائر انتشارا سياحيا دوليا وجعلها وجهة سياحية بامتياز ومنارة حوض البحر المتوسط ، وهذا قصد المساهمة في خلق وظائف جديدة وبصورة أساسية في الاقتصاد العام للبلاد .

ب. الدفع بواسطة الأثر العكسي على القطاعات الأخرى : منها الفلاحة ، البناء والأشغال العمومية ، الصناعة ، الخدمات ، الصناعة التقليدية ، وهذا من خلال النظر إلى السياحة على انها صناعة سياحية تشمل مختلف العوامل (النقل ، التعمير ، البيئة ، التنظيم المحلي ، التكوين) وتؤخذ بعين الاعتبار منطبق جميع المتعاملين العموميين والخواص إضافة إلى الانسجام مع إستراتيجية القطاعات الأخرى وبإحداث حركية شاملة على مستوى الإقليم الوطني في إطار SDAT؛

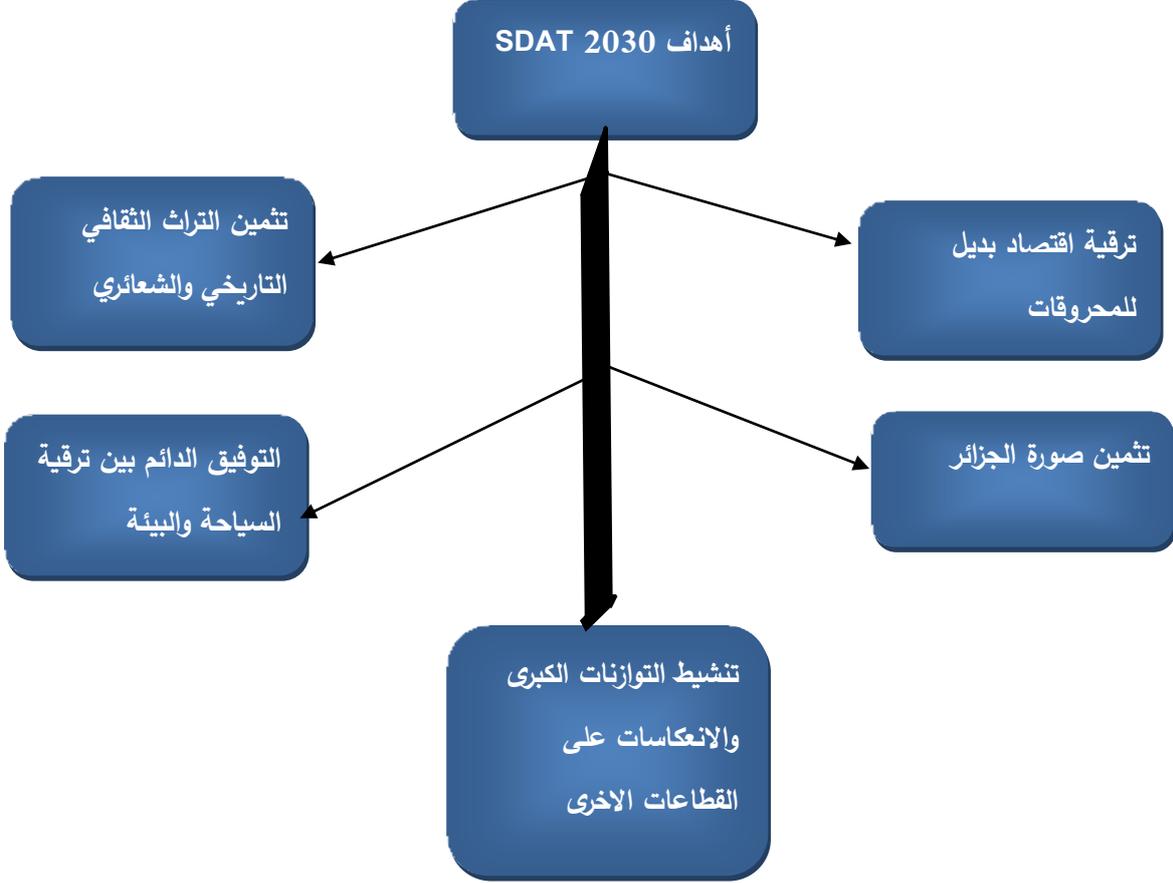
ت. التوفيق بين ترقية السياحة والبيئة: وهذا باعتبار أنه هناك " أثر متبادل بين السياحة والبيئة، فالبيئة الصالحة من أهم الموارد التي تساعد على تقدم السياحة وزيادة حركتها كما أن تدهور البيئة وتلوثها يؤدي إلى تدهور النشاط السياحي؛

ث. تثمين التراث الثقافي التاريخي والشعائري: وهذا باعتبار أن استراتيجيات التنمية السياحية الدائمة، هي تلك التي تحترم التنوع الثقافي وتحمي التراث وتساهم في التنمية المحلية؛

ج. التحسين الدائم لصورة الجزائر: من خلال إحداث تغييرات في التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون على الجزائر بصورة عامة والسوق الجزائرية بصورة خاصة، ضمن آفاق جعل منها سوق هامة وليست ثانوية تستجيب لحاجيات المستهلكين الدوليين. وهذا ما يلخصه الشكل التالي

¹Ministère de l'aménagement du territoire et de l'Environnement et du tourisme, livre1,opcit , P 22-23 .

شكل رقم (1-8): شكل يوضح أهداف SDAT.



Source : Rofia ABADA, Sara FOUFA, TOURISM IN ALGERIA A CHOICE OR AN EVIDENCE? , International Journal of Human Settlements Vol 3 Nr 2, 201;P 14.

المطلب الثاني: الحركيات الخمسة لتطوير السياحة آفاق 2030

لتطوير السياحة في الجزائر اعتمد المخطط التوجيهي SDAT على خمس آليات او كما سماها هو حركيات هي كالتالي:

- الحركية الأولى: مخطط وجهة الجزائر؛
- الحركية الثانية: تطوير أقطاب الامتياز السياحي؛
- الحركية الثالثة: مخطط الجودة السياحية (PQT)¹؛
- الحركية الرابعة: مخطط الشراكة بين القطاعين العام والخاص؛
- الحركية الخامسة: مخطط تمويل السياحة.

¹ PQT : Plan Qualité du Tourisme

وقد شرعت برامج العمل السياحية ذات الاولوية ابتداء من 2008 في تفعيل التحول السياحي الجزائري بواسطة مضاعفة جاذبية وشهرة وجهة الجزائر وذلك بالاعتماد على مخطط تسويق واتصال فعال يعيد بعث وجهة الجزائر، وسنفضل في مضمون الحركيات الخمس فيما يلي:

1. مخطط وجهة الجزائر

يتعلق الامر ببناء صورة سهلة القراءة لوجهة الجزائر، فترقية صورة الجزائر مسألة أساسية لتصبح وجهة سياحية تنافسية من خلال استراتيجية تسويقية، وابتكار علامة من اجل تسجيل المنح الجزائري مزود بشعار (Logo)، ولنجاح مخطط تسويق وجهة الجزائر يجب الارتكاز على ستة قواعد أساسية مبينة في الجدول التالي:

جدول رقم(1-12): الشروط الستة لإنجاح مخطط تسويق وجهة الجزائر

التعريف	البعد
اختيار وضعية هجومية مستمرة لغزو الأسواق لعدة سنوات، وإعداد الصورة والسوق من اجل الاتصال الواسع؛	ثقافة وذهنية
تنشيط وتنسيق متناسب ودائم لكل مخطط التسويق، مع تجنيد وسائل الاتصال الحديثة، مالية، بشرية، وتقنية مطلب للاحترافية والنوعية؛	الالتزام
اللجوء الى تنشيط الاعلام المتعدد، أفلام، أقراص، صفحات أنترنت، شاشات فيديو وفضاءات مرئية؛	الأدوات
تبني وضعية مراقبة ورصد استراتيجية على المستوى الوطني، جناح لكل قطب امتياز يوفر خمس وظائف (الاستقبال، الاعلام، فضاء محلات، المعارض، فضاءات الصور) على المستوى الدولي: استخدام " دار الجزائر" كفضاء لرصد الأسواق الدولية؛	فضاءات الاتصال
شراكة فعالة على المستوى المحلي والدولي، امتلاك مرجع مشترك للتجانس، التنسيق والتعاون توحيد العمل في كافة الهيئات ¹ ONAT, ² ONT ودار الجزائر وتشجيع ربط السياسات القطاعية، هيكلية والمحافظة على الشركاء	المسعى
اعتماد اليقظة كأداة للقيادة وأداة ل: القياس، المقارنة، استباق، والاستجابة	المتابعة

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على: Ministère de l'aménagement du territoire et de

l'Environnement et du tourisme , le plan stratégique : les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires, livre 2 , janvier 2008, p25.

ويهدف مخطط وجهة الجزائر الى تحقيق مجموعة من الأهداف ومن ابرزها ما يلي:

- تنمية القدرة التساهمية للسياحة في الاقتصاد الوطني؛

¹ ONAT : Office National Algérien du Tourisme (الوكالة الوطنية الجزائرية للسياحة)

² ONT : Office National du Tourisme (الوكالة الوطنية للسياحة)

- جعل الجزائر وجهة منارة في المغرب والمنطقة المتوسطية وهذا من أجل جعل الجزائر وجهة متميزة وفريدة؛
 - التمركز في الفروع والأسواق الهامة: وذلك من خلال:
 - العمل في الفروع الواعدة والتكيف الدائم للعرض حسب الطلب؛
 - اجراء تنظيم لأهداف الزبائن لمعرفة اقسام السوق وتشخيص تطور دوافع المستهلكين، وفقا لتوقعاتهم وقدراتهم؛
 - تشجيع بروز الأقطاب السياحية للامتياز؛
 - تعزيز الصورة الإيجابية وخلق قيمة للجزائر لكل الزبائن (المحليين والأجانب).
- وهذه النقاط يمكن ان تترجم من خلال الجدولين التاليين
- جدول رقم (1-13): مخطط الوجهة حسب الأهداف، الفروع والأسواق**

الأسواق المستهدفة	الفروع المختارة	أهداف التسويق في المخطط
السوق الداخلية 1. الجزائريين المقيمين	<ul style="list-style-type: none"> - المواد الواسعة الاستهلاك (الحمامات، الاستجمام البحري) - تسوق المتعة: التسلية حول المدن - العلاج والصحة - التجوال - الرياضة 	<ul style="list-style-type: none"> - تحديد التدفقات (البديل الجاذب بالنسبة للوجهات المجاورة) - التحريض على قضاء العطل - تطوير استهلاك التسلية الجوارية على مدار السنة - تشجيع السياحة العلاجية بغية تحسين الصحة العمومية
منتوج الفروع الجديدة:	<ul style="list-style-type: none"> - السياحة الصحية - الاعمال والمؤتمرات - ثقافي: اكتشاف الحرف والمهارة والمواقع الاثرية - اتجاهات الجنوب - الصيد البحري - أنشطة الثلج 	<ul style="list-style-type: none"> - تحديد التدفقات باقتراح منتج ذو قيمة؛ - زيادة النفقات السياحية
2. الجزائريين غير المقيمين	<ul style="list-style-type: none"> - الاستجمام البحري - التسلية حول المدن - اكتشاف الحرف والمهارات الحديثة والمواقع الاثرية والتعبدية 	<ul style="list-style-type: none"> - الحفاظ على إقامة الجزائريين غير المقيمين؛ - تطوير ومضاعفة الاقامات؛ - إغراء الاقامات بعروض جذابة

Source : Ministère de l'aménagement du territoire et de l'Environnement et du tourisme, livre2, op-cit,p 27.

كما يمكن تنظيم الأسواق الخارجية في أسواق ذات أولوية للحفاظ عليها والسوق الواعدة والبعيدة لكن ذات مستقبل وهذا ما يبينه الجدول التالي:

جدول رقم (1-14): الأسواق المطلوب الحفاظ عليها لجلب الوافدين

الأسواق المطلوب الحفاظ عليها	الفروع المختارة	أهداف مخطط التسويق
<ul style="list-style-type: none"> - الأسواق ذات الأولوية (الأسواق التقليدية المرسله لسياح نحو الجزائر): فرنسا، اسبانيا، إيطاليا، ألمانيا - الأسواق الواعدة: بريطانيا، هولندا، النمسا، الدول الاسكندنافية - الأسواق البعيدة ذات المستقبل: الأسواق الآسيوية (الصين، اليابان)، السوق الروسية، أسواق أمريكا الشمالية 	<ul style="list-style-type: none"> - اتجاهات الجنوب الثقافي - السياحة العلاجية والصحية ذات الطراز الرفيع - أعمال/مؤتمرات - فروع تكميلية - ثقافية ودينية - المنتج النوعي الصيد، الغطس... 	<ul style="list-style-type: none"> - إعادة الثقة وتجديد صورة الجزائر بالاعتماد على ميزتها الرئيسية بالنسبة لوجهات المغرب و تونس: الصحراء على أبواب افريقيا السوداء - التركيز على القيم العاطفية القوية: سحر الصحراء في مواجهة السياحة الشعبية والمركبة للتراث - التركيز على السياحة الجوارية - إضهار وتأمين طريقة سياحة محترمة ودائمة سياحة مسؤولة - التطوير والمحافظة على التدفقات وتشجيع الاستهلاك
دول الخليج	<ul style="list-style-type: none"> - اتجاهات الجنوب - أعمال/ مؤتمرات - الصيد البحري - سياحة علاجية 	<ul style="list-style-type: none"> - التركيز على الشركات التي تجعل زبائنها يستهلكون المنتج السياحي ذو القيمة المضافة العالية - التركيز على المواقع والمناسبات الدينية.

Source : Ministère de l'aménagement du territoire et de l'Environnement et du tourisme, livre2, op-cit,p 27.

نلاحظ من خلال الجدول ان الوزارة قسمت في استراتيجيتها الأسواق الى أنواع: الأسواق ذات الأولوية الواجب الحفاظ عليها والتي تعتمد عليها حاليا، الأسواق الواعدة والتي يمكن ان تستهدفها على المدى المتوسط وتنشط فيها الطلب السياحي، والأسواق البعيدة التي يمكن ان تغزوها على المدى البعيد والتي هي القارة الآسيوية إضافة الى دول الخليج وهذه الأسواق ستعمل عليها بعد ان تهيكّل قطاع السياحة ليصبح جاهزا لاستقبال هذا العدد الكبير من السواح في هذه الأسواق طبعا، وقد حددت لكل سوق أهداف ومنتجات مختارة لتطورها.

2. أقطاب السياحة الامتياز

تعتبر الأقطاب السياحية تركيبة من القرى السياحية للامتياز في رقعة جغرافية معينة، مزودة بتجهيزات الإقامة، التسلية، الأنشطة السياحية والدارات السياحية بالتعاون مع مشروع التنمية، وهي إطار لربط تعاون الكفاءات، المعارف، الحرف والإمكانيات المادية. بحيث ستشكل هذه الأقطاب مراكز اشعاع ورافعات تعمل على الإنعاش السياحي التدريجي لكافة التراب الوطني، وتستخدم كنقطة ارتكاز وكقاعدة للتطوير السياحي على مستوى المناطق المبرمجة كمرجع بالنسبة للمخطط الجهوي لتهيئة الإقليم (SART)¹، والهدف من بناء هذه الأقطاب السبعة هو تحريك الرافع الذي يسهل الانتشار السياحي من خلال²:

- تسهيل التنافسية، الجاذبية واستمرار الأقاليم؛
 - التطوير وفقا لميزاتهم (سياحة الحمامات، الاستجمام البحري، سياحة المدن والاعمال، السياحة الصحراوية والتجوال، السياحة العلاجية، السياحة الثقافية والتعبدية، السياحة النوعية)؛
 - السماح بوصول جيد لمختلف المركبات السياحية، وبتكامل الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية على كامل تراب القطب؛
 - إشراك السكان المحليين؛
 - ضمان امتياز الصورة النوعية لوجهة الجزائر الجديدة.
- إن السياحة بالإضافة الى مفعولها التأثيري في الروابط والابتكار والاشكال الحيزية، فهي تنتقل تنمو وتتمركز في بعض المناطق، الأقاليم، المنتوجات، الفروع والفترات. وهذا ما يجعل المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة 2030 يوصي بإجراء عقلاني، براغماتي يهدف الى³:
- اختيار وإجراء ترتيب مقياسي للموقع الذي ستتمركز فيه التدفقات السياحية بالنظر لما لها من خصائص؛
 - التخلي تدريجيا عن فكرة "Tout Tourisme" وتبني فكرة الأقطاب السياحية.
- وقد حدد المخطط الوطني لتهيئة الإقليم 07 أقطاب سياحية للامتياز وفقا لمؤهلات كل منطقة، وسنجمها في الجدول التالي:

¹ ايدير رانية، غزالي عمر ، الاستراتيجية الوطنية لتنمية القطاع السياحي في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2030، مجلة الابداع، المجلد 09، العدد1، 2019، ص 98.

² Ministère de l'aménagement du territoire et de l'Environnement et du tourisme, livre2, op-cit,p 45.

³ عماري عصام، السعيد بوعناق، رهنات المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 بين الواقع والأفاق، مجلة الشريعة والاقتصاد، المجلد 07، العدد1، 2018، ص 416.

جدول (1-15): جدول توضيحي للأقطاب السياحية السبع وتوزعها الولائي

القطب	الولايات التي يشملها
القطب السياحي للامتياز شمال شرق (POT NE)	عنابة، الطارف، سكيكدة، قالمة، سوق أهراس، تبسة.
القطب السياحي للامتياز شمال وسط (POT NC)	الجزائر، تيبازة، بومرداس، البليدة، الشلف، عين الدفلى، المدية، البويرة، تيزي وزو، بجاية.
القطب السياحي للامتياز شمال غرب (POT NO)	مستغانم، وهران، عين تيموشنت، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس، غيليزان.
القطب السياحي للامتياز جنوب شرق (POT SE)	الواحات، غرداية، بسكرة، المنيعية.
القطب السياحي للامتياز جنوب غرب (POT SO)	توات، القرارة، طرق القصور ادرار، تيميمون، بشار
القطب السياحي للامتياز للجنوب الكبير (POT GS)	طاسيلي، ناجر، ايليزي، جانيث.
القطب السياحي للامتياز للجنوب الكبير (POT GS)	الهوقار، تمنراست

Source : Ministère de l'aménagement du territoire et de l'Environnement et du tourisme, livre3 , les Sept pôles touristiques d'Excellences (POT), janvier 2008, p 06 .

من الجدول نلاحظ أن هذه القرى تقريبا شاملة لجميع ربوع الوطن ، وهذا ضمن رؤيا وهدف العدالة الاقتصادية والاجتماعية والتنمية الشاملة للبلاد، حتى يكون لكل منطقة حضاها من الآثار المتعدية لقطاع السياحة الى القطاعات الأخرى (تشغيل، صناعات وحرف،....).
وقد حددت عدة مشاريع في عدة قرى سياحية من اجل تجسيد الأقطاب السياحية للامتياز والجدول التالي بين ذلك:

جدول رقم (1-16): جدول يوضح الطاقات الفندقية للأقطاب السبعة

القطب السياحي للامتياز	عدد الاسرة للفنادق في جميع الاصناف	عدد القرى السياحية	عدد الاسرة للقرى السياحية
القطب السياحي شمال وسط	9295	11	39849
القطب السياحي شمال شرق	5965	3	7378
القطب السياحي شمال غرب	10146	4	6852
القطب السياحي جنوب شرق الواحات	2092	1	92
القطب السياحي جنوب غرب	1513		
القطب السياحي الجنوب الكبير الطاسيلي	150		
القطب السياحي الجنوب الكبير أهقار	225		
اجمالي الاسرة (فنادق)	29368		
اجمالي الاسرة (قرى)			54171
اجمالي الاسرة (فنادق، قرى)	83557		

المصدر: دولي سعاد، لعلمي فاطمة، مرجع سبق ذكره، ص 10.

نلاحظ من خلال الجدول ان الاستراتيجية تولي اهتماما اكبر الى السياحة الساحلية بدليل حصة المناطق الشمالية من القرى السياحية حيث خصت ب 18 من أصل 19 قرية سياحية، وخصت قرية سياحية وحيدة للجنوب وهذا بالرغم من انه يمثل حوالي 80% من مساحة الجزائر، إضافة الى المؤهلات التي يملكها التي ان استغلت استغلالا رشيد ستكون مصدر لعائدات دائمة معتبرة للدولة.

3. الحركة الثالثة: مخطط جودة السياحة¹

يطمح مخطط جودة السياحة الجزائرية إلى توحيد جميع المهنيين الجزائريين في قطاع السياحة من خلال الانتهاج الارادي للجودة، الحريص على تلبية حاجات الزبائن وإرضائهم، وطنيين واجانب. تم إعداد مخطط جودة السياحة الجزائرية مع المهنيين ومن اجل المهنيين، طبقا للمعايير الدولية، يسمح مخطط الجودة بتحديد المسار من اجل التحسين التدريجي للخدمات والحصول على العلامة التجارية جودة السياحة الجزائر. ويرتبط مخطط جودة السياحة الجزائرية بالنقاط التالية:

- تأسيس العلامة التجارية جودة السياحة الجزائر
- تدعيم كفاءات الموارد البشرية
- تنظيم الأنشطة السياحية
- تحديث البنى التحتية

ويهدف مخطط الجودة الى تحقيق مايلي:

- دعم التنافسية الوطنية من خلال إدراج مفهوم الجودة في جميع مشاريع تنمية المؤسسات السياحية؛
- بلوغ أفضل مهنية في جميع قطاعات العرض السياحي الوطني؛
- تثمين المناطق السياحية الوطنية وثرواتها المحلية؛
- خلق ديمومة العرض السياحي الجزائري من خلال تحسين صورة جودة الخدمات للزبائن الوطنيين والأجانب؛
- افادة المؤسسات السياحية الملتزمة بانتهاج مسار الجودة وذلك بتوفير الوسائل الملائمة لتحقيق تنميتها وخاصة بمرافقتها في عمليات التجديد وإعادة التأهيل والتحديث والتوسيع والتكوين؛

¹ لمزيد من التفصيل والاطلاع عد الى:

- Ministère de l'aménagement du territoire et de l'Environnement et du tourisme, livre2, op-cit,p 50-52.
- بن حسان حكيم، دور الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية في تطوير القطاع السياحي في الجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص إدارة الاعمال، جامعة الجزائر3، 2014، ص262،261.
- <https://www.mta.gov.dz/>

- ضمان ترويج متزايد للمتعاملين المنخرطين في الجودة من خلال إدماجهم في شبكة المؤسسات الحاملة للعلامة التجارية "جودة السياحة الجزائر" وضمان اندماج أحسن في المجال التجاري وتموقع أفضل. وللاضمام الى مخطط الجودة لابد من توفر جملة من الشروط تتلخص فيما يلي:
- الاستجابة إلى متطلبات المرجعية للجودة؛
- انتهاج مسار للجودة يعتمد على تشخيص خارجي، يسمح على السهر للتحسين المستمر لنوعية الخدمات وكذا ضمان للزبون علامة تستحق الثقة، والحفاظ على مصداقية العلامة "جودة السياحة الجزائر"؛
- إنشاء خلية دائمة مكلفة بالتشخيص الداخلي؛
- مطابقة شروط الاستغلال وممارسة النشاط؛
- مطابقة قواعد حفظ الصحة والأمن؛
- إدماج البعد البيئي؛
- س إعداد نظام مكلف بمعالجة شكاوى الزبائن ما يسمح بمعرفة آراءهم.
- وتمنح علامة " جودة السياحة الجزائر" من طرف لجنة وطنية تابعة لوزارة السياحة والصناعة التقليدية تضم مستشارين إقليميين وأعضاء آخرين كالتالي:
- ممثلين عن القطاع المكلف بالسياحة (وزارة السياحة، الديوان الوطني للسياحة، الوكالة الوطنية لتنمية السياحة، مؤسسة الديوان الوطني للسياحة؛
- ممثلين عن الإدارات الأخرى المعنية بالسياحة (التجارة، الصحة، النقل، المديرية العامة للأمن الوطني، الدرك الوطني، الحماية المدنية)
- ممثلين عن المعهد الجزائري للتقييس،
- ممثلين عن الجمعيات والاتحاديات المهنية الناشطة في ميدان السياحة (FNHR, FNAT, SNAV, FNOT)؛
- خبراء الجودة.
- والجدول التالي يمثل عدد المؤسسات المنخرطين في مخطط الجودة

جدول رقم (17-ا): تطور عدد المنخرطين في مخطط الجودة 2021/2018

	2018	2019	2020	2021
الجودة مخطط في المنخرطين (العدد التراكمي)	المؤسسات السياحية المستغلة	المؤسسات السياحية المستغلة	المؤسسات السياحية المستغلة	المؤسسات السياحية المستغلة
	- مؤسسة فندقية: 225	- مؤسسة فندقية : 225	مؤسسة فندقية : 226	- مؤسسة فندقية: 246
	- وكالات السياحة والأسفار: 200	-وكالات السياحة والأسفار: 200	-وكالات السياحة والأسفار: 200	- وكالات السياحة والأسفار: 222
	- محطات حموية: 07	-محطات حموية: 07	محطات حموية: 07	-محطات حموية: 07
	-مطاعم: 18	- مطاعم: 18	- مطاعم: 18	-مطاعم: 18

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الموقع <https://www.mta.gov.dz>

نلاحظ من خلال الجدول ان تطور عدد المنخرطين في مخطط الجودة هو بوتيرة متباطئة جدا ، وهناك متعاملين نسبة التطور فيها معدومة (المحطات الحموية، والمطاعم)، وهذا ما يستلزم جهود تسويقية إضافية للتعريف بهذا المخطط ومختلف الامتيازات التي يتحصل عليها المنخرط¹.

4. الحركة الرابعة: مخطط الشراكة العمومية الخاصة

تلعب الدولة والجماعات المحلية دورا محوريا في المجال السياحي، خاصة في تهيئة الإقليم وحماية المناظر العامة، ووضع البنى التحتية كالمطارات، والطرق في خدمة السياحة، كما أنها تسهر على النظام العام والامن، وتصور الصورة الرفيعة للبلاد والمواقع بواسطة سياساتها وعمليات الاتصال، ومع ذلك لا يكتمل عمل الدولة وجماعاتها المحلية دون دعم ومرافقة من القطاع الخاص الذي يضمن أساسيات الاستثمار والاستغلال السياحي، ويثمن ويسوق الأملاك والخدمات التي تضعها الدولة تحت التصرف، وفقا لقوانين الجمهورية.

لذلك يحتاج القطاع الخاص إلى حرية أكبر لمباشرة الاستثمار وتسويق الخدمات السياحية ويلزمه إطار تنظيمي محفز ونظام تشريعي مستقر ومرن يتماشى مع التحولات الاقتصادية العالمية، لذلك يسعى مخطط الشراكة العمومية- الخاصة الى إيجاد آليات وأدوات قانونية تكون قادرة على إزالة العقبات أمام المستثمرين الخواص

¹ للاطلاع أكثر على شروط الانضمام والامتيازات الممنوحة للمنخرطين وكل ما يتعلق بمخطط جودة السياحة الجزائر يمكن تحميل معيار السياحة الوطنية للجودة RNQT للمنشآت الفندقية الجزائرية، مؤسسات تقديم الطعام الجزائرية، وكلاء السياحة والسفر في الجزائر من الرابط التالي:

وتشجيعهم لإنجاز مشاريع ضخمة تنافس الهياكل الموجودة في البلدان المجاورة وذلك للحفاظ على السياحة الداخلية والزبون المحلي، واستقطاب السائح الأجنبي كل هذا في إطار احترام:

- المصلحة العامة الإقليمية؛

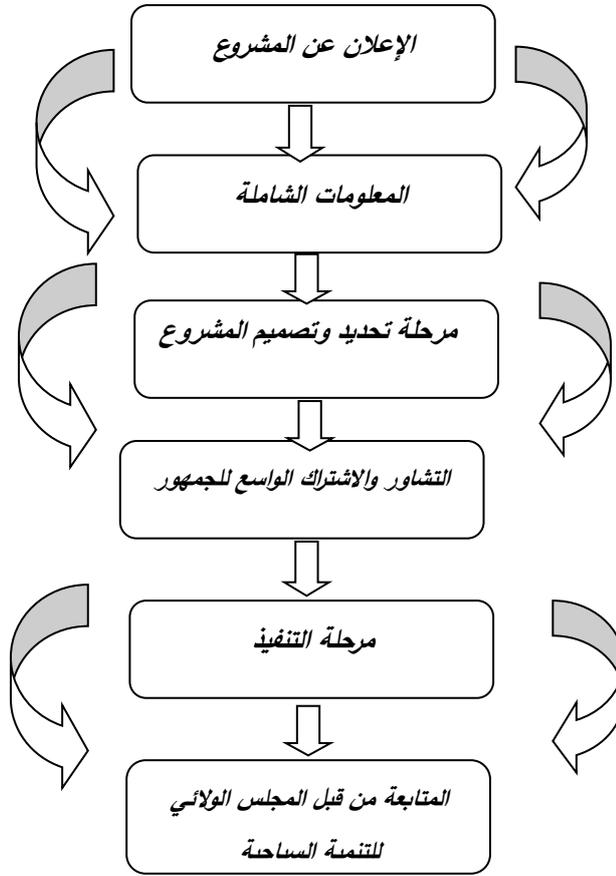
- الاستثمار الخاص؛

- الحفاظ على البيئة.

فلا يمكن تصور تنمية دائمة للسياحة دون تعاون فعال عمومي وخاص.

يهدف هذا المخطط إلى ربط الشبكة السياحية، فالسياحة تندرج ضمن المقاربة التواصلية بين القطاعات والشراكة العمومية-الخاصة التي توصل الشبكة السياحية من طرف إلى طرف، و من أجل ذلك يتعلق الأمر بـ "جعل بوابات الدخول إلى التراب الوطني أكثر جاذبية: السفارات، القنصليات، المطارات، المراكز الحدودية، الموانئ، المحطات، وتحسين الخدمات القاعدية في المواقع السياحية، النظافة و التطهير، المياه و الطاقة، تكنولوجيات الإعلام و الاتصال، تسهيل الوصول إلى المواقع السياحية و القرى السياحية للامتياز مع صيانتها، تحسين النوعية بالتكوين المستمر (الدائم). "كما أنه لهذا المخطط مسعى وهو وصل الشبكة السياحية وجعلها منسجمة مع تنظيم شراكة وتساور على المستوى المحلي عن طريق مجلس التنمية السياحية (المستوى المحلي) والوكالات التجارية السياحية. وبصفة عامة فإن مخطط الشراكة العمومية -الخاصة هي مشاركة الدواوين السياحية، المجالس الولائية للتنمية السياحية والخواص في اتخاذ القرارات والتي نوضحها في الشكل التالي :

الشكل رقم (1-9): الشراكة العمومية - الخاصة



Source: Ministère de l'aménagement du territoire et de l'Environnement et du tourisme, livre2, op-cit,p 56.

5. الحركية الخامسة: مخطط تمويل السياحة PFT¹

بما ان السياحة صناعة ذات عائد استثماري فان عملية تحسين الربح وخاصة الربح الداخلي تتطلب إيجاد دعم ومرافقة من الدولة في كل العمليات، وهذا هو الشيء الذي يصبو اليه مخطط التمويل يصبو مخطط التمويل إلى تحقيق الأهداف الخمسة التالية:

- حماية ومرافقة المؤسسة السياحية الصغيرة والمتوسطة؛
- السهر على تجنب المشاريع السياحية التوقف والذوبان؛

¹ لمزيد من الاطلاع عد الى:

- عوينان عبد القادر، مرجع سبق ذكره ص 353، 356.
- Ministère de l'aménagement du territoire et de l'Environnement et du tourisme, livre2, op-cit, P 59.
- محجوب يدة وآخرون، الجودة والاحترافية مفتاح الوجهة السياحية الجزائر، مجلة الأبحاث الاقتصادية، العدد 13، دار الأبحاث الجزائر، 2009، ص 45.

- جذب وحماية كبار المستثمرين الوطنيين والأجانب؛
- تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي باللجوء إلى الحوافز الضريبية والمالية؛
- تسهيل وتكثيف التمويل البنكي للنشاطات السياحية، وخاصة الاستثمار في إطار بنك الاستثمار؛ مرافقة المتعاملين المستثمرين، من خلال إجراءات مناسبة لدعم الاستثمار في القطاع السياحي تأخذ بعين الاعتبار طبيعة الاستثمار في هذا الميدان.

يتعلق محتوى هذا المخطط بما يلي :

- مرافقة المستثمرين، وأصحاب المشاريع ومساعدتهم في أخذ القرار، و في تقدير المخاطر، و كذلك في تمويل عتاد الاستغلال؛
- تحقيق إجراءات منح القروض البنكية ومنح الحسم؛
- التمديد في مدة القرض

ويتمثل إطار مخطط التمويل في بنك الاستثمار المستقبلي الذي يثمن:

- إجراءات الدعم والالتزام في مخطط جودة السياحة؛
- الإجراءات التحفيزية لبعض التخصصات من خلال تكييف شروط القروض المنقح عليها، تحفيزات ضريبية علي النشاطات السياحية بإعفاؤها من TVA... الخ؛
- المساعدة على تقييم المخاطر؛
- المساعدة لتمويل عتاد الاستغلال؛

المطلب الثالث: المنتجات الواجب ترقيتها وإجراءات دعم الاستثمار السياحي

رفعت الجزائر رهان من أجل النهوض بالقطاع السياحي والوصول به الى أفق يستطيع فيه المنافسة محليا، إقليميا، وعالميا لذلك وكما سبق وأدرجنا في المطلب السابق ان الجزائر حددت خطة تسويقية اين بينت الأسواق الحالية والمستهدفة ولإشباع هذه الأسواق كان لابد عليها ان تطور من منتجاتها السياحية، وتضع أسس وآليات لتطوير ودعم الاستثمار السياحي.

1. المنتجات الواجب تنميتها¹

ان تلبية تنوع الطلب السياحي المتوقع خلال المخطط التوجيهي يستلزم تنمية متزايدة للمنتجات السياحية، وقد راهنت الجزائر على عدة أنواع من المنتجات السياحية هي كالتالي:

أ. السياحة الصحراوية

للسياحة الصحراوية خصوصياتها، إذ تشكل في المرحلة الحالية مؤهلا معتبرا لتنمية السياحة الدولية نظرا لما يتميز به هذا المنتج بفضل كبر مساحة صحراء الجزائر، وعليه فإن العملية الترويجية في الخارج ينبغي أن تتجه على المدى القصير نحو المناطق السياحية الجنوبية، والتي يمكن تحويلها إلى قبلة فعلية للسواح والأجانب، وبالأخص بالنسبة للسياحة البيئية؛

ب. السياحة الشاطئية

إن طول السواحل الجزائرية وتنوعها يمكنها من أن تكون الرائد للتنمية السياحية في وهذا الاهتمام بالسياحة الشاطئية راجع الى:

- وجود طلب داخلي كبير باعتبار أن غالبية السكان متمركزة في الجهة الشمالية؛
- استفادة نسبة كبيرة من السكان من العطل خلال موسم الاصطياف؛
- اختيار الجالية الجزائرية المقيمة بالخارج للجزائر لقضاء عطلتها بالشواطئ؛
- إن أولوية وأهمية السياحة الشاطئية تظهر من خلال الطلبات الكبيرة المسجلة في مجال الاستثمار والتي يتقدم بها المتعاملون الوطنيون والأجانب؛
- إن الإقامة بالشواطئ تبقى تشكل مقصدا محبذا للمواطنين الذين يتجهون الى الخارج، خاصة البلدان المجاورة خلال موسم الاصطياف؛

¹ بالاعتماد على :

- هدير عبد القادر، واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطويرها، رسالة ماجستير في علوم التسيير، تخصص نقود، مالية، وبنوك، جامعة الجزائر، 2006، ص 219- 225؛
- ساعد بوراوي، تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي (الجزائر، المغرب، تونس)دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص إقتصاد دولي، جامعة الحاج لخضر باتنة1، الجزائر، 2017، ص 57-61.
- وزارة السياحة الجزائرية، تصور تطور الجزائر للعشرية 2004-2013، ص 4.
- عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسيير مؤسسات، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2010، ص 110، 114.

- أما على الصعيد الدولي، فإن المنتج الشاطئي يشكل عند غالبية البلدان ركيزة النشاط السياحي، نظرا للتدفقات المعتدرة التي يجلبها والآثار الاقتصادية والمالية التي يحققها فهو يمثل أكثر من 80% من الطلب السياحي الدولي.

إضافة الى ذلك يظهر من خلال احصائيات دول البحر الأبيض المتوسط ان السياحة الشاطئية تبقى الى جانب السياحة الحضرية، المنتج الأكثر مردودية في مجال الصناعة السياحية، آخذين بعين الاعتبار المحافظة وحماية التراث الثقافي والمحيط الطبيعي ضد كل أشكال التلوث والتدهور الناتجة عن السياحة الجماهيرية، وحتى تكون هناك سياحة شاطئية لابد من إنجاز عدة أنماط من هياكل الاستقبال بدءا من المخيم البسيط الى الفندق الفخم مما يسمح بأن يكون المنتج في متناول الجميع؛

ت. سياحة الأعمال والمؤتمرات

إن هذا النوع من السياحة الذي يعرف نموا على المستوى الدولي يشكل جزءا معتبرا من إيرادات البلدان السياحية أمثال فرنسا، اسبانيا، ايطاليا، وهذا المنتج يتعين تنميته في بلادنا نظرا لتزايد كثافة النشاطات الاقتصادية والاجتماعية من جهة والنمو المتزايد للعلاقات مع الخارج من جهة أخرى، وتبقى القدرات الحالية المحدودة والمتمركزة على مستوى العاصمة، بعيدة عن الاستجابة للطلب السياحي الحالي والمستقبلي، مما يعتبر فرصه سانحة للاستثمار الوطني والشراكة الأجنبية بجميع أشكالها.

أخيرا فإن الامر يتعلق بمنتج ينبغي أن يجد اهتماما خاصا بغرض جعله أكثر جذبا واهتماما من طرف المستثمرين الفعليين، وأيضا ضمان انطلاقة حقيقية له خلال السنوات المقبلة.

ث. السياحة الحموية والمعالجة بمياه البحر

تتوفر الجزائر على أثر من 200 منبع حموي، إلا أن طاقة الاستقبال لهذا النوع من السياحة تبقى ضعيفة جدا، فبالرغم من وجود 08 محطات حموية منها واحدة فقط مختصة في المعالجة بمياه البحر هي حاليا مكتظة على مدار السنة بسبب الطلب الداخلي المتزايد عليها، وعليه فإن تنمية الحمامات المعدنية والمعالجة بمياه البحر والاستحمام البحري، فضلا على أثارها الاقتصادية، فإنها تساهم في تحسين صحة المواطنين وبالتالي في تخفيض نفقات الصحة العمومية. لذلك فتنمية الحمامات المعدنية والمعالجة بمياه البحر لا يجب النظر إليها

كمنتج مستقل موجه نحو الغرض الاستشفائي فقط، بل تطويره لكي يصبح ذو دور أكثر اتساعا نحو فئة السكان المتمتعين بصحة جيدة.

ج. السياحة الثقافية

إن الدراسات المنجزة والمقدمة من طرف المنظمة العالمية للسياحة، تؤكد على أن السياحة الثقافية ستشغل في العشرينات القادمة مكانا هاما في العرض السياحي العالمي. والجزائر لها مؤهلات في هذا الميدان تمكنها من احتلال مكانة مرموقة في هذا النوع من السياحة من خلال ما تحويه من:

- التراث الأثري المتنوع؛
- المعالم والبنائات الثقافية والدينية؛
- الأعياد المحلية والتقليدية والفنون الشعبية والألعاب التقليدية؛
- أقطاب الإنتاج والتنشيط الحرفي.

هذا المنتج له خصوصياته في الجزائر، وهذا للامتداد الواسع للبلد وتنوع الحضارات والأمم التي تعاقبت على الجزائر تاركة ورائها بصمات لا يمكن أن تمحى. من جهة أخرى فإن المواقع الثقافية لما قبل التاريخ، كالمقابر والآثار وكذا المواقع الدينية تعطي للجزائر فرصة لتطوير سياحة رفيعة، عن طريق تنظيم دورات ذات مواضيع، والتي تدمج مسالك الشخصيات التاريخية (القديس اوغستين، الاب فوكو) (الزاوية التيجانية، المدن الرومانية والقصور..الخ).

ح. السياحة الرياضية، الترفيهية والاستجماميه

هذا النوع من السياحة يشكل وسيلة لتطوير النشاطات السياحية الموجهة بالخصوص إلى الشباب المولعين بالتبادلات والنشاطات الرياضية والاستكشاف والترفيه، وإلى السياح الذين يبحثون عن الراحة والرفاهية. في هذا الميدان، يمكن أيضا تطوير عدد من النشاطات السياحية لصالح الشباب والفرق الرياضية والسائحين الأجانب، إن الأمر يتعلق بما يلي:

- السياحة المناخية؛
- سياحة الصيد؛
- سياحة الصيد البحري والغوص في أعماق البحار؛

- سياحة المتعة والرحلات البحرية؛

- السياحة الرياضية (الغولف، مراكز الألعاب).

إن المنشآت الواجب بناؤها بالنسبة لهذا النوع الآخر من السياحة يمكن استغلالها على الوجه الأمثل عن طريق إقامات لتحضير النخب الرياضية الوطنية والأجنبية، مما يسمح للجزائر بتنظيم تظاهرات ذات بعد دولي تساهم في خلق الفضول للحث على زيارة المنشآت الجديدة والتعريف بالوجهة السياحية للجزائر، وكمثال على المنشآت الرياضية نجد التجربة التونسية متمثلة في مدينة "عين الدراهم" التي أصبحت تستقطب معظم الفرق الجزائرية لكرة القدم التي تجري تربيصات بالخارج (تونس).

إن تكامل وتناسق جميع هذه المنتجات السياحية سيمكن لا محالة القطاع السياحي الجزائري من بلوغ مكانة مرموقة، تعود بالفائدة على الدولة والاقتصاد الوطني، لكن هذا التكامل لن يكون إلا من خلال تظافر جهود جميع القطاعات، والسلطات العمومية، لتحقيق الأهداف المرجوة والنهوض بالقطاع.

2. إجراءات دعم الاستثمار السياحي

من أجل نجاح مخطط التهيئة السياحية في تحقيق أهدافه والتي هي جزئياً ضمن برنامج الإنعاش الاقتصادي الذي أعلنته الدولة لكل القطاعات، لا بد من مساندة فعلية ووضع أدوات تنفيذ قادرة على ضمان أحسن تأطير وتنظيم لجلب المستثمرين، من أجل ذلك وضعت الدولة إجراءات تمثلت في تدابير لدعم الاستثمار السياحي، أخرى لدعم التكوين، وأخيراً تدابير لدعم الترويج

أ. إجراءات دعم الاستثمار السياحي

حيث شملت نقطتين أساسيتين:

- **التهيئة والتحكم في العقار السياحي**¹: من خلال استحداث نصوص قانونية متعلقة بالتنمية المستدامة، العقار السياحي، استعمال واستغلال الشواطئ، نورد أهم هذه القوانين فيما يلي²:
- القانون 01-03 المؤرخ في 17/02/2003 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة³؛

¹ يمكن تحميل مصنف النصوص التشريعية والتنظيمية المتعلقة بالسياحة من الرابط: <https://www.mta.gov.dz/>

² شاهد الياس وآخرون، الاستثمار السياحي في الجزائر بين الأطار القانوني والمؤسسي، مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات، المجلد 1، العدد 1، ديسمبر 2016، ص 33.

³ الجريدة الرسمية رقم 11 الصادرة بتاريخ 19/02/2003.

- القانون 02-03 المتعلق بالاستغلال السياحي للشواطئ؛
 - القانون 03-03 المتعلق بمناطق التوسع السياحي؛
 - المرسوم رقم 06-325 المؤرخ في 18/09/2006 يحدد قواعد بناء المؤسسات الفندقية¹؛
 - المرسوم التنفيذي 23-07 الصادر في 28/01/2007 المتعلق بطريقة بيع العقار داخل مناطق التوسع؛
 - قرار بتاريخ 10 سبتمبر 2009 متعلق باستغلال الهياكل المعدة للفندقة²
 - مرسوم تنفيذي رقم 69-07 مؤرخ في 19 فيفري 2007 متعلق بكيفيات منح امتياز الاستغلال المياة الحموية³.
- **تأطير وتمويل المشاريع السياحية وذلك من خلال عدة نقاط أهمها:**
- تأسيس منتجات ذات خصوصية مالية (قروض فندقية)؛
 - تهيئة المسالك الموجودة في مناطق الجنوب بغرض تسهيل استعمالها لتقليص مدة التنقل وكذلك برنامج فتح مسالك جديدة، ومحطات سياحية، بالإضافة إلى إنجاز نقاط الماء على طول الدورات السياحية في الجنوب الكبير؛
 - شجيع إنشاء بنوك متخصصة في تمويل الاستثمار السياحي والتي يمكن أن تنشئها المؤسسات العمومية الاقتصادية السياحية، شركات التأمين، البنوك، لمعاملون الخواص، شركات النقل... الخ، بالإضافة إلى تخفيض نسبة الفائدة، كإجراء إضافي لتشجيع وتحفيز الاستثمارات؛
- ب. **إجراءات دعم التكوين:** من خلال التركيز على عدة نقاط من أهمها
- إعادة النظر في البرامج التكوينية؛
 - التأسيس لباكالوريا تقنية في السياحة قصد ضمان توفير مهنيين ومختصين في مجال السياحة؛
 - فرع تخصص اقتصاد سياحي في الجامعات مع توسيعه الى ما بعد التدرج؛
 - إعداد برنامج للتبادل وتحسين المستوى مع معاهد دولية متخصصة في التكوين؛
 - مواصلة ادماج مهن السياحة في النظام الوطني للتكوين المهني؛
 - برمجة انجاز مشاريع جديدة للتكوين لمواجهة الطلب المتوقع.

¹ الجريدة الرسمية رقم 58 الصادرة بتاريخ 20/09/2006.

² الجريدة الرسمية رقم 62 الصادرة بتاريخ 28/10/2009.

³ الجريمة الرسمية رقم 13 الصادرة بتاريخ 21/02/2007.

ت. تدابير دعم الترويج والاتصال

- إعداد مخطط متعدد السنوات للاتصال المؤسساتي؛
- المساهمة في تنظيم تظاهرات وأحداث سياحية ذات خصوصية دولية في الجزائر (تم مؤخرا احتضان الدورة 19 من ألعاب البحر الأبيض المتوسط في وهران 2022)
- دعم الحركة الجمعوية حتى تكون امتداد للعمل الاتصالي المحلي السياحي.
- التعامل بصفة منظمة مع الصحافة والاعلام المرئي والمسموع؛
- تصميم وإنجاز دعائم إعلامية وترقوية والعمل على تقريبها من المواصفات والتقنيات الاتصالية الحديثة، وتوسيع توزيعها في داخل وخارج الوطن؛
- العمل على إنجاز دعائم إعلامية محلية مثل لدليل السياحي المحلي والخرائط التي تدل على وجود المعالم السياحية والثقافية.
- تكثيف المشاركة في المعارض المتخصصة في الخارج وتدعيم التظاهرات الترويجية المنظمة في الجزائر.

المطلب الرابع: تقييم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية بالأرقام

من خلال هذا المطلب سنقارن بين الأرقام التي توقعها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية والأرقام المحققة فعلا عند نهاية المرحلة الأولى ، وصولا الى ما تم تحقيقه الى اليوم

1. عدد الاسرة المطلوب توفيرها¹

- على سبيل المثال ومن أجل استقبال 5.6 مليون سائح في ظروف جيدة، تمتلك تونس اليوم 220.000 سرير تجاري؛
- إن هدف الجزائر في نهاية عام 2015 هو استقبال 2.5 مليون سائح، وباحترام نفس النسب لدى الجيران فهي تحتاج إلى 75.000 سرير من النوعية الجيدة؛

¹ Ministère de l'aménagement du territoire et de l'Environnement et du tourisme, livre2, op-cit,p 17.

- هدف الأقطاب ذات الأولوية هو تحقيق ما يقارب نصف قدرة الاستقبال المتوقع، أي 40.000 سرير بمقاس دولي منها 30.000 من الطراز الرفيع في المدى القصير جدا و10.000 سرير إضافي في المدى المتوسط؛
- وقد حدد المخطط سبعة أقطاب سياحية؛
- توفير 400.000 منصب شغل (مباشر، وغير مباشر).

2. الأهداف النقدية للمرحلة 2008-2015¹

- إن خطة الأعمال لوضع الجزائر على مسار يخدم السياحة، يتطلب تعبئة الاستثمار العمومي والخاص الضروري بين 2008-2015 بـ 2.5 مليار دولار أمريكي.
- يمكن تقدير الاستثمار الإجمالي، العمومي والخاص، المادي وغير المادي (الهياكل الطبيعية الاتصال) بـ 60.000 دولار لكل سرير يوضع بكل الترتيبات، 55.000 دولار في استثمارات مادية و5000 دولار في استثمارات غير مادية.
- ومن أجل توفير 40.000 سرير التي يعتزم وضعها في الأقطاب السياحية السبعة للامتياز يتوقع أن يزيد المبلغ المخصص لهذا الاستثمار عن 2.5 مليار على مدى 7 سنوات إلى غاية (2015) أي 350 مليون دولار سنويا.
- أما حصة الاستثمارات العمومية في الأقطاب السبعة، وإذا احتفظنا بالنسبة الاعتبارية المقدرة بـ 15 % بالنسبة لحصة الاستثمار العمومي (بما فيه المادي وغير المادي)، يتوجب على السلطات العمومية (بكل وزاراتها) التكفل بـ 375 مليون دولار على مدى 7 سبع سنوات الخاصة بالأقطاب السياحية السبعة للامتياز، أي 54 مليون دولار سنويا.

ونلخص هذه الأرقام التي ذكرناها في الجدول التالي

¹ Ibid, p 17 .

جدول رقم (1-18): خطة الاعمال بالأرقام لسنة 2015

السنة	2007	2015
عدد السواح	1.7 مليون	2.5 مليون
عدد الاسرة	84869	75000
المساهمة في الناتج المحلي الخام	%1.7	%3
إيرادات (مليون دولار)	250	1500 الى 2000
مناصب الشغل مباشرة وغير مباشرة	200,000	400,000
تكوين مقاعد بيداغوجية	51200	91600

Source: Ministère de l'aménagement du territoire et de l'Environnement et du tourisme, livre2, op-cit, p 18.

من الجدول نلاحظ أن التوقعات التي وضعتها الجزائر طموحة، ان حقتها ستكون انطلاقة فعلية لقطاع السياحة، فهي تتوقع تضاعف عدد السواح بحوالي 1.47 ليصل الى 2.5 مليون سائح أجنبي في حدود 2015 وفيما يخص الطاقة الاستيعابية للإيواء فتستهدف ان تتضاعف بحوالي 1.8 لتصبح الطاقة الإجمالية للإيواء 159868 سرير.

أما بخصوص المداخل النقدية للقطاع فقد قُدرت بـ 7 الى 9 مرات أضعاف لتصل الى ما يقارب 2 مليار دولار، لتتطور مساهمة السياحة في الناتج المحلي الخام بـ 1.3 مرة ، وتصبح مساهمتها في التشغيل تقارب 400.000 منصب شغل مباشر وغير مباشر، كما وضعت الخطة تصور لتطوير اليد العاملة المؤهلة في نهاية الفترة لتبلغ المناصب البيداغوجية المتاحة 142800 مقعد بيداغوجي في المؤسسات المختصة في التكوين السياحي.

وبغرض مقارنة ما هو مخطط مع ما هو منجز فعليا نورد الجدول التالي:

جدول رقم (19-أ): تقييم خطة أعمال المرحلة الأولى 2008-2015

السنة	الأرقام المستهدفة	الأرقام المحققة	النسب المحققة
عدد السواح	2.5	1.709.944	68%
طاقة الإيواء (سرير)	159869	102244	63.95%
المساهمة في PIB	3%	1.3%	43%
الإيرادات (مليون دولار)	2000-1500	304	20.26%
مناصب الشغل	400000	265803	66.45%

من إعداد الطالبة بالاعتماد على :- الجدول رقم (18-أ)

- وزارة السياحة والصناعات التقليدية، جدول القيادة لإحصائيات السياحة والصناعة التقليدية 2018/2015.

نلاحظ من الجدول ان الأرقام المحققة جاءت مخيبة للأمل وبعيدة عن ما هو مخطط له، فنسب التحقيق جاءت ضعيفة جدا أغلبها تحوم حول 50% او اقل، فعدد السواح المتوقع 2.5 مليون سائح بينما المحقق 1.7 مليون سائح فقط ما أثر على كل المؤشرات الأخرى من إيرادات اين تطورت نسبتها ب 20% لا اكثر، والمساهمة في PIB تحقق منها 43% فقط، وهذا نفسره بضعف الاستراتيجية التسويقية لوجهة الجزائر، كذلك ضعف مخططات الإنجاز ومراقبة المشاريع أي عرفت الأخيرة تأخرا في الإنجاز بحوالي 37% وهذا راجع لعدد المشاريع الغير منتهية والمشاريع المتوقفة بسبب نقص التمويل اللازم وعراقيل أخرى خاصة البيروقراطية ومشكل التنازل عن العقار السياحي¹، مما أثر على تطور عدد العمال في القطاع حيث بلغت فرص العمل 265803 بدل 400000 منصب.

والملاحظ ان الأرقام المخططة لم يتم تحقيقها الى غاية سنوات لاحقة ومنها من لم يحقق ليمننا هذا، فمثلا عدد السواح لم تحققه الى غاية 2018 وبعدها تراجع هذا العدد بفعل عدة عوامل، والايادات المتوقعة لم نصل لتحقيقها الى غاية عامنا هذا 2022 ، عدد الاسرة لم نصل الى ما هو مخطط بعد ففي 2021 وصلنا الى 132266 سرير، وبهذا نقول ان SDAT عرفت فشلا نزيحا في مرحلتها الأولى، وعلى حسب الأرقام الى غاية 2021، ستعرف فشلا آخر في مرحلتها الثانية، لذلك لا بد من إعادة تشخيص للاستراتيجية لمعرفة اين الخلل وتداركه فيما تبقى من الزمن.

¹ ايدير رانية، غزالي عمر، الاستراتيجية الوطنية لتنمية القطاع السياحي بالجزائر في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030، مجلة الابداح، المجلد 09، العدد 01، 2019، ص 105.

المبحث الرابع: أهمية وأثر السياحة على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية

الكثير من المهتمين بقطاع السياحة يرى ان لها دورا مهما في تطوير الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للمجتمعات، كما ان هذه الصناعة لا تخلوا من الجوانب السلبية، لذلك كان لابد من التطرق الى الآثار المتعددة لهذه الصناعة، للتمكن من معرفة المزايا وتعزيزها وتحديد السلبيات ومحاولة تفاديها

المطلب الأول: أثر السياحة على ميزان المدفوعات

إن الأهمية الاقتصادية للسياحة و آثارها المختلفة يمكن أن تقاس بدرجة تأثيرها على ميزان المدفوعات في الدولة و مدى مساهمتها في جلب العملات الصعبة بظروف سريعة و مستمرة و مرنة، و تؤثر حركة السياحة على ميزان المدفوعات من خلال الإيرادات السياحية التي تحصل عليها الدولة المضيفة كما تؤثر حركة السياحة على ميزان المدفوعات عن طريق تحويلات المواطنين إلى الخارج بغرض السياحة، و ذلك فضلا عما يستورده قطاع السياحة من الخارج من سلع في شكل صناعات غذائية و أثاث و مفروشات، كما تهدف اغلب الدول إلى الحصول على نصيب متزايد من الطلب السياحي و العالمي من اجل تحقيق فائض من العملات الأجنبية تستعين بها في تمويل احتياجاتها من النقد الأجنبي اللازم لسداد مدفوعاتها الخارجية¹.

أ. تطور عدد السواح في الجزائر للفترة 2015/2021

وحتى نبين أثر السياحة على ميزان المدفوعات الجزائري سنتطرق أولا الى تطور عدد السياح، بعدها تطور إيرادات السياحة، والجدول التالي يبين احصائيات السياحة الوافدة والمغادرة:

¹ أحمد عبد السميع علام، علم الاقتصاد السياحي، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2008، ص 348.

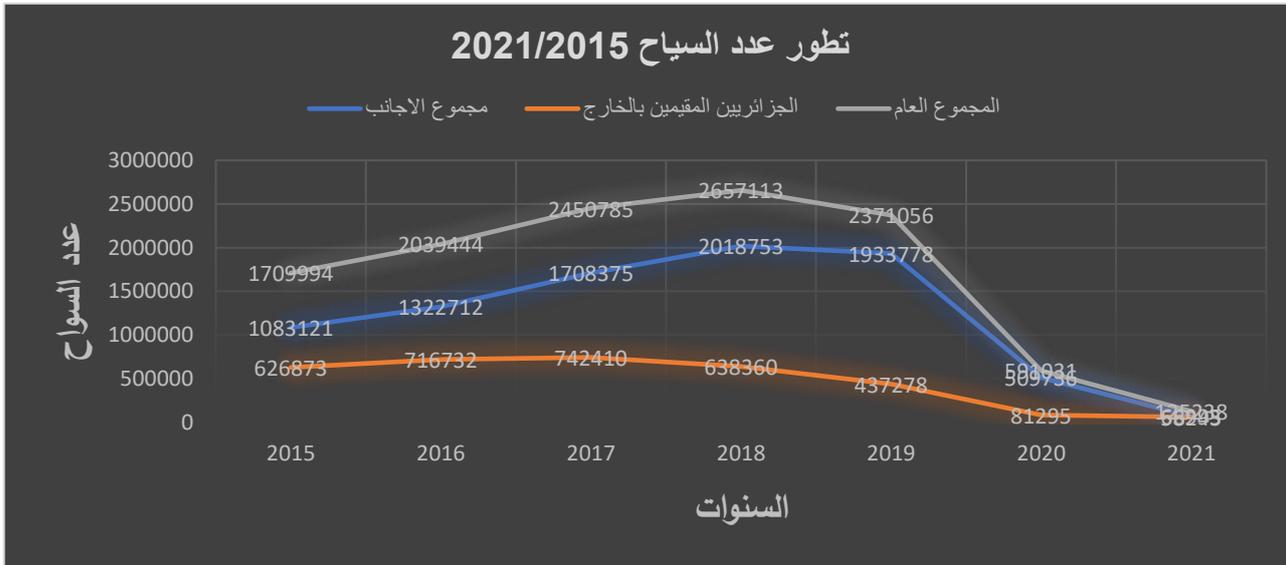
الجدول رقم (I-20): تطور حركة السواح الوافدين والخارجين خلال الفترة 2015/2021

2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	
66995	509736	1933778	2018753	1708375	1322712	1083121	مجموع الأجانب
86,86-	73,64-	4,21-	18,17	29,16	22,12		معدل النمو %
58243	81295	437278	638360	742410	716732	626873	الجزائريين المقيمين بالخارج
28,36-	81,41-	31,50-	14,02-	3,58	14,33		معدل النمو %
125238	591031	2371056	2657113	2450785	2039444	1709994	المجموع العام
78,81-	75,07-	10,77-	8,42	20,17	19,2		معدل النمو %
344162	1385601	5731814	5609947	5058404	4529524	3638140	حركة المواطنين المقيمين في الجزائر
-75,16	-75,83	2,17	10,90	11,68	24,50		معدل النمو %

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على منشورات وزارة السياحة على موقعها الرسمي <https://www.mta.gov.dz/>

ونترجم عدد السواح الوافدين في الشكل التالي لتتضح الرؤيا أكثر حول منحى تطور عدد السياح للفترة محل الدراسة

الشكل رقم (I-10): تطور عدد السواح في الجزائر للفترة 2015/2021.



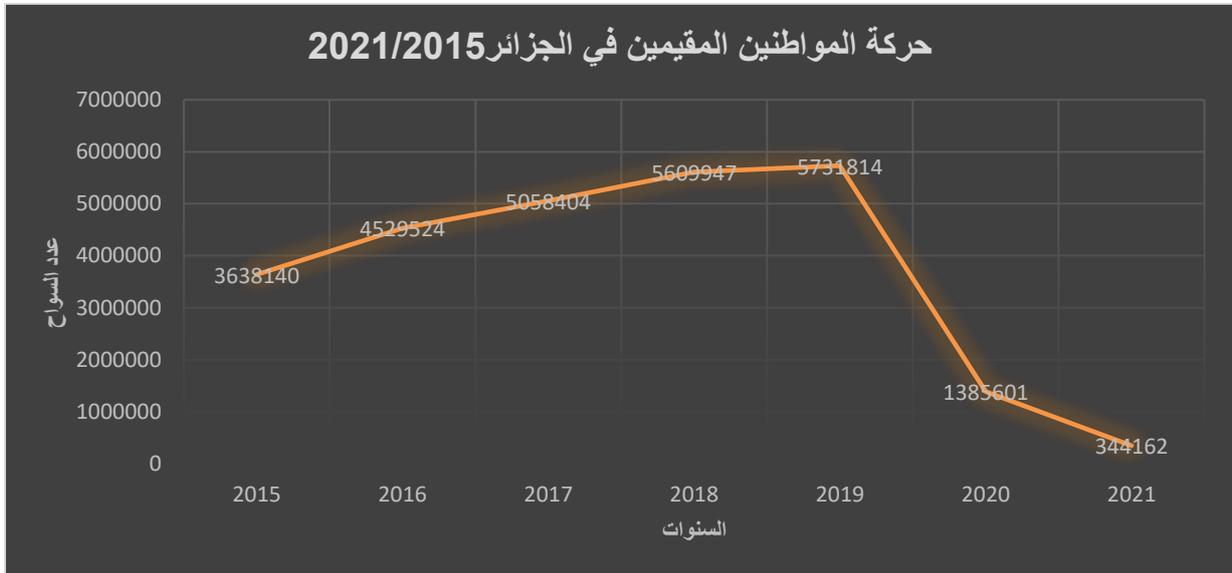
المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على الجدول رقم (I-20).

من الشكل والجدول السابقين نلاحظ ان الفترة 2015_2018 عرفت زيادات سنوية في عدد السياح الوافدين أين وصل العدد الى ذروته سنة 2018 ب 2657113 سائح تتراوح بين المقيمين بنسبة 24,02 % والأجانب بنسبة 75,97 % ويمكن ارجاع هذه الزيادات الى نتائج مخطط تسويق وجهة الجزائر، وأيضا استلام قرابة

17375 سيرير في نهاية 2014 وذلك مع نهاية المرحلة الأولى للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ما ساهم في زيادة عدد السواح نحو الجزائر رغم ان الأرقام المحققة في نهاية المرحلة الأولى كانت بعيدة عن تلك المتوقعة في بداية المخطط 2008، بعدها عاد عدد السواح الى الانخفاض خلال الفترة 2019-2021 وهذا راجع الى الأوضاع الصحية التي عرفها العالم تحت مسمى جائحة كورونا متسببة في غلق جميع الحدود البرية والبحرية والجوية عالميا وتراجع التجارة الدولية اين عرفت السياحة العالمية سقوطا حرا وليس فقط السياحة في الجزائر، من ناحية اخري ، ومن ناحية أخرى وجود الأسواق التنافسية الجذابة، لا سيما مقارنة بالأسعار، التسهيلات في السفر والحصول على التأشيرات للسياح الأجانب، فضلا عن نوعية الخدمات المقدمة. نوع السياحة الأكثر جذبا للسياح الأجانب في الجزائر هي سياحة الراحة والاستجمام اين حضي هذا النوع في 2019 ب 1 775 675 سائح تليها سياحة الاعمال ب 153727 سائح، والبلدان التي يأتيها منها أكبر عدد من السواح (تعتبر أسواق المنتج السياحي الجزائري) هي تونس، فرنسا، المغرب، الصين، اسبانيا تليها بلدان أخرى اقل ترتيبا منها تركيا، ايطاليا، ألمانيا¹.

ونمثل الجزء الثاني من الجدول والذي يخص حركة المواطنين المقيمين (خروج المقيمين للسياحة في الخارج) من خلال الشكل التالي:

شكل رقم (1-11): تطور حركة المواطنين المقيمين خلال الفترة 2021/2015



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الجدول (1-20).

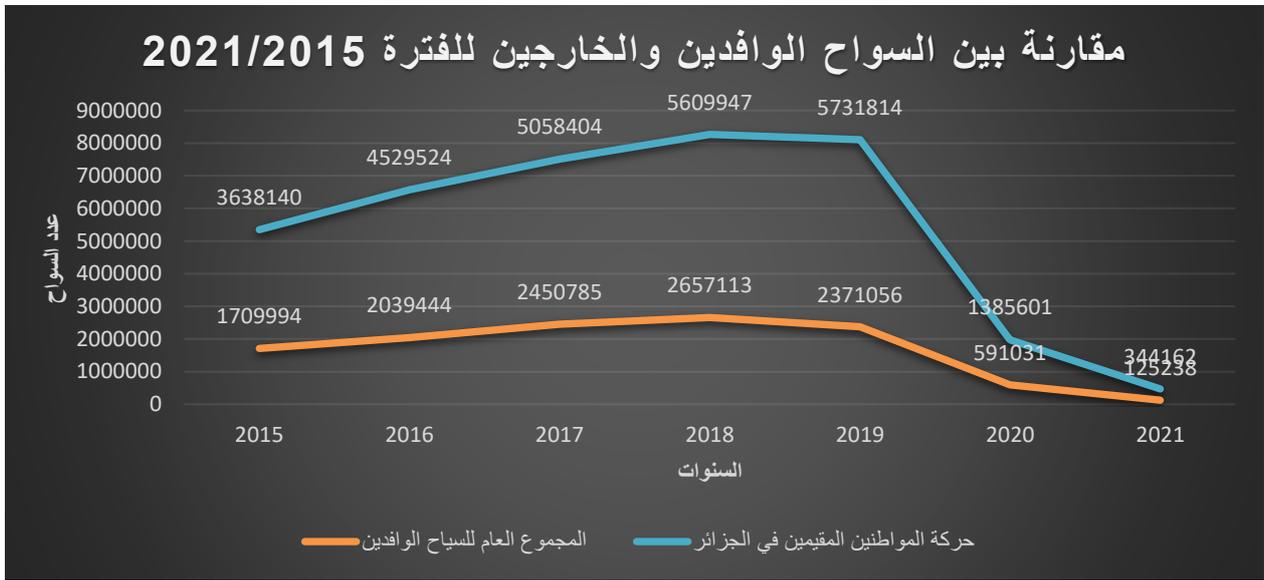
نلاحظ من خلال الشكل أعلاه أن أعداد السواح المقيمين الطالبين لوجهات خارجية في تزايد في الفترة بين 2015/2019 اين عرفت الذروة سنة 2019 ب 5731814 سائح وهذا راجع لعدة أسباب أهمها تتعلق

¹ وزارة السياحة والصناعات التقليدية، تدفق السواح عبر الحدود الجزائرية لسنة 2019، جانفي 2020، ص 07.

بجودة الخدمة السياحية المقدمة لهم في البلدان الأجنبية ، والأسعار التنافسية المعروضة في مناطق السياحة العالمية زد على الاستراتيجيات التسويقية التي يتبنونها مقارنة بالجزائر، وبعد سنة 2019 عرفت الأرقام تراجعاً كبيراً وهذا مرده للوباء الذي انتشر في العالم الذي أغلق الحدود وأنهك القدرة الشرائية للمواطن حيث سرح العديد من العمال في هذه الفترة وآخرين انخفضت رواتبهم فأصبحوا يتقاضون الاجر القاعدي فقط.

وإذا ما قارنا عدد الوافدين بعدد الخارجين نجد أنه دائماً عدد المقيمين السائحين لوجهات خارجية أكبر من عدد الوافدين للجزائر وهذا ما يبينه الشكل التالي:

شكل رقم (12-1): مقارنة بين عدد السياح الوافدين وعدد السياح الخارجين في الفترة بين 2015/2021



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الجدول رقم (1-20).

وإذا بحثنا في الأسباب نجدها نفس الأسباب السابقة الذكر، وخاصة ما تعلق منها بالتعريف بوجهة الجزائر وكذا ضعف جودة الخدمات السياحية التي توفرها الجزائر وغلاء الأسعار مقارنة بالمنافسين في المنطقة (تونس، المغرب) اللتان تملكان طبيعة مشابهة للجزائر ما يجعلهما الوجهة الأكثر طلباً في المنطقة.

ب. تطور الإيرادات والنفقات السياحية

ما يهمنا من معرفة تطور عدد السياح هو العوائد التي تستفيد منها الدولة جراء إنفاق هؤلاء السياح والتي تعتبر مصدراً للعملة الصعبة، ومن خلال الجدول التالي سنبين وضعية ميزان المدفوعات بند السفر.

جدول رقم (1-21): وضعية ميزان المدفوعات بند السفر للفترة 2020/2014

الوحدة (مليون دولار)

(السنة)	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
الإيرادات	258	304	209	140,5	169	165	42.9
النفقات	611	677	475	580	494	500	232.6

Source : <https://www.mta.gov.dz/> تاريخ الاطلاع 2022/07/20

نلاحظ من الجدول أعلاه ان مداخيل السياحة في انخفاض مستمر اين عرفت أعلى قيمة لها في 2015 ب 304 مليون دولار وبعدها بدأت في التراجع الى ان وصلت 42,9 مليون دولار في 2020 ، واذما ما قارنا تطور الإيرادات مع تطور السواح نلاحظ أنه لا توجد علاقة ارتباط واضحة بين تطور عدد السواح ونسبة انفاقهم المباشر في القطاع السياحي او الانفاق الغير مباشر في القطاعات التي لها علاقة بالسياحة بمعنى أن زيادة عدد السواح لا يؤثر بالضرورة إيجابا على إيرادات القطاع السياحي¹، وهذا ما يمكن تفسيره بضعف القطاع المصرفي وعدم استجابته للمتطلبات المالية والمصرفية التي يقوم عليها نشاط السياحة² ، زد على ذلك الازمات الاقتصادية التي يمر بها العالم التي أثرت على الدخل الحقيقي للفرد ومن ثم على الانفاق السياحي.

وإذا ما قارنا الإيرادات والنفقات نجد ان الميزان دائما في حالة سالبة لكون السياحة المغادرة اكبر دائما من الوافدة حيث بلغ العجز في 2020 (189,7 مليون دولار).

ت. مساهمة السياحة في التجارة الخارجية

سنبين من خلال الجدول التالي نسبة مساهمة إيرادات السياحة في الصادرات ونسبة مساهمة نفقات السياحة في قيمة الواردات

¹ سعود وسيلة، مداحي محمد، « du lancement à nos jours » : Le tourisme en Algérie au sein du SDAT، الكتاب الجماعي بعنوان: القطاع السياحي ورهانات التنوع الاقتصادي في الجزائر، جامعة زياني عاشور الجلفة، مارس 2020، 171.

² وزارة السياحة دائما تضع إحالة عند ادراج احصائيات فيما يخص ميزان المدفوعات تقول فيها: من المهم تحديد أن عائدات السياحة من خلال بند السفر لا تشمل جميع الإيرادات السياحية، حيث أن معظم التبادل يجري في سوق العملات الموازية، وخاصة من قبل الجزائريين المقيمين في الخارج.

الجدول رقم(1-22): نسبة مساهمة السياحة في التجارة الخارجية

السنة	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
نسبة عوائد السياحة من الصادرات %	0,39	0,48	0,50	0,92	0,75	0,45	0,44	0,37
نسبة نفقات السياحة من الواردات %	1,41	1	0,96	0,81	0,92	1,05	0,9	1,23

Source : <https://databank.banquemondiale.org/reports.aspx?source=2&series=ST.INT.RCPT.=CD&country>

تمثل بيانات الجدول أعلاه في الشكلين التاليين :

شكل رقم (1-13): شكل يوضح مساهمة السياحة في الصادرات 2020/2013



شكل رقم (1-14): شكل يوضح حصة السياحة في الواردات 2020/2013



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الجدول رقم(1-22).

بتحليل المعطيات الواردة في الجدول(1-22)، والممثلة في الشكلين أعلاه نجد ان السياحة ليس لها حصة ثابتة من الصادرات والواردات الجزائرية، حيث ان النتائج المحققة في القطاع تمثل أقل من 1% من الصادرات الاجمالية خلال الفترة 2020/2013 بينما نفقات القطاع السياحي تمثل نسبة تتراوح بين 0,8% - 1,5% من الواردات هذا ما يثبت عجز الميزان السياحي الجزائري.

وبالنظر الى سعي الجزائر للتنوع الاقتصادي نجد أن هذه النتائج غير فعالة ، اين نجد مساهمة السياحة في الصادرات تؤول الى الصفر وهذا ما لا يدعم رهان الدولة على القطاع السياحي كبديل حيوي لقطاع المحروقات في الحصول على العملة الصعبة.

المطلب الثاني: أثر السياحة على الناتج الداخلي الخام PIB والتشغيل

لقد أثبتت العديد من دول العالم ان السياحة دعامة أساسية للتنمية الاقتصادية، نظرا لكونها قطاعا مركبا من عدة صناعات كالنقل والصناعات التقليدية، نشاط شركات السياحة وشركات التأمين، الفنادق ، الاطعام، ...الخ، فالسياحة هي أحد المداخل الهامة لحل العديد من المشاكل الاقتصادية لما لها من آثار على قطاع التشغيل فقبل جائحة كورونا توفر السياحة 1 من أصل 4 مناصب عمل مستحدثة في العالم¹، الناتج المحلي الإجمالي كونها صناعة لها أرباح، آلية لفتح أسواق جديدة لسلع محلية.

1. أثر السياحة على التشغيل في الجزائر

تساهم السياحة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في خلق مناصب عمل بالمنطقة التي تنشأ فيها المرافق السياحية، فمثلا عملية انشاء فندق يسع 200 سرير ترافقه مباشرة انشاء مطاعم ومقاهي وهذا يخلق حوالي 60 منصب عمل دائم داخل هذه المرافق بغرض السهر على تقديم الخدمة، والقيام بعمليات الصيانة والتسيير والحراسة...الخ ومن جهة أخرى فإن عملية تشيد فندق (انجاز مشروع سياحي) توفر العديد من فرص العمل غير المباشرة مثل المهندسين، عمال البناء، المتكفلون بالتهيئة الكهربائية والغاز والماء، عمال التشطيب والديكور.... الخ بمعنى ان قطاع السياحة يستعمل منتجات القطاعات الأخرى وبالتالي يفعلها ويسمح لهذه القطاعات بخلق مناصب عمل بدورها، مما سبق نقول ان للعمل السياحي نوعين²:

- **العمل المباشر:** وهو مجمل مناصب العمل المحدثه من طرف الوحدات السياحية نفسها مثل الايواء، المطاعم، وكالات السياحة،...الخ
- **العمل غير المباشر:** وهو مجمل مناصب العمل الناتجة عن النشاطات والقطاعات التي لها علاقة بشكل أو بآخر مع القطاع السياحي مثل البناء، التأثيث، الصيانة،...الخ.

أ. مساهمة السياحة في التشغيل للفترة 2019/2012

ومن خلال الجدول التالي سنبين مساهمة قطاع السياحة في عملية التشغيل في الجزائر

¹ <https://wttc.org/> Vue le 10/10/2021

² Alain Mesphier ,Pierre Bloc-Duraffour, Tourisme dans le monde,6 ème Edition ,Bréal, Paris,2005,p53.

جدول رقم (1-23): التوظيف في قطاع السياحة (فرع فنادق، مقاهي، مطاعم)

السنة	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
عدد العمال	224028	256775	261289	265803	270317	300000	308027	320000

المصدر: <https://www.mta.gov.dz> / تاريخ الاطلاع 2022/07/20.

تشير بيانات الجدول أعلاه ان عدد العمال في القطاع عرف ارتفاع ملحوظ خلال الفترة 2019/2012 اين بلغ 320000 عامل سنة 2019 بنسبة زيادة 42,83% عن 2012، لكن هذا العدد يبقى غير كافي وبعيد كل البعد عن التوقعات الموضوع في الخطة الأولية اين نجد الوزارة المعنية خطت لبلوغ 400000 منصب عمل دائم مع انتهاء المرحلة الأولى من المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، اين نلاحظ أن الاحصائيات حتى نهاية 2019 لم تصل بعد الى الرقم المخطط لسن 2015.

أما عن نسبة المساهمة المباشرة في اجمالي التشغيل فحققت متوسطا ضئيلا بنسبة 2,71 %، وهذا نظرا لمحدودية القطاع وضعف أدائه الاقتصادي في الجزائر، وبما أن طبيعة النشاط السياحي الذي يتصف بتشابكه مع قطاعات أخرى فإنه يساهم كذلك في توليد فرص عمل غير مباشرة في هذه القطاعات نسبتها تتراوح ما بين 4.67 % و 6,47 % وهذا ما يفسر أهمية هذا القطاع في تخفيض معدلات البطالة إذا ما استثمر فيه بنحو جيد¹.

ب. مشاريع قيد الإنجاز والعدد المتوقع للعمال

الجدول التالي يبين وضعية المشاريع الفندقية لسنة 2020 وعدد مناصب العمل المتوقع توفيرها

الجدول رقم (1-24): عدد مناصب الشغل في المشاريع المتوقعة لسنة 2020

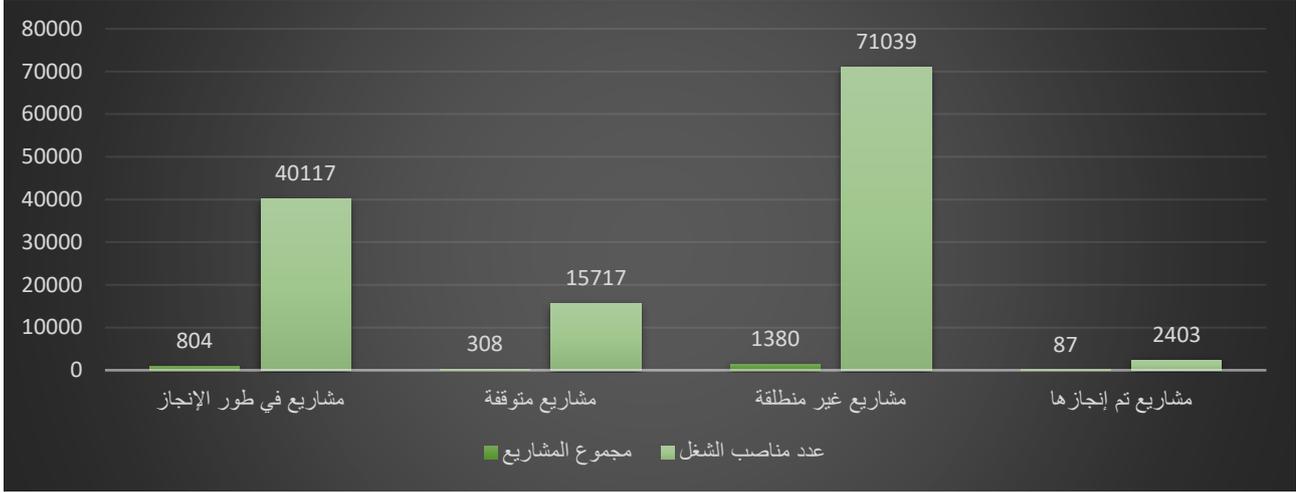
عدد مناصب الشغل	عدد الاسرة	مجموع المشاريع	
40117	99567	804	مشاريع في طور الإنجاز
15717	37002	308	مشاريع متوقفة
71039	182500	1380	مشاريع غير منطلقة
2403	5825	87	مشاريع تم إنجازها
129276	324894	2579	المجموع

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية ، احصائيات السياحة لسنة 2020، جانفي 2021، ص13.

¹ الكاي الهادي، قديد عبد القادر، دراسة وتحليل الأثر الاقتصادي لقطاع السياحة في الجزائر خلال الفترة 1990/2019، مجلة ميادين الاقتصادية، المجلد 4، العدد 1، 2021، ص 78.

ولتوضيح بيانات الجدول أعلاه نمثلها في الشكل التالي

شكل رقم (1-15): عدد مناصب الشغل في المشاريع المتوقعة لسنة 2020



المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على الجدول رقم (1-22)

من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ ان هناك عدد معتبر من مناصب العمل متوقعة لسنة 2020 تعد اجمالا بحوالي 129276 منصب عمل، النسبة الأكبر منها متعلقة بالمشاريع الغير منطلقة (54,95%)، تليها المشاريع في طور الإنجاز اين متوقع ان تشغل 40117 عامل (31,03%)، تليها مشاريع متوقفة بنسبة تشغيل 12,15%، بينما وفرت المشاريع المنجزة 2403 منصب عمل.

خلاصة القول ان المشاريع الغير منجزة بعد وذلك لعدة أسباب (نقص التمويل، مشاكل عقار، أو بيروقراطية إدارية) ستوفر قرابة 126873 منصب عمل ، ورغم كل هذا تبقى مساهمة القطاع في التشغيل ضئيلة جدا مقارنة بحجم الاستثمارات.

كما ان هناك جملة من المشاريع الأخرى بالشراكة مع الأجانب بطاقة استيعاب اجمالية 2396878 سرير و4241 منصب شغل، وتبقى هذه الأرقام توقعات ستكشف السنوات القادمة مدي تحقيقها ومدي فعالية استراتيجية القطاع

ت. مساهمة الصناعات التقليدية في التشغيل

تعتبر الصناعة التقليدية قطاعا مكملا من الدرجة الاولى لقطاع السياحة كون أغلب منتجات الصناعات التقليدية مطلوبة لدى السواح المحليين والأجانب، كونها تعبر عن ثقافة وعراقة البلد، لذلك نجد دائما الصناعات التقليدية في نفس الوزارة مع السياحة في الجزائر، ومن هنا سنتطرق الى مساهمتها في عملية التشغيل كونها من ذات القطاع وهذا ما سيبينه الجدول التالي بالأرقام:

جدول رقم (1-25): مساهمة الصناعات التقليدية في التشغيل في الفترة 2021/2015

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
الصناعة التقليدية الفنية	77932	44670	28360	33296	43178	30106	30606
الصناعة التقليدية الحرفية لإنتاج المواد	14763	12665	10455	11082	15578	8300	9190
الصناعة التقليدية للخدمات	50276	36662	23915	25927	27453	20067	17996
المجموع	142 971	93997	62730	70305	86209	58473	57792

Source : <https://www.mta.gov.dz/> vue le 20/07/2022.

والشكل التالي يمثل بيانات الجدول السابق

شكل رقم (1-16): مساهمة الصناعات التقليدية في التشغيل في الفترة 2021/2015



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على معطيات الجدول رقم (1-25)

من الجدول والشكل السابقين نلاحظ ان عدد المناصب التي توفرها الصناعات التقليدية ضعيف وهو في تراجع منذ سنة 2015 اين عرف نسبة تراجع ب -59,56% في الفترة 2021/2015 حيث كانت أعلى مساهمة للصناعات التقليدية في التشغيل سنة 2015 بعدد مناصب 142971 لتتحد هذه المساهمة الى 57792 منصب وهذا يمكن ارجاعه لعدة عوامل منها عزوف الشباب على الحرف التقليدية لنقص أرباحها، عدم توفير الدعم الكافي لهذه الفئة لتطوير نشاطاتها، عدم وجود الأسواق لتسويق منتجات هذه الصناعة عدا السياح والسياحة ما يجعل معدلات مردوديتها ضعيفة وبالتالي العديد من الحرفيين يتخلون عن حرفهم ، خاصة في الفترة من 2021/2019 اين تراجعت السياحة الوطنية والعالمية ككل بفعل جائحة كورونا.

2. مساهمة السياحة في الناتج المحلي الخام

يعتبر قطاع السياحة من القطاعات المكونة للناتج المحلي الإجمالي، وبالنسبة للجزائر فان مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام خارج المحروقات يتضح من خلال الجدول التالي:

جدو رقم(1-26): تطور نسبة مساهمة السياحة في PIB للفترة 2020/2015

السنة	2015	2016	2017	2018	2019	2020
حصة السياحة في الناتج المحلي الخام (%)	1,3	1,4	1,6	1,7	1,8	1,1

Source : <https://www.mta.gov.dz/> vue le 20/07/2022.

من الجدول أعلاه نلاحظ ان نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الخام في تزايد خلال الفترة 2019/2015 حيث كان 1,3 % ليصبح 1,8 % بمعدل نمو 38,46%، وتراجعت سنة 2020 نظرا للأوضاع الحجر الصحي جراء الكرونا ، وتبقى هذه النسبة ضئيلة جدا اذا ما قارناها بحجم الاستثمار في القطاع ضمن استراتيجية التهيئة السياحية وأيضا الأرقام المخطط الوصول اليها، فقد كان من المخطط تحقيق نسبة 3 % في سنة 2015 والاحصائيات لنهاية 2020 ولم تحقق نصف هذه النسبة بعد.

والشكل الموالي يوضح هذا التطور

شكل رقم(1-17): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الخام 2020/2015



المصدر: من إعداد الباحثة بناء على معطيات الجدول رقم (1-26)

وبهذا تبقى كل المؤشرات الاقتصادية لقطاع السياحة مخيبة للأمال، ما يستلزم على الوزارة الوصية إعادة حساباتها وإعادة تقييم استراتيجيتها من جديد.

3. آثار اقتصادية أخرى¹

هناك العديد من الآثار الاقتصادية للسياحة يمكن ان نجملها في النقاط التالية:

- السياحة والمستوى العام للأسعار حيث تميل الأسعار في مناطق الجذب السياحي الى الارتفاع؛
- أثر السياحة على الانفاق أو ما يعرف بمضاعف الانفاق حيث يدخل الانفاق في دورات اقتصادية أخرى يكون أثرها أكبر من المبلغ الأصلي؛
- الأثر على الاستثمار في البنى التحتية فلتنمية القطاع لابد من زيادة الاستثمار في المطارات، الطرقات، المتاحف، المراكز الطبيعية مما يؤدي الى زيادة الرفاه للمقيمين والسياح معا؛
- تنشيط حركة المبيعات لبعض السلع خاصة تلك المتعلقة بالصناعات التقليدية حيث يشتريها السواح كهدايا تذكارية؛
- تؤثر السياحة على تدفق رؤوس الأموال الأجنبية من خلال انفاق السواح في الداخل، الاستثمار الأجنبي المباشر كون السياحة قطاع جذاب، المدفوعات التي تحصل عليها الدول جراء منح تأشيرات الدخول... الخ؛
- تعتبر السياحة موردا لتمويل الميزانية العامة للدول كونها قطاع اقتصادي عند مداخيل وبالتالي تفرض عليه مختلف الضرائب والرسوم التي تعتبر مصدر من مصادر الموازنة العامة للدولة.
- إعادة توزيع الدخل اين غالبا ما تكون مناطق الجذب السياحي بعيدة عن المدن الكبرى وتكون في الأرياف والجبال والصحاري ما يفتح لهذه الأماكن آفاق الاستثمار وبالتالي انتعاش الدورة الاقتصادية هناك.

المطلب الثالث: الآثار الاجتماعية والثقافية والبيئية للسياحة

تعد السياحة من أهم الأنشطة التي لها أثر على التنظيم الاجتماعي والثقافي للأمم ، نتيجة الاحتكاك المباشر بين السائحين والسكان الأصليين، وهو ما يخلق تحول في نمط المعيشة بخلق عادات وتصرفات جديدة، وبما ان المدخل الأساسي للصناعة السياحية هي الطبيعة وجمالها ومناظرها وكل ما تقوم عليه السياحة من أركان يتم

¹ لمزيد من الاطلاع عد الى:

- شاهين النياس، دفرور عبد النعيم، الاستثمار السياحي في الجزائر بين الإطار القانوني والمؤسستي، مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات، المجلد1، العدد 1، ديسمبر 2016، ص 26-28.
- محمد صبحي عبد الحكيم، حمدي أحمد الذيب، جغرافيا السياحة، مكتبة الأنجلو المصرية، 2016، ص 156.
- عيساني عامر، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة، مرجع سبق ذكره، ص 37، 36.

إنجازه في هذه الطبيعة، وبالتالي لابد من وجود آثار للسياحة على البيئة، وسنورد هذه الآثار من خلال هذا المطلب.

1. الآثار الاجتماعية والثقافية للسياحة

ليس من الضرورة أن يكون التغيير في البيئة الاجتماعية الناتج بفعل السياح نحو الأحسن دائما وبانعكاسات إيجابية حتما في الحقيقة الآثار الناتجة بفعل النشاط السياحي تقبل الاحتمالين معا، و بذلك تقسم الآثار الاجتماعية للسياحة إلى قسمين:

أ. الآثار الإيجابية: ويمكن ان نورد أهمها في النقاط التالية¹:

- الازدهار المستمر للسياحة يقضي على العديد من المشاكل (البطالة، الركود الاقتصادي) وإعادة توزيع السكان بشكل أفضل وذلك بالمشروعات السياحية التي تقام في المناطق العمرانية السياحية الجديدة؛
- السياحة أصبحت أكثر من صناعة لأن للعنصر البشري فيها أهمية كبيرة، فإذا كانت الصناعة تحريك للآلات والمعدات فإنها تستهدف في النهاية الاستجابة لمتطلبات الانسان، أما السياحة فهي حياة الانسان نفسه، لأنها تستهدف استعادة اللياقة الذهنية والعصبية ، فالسياحة صناعة بشرية من الدرجة الأولى، وتحقق الرفاهية للمجتمع؛
- السياحة أداة لتعميق الانتماء وتنمية الوعي القومي والاعتزاز بالوطن وتساهم في بناء الشخصية الانسانية وتعمل على الترفيه والترويح النفسي والجسدي فيعود المواطن إلى عمله أكثر نشاطا وإنتاجية كما تساهم في تماسك المجتمع بما تنتجه من ألوان التالف والتعارف؛
- التحول الطبقي: والمقصود بالتحول الطبقي انتقال بعض فئات المجتمع التي يرتبط نشاطها بالسياحة سواء بطريقة مباشرة او غير مباشرة من طبقة اجتماعية أدنى إلى طبقة اجتماعية اعلى من خلال ما يحققونه من أرباح من العمل السياحي بمختلف مجالاته؛
- للسياحة أثر على التطور الاجتماعي : حيث تعتبر السياحة نافذة تطل منها الشعوب المختلفة على بعضها البعض، حيث تساهم في توفير الاحتكاك المباشر بين الشعوب، وبالتالي تلعب السياحة دورا مهما في توفير الفرص أمام أفراد المجتمع للتعرف على الأفكار والاهتمامات والثقافات الأجنبية المختلفة للسائحين، وهو ما يساهم في انفتاحهم على العالم الخارجي ويساعد على اكتسابهم الكثير من القيم؛

¹ بالاعتماد على

- زير ريان، مساهمة التسويق السياحي في تطوير السياحة في الوطن العربي دراسة مقارنة (الجزائر تونس الامارات)، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، تخصص تسويق سياحي، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر ، 2018، ص:85-87.
- ريم لونيبي، المعوقات التنظيمية للمقاولات السياحية في الجزائر دراسة ميدانية لوكالات السياحة في مدينة باتنة، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، تخصص تنظيم العمل، جامعة باتنة1، الجزائر، 2020، ص: 104-106.

- السائح باتجاهاته وميولاته ومعتقداته الشخصية وسلوكه الاجتماعي وأفكاره التي يتبناها، حينما يقوم بزيارة سياحية وتكرار زيارته لها ينشأ نتيجة الزيارات المتكررة نوع من التآلف والاندماج بينه وبين أفراد المجتمع في الدولة التي زارها وقد تكون تآلفاً (اغويا او ثقافيا) بمعنى تعرف السائحون على المقومات الثقافية للمجتمع المضيف وتتبع إنجازاته وتطوره في هذا المجال إضافة إلى إطلاع هذا المجتمع على الثقافات الأجنبية الوافدة من خلال هؤلاء السائحون بما يحملونه من أفكار واهتمامات؛
 - زيادة الاهتمام بالصناعات الشعبية والتي يقبل السائح على اقتنائها كهدايا تذكارية خصوصا وأنه ينظر إلى هذه الصناعات على أنها منتج ثقافي متميز به إبداع فني؛
 - الاهتمام باللغات الأجنبية والرغبة في تعلمها وإتقانها.
- ب. الآثار السلبية : لكل نشاط جوانب إيجابية وأخرى سلبية فالنشاط السياحي ال يستتئى من هذه القاعدة وخاصة في الجانب الاجتماعي، وعموما تتمثل الجوانب الاجتماعية السلبية للسياحة فيما يلي:
- **التحولات الاجتماعية:** تتطلب السياحة الاهتمام بالمناطق السياحية المختلفة و تعميرها و إعدادها لاستقبال السياح، بما في ذلك أماكن إقامة مختلفة، فنادق، قرى سياحية، منتجعات، مراكز الترفيه، طرق المواصلات، بالاستعانة بأحدث الطرق التكنولوجية وأساليب الحياة العصرية فتتولد عن عمليات الاستقبال هذه للسياح قيم و تقاليد جديدة و غير مألوفة بصورة سريعة و مفاجئة بالنسبة لسكان هذه المناطق التي عادة ما تختلف عن موروثاتهم الحضارية و الاجتماعية والمعايير الخلقية التي نشأوا و تربوا عليها، مما يؤدي إلى تحولات و تغيرات جذرية في هذه المجتمعات¹؛
 - **الخلل الاجتماعي:** حيث يؤدي التوسع في النشاط السياحي الى ظهور اعراض كثيرة لهذا الخلل من خلال تأثير العادات والتقاليد الاجتماعية الغربية على مجتمعات بعض الدول المستقبلة للسياحة، وأخطر أثر إجتماعي أحدثته السياحة الدولية وأخطرها على الاطلاق ما يتعلق بالسياحة الجنسية وما صاحبها من انتشار الدعارة التي أصبح لها معقبات وليس فقط إنسانية واجتماعية خطيرة، وإنما كذلك صحية مع انتشار مرض نقص المناعة²؛
 - **التصادم الثقافي:** تحدث المواجهة و التصادم الثقافي، أحيانا نتيجة للتعارض و الاختلاف بين الأفكار و الأساليب الغالبة في المجتمع و تلك القادمة من الخارج، أحيانا أخرى تكون نتيجة لسلوك بعض

¹ سليمان بلعور، ذهبية بن عبد الرحمان، الأمن السياحي كمتطلب أساسي للتنمية السياحية تجربة الجزائر، مصر، تونس، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية تقييم واستشراف، جامعة غرداية يومي 26-27 فيفري 2013، ص4.

² دلال عبد الهادي، اقتصاديات السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 75.

السائحين و تصرفاتهم التي لا تعبر بالضرورة عن حياتهم اليومية في بلدهم و إنما راجع ذلك لأسباب منها الميل إلى حب المغامر و حب الاستطلاع والقيام بتجارب جديدة ومحاولتهم التمتع بكل ما هو متاح، الأمر الذي يؤدي إلى إثارة الشعب المضيف وضيقه وإحساسه بالمرارة و الحقد ورفض السياحة بكل معانيها مما يؤثر في بناءها و نموها و مستقبلها¹؛

- الاعتماد على السياحة كنشاط اقتصادي أساس يجعل الدول تخضع لشروط وضغوطات الدولة المصدرة للسياحة والتنازل عن حقوقها و مواقفها السياسية في المحافل الدولية ويبقي نشاطها الاقتصادي مهدد في أي لحظة نظرا لحساسية القطاع و خاصة من الجانب الأمني و الاستقرار السياسي؛
- تحويل المجتمعات المحلية إلى ديكور للاستمتاع والترفيه واخذ الصور التذكارية وهذا بدون إذن ولا تسريح وكل ذلك من اجل إشباع رغبات السائح وتحقيق الأرباح من طرف المنظمين والوكالات السياحية.

2. أثر السياحة على الجانب البيئي

كل الدول اليوم تحاول امتطاء الركب والتماشي مع المفاهيم الجديدة والعصرية، وفي هذا الجانب نجد ان مفهوم البيئة والحفاظ عليها من خلال ما يسمى بالتنمية المستدامة أصبح حديث العالم خاصة بعد مؤتمر البيئة في 1972 في ستوكهولم الذي كان كبداية للتنويه بأهمية البيئة وضرورة معالجة مشاكلها المختلفة، وكون السياحة صناعة ترتكز أساسا على البيئة بطريقة مباشرة او غير مباشرة لها آثار حتما على هذه البيئة وكأي صناعة أخرى تتميز هذه الآثار بين إيجابية وسلبية.

أ. الآثار الإيجابية: ونورد أهم النقاط فيما يلي²

- تعود السياحة بالمنفعة على البيئة من خلال التدابير المحفزة على حماية السمات المادية للبيئة والمواقع والمعالم التاريخية والحياة البرية. يعزز ذلك بتحديد القدرة الاستيعابية للمكان السياحي بحيث يحدد أعداد السياح الوافدين للمنطقة السياحية حتى لا يؤثر ذلك على البيئة الطبيعية والاجتماعية من جهة وعلى السياح من جهة أخرى فيرون بيئة جاذبة توفر لهم الخدمات والأنشطة، وهناك عدة مصطلحات تطلق على القدرة الاستيعابية، منها³:

¹ كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية- حالة الجزائر-، مرجع سبق ذكره، ص 92

² هويدي عبد الجليل، العلاقة التفاعلية بين السياحة والبيئة والتنمية المستدامة، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، الجزائر، العدد 09 ديسمبر 2014، ص 214.

³ دليلة بركان وآخرون، السياحة البيئية كعامل أساسي لتحقيق التنمية السياحية المستدامة " ولاية بسكرة نموذجا"، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، المجلد 4، العدد 2، ديسمبر 2020، ص 128.

- **الطاقة الاحتمالية البيئية :** و تعتمد على الحد الأعلى من الزوار الذين يمكن استقبالهم بدون حدوث تأثيرات سلبية على البيئة والحياة الفطرية وعلى السكان المحليين؛
- **الطاقة الاحتمالية النباتية والحيوانية:** وتعتمد على الحد الأعلى من السياح الذين يفترض وجودهم بدون التأثير على الحياة الفطرية، وهي تعتمد على جيولوجية المنطقة والحياة الفطرية وطبيعة الأنشطة السياحية؛
- **الطاقة الاحتمالية للسياحة البيئية :** أي الحد الأعلى من السياح الذين يمكن استقبالهم في الموقع وتوفير كافة المتطلبات والخدمات لهم وبدون ازدحام، على أن لا يؤثر عددهم على الحياة الفطرية والبيئية والاجتماعية في الموقع، ولا يوجد رقم حدد طوال العام لأعداد السياح، وإنما يزداد وينقص حسب مواسم السنة من حيث موسم التزهير عند النباتات والتفقيس عند الطيور، والولادة عند الثدييات.

- أن التراث التاريخي والثقافي يحدد جاذبية بلد ما للسياح كما يشجع الحكومات للمحافظة على معالمه ولذا فان كثير من الدول تبذل جهودا كبيرة لتوفير حماية منتظمة للمدن والقرى والمناطق الأثرية الجمالية وخاصة ذات الأهمية التاريخية والفنية؛
- يعتبر النشاط السياحي وسيلة لرفع الوعي بأهمية الطبيعة ونشر التوعية بين السياح وأصحاب المشاريع والحكومة والسكان المحليين؛
- توليد الأموال التي تساهم في المحافظة على الطبيعة والبيئة وبذلك تحقيق الاستغلال الأمثل للموارد السياحية.

ب. الآثار السلبية

- وجود آثار إيجابية للسياحة على البيئة لا يمنع وجود آثار سلبية نلخصها كالتالي¹:
- الاضرار بالمواقع التاريخية والأثرية نتيجة غياب الرقابة مما يؤدي الى ظهور ممارسات ضارة بهذه المواقع، ومنها على الخصوص السرقات والتهديب لبعض الآثار؛
 - الاستعمال غير العقلاني للأرض فالتوسع في تشييد البنى التحتية والبنى الفوقية للأنشطة السياحية أدى الى امتداد هذه المشاريع الى الأراضي الزراعية والى المناطق ذات التنوع النباتي والحيواني النادر؛
 - إبادة الكثير من الحيوانات البرية (كما هو الحال في الإبادة الوحشية الكبرى للعديد من حيوانات افريقيا بفعل سياحة سفاري)؛

¹ عيساني عامر، مرجع سبق ذكره، ص 42.

- تلوث الهواء، مصادر المياه، والتلوث الضوضائي خاصة وان عدد كبير من السواح يتمركز في المدن الكبرى؛
- الاستغلال المفرط للموارد الطبيعية إن تطوير السياحة و البنى التحتية ذات الصلة بهذا النشاط غالبا ما يسبب تدهور التربة مثل تآكل التربة والكثبان الرملية وتدهور المناظر الطبيعية بسبب التوسيع العمراني، إن مصادر المياه العذبة محدودة في بعض المناطق ويتم استغلالها في صناعة السياحة بالإضافة إلى سلوك السائح الغير عقلاني فحسب التقديرات تبين أن السائح يستعمل مرتين المياه أكثر من المقيم بالإضافة إلى أن بعض احتياجات الأنشطة الترفيهية مثل حمامات السباحة وملاعب الغولف، فإذا كانت السياحة تؤدي إلى ندرة المياه فهي كذلك تؤدي إلى الإفراط في استغلال المواد المحلية: مثل الطاقة، الغذاء والمواد الأولية¹.

¹ محمد البناء، اقتصاديات السياحة والفندقة، الدار الجامعية، 2009، ص 356.

خلاصة:

تعتبر السياحة احدى الصناعات الهامة للقرن الواحد والعشرين، والسياحة هي مجموعة من العلاقات والخدمات المرتبطة بتغيير المكان تغييرا مؤقتا دون أن يكون ذلك لأغراض الكسب المادي، وتطورت السياحة بتطور المجتمعات ودوافع الانسان للتنقل عبر العصور. والسياحة مفهوم متشعب له علاقة بالعديد من المفاهيم الأخرى كالسائح، الزائر، المتنزه،...الخ

وتعتبر السياحة رهان العديد من البلدان من بينها الجزائر التي تزخر بمقومات طبيعية وتاريخية وثقافية تعتبر مادة خام وأساس للجذب السياحي، هذا إذا نظرنا من جانب المقومات الطبيعية، أما إذا نظرنا إليها من جانب الإمكانيات المادية من بيئة تحتية (طرق، موانئ، مطارات، مواصلات...الخ)، وبنية فوقية (فنادق، قري سياحية، مدن الملاهي والتسلية، وكالات سياحية...الخ) نجد أنها بعيدة كل البعد عن المنافسة الإقليمية والدولية، رغم الاستراتيجية الواعدة التي سطرته الدولة من أجل تحسين مؤشرات التنمية السياحية وبالتالي التنمية الاقتصادية الا انه ومن خلال دراستنا لآثار السياحة على مختلف المؤشرات الاقتصادية وصلنا الى ان كل الأرقام مخيبة للأمال وأغلب الأرقام التي سطرت ضمن المرحلة الاولى من استراتيجية التهيئة السياحية لم تحقق بعد الى يومنا هذا.

ومن بين أهم أسباب الفشل نجد سوء التسيير والإدارة والبيروقراطية، لذلك يتوجب على القطاع تبني مدخل إداري حديث يمكنه من عصنة القطاع وترقيته، وهذا ما سنتطرق اليه خلال الفصل الثاني.

الفصل الثاني: التحول نحو
الإدارة الإلكترونية للقطاع
السياحي

تمهيد:

أحدثت ثورة المعلوماتية تطورا كبيرا في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي أصبحت الصفة السائدة لهذا العصر، والمؤسسات أيا كان مجال نشاطها سارعت لتبني هذه الثورة مطبقة مدخل الإدارة الإلكترونية حتى تضمن لنفسها البقاء والمنافسة في ظل المعطيات التكنولوجية الحديثة، والتوجه نحو الإدارة الإلكترونية لا يلغي مبادئ الإدارة التقليدية وإنما يؤديها بأسلوب جديد.

وحتمية التحول الى كل ما هو الكتروني فرضه واقع العالم المعولم الذي صب اهتمامه على كل ما هو افتراضي وذلك بعد انتشار الانترنت وما ولدته من أنماط جديدة للاتصالات وأداء الوظائف، ومن منطوق ان السياحة صناعة عالمية متشعبة استفادت كثيرا من هذه التطورات التكنولوجية حيث تولدت عدة مفاهيم جديدة مقترنة باستخدام التكنولوجيا والانترنت خاصة في المؤسسات السياحية، فأصبحنا نتحدث عن السياحة الإلكترونية، سياحة الجوال، السياحة الذكية وفي أعلى مستوياتها السياحة الافتراضية. ومن اجل الالمام بجوانب العنوان قسمنا هذا الفصل الى أربعة مباحث:

- المبحث الأول: مدخل لأساسيات الإدارة الإلكترونية؛
- المبحث الثاني: تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كقاعدة للإدارة الإلكترونية؛
- المبحث الثالث: جهود ومساعي الجزائر للتحول نحو الإدارة الإلكترونية؛
- المبحث الرابع: السياحة الإلكترونية.

المبحث الأول: مدخل لأساسيات الإدارة الإلكترونية

تعتبر الإدارة الإلكترونية مقارنة إدارية حديثة، وأصبحت ضرورة لا اختيار بالنسبة للمؤسسات والدول، نظرا لكون العالم اليوم يسوده الاقتصاد الرقمي المبني على مجتمع المعرفة والمعلومات ومن خلال هذا المبحث سنتطرق الى مفاهيم أساسية للإدارة الإلكترونية، دواعي التحول الإلكتروني ومتطلباته إضافة الى معوقات تطبيقها.

المطلب الأول: مفهوم الإدارة الإلكترونية وعلاقتها بالمصطلحات ذات الصلة

الإدارة الإلكترونية حاليا هي المحطة الأخيرة في تطور الفكر الإداري، وبدأ هذا المفهوم في الانتشار بقيام ثورة المعلوماتية في التسعينات من القرن الماضي، اين أدى تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الى إحداث ثورة في عالم الإدارة بإدماج هذه الأخيرة في مختلف أعمال المؤسسات، فظهر الى التداول بعدها مصطلح الإدارة الإلكترونية.

1. تعريف الإدارة الإلكترونية

تعددت تعاريف الإدارة الإلكترونية وسنتطرق الى البعض منها:

- أ. تعرف الإدارة الإلكترونية بأنها " منظومة إلكترونية متكاملة تهدف لتحويل العمل الإداري من إدارة يدوية إلى إدارة آلية باستخدام الحاسب، وذلك بالاعتماد على نظم معلوماتية تساعد في اتخاذ القرار الإداري بشكل سريع وبأقل التكاليف وذلك بالاستعانة بشبكات الحاسوب"¹؛
- ب. تعرف أيضا بأنها " الاستغناء عن المعاملات الورقية واحلال المكتب الإلكتروني عن طريق الاستخدام الواسع لتكنولوجيا المعلومات وتحويل الخدمات العامة الى إجراءات مكتبية تم معالجتها حسب خطوات سلسلة منفذة مسبقا"²؛
- ت. عرفت UNESCO بأنها " عملية استخدام القطاع العام لتكنولوجيات المعلومات والاتصال، بغية تحسين، توفير، وتقديم المعلومات وتشجيع مشاركة المواطنين في عملية اتخاذ القرار وجعل الحكومة

¹ جمال يوسف بدير، اتجاهات حديثة في إدارة المعرفة والمعلومات، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 209.

² علاء عبد الرزاق السالمي، خالد إبراهيم السالمي، الإدارة الإلكترونية، دار وائل للنشر، 2008، ص32.

أكثر شفافية ومسؤولية وفعالية"¹

ث. وتعرف أيضا بأنها " العملية الإدارية القائمة على الإمكانيات المتميزة للأنترنيت وشبكات الاعمال في التخطيط، التوجيه، والرقابة على الموارد والامكانيات الأساسية للمنظمة والآخرين دون حدود، وذلك من أجل تحقيق أهداف المنظمة"²؛

ج. تعرف على انها" القدرة على استخدام تقانة المعلومات والاتصالات والشبكات الحديثة لتنفيذ الأنشطة الإدارية الكترونيا عبر الانترنت والحواسيب الآلية، تقديم الخدمات في كل مكان وزمان عن طريق TIC مما يؤدي الى الجودة وتحسين الأداء وتوحيد الإجراءات وسرعة التنفيذ وخفض التكلفة وتوفير البيانات والمعلومات اللازمة بهدف تحقيق أهداف المنظمات الإدارية بأقل وقت وجهد وتكلفة وتطوير العمليات الإدارية"³؛

ح. كما عرفت على انها " إنجاز الأعمال باستخدام النظم والوسائل الإلكترونية، وتقوم بإنجاز الوظائف الإدارية من تخطيط، وتنظيم، ورقابة، واتخاذ القرارات من خلال استخدام نظم تكنولوجيا المعلومات داخل المنظمة من ناحية، كما تقوم بعملية ربط المنظمة بفئة المؤثرين من موردين، مشترين، عملاء، منافسين، أجهزة وهيئات حكومية، وذلك بهدف تطوير علاقات المنظمة مع بيئتها من ناحية أخرى"⁴.
نلاحظ من التعاريف التي اوردها والتي اطلعنا عليها ولم نوردها انها جميعا تصب في منحى واحد ألا وهو استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في نشاطات المؤسسة المختلفة وربطها مع الأطراف ذات الصلة ، ولابد لهذا الاستخدام ان يعود بالإيجاب على أداء المؤسسة من حيث الجودة، السرعة، التكلفة. باختصار ومن خلال التعاريف التي اوردها نستنتج أن الإدارة الإلكترونية تنطوي على مايلي:

- استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات TIC؛

- ربط تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بمهام ومسؤوليات الجهاز الإداري؛

¹ Mamadou Ndiaye, "e-gouvernance et démocratie en Afrique : le Sénégal dans la mondialisation des pratiques" thèse du doctorat en sciences de l'information et de la communication, université de Michel de Montaigne bordeaux 3, 2006, p .139.

² Ceaser H. Husieen, Applications To Use Electronic Mail System In The Electronic Management, journal of economics and administrative sciences, vol18, n 65 , Iraq, 2012, p17.

³ علاء أحمد حسين، صدام حسين علي، مدي توافر بعض متطلبات الاستعداد الاستراتيجي للتحول نحو الإدارة الإلكترونية، تنمية الراقدين، مجلد 33، العدد104، جامعة الموصل، العراق، 2011، ص59.

⁴ عبد العزيز سلمي عشبة، حازم أحمد فروانة، دور الإدارة الإلكترونية في ترقية أداء الجماعات المحلية في الجزائر: دراسة وصفية على ضوء مشروع " الجزائر الإلكترونية"، مجلة معارف للعلوم القانونية والاقتصادية، المجلد3، العدد1، باتنة، الجزائر، 2022، ص 35.

الفصل الثاني: التحول نحو الإدارة الإلكترونية للقطاع السياحي

- تحسين وتطوير العمليات الإدارية في المؤسسة؛
- الفعالية والفاعلية في أداء وظائف المؤسسة.

وعلى هذا الأساس يمكن إعطاء تعريف شامل للإدارة الإلكترونية كالتالي: "مدخل إداري معاصر يقوم على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العمليات والنشاطات الإدارية للمؤسسة بهدف الوصول الى الأداء الأمثل، من خلال تبسيط الإجراءات وتبادل المعلومات وجعل الكل متصل مع بعضه في ذات الوقت من خلال شبكة الانترنت بهدف تحسين وتطوير العمليات الإدارية والخدمات العمومية المقدمة".

2. خصائص وأهمية الإدارة الإلكترونية

أ. خصائصها

تتميز الإدارة الإلكترونية بجملة من الخصائص نوردتها فيما يلي¹:

- إدارة بلا أوراق: حيث تتكون من الأرشيف الإلكتروني، البريد الإلكتروني، الرسائل الصوتية، ونظم تطبيقات المتابعة الآلية؛
- إدارة بلا زمان: أي أنها تعمل دون انقطاع 24/24 سا؛
- إدارة بلا مكان: وتتمثل في التلفون المحمول، والتلفون الدولي الجديد والمؤتمرات الإلكترونية، والعمل عن بعد من خلال المؤسسات الافتراضية؛
- إدارة بلا تنظيمات جامدة: فهي تعمل من خلال المؤسسات الشبكية، والمؤسسات الذكية التي تعتمد على صناعة المعرفة؛
- الأنترنت وشبكات الاعمال توفر تفاعل رقمي بين الأفراد والوحدات، بكل سهولة و كفاءة عالية، لأنها بديل جديد يعيد النظر في طبيعة العلاقة بين الدولة والمواطن وقطاع الاعمال؛
- السرعة الفائقة وهي من المزايا التي تتمتع بها الانترنت في إطار الاتصالات عن بعد.

ب. أهميتها

للإدارة الإلكترونية أهمية بالغة للمؤسسات بصورة شاملة سواء كانت ربحية او غير ربحية، في عصر المعلوماتية ومجتمع المعرفة، أين طغت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على حياة الفرد من كل الجوانب.

¹ بالاعتماد على:

- علاء عبد الرزاق السالمي، خالد إبراهيم السليطي، مرجع سبق ذكره، ص 40؛
- رأفت رضوان، الإدارة الإلكترونية، مركز المعلومات واتخاذ القرارات، مصر، 2001، ص 5 .

الفصل الثاني: التحول نحو الإدارة الإلكترونية للقطاع السياحي

وتتجلى أهميتها في النقاط التالية¹:

- المساعدة في اتخاذ القرار وتقديم المعلومات بشكل مستمر وفي الوقت المناسب؛
- تخفيض تكاليف الخدمات وزيادة جودتها؛
- اختصار وقت انجاز المعاملات الإدارية المختلفة؛
- سرعة الوصول الى البيانات والمعلومات؛
- تقليل استخدام الورق الشيء الذي سوف يعالج مشكلة تعاني منها أغلب المؤسسات الا وهي الحفظ والتوثيق وأماكن الأرشيف؛
- تؤدي الى التقليل من البيروقراطية و الرشوة والمحسوبية؛
- التواجد الدائم في السوق ومعرفة التطورات والتغيرات المتعلقة بالمنافسين.

3. مصطلحات ذات الصلة

يتم الخلط بين مفهوم الإدارة الإلكترونية والعديد من المفاهيم الأخرى، لما هناك من تشابك وتقارب في هذه المفاهيم، وسنحاول تبيان العلاقة والفروق بين هذه المفاهيم فيمايلي.

أ. الأعمال الإلكترونية e- business

عرفتها شركة IBM* بأنها" مدخل مرن ومتكامل لتزويد المؤسسة بقيمة مميزة يطبق على نظم وعمليات المؤسسة بالبساطة والمرونة التي توفرها تكنولوجيا الانترنت والشبكات"²، ولقد أكد كل من Strauss & Grost على ان الاعمال الإلكترونية تفهم بالعلاقة التالية³:

الاعمال الإلكترونية = التجارة الإلكترونية + إدارة العلاقة مع الزبون+ إدارة سلسلة التوريد+ تخطيط موارد المؤسسة

¹ بالاعتماد على:

- قادة دليمة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين أداء الجماعات المحلية في الجزائر- دراسة حالة ولاية بومرداس- رسالة ماجستير في علوم التسيير، تخصص تسيير عمومي، جامعة الجزائر 3، 2011، ص 148 بتصرف؛
- لكل محمد، الإدارة الإلكترونية وأثرها في تحقيق جودة الخدمة العمومية حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسيير عمومي، جامعة الجزائر 3، 2019، ص 4.

² Daniel Amor , Revolution E-business, Pearson Education, Paris, 2000, p 7

*تعد أول من استخدم مصطلح الأعمال الإلكترونية في أكتوبر 1997، وذلك خلال حملة موضوعية مع الشركات الكبرى لإعادة النظر في أعمالهم من خلال الانترنت وسعيها لتمييز أنشطة الأعمال الإلكترونية عن أنشطة التجارة الإلكترونية.

³ نجم عبود نجم، الإدارة الإلكترونية: الاستراتيجية، الوظائف والمشكلات، دار المريخ للنشر، الرياض، 2004، ص 49.

بتعبير أكثر دقة هي عبارة عن تحويل، استبدال، أو مقايضة السلع والخدمات والمعلومات والمعرفة بواسطة استخدام الشبكات والتقنيات التي تمكن المنظمات من القيام بهذه الاعمال بسهولة وتعتبر أشمل من التجارة الإلكترونية، اذن وباختصار الاعمال الإلكترونية هي علاقة ارتباط بين موارد نظم المعلومات التقليدية وقدرات الوصول السريع الى شبكة الانترنت بما في ذلك القدرة على ربط نظم الاعمال الجوهرية مباشرة مع المستفيد مثل: الزبائن، الموردين، العاملون وغيرهم.¹

ب. التجارة الإلكترونية E- Commerce

عرفت التجارة الإلكترونية بأنها "تبادل المنتجات والخدمات بواسطة وسيط إلكتروني أي الإنترنت وحسب المنظمة العالمية للتجارة فهي تحتوي على مختلف أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها و بيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الإلكترونية"²، كما هناك عدة تعريف أخرى لكن بمختصر القول يمكن التمييز بين تعريفيين اساسيين لها، الأول تعريف ضيق يحصر التجارة الإلكترونية في مزولة أنشطة الشراء و البيع للسلع والخدمات عبر الإنترنت، والثاني تعريف واسع: يضيف إلى عملية الشراء والبيع نشاطا آخر لا يقل أهمية وهو تبادل المعلومات والبيانات عبر الإنترنت، وسواء كانت هذه البيانات مطلوبة لإبرام صفقات البيع والشراء للسلع والخدمات المعروضة، أو كانت هذه المعلومات أو البيانات مطلوبة لذاتها ويتم الحصول عليها بمقابل³.

إن من خلال قراءة في تعريف الإدارة الإلكترونية وتعريف التجارة الإلكترونية نستخلص ان التجارة الإلكترونية هي ذلك الجزء من الإدارة الإلكترونية الذي يعنى باتمام صفقات البيع والشراء سواء للخدمة او السلعة او المعلومات والبيانات عن طريق شبكة الانترنت.

ج. الحكومة الإلكترونية e- gouvernement

تشير المصادر بأنه لا يوجد تعريف محدد لمصطلح الحكومة الإلكترونية نظرا للأبعاد التقنية والإدارية والتجارية والاجتماعية التي تؤثر عليها، وهناك أكثر من تعريف للحكومة الإلكترونية من أكثر من جهة دولية وسنورد تعريف البنك الدولي في سنة 2005 اين عرفها بأنها "عملية استخدام المؤسسات الحكومية لتكنولوجيا المعلومات مثل: شبكات المعلومات العريضة، وشبكة الانترنت وأساليب الاتصال عبر الهاتف

¹ قادة دليلا، الإدارة الإلكترونية ودورها في تحسين الخدمة العمومية دراسة حالة وزارة الداخلية والجماعات المحلية في الجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسيير عمومي، جامعة الجزائر 3، 2018، ص 75.

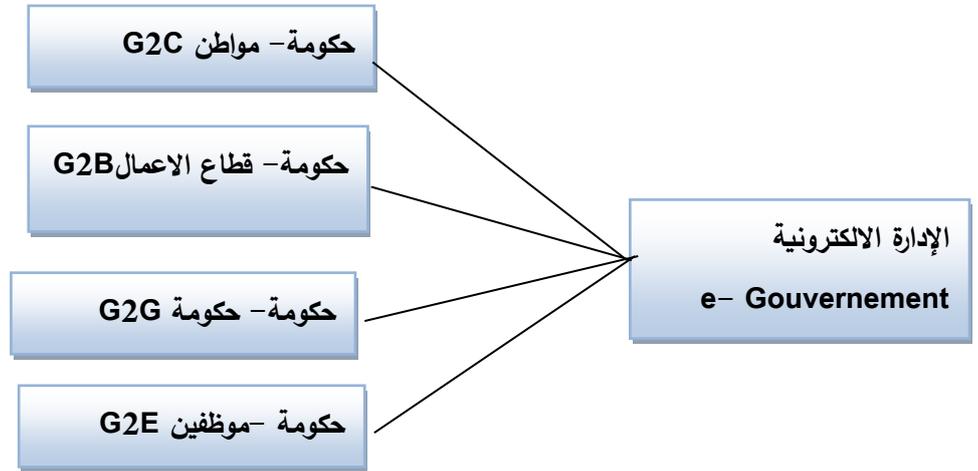
² بن علي لخضر، التجارة الإلكترونية كأداة لتفعيل مسار التجارة البنينة العربية، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، المجلد 5، العدد 2، 2019، ص 331.

³ عبد المطلب عبد الحميد، اقتصاديات التجارة الإلكترونية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2014، ص 18.

الفصل الثاني: التحول نحو الإدارة الإلكترونية للقطاع السياحي

المحمول والتي لديها القدرة على تغيير وتحويل العلاقات مع المواطنين ورجال الأعمال ومختلف المؤسسات الحكومية¹. والأطراف المشاركة في تطبيق الحكومة الإلكترونية نبيها في الشكل التالي:

الشكل رقم (1-11): أطراف الحكومة الإلكترونية



Source : Gustova Daria, **The Impact Of E-Government Strategy On Economic Growth And Social Development**, Master in Economics, ISCTE Business School, Lisbona, 2017,p4.

من خلال تعاريف الإدارة الإلكترونية وتعريف الحكومة الإلكترونية نقول ان الحكومة الإلكترونية ماهي سوي تطبيق الإدارة الإلكتروني في الحكومة للتعامل مع مختلف الأطراف: مواطنين، قطاع أعمال، حكومة، وموظفين، وتجدر الإشارة الى مصطلح آخر شاع استعماله مؤخرا " الحكومة الإلكترونية" والذي نعني به " القدرة الكافية علي تحسين أداء المؤسسات العمومية وجعلها أكثر شفافية واستجابة مع تمكين المواطنين والمؤسسات من الوصول الى المصادر الحكومية بطريقة مباشرة، كما تقوم على الإدارة الإلكترونية، المواطن الإلكتروني، والمشاركة الإلكترونية"²

¹ مولاي خليل، شنوفي نور الدين، الحكومة الإلكترونية كمدخل لتحقيق جودة الخدمة العمومية- الحكومة الإلكترونية في البحرين نموذجاً-، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2021، ص 144.

² لكل محمد، مرجع سبق ذكره، ص 21.

في الأخير يمكن القول ان العديد من الباحثين يؤمنون ان الإدارة الإلكترونية هي مظلة واسعة تحوي تحتها العديد من المفاهيم مثل التجارة الإلكترونية، الاعمال الإلكترونية، الحكومة الإلكترونية، التعلم الإلكتروني¹.

المطلب الثاني: دواعي ومتطلبات التحول الى الإدارة الإلكترونية

إن التحول الى الإدارة الإلكترونية ليس اختيارا وإنما حتمية تفرضها التغيرات العالمية، ففكرة التكامل والمشاركة و توظيف المعلومات أصبحت احد محددات النجاح لأي مؤسسة وقد فرض التقدم العلمي والتقني والمطالبة المستمرة برفع جودة المخرجات، وضمان سلامة العمليات، كلها من الأمور التي دعت الى التطور الإداري نحو الإدارة الإلكترونية، وللتحول الى الإدارة الإلكترونية لابد من توفر أرضية مناسبة وتوفير جملة من العوامل التي تساهم في نجاحها.

1. دواعي التحول

يمكن تلخيص الأسباب الداعية الى التحول في النقاط التالية²:

- الإجراءات والعمليات المعقدة وأثرها على زيادة تكلفة الأعمال؛
- القرارات والتوصيات الفورية والتي من شأنها إحداث عدم توازن في التطبيق؛
- ضرورة توحيد البيانات المتداولة للعاملين في المؤسسة؛
- ازدياد المنافسة بين المؤسسات وضرورة وجود آليات للتمييز داخل كل مؤسسة تسعى للتنافس؛
- حتمية تحقيق الاتصال المستمر بين العاملين على اتساع نطاق العمل؛

وهناك من يضيف أيضا³:

- التقدم الكبير في تقنيات TIC وتطبيقاتها على نظريات الإدارة؛
- العولمة وما خلفته من ترابط المجتمعات الإنسانية؛
- انتشار الثقافة الإلكترونية والرقمية لدى البشرية.

¹ Mohamed BOUKLIA and others, THE IMPORTANCE OF ELECTRONIC MANAGEMENT AND ITS ROLE IN EVALUATING THE ACTIVITY OF THE EFFECTIVENESS OF HUMAN RESOURCES MANAGEMENT. CASE STUDY OF ALGERIA TELECOM (OOREDOO), Business Sciences Review, Special Issue: June 2021,p 264.

² عبد الحكيم عمارية، رشيد سبتي، تكنولوجيا المعلومات والاتصال وحتمية التحول الإلكتروني للمؤسسات، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 35، سبتمبر 2018، ص276.

³ شاكر جار الله الخشالي، موضوعات إدارية معاصرة، الطبعة الأولى، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 322 بتصرف.

2. متطلبات التحول إلى الإدارة الإلكترونية

تعتبر الإدارة الإلكترونية تحولاً شاملاً في الأساليب والإجراءات والهياكل والتشريعات التي تقوم عليها الإدارة التقليدية، وهي ليست وصفة جاهزة أو خبرة مستوردة يمكن نقلها وتطبيقها بل هي عملية معقدة تتطلب توفر مجموعة من المتطلبات الأساسية حتى تبلغ الأهداف المسطرة لها، ويمكن تلخيص أهم المتطلبات فيما يلي:

أ. المتطلبات الإدارية

يتطلب تطبيق الإدارة الإلكترونية إجراء تغييرات في الجوانب الهيكلية والتنظيمية وإجراءات وأساليب العمل، وذلك باستحداث إدارات جديدة، إلغاء أو دمج بعض الإدارات الأخرى وإعادة هندسة العمليات (الهندرة)، وللتطبيق السليم للإدارة الإلكترونية لابد من توفر عدة متطلبات إدارية نذكر منها¹:

1. وضع استراتيجيات وخطط التأسيس: للانتقال إلى الإدارة الإلكترونية لابد من توفر رؤية استراتيجية واضحة بما في ذلك من أهداف ومهام تتناسب مع النظرة الشاملة المنبثقة من رسالة المؤسسة، مما يمكنها من تحديد الفرص والتهديدات، نقاط القوة والضعف، ورصد الموارد المادية والكفاءات والمهارات البشرية اللازمة بأقل عناء وأسرع وقت وبأكثر دقة؛

2. القيادة والدعم الإداري: يعد دعم و التزام الإدارة العليا أمراً مهماً و حيويًا لنجاح أسلوب الإدارة الإلكترونية في المؤسسات، فوجود قيادة إدارية قوية يساعد في تجاوز العقبات و تذليل الصعوبات التي تعترض تطبيق أسلوب الإدارة الإلكترونية نتيجة الرفض المحتمل من بعض القيادات التقليدية، ففي النهاية الإدارة الإلكترونية هي نوع من التغيير ودائماً ما نجد مقاومة التغيير لأسباب متباينة؛

3. تغيير الهيكلية: لا تستطيع الإدارة الإلكترونية العمل في هيكل تنظيمي هرمي يستند إلى قواعد تقليدية وروتين إداري وعمل يدوي، إذ أن المشاركة في صنع القرارات وتفويض الصالحيات، هما من الجوانب المهمة في تطبيق أسلوب الإدارة الإلكترونية التي لا يمكن

¹ آسيا سليمان تيش، واقع الإدارة الإلكترونية بالمؤسسات الاقتصادية ودورها في تطوير العمل الإداري -دراسة حالة المديرية الجهوية لنقل المحروقات عبر الانابيب RTE لولاية سكيكدة، رسالة ماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة 20 اوت 1995، سكيكدة، الجزائر، 2014، ص 29 بتصرف .

توفيرها الا من خلال الهيكل الشبكي، لاعتباره من التنظيمات الإدارية الملائمة في ظل تطبيق الإدارة الإلكترونية؛

أ.4. **التكوين والتدريب ونشر ثقافة الإدارة الإلكترونية:** تتطلب الإدارة الإلكترونية إحداث تغييرات جذرية في نوعية الموارد البشرية الملائمة لها و هذا يعني إعادة النظر في نظم التعليم والتدريب الحالية لمواكبة متطلبات التحول الجديد بما في ذلك إعداد الخطط والبرامج والأساليب التعليمية والتدريبية على كافة المستويات، إضافة إلى توعية أفراد المجتمع بثقافة و طبيعة الإدارة الإلكترونية و تهيئة الاستعداد النفسي والسلوكي والتقني والمادي و غير ذلك من متطلبات التكيف مع الإدارة الإلكترونية.

ب. **متطلبات بشرية:** إن التحول نحو تطبيق الإدارة الإلكترونية لا يعني الاستغناء عن العنصر البشري، ولكن يجب توفير العناصر البشرية التي لديها المهارات والقدرات الفنية والإدارية ، وتتقبل فكرة الإدارة الإلكترونية وتعي أبعادها ومنطقها وأهدافها لكي تستطيع الوفاء بمتطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية والإلمام بأساليب التعامل مع الوسائل التقنية الحديثة وذلك عن طريق العناية بعمليات الاختيار للكفاءات والتدريب على تقنية المعلومات¹.

ج. **المتطلبات القانونية:** يجب على أي دولة وقبل البدء بالتعاملات الإلكترونية لأعمالها ان تراعي ضرورة خلق بيئة تشريعية ملائمة ومناخ قانوني يستجيب لمتطلبات الإدارة الإلكترونية ويسهل معاملاتها ويضعها موضع الاعتراف الوطني والدولي، إضافة الى ضمان القضايا الخاصة بتدابير الأمن والحماية والسرية². لذلك يجب على المنظمات ان تقوم بعملية مسح وتمحيص شامل لكل الأنظمة والقوانين لديها وذلك لتحقيق الأهداف التالية³:

- إعطاء المشروعية للأعمال الإلكترونية الخاصة بالإدارة الإلكترونية، وتحديد المباح والمحرم منها والعقوبات المفروضة؛

- تحقيق سهولة الوصول الى المعلومات ووضوح الإجراءات التي تحكم هذه العملية؛

- تحقيق الامن الوثائقي، وخصوصية وسرية المعلومات؛

¹ بشير عباس العلق، الإدارة الرقمية للمجالات والتطبيقات، الطبعة الأولى، مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستشارية، 2005، ص2017.

² غنيم أحمد محمد، الإدارة الإلكترونية - آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل، المكتبة العصرية، المنصورة، مصر، 2008، ص 83.

³ فاطمة الزهراء طلحي، تنمية الموارد البشرية ودورها في تفعيل الإدارة الإلكترونية_ دراسة ميدانية لعينة من الإدارات العمومية بولاية سوق اهراس_ أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2014، ص 142.

- إعطاء مشروعية لاستعمال الوثائق الإلكترونية كإثبات الشخصية الإلكترونية، استخدام

التوقيع الإلكتروني والبصمة الإلكترونية الى غير ذلك؛

- تسهيل التعاملات الإلكترونية، كالمعاملات المالية الإلكترونية، وعمليات البيع والشراء الإلكتروني، البريد الإلكتروني.

د. المتطلبات الأمنية: تتمثل المتطلبات الأمنية للإدارة الإلكترونية في ضمان أمن و حماية معلوماتها، هذه الأخيرة التي تعد ثروة ذات قيمة عالية و ثمينة مما يجعلها عرضة للتهديد و التعدي و الخرق من قبل العابثين والمتلصقين وقرصنة الحاسوب. ويقصد بأمن المعلومات "مجموعة الإجراءات و التدابير المستخدمة في المجالين الإداري و الفني لحماية المصادر البيانية (من أجهزة و برمجيات و بيانات و أفراد) من التجاوزات و التدخلات غير المشروعة التي تقع عن طريق الصدفة أو عمدا أو عن طريق التسلل أو كنتيجة لإجراءات خاطئة مستخدمة من إدارة هذه المصادر"¹.

وهناك العديد من نظم تأمين وحماية معاملات الإدارة الإلكترونية، وتتمثل أهمها بصفة أساسية في:

- **التشفير الإلكتروني:** التشفير ما هو الا منظومة تقنية حسابية، تستخدم مفاتيح خاصة لمعالجة وتحويل البيانات والمعلومات المقروءة الكترونيا، بحيث لا يستطيع أي شخص الوصول الى تلك البيانات الا عن طريق استخدام مفتاح او مفاتيح تلك الشفرة²؛

- **التوقيع الإلكتروني:** يوفر التوقيع الإلكتروني درجة من التأمين والحماية الخصوصية عند تنفيذ معاملات الإدارة الإلكترونية وخاصة انه لا يمكن ان نستعمل عليه خاصية النسخ واللصق (copier-coller) ويعرف التوقيع الإلكتروني بانه "كل حروف أو أرقام أو رموز أو أصوات أو نظام معالجة ذي شكل الكتروني او غيرها يكون له طابع متفرد يسمح بتحديد شخص الموقع ويميزه عن غيره بحيث يعبر عن رضا الموقع بمضمون التصرف ويضمن سلامته"³.

- **الحماية والتأمين ضد الفيروسات:** وتعرف الفيروسات او البرامج الخبيثة على انها برامج صغيرة معدة لتخريب البيانات، يتم إدخاله الى الحاسوب من غير علم المستخدم بغرض نسخ أو إزالة

¹ دلال صادق الجواد، حميد ناصر الفتال، أمن المعلومات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص12.

² عرعار الياقوت، التشفير وسيلة لتأمين التجارة الإلكترونية من المخاطر التقنية، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، المجلد 5، العدد1، 2022، ص535.

³ غلاب عبد الحق، خصوصية جريمة التوقيع الإلكتروني في التشريع الجزائري، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، المجلد 8، العدد1، 2022، ص 495.

الفصل الثاني: التحول نحو الإدارة الإلكترونية للقطاع السياحي

البيانات المسجلة عليه ومن الأمثلة على الفيروسات الحاسوبية: حضان طروادة، القنابل الموقوتة¹؛

و. **متطلبات مالية:** تعتبر المتطلبات المالية من العوامل الرئيسية التي تعوق مشاريع الإدارة الإلكترونية، فجميع متطلبات الإدارة الإلكترونية (الإدارية، التكنولوجية، البشرية، الامنية) تعتمد على المتطلب المالي بشكل كبير فبدون توفر المال لن تتحقق هذه المتطلبات، لذا يجب دراسة جميع نواحي القوة والضعف، الفرص والتهديدات للمتطلبات المالية لتخطي التحدي وضمان النجاح في وضع دراسة علمية ومالية، فيجب توفر عوامل تحتاجها الإدارة الإلكترونية من البنية التحتية والبنية المعلوماتية من شبكات الاتصال ومراكز الخدمات، لذلك على إدارة الشركات الحرص على توفير موارد مالية كافية لاجراء التحول المطلوب وضمان التمويل المستمر²؛

هـ. **المتطلبات التكنولوجية:** تتمثل في توفير البنية التحتية للإدارة الإلكترونية و التي تشمل تطوير و تحسين شبكة الاتصالات بحيث تكون متكاملة و جاهزة للاستخدام و استيعاب الكم الهائل من الاتصالات في آن واحد، لكي تحقق الهدف من استخدام شبكة الأنترنت، إضافة إلى توفير التكنولوجيا الرقمية الملائمة من تجهيزات و حاسبات آلية و أجهزة و معدات و أنظمة و قواعد البيانات والبرامج، و توفير خدمات البريد الرقمي، و توفير كل ذلك بالاستخدام الفردي أو المؤسسي على أوسع نطاق ممكن. و عموما فإن البنية التحتية للإدارة الإلكترونية، تتمثل في³:

هـ.1. **عتاد الحاسوب Hardware :** يتمثل العتاد في المكونات المادية للحاسوب و نظمه و شبكاته و ملحقاته. و نظرا لتطور برامج الحاسوب و الزيادة المستمرة في عدد مستخدمي الأجهزة في المؤسسات فإنه من الأفضل للمؤسسة السعي وراء امتلاك أحدث ما توصل إليه صانعو العتاد في العالم حتى تحقق ميزتين أساسيتين هما

- توفير تكاليف التطوير المستمر و تكاليف الصيانة؛
- ملاءمة عتاد الحاسوب للتطورات البرمجية و برمجيات نظم المعلومات .

¹ عدنان عواد الشوابكة، دور إجراءات الامن المعلوماتي في الحد من مخاطر امن المعلومات في جامعة الطائف، مجلة دراسات وأبحاث، مجلد 11، عدد4، أكتوبر 2019، ص 170.

² ناصر عويد عطية العقابي، خلود هادي عبود الربيعي، تحليل متطلبات الإدارة الإلكترونية ودوره في تحسين الأداء الوظيفي للموارد البشرية بحث تطبيقي في شركة التأمين العراقية العامة، مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد 13، العدد45، 2018، ص73.

³ رانية هدير، دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم السياسية، تخصص الإدارة العامة ولتنمية المحلية، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2018، ص: 55،56.

هـ.2. البرمجيات **Software** : تعني الشق الذهني من نظم و شبكات الحاسوب و هي تتوزع على

فئتين رئيسيتين هما

- **برامج التطبيقات**: تضم مستعرضات الويب، برامج البريد الإلكتروني، برامج الدعم الجماعي Group ware، رسوم الحاسوب، الجداول الإلكترونية Speed skeets و قواعد البيانات Data bases، أما برامج التطبيقات الخاصة فتكون بحكم طبيعتها متنوعة و متباينة نذكر منها على سبيل المثال البرامج المحاسبية، برامج التجارة الإلكترونية، برامج إدارة المشروعات و غيرها؛

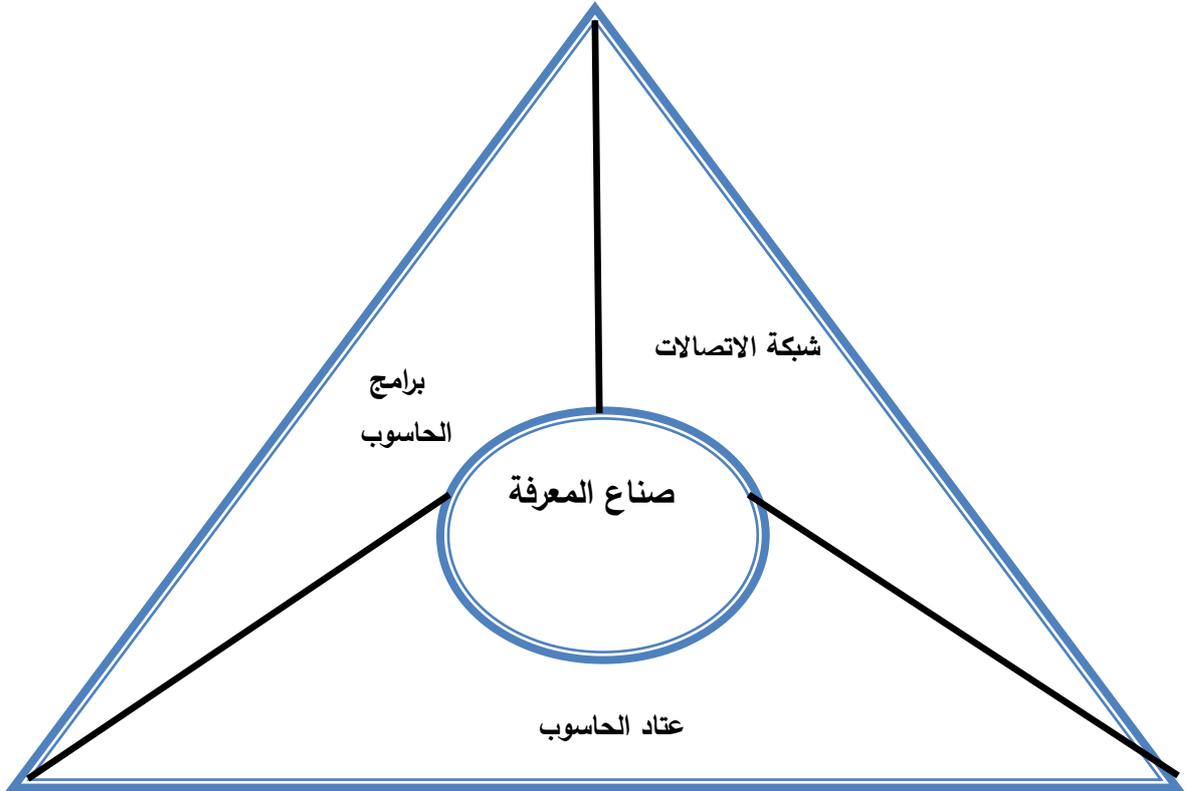
- **برامج النظام**: تعتبر أكثر تعقيدا من الناحية التقنية مقارنة بغيرها من البرامج، من هذه البرامج نجد نظام التشغيل، نظم إدارة الشبكة، مترجمات لغات البرمجة، هندسة البرامج بمساعدة الحاسوب؛

هـ.3. شبكة¹ الاتصالات **Communication Network** : هي الوصلات الإلكترونية الممتدة عبر نسيج اتصالي لشبكات الأنترنت Intranet ،الإكسترانت Extranet ، و شبكة الأنترنت Internet التي تمثل الشبكة المحورية في المنظمة وإدارتها الإلكترونية.

هـ.4. **صناع المعرفة**: وهو العنصر الأهم في منظومة الإدارة الإلكترونية من القيادات الرقمية Digital Leaderships، والمديرين والمحللين للموارد المعرفية، ورأس المال الفكري في المنظمة، ويتولى صناع المعرفة إدارة التعاضد الاستراتيجي لعناصر الإدارة الإلكترونية من جهة وتغيير طرق التفكير السائدة للوصول إلى ثقافة المعرفة من جهة أخرى. والشكل التالي يمثل باختصار عناصر الإدارة الإلكترونية

¹ هي مجموعة من الحواسيب (على الأقل اثنين) ربطت مع بعضها البعض لتمكين مستخدميها من التراسل فيما بينهم من أجل تبادل المعلومات والمشاركة في البيانات والمصادر المتوفرة لدى البعض من مستخدمي هذه الشبكة والتي لا تتوفر لدى البعض الآخر، بالإضافة إلى الاستفادة من المشاركة في حلقات النقاش والمراسلات الرسمية المختلفة، و المشاركة في البرمجيات و في المصادر المادية و توفير سرعة و موثوقية لأنشطة مستخدمي الشبكة وسنتطرق إليها لاحقا في المبحث الثاني.

الشكل رقم (II-2): عناصر الإدارة الإلكترونية



المصدر: سعد غالب ياسين، الإدارة الإلكترونية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 31.

المطلب الثالث: مسار التحول إلى الإدارة الإلكترونية ومعوقاتهما

الإدارة الإلكترونية ما هي الا امتداد لتطور علم الإدارة بصورة عامة من الإدارة العلمية لتأيلور الى الإدارة في ظل مدرسة العلاقات الإنسانية مرورا بالإدارة في ظل نظرية النظم والتوجه الموقفي.... الى ان وصلنا الى الإدارة الإلكترونية في ظل ثورة المعلوماتية، هذا فيما يخص تطورها التاريخي لكن حاليا عندما تأتي مؤسسة او حكومة لتبني مدخل الإدارة الإلكترونية لابد لها من المرور بجملة من المحطات العملية وهذا ما سنتطرق اليه في هذا المبحث إضافة الى معوقات التطبيق.

1. التحول من الإدارة التقليدية الى الإلكترونية

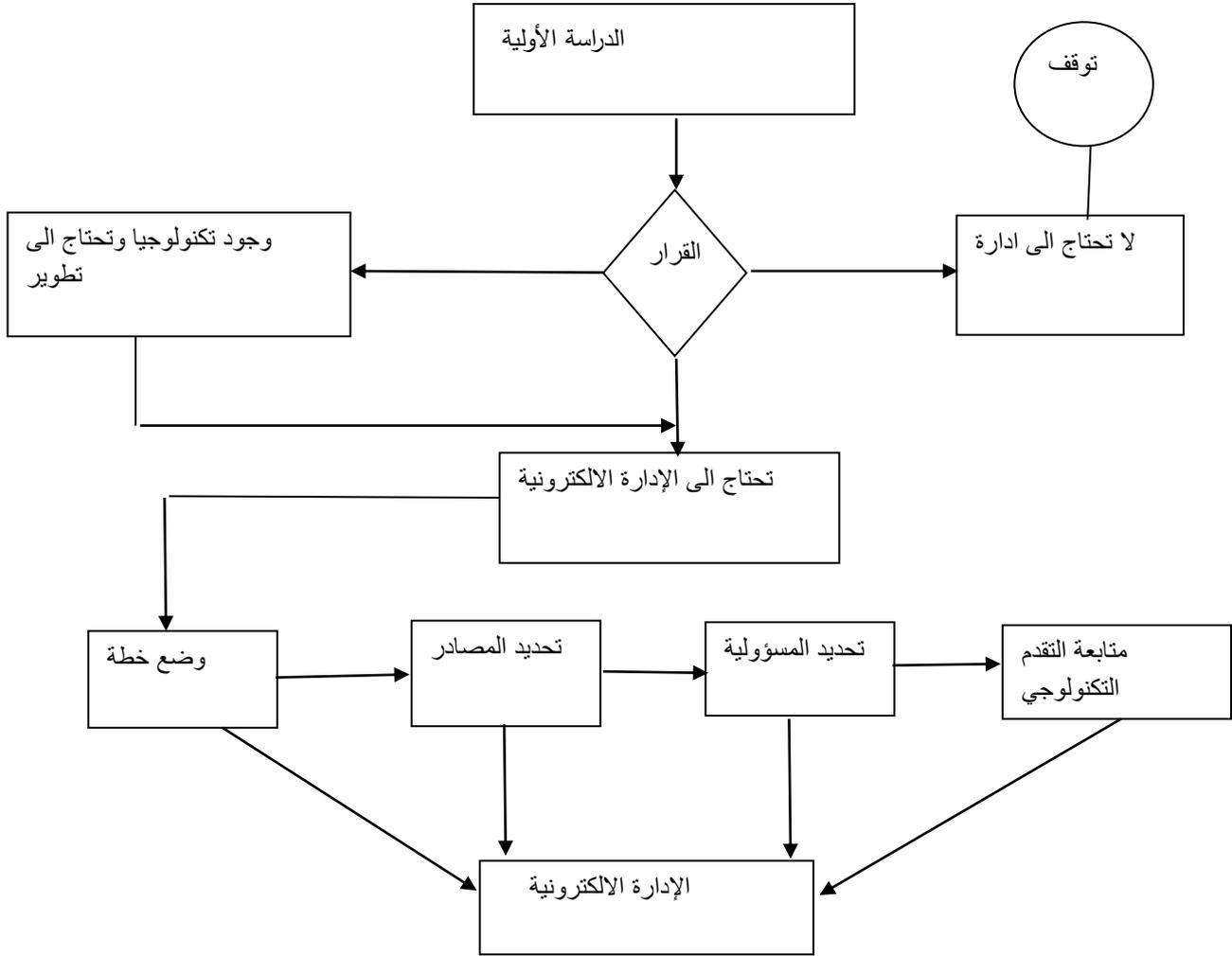
حصلت العديد من التطورات في حقل التكنولوجيا أدت الى ظهور مفهوم الإدارة الإلكترونية الذي يعتبر حقل بحث حديث ويمكن تلخيص هذه التطورات فيما يلي¹:

¹ ثلاثية الطيب، دغير فتحي، التحول من الإدارة التقليدية الى الإدارة الإلكترونية أسس وتحديات، مداخلة مقدمة في فعاليات الملتقى الافتراضي حول الإدارة الإلكترونية في الجزائر الواقع واشكالية التطبيق، جامعة محمد الشريف مساعدي، سوق اهراس، الجزائر، 22_23 مارس 2021، ص8 بتصريف.

الفصل الثاني: التحول نحو الإدارة الإلكترونية للقطاع السياحي

- هناك من الباحثين من يري ان بدايات الإدارة الإلكترونية كانت سنة 1960 عندما ابتكرت شركة IBM مصطلح معالج الكلمات على فعاليات طابعتها الكهربائية؛
 - أول برهان على أهمية هذا طرح شركة IBM كان عام 1964 عندما انتجت هذه الشركة جهاز طرحته في الأسواق اطلق عليه اسم الشريط الممغنط/جهاز الطابعة المختار؛
 - استخدم مصطلح المكتب اللاورقي لأول مرة عام 1973 في الولايات المتحدة الأمريكية إشارة الى فكرة مفادها التحول الى العمل الرقمي ؛
 - بعدها في عام 1974 أخذت مؤسسة "زير وكس" تروج لهذا المفهوم الطموح باعتباره يمثل مكتب المستقبل؛
 - وفي عام 1996 كانت بداية الانطلاق لشركة مايكروسفت في هذا الميدان من خلال استخدام الربط الشبكي بين الحواسيب المستخدمة في مؤسستها مما أدى الى تقليص الحاجة لاستخدام الورق بقدر كبير جدا؛
 - وفي نهاية التسعينات استخدم مصطلح الإدارة الإلكترونية وذلك مع ظهور شبكة الانترنت بشكلها الجديد عبر ما عرف بالشبكة العنكبوتية العالمية WWW واعتمدت كوسيلة من وسائلها في توفير الخدمات عن بعد.
- وللتحول من الإدارة التقليدية الى الإدارة الإلكترونية في المؤسسات لابد من اتباع جملة من الخطوات العملية نبينها بوضوح في الشكل التالي:

الشكل رقم (II-3): خطوات تطبيق الإدارة الإلكترونية



المصدر: علاء عبد الرزاق السالمي، خالد إبراهيم السليطي، الإدارة الإلكترونية، الطبعة 2، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 66.

من الشكل أعلاه نستخلص ان الخطوات العملية للانتقال من الإدارة الى الإدارة الإلكترونية تتمثل فيما يلي¹:

أ. إعداد الدراسة الأولية: وإعداد هذه الدراسة لا بد من تشكيل فريق عمل بعضوية متخصصين في الإدارة والمعلوماتية لفرض معرفة واقع حال الإدارة من تقنيات المعلومات وتحديد البدائل المختلفة، وجعل الإدارة العليا على دراية من كل النواحي المالية والفنية والبشرية؛

¹ علاء عبد الرزاق السالمي، مرجع سبق ذكره، ص 64-65 بتصريف.

- ب. **وضع خطة التنفيذ:** عند إقرار توصية الفريق من الإدارة من الإدارة العليا في تطبيق الإدارة الإلكترونية في المنظمة لابد من إعداد خطة متكاملة لكل مرحلة من مراحل التنفيذ؛
- ت. **تحديد المصادر:** وهي التي تدعم الخطة بشكل محدد وواضح ، ومن بين هذه المصادر (الكوادر البشرية، الأجهزة والمعدات، البرمجيات) باختصار تحديد البنية التحتية لتطبيق الإدارة الإلكترونية؛
- ث. **تحديد المسؤولية:** هنا يجب تحديد الجهات المخولة لتنفيذ الخطة وتمويلها بشكل واضح (تحديد الأشخاص المكلفين بضمان تنفيذ الخطة الموضوعة بالمعايير الموضوعة)؛
- ج. **متابعة التقدم التقني:** نظرا للتطور السريع في مجال تكنولوجيا الاتصالات ولغرض مواكبة آخر الابتكارات في هذا المجال فان هناك مسؤولية مضافة عند تنفيذ الخطة وهو العمل علي الحصول على آخر هذه الابتكارات في كافة عناصر الإدارة الإلكترونية من اتصالات وأجهزة وبرمجيات وغيرها من العناصر التي لها علاقة بالإدارة الإلكترونية.

2. معوقات التطبيق

- التحول الى الإدارة الإلكترونية مشروع حاله حال باقي المشاريع قد يتعرض خلال تطبيقه للعديد من المعوقات على مختلف الأصعدة: الإدارية، البشرية، المالية، التشريعية، تنظيمية وأمنية، حيث تحد هذه المعوقات من فرص التطبيق او تعطيل المشروع ونستعرض هذه المعوقات فيما يلي:
- أ. **المعوقات التنظيمية:** لاتزال أغلب المؤسسات والإدارات تستخدم الهياكل الهرمية التقليدية والتي تقف عقبة في تطبيق التقنيات الحديثة والاستفادة من معطياتها في تطوير أعمالها ومن أبرز المعوقات نذكر¹:

- عدم وضوح الرؤية؛
- ضعف التخطيط والتنسيق من قبل الإدارة العليا لإنجاز المشروع؛
- غياب الإدارة السياسية الفاعلة والداعمة لإحداث نقلة نوعية في التحول نحو الإدارة الإلكترونية؛
- التمسك بالمركزية وعدم الرضا بالتغيير الإداري.

¹ قاسمي حورية، دور الإدارة الإلكترونية في حماية المعلومات لدى الإدارات العمومية في ولاية المدية، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة يحيى فارس، المدية، الجزائر، 2020، ص18.

ب. **المعوقات البشرية:** يعتبر العنصر البشري بمثابة القبطان في الإدارة الإلكترونية فهو من سيطبقها ويمارسها ويراقبها لذلك هناك العديد من المعوقات مرتبطة بهذا العنصر¹:

- ضعف الوعي الثقافي بتكنولوجيا المعلومات على المستوى الاجتماعي والتنظيمي داخل المؤسسة؛
- تنامي شعور بعض المديرين وذوي السلطة بأن التغيير يشكل تهديدا للسلطة؛
- ندرة تقديم حوافز مادية للمديرين وتفاوت خبراتهم؛
- ضعف الثقة في حماية وسرية وأمن المعلومات الشخصية؛
- قلة تشجيع المسؤولين وأجهزة الاعلام للأفراد على التعلم الذاتي لبرامج وتطبيقات الإدارة الإلكترونية وتقنية المعلومات.

ت. **معوقات مالية:** تتمثل فيما يلي²

- قلة الموارد المالية المخصصة للبنية التحتية اللازمة لتطبيق الإدارة الإلكترونية و خاصة إنشاء الشبكات وربط المواقع وتطوير الأجهزة والبرامج.
- ضعف قدرة بعض الأفراد لشراء الأجهزة الإلكترونية لضعف الجانب المادي الذي يعانون منه.
- التكلفة العالية للبرمجيات والأجهزة الإلكترونية.
- قلة توفير المخصصات المالية التي تحتاج إليها عمليات التدريب و التأهيل من أجل تطبيق الإدارة الإلكترونية.
- عدم دعم مشروع تطبيق الإدارة الإلكترونية ماليا (عدم توفير الأجهزة و المعدات اللازمة لذلك)
- الحاجة الكبيرة إلى الإمكانيات المادية لتوفير تقنية المعلومات خاصة على مستوى الدولة ككل.
- تواجه بعض الإدارات أزمة محدودية الموارد اللازمة لإتمام عمليات الصيانة لأجهزتها وشبكاتها، و غيرها من العمليات المكلفة، سواء في استبدال قطع و أجهزة جديدة من القطع الداخلية لبعض الأجهزة.
- تكلفة استخدام الشبكة العالمية للإنترنت.

¹ مروش آمال، معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية بالجزائر - دراسة ميدانية بمنظمة الضمان الاجتماعي، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 3، العدد 4، 2015، ص 07.

² مكيد علي، بوزكري جيلالي، معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية في الجامعات الجزائرية، دراسة حالة المركز الجامعي بتسميلت، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية- دراسات اقتصادية-، المجلد 2، العدد 1، 2008، ص 228.

ث. معوقات تقنية

البنية التقنية هي من العناصر الأساسية لتطبيق الإدارة الإلكترونية ان لم نقل انها القاعدة ولا وجود للإدارة الإلكترونية بدونها لذلك هناك العديد من العراقيل والمعوقات تخص هذا العنصر نوجزها فيما يلي¹:

- عدم وجود بنية تحتية متكاملة على مستوى الدولة مما يعرقل تطبيق الإدارة الإلكترونية في مؤسساتها؛
- اختلاف المواصفات التقنية للأجهزة المستخدمة في المكتب الواحد مما يشكل صعوبة الربط بينها؛
- عدم وجود وعي حاسوبي ومعلوماتي عند الإداريين؛
- ضعف قطاع تقنيات المعلومات في الدول النامية، كعدم القدرة التصنيعية وقلة الخبرات الفنية

ج. معوقات تشريعية: نذكر من بينها ما يلي²:

- عدم الاعتراف بحجية الوثائق الإلكترونية واعتمادها أدلة إثبات أو الاعتراف بمصادقتها؛
- عدم صلاحية الأنظمة واللوائح التقليدية المعمول بها لتطبيقها على الإدارة والمعاملات الإلكترونية، مما يجعل هذا البديل لا يفي بالحاجة في ظل غياب الأنظمة واللوائح التي تضبط علاقات العمل والتعاون داخل الإدارات الإلكترونية؛
- تأخر وضع التشريعات القانونية التي تضمن اعتماد التوقيع الإلكتروني والتعامل مع البريد الإلكتروني والتحقق من شخصية طالب الخدمة، مما يعرقل كثيرا من المعاملات الإلكترونية التي كان من الممكن أن تكون أكثر سلاسة في وجود هذه التشريعات وتحقق الفائدة المرجوة منها؛
- غياب التشريعات التي تجرم مخترق شبكات الإدارة الإلكترونية، وتضع العقوبات الرادعة لمرتكبي تلك الجرائم وبخاصة الحسابات البنكية والمستندات ذات الخصوصية وأسرار الشركات التي تخوض المنافسات التجارية.

المبحث الثاني: تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كقاعدة للإدارة الإلكترونية

الحديث عن إدارة الكترونية يقودنا مباشرة الى الحديث عن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لانه وكما راينا في تعريفها هي الأساس لقيامها، لذلك سنتطرق في هذا المبحث الى التعريف ب TIC، بعدها سنخرج على مفهوم الانترنت كونها الحلقة الأهم في الإدارة الإلكترونية كما سبق ولاحظنا في تعاريفها

¹ ولد حسيني، الإدارة الإلكترونية وطبيعة خدمات المرفق العمومي دراسة حالة بلدية المسيلة، أطروحة دكتوراه في علوم الاتصال، تخصص اتصال تنظيمي، جامعة الجزائر 3، 2020، ص 85.

² مكيد علي، بوزكري جيلالي، مرجع سبق ذكره، ص 230.

المطلب الأول: مفاهيم أساسية حول تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

تطور المجتمعات في العصر الحاضر مرتبط بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فهي تنقل المجتمعات التقليدية إلى مجتمعات المعرفة تعتمد على خدمات الكترونية.

1. تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

قبل التطرق إلى تعريف TIC سنخرج على إعطاء تعاريف للمصطلحات المكونة لهذا المفهوم، فكما نلاحظ هي مكونة من ثلاث عناصر أساسية: تكنولوجيا، تكنولوجيا المعلومات، تكنولوجيا الاتصالات

أ. **تعريف التكنولوجيا:** يرجع أصل التكنولوجيا إلى الطلمة اليونانية التي تتكون من مقطعين هما

(Techno) والتي تعني التشغيل الصناعي، و(Logos) والتي تعني العلم أو المنهج، وبهذا هي

تعني علم التشغيل الصناعي¹. كما تعرف في المعجم الفلسفي بأنها " علم التقنيات" أي العلم

الذي يدرس الطرق التقنية والمبادئ العامة لها وتناسبها مع تطور الحضارة، ويقصد بها بالمعنى

الواسع المعرفة والأدوات التي يؤثر بها الإنسان في العالم الخارجي ويسيطر على المادة لتحقيق

النتائج العلمية المرغوب فيها؛ وتعتبر المعرفة العلمية المطبقة على المشاكل المتصلة بتطوير

السلع والخدمات جانبا من التكنولوجيا الحديثة². ويؤكد "Novembre" أن التكنولوجيا يجب أن

تتضمن المجالات التالية: التطبيقات العلمية للمعارف العلمية، الكفاءات التقنية، مجموعة

إجراءات وأساليب الإنتاج، المهارة الصناعية Savoir faire industriel، التجديد التكنولوجي³.

ب. **تعريف تكنولوجيا المعلومات:** يتضمن مفهوم تكنولوجيا المعلومات كل نظم وأدوات الحاسوب

التي تتعامل مع انسياق الرمزية المعقدة في المعرفة أو مع القدرات الإدراكية الذهنية في حقول

التعليم والذكاء وبذلك تشكل تكنولوجيا المعلومات مظلة شاملة لكل العلاقات التكنولوجية

بمعطيات الفكر الإنساني⁴. وتعرف تكنولوجيا المعلومات وفق وزارة التجارة البريطانية بأنها "

الحصول على البيانات ومعالجتها وتخزينها وإرسالها في صورة معلومات مصورة؛ صوتية؛

مكتوبة أو رقمية وذلك بواسطة توليفة من الآلات الإلكترونية وطرق المواصلات السلكية

¹جلاب صباح، ديدوش الهاشمي، مفاهيم حول تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة، مجلة جودة الخدمة العمومية للدراسات السوسيوولوجية والتنمية الإدارية، المجلد 2، العدد 2، 2019، ص 10 .

² بوداود إبراهيم، استخدام مصطلح تكنولوجيا المعلومات في تخصص المكتبات والمعلومات: إرساء نظري (الجزء الأول)، مجلة علوم المكتبات، المجلد 11، العدد 1، 2019، ص 3.

³ نفس المرجع السابق، ص 4.

⁴ جلاب صباح، ديدوش الهاشمي، مرجع سبق ذكره، ص 16.

الفصل الثاني: التحول نحو الإدارة الإلكترونية للقطاع السياحي

واللاسلكية¹. وتنقسم تكنولوجيا المعلومات الى: صناعة المحتوى المعلوماتي، صناعة بث المعلومات، وصناعة معالجة المعلومات، أما فيما يخص عناصرها الأساسية فهي: الحواسيب، العنصر البشري، قواعد البيانات، البرامج او البرمجيات².

ت. **تعريف تكنولوجيا الاتصالات:** ويعرف الاتصال على انه "عملية مستمرة تتضمن قيام أحد الأطراف بتحويل أفكار ومعلومات معينة الى رسالة شفوية او مكتوبة تنقل عن طريق وسيلة اتصال الى الطرف الآخر"³. ويقصد بتكنولوجيا الاتصالات " مجموع التقنيات أو الوسائل او النظم التي توظف لمعالجة المحتوى الذي يراد توصيله رقميا أو من خلال عملية الاتصال الشخصي أو التنظيمي، فهي تسمح بجمع المعلومات من خلال الحواسيب، تخزينها، واسترجاعها في الوقت المناسب ثم نشرها، نقلها وتبادلها"⁴، وورد تعريفها في المعجم الإعلامي بأنها "مجل المعارف والخبرات المتراكمة والمتاحة، والأدوات والوسائل المادية والإدارية والتنظيمية المستخدمة في جمع المعلومات ومعالجتها وانتاجها، وتخزينها واسترجاعها ونشرها وتبادلها، أي توصيلها الى الافراد والمجتمعات"⁵.

نلاحظ من التعاريف السابقة لـ TI&TC انه هناك تداخل كبير بين المفهومين وانهما يعتبران وجهان لعملة واحدة ولا يمكن الفصل بينها، فقد جمع بينهما النظام الرقمي الذي تطورت اليه نظم الاتصالات، وارتبطت شبكات الاتصال مع شبكات المعلومات، وبهذا انتهى عهد استقلال نظام المعلومات عن نظام الاتصالات وتطور كل منهما معا.

ث. تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

بالرغم من اهتمام الباحثين بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبمفهومها إلا انه لا يوجد تعريف شامل ومحدد ومتفق عليه لهذا المفهوم من قبل الباحثين، لذلك سندرج عينة من التعاريف فحسب تعريف **منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية OCDE** فان "تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

¹ بوحنية قوي، الاتصالات الإدارية داخل المنظمات المعاصرة، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010، ص 86.

² جلاب مصباح، دبدوش الهاشمي، مرجع سبق ذكره، ص18.

³ قادة دليلية، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين أداء الجماعات المحلية في الجزائر - دراسة حالة ولاية بومرداس، مرجع سبق ذكره، ص101 .

⁴ حواسني يمينة، الإدارة الإلكترونية للأعمال ودورها في تفعيل العمليات التجارية في المؤسسة- دراسة حالة الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر لخميس مليانة، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص إدارة العمليات التجارية، جامعة الجزائر3، 2012، ص96.

⁵ جلاب مصباح، دبدوش الهاشمي، مرجع سبق ذكره، ص 14.

هي تلك النشاطات الاقتصادية التي تساهم في جعل المعلومات مرئية ثم معالجتها، تخزينها، نقلها بطرق الكترونية¹، كما تعرف على انها " المكونات المادية للحاسبات والبرامج الجاهزة بالإضافة الى شبكات الاتصالات وغيرها من الأجهزة المطلوبة للقيام بمعالجة وتخزين وتنظيم وعرض وارسال المعلومات واسترجاعها وذلك بالسرعة المطلوبة"² ، وهناك من يعرفها بانها "جميع أشكال التكنولوجيا المستخدمة لأجل خلق، تسجيل، تبادل، عرض واستعمال المعلومات بمختلف أشكالها (معطيات، أصوات، صور،...) وكل التكنولوجيات ذات العلاقة التي لم تخترع بعد"³.

من خلال التعاريف السابقة نخلص الى ان تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هي كافة الوسائل المادية والبرمجية التي تعمل على تشغيل واستغلال المعلومات، ومختلف شبكات الربط وتطبيقاتها التي تساعد على حجز المعلومات ومعالجة البيانات، انتاجها، تخزينها، استرجاعها، نشرها، ايصالها وتشاركها مع أطراف العملية الاتصالية.

من خلال ما تم عرضه يمكن ان نقسم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الى 3 اقسام رئيسية متبانية هي: **تكنولوجيا المعالجة** (الحواسيب والبرمجيات) // **تكنولوجيا التخزين والاسترجاع** (وسائط ووعية التخزين) // **تكنولوجيا الاتصالات** (وسائل وشبكات الاتصال)، وبالطبع دون إغفال او تجاهل البعد الإنساني من خلال دور الفرد في التعاطي مع هذه التكنولوجيات والمتمثلة في المهارة او المعرفة الفنية (**Savoir Faire**)⁴.

2. خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

يمكن رصد أهم الخصائص التي تتميز بها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فيما يلي⁵:

¹ بكوش كريمة وآخرون، إشكالية مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير التجارة الخارجية، الريادة الاقتصادية للاعمال، المجلد 3، العدد 2، 2017، ص 21.

² ساهل أمينة، محمد بوسنة، مزايا تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وأهمية الاستثمار فيها، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 16، العدد 1، 2022، ص 174.

³ Chokri ElFidha, Mohamed Hidi Charki, Le Rôle des TIC dans le Développement de la Relation Client Application à la Relation Banque/Entreprise, La Revue des Sciences de Gestion Marketing, France, 2008, P124.

⁴ بوداود إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 19.

⁵ نوال مغزيلي، تكنولوجيا الاعلام والاتصال في الجزائر: دراسة للمؤشرات وتشخيص للمعوقات، المجلة الجزائرية للامن والتنمية، العدد 12، 2018 ص ص: 172، 173.

- أ. **التفاعلية:** حيث يؤكد المشاركون في العملية الاتصالية على أدوار الآخرين وأفكارهم ويتبادلون معهم المعلومات ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر، وقد ساهمت هذه الخاصية في ظهور نوع جديد من منتديات الاتصال والحوار الثقافي المتكامل والمتفاعل عن بعد، مما يجعل المتلقى متفاعل مع وسائل الاتصال تفاعلا إيجابيا؛
- ب. **اللاتزامنية:** وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل مشارك ان يستخدم النظام في الوقت نفسه، فمثلا في نظام البريد الإلكتروني ترسل الرسالة الى مستقبلها في أي وقت دون حاجة الى وجود مستقبل للرسالة او من خلال تسخير تقنيات الاتصال الحديثة مثل الفيديو لتسجيل البرامج وتخزينها ومشاهدتها في الأوقات ؛
- ت. **القابلية الحركية:** تعني ان هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن استخدامها للاستفادة منها في الاتصال، من أي مكان إلى آخر أثناء الحركة مثل الهاتف النقال، والتلفون المدمج في ساعة اليد، وحاسب آلي نقال مزود بطابعة، كما تعني إمكانية نقل المعلومات من مكان على آخر بكل يسر وسهولة؛
- ث. **قابلية التحويل:** وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط الى آخر كالتقنيات التي تمكن من تحويل الرسالة المسموعة الى مكتوبة والعكس، كما هو الحال في أنظمة التللكسيات التي تقدم خدمات ورسائل مطبوعة على شاشات التلفزيون تلبية لرغبات زبائنها التي أضحت تتميز بالتعدد والتنوع.
- ج. **التوصيل:** تعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية من أنواع مختلفة مع بعضها البعض بغض النظر عن شركة التصنيع او بلد المنشأ؛
- ح. **الشيوع والانتشار:** ويقصد بها الانتشار المنهجي لوسائل الاتصال عبر العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع؛
- خ. **الاجماهيرية:** قصد بها ان الرسالة الاتصالية يمكن ان تتوجه الى فرد واحد او الى مجموعة معينة وليس الى جماهير ضخمة، وتعني أيضا درجة التحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة الى مستقبلها.

المطلب الثاني: أهمية وتحديات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أهمية بالغة في حياة المؤسسات والدول وحتى الافراد وامتلاكها وتطبيقها يتعرض لعدة تحديات سنلخصها من خلال هذا ذا المطلب

1. أهمية تكنولوجيا المعلومات

تتبع أهمية اللجوء الى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من المزايا والفوائد التي تنتج عنها ويمكن ان نوجزها فيما يلي¹:

- تطوير أدوات الإدارة بتنمية كفاءات المستخدمين وتفيزهم لعملية التغيير من خلال عدة أمور منها تغيير الهيكل التنظيمي من الراسي الى الشبكي، تغيير أسلوب تسيير موارد المؤسسة المادية والبشرية... الخ؛
- تبادل المعلومات بين الأنظمة الفرعية وتحقيق التكامل بينها باستخدام أحدث التقنيات؛
- انتشار وتوسع التجارة الإلكترونية مما يؤدي لخلق أسواق جديدة؛
- تخفيض التكاليف؛
- الحصول على مزايا تنافسية من خلال تصميم برامج وتطبيقات مبتكرة تسمح لتلك المنظمات بالمنافسة بصورة أكثر فعالية؛
- تحسين جودة المخرجات؛
- زيادة القدرة على الابداع والابتكار؛
- دعم وتحسين عملية اتخاذ القرار باستخدام النظم الخيرة؛
- تحسين الإنتاجية وكفاءة العمليات التشغيلية؛
- زيادة المبيعات والارباح من خلال مساعدتها للمنظمة في اشباع حاجات ورغبات المستهلكين؛

2. تحديات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

- تعددت إشكاليات وتحديات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في عصر الاقتصاد الرقمي نذكر منها :
- الجريمة السيبرانية او الإلكترونية: تعرف على انها أي نشاط تستخدم فيه الحواسيب او الشبكات كأداة أو هدف أو مكان لممارسة النشاط الاجرامي، وهي أيضا أنشطة معتمدة على

¹ بالاعتماد على:

- أمينة ساهل، محمد بوسنة، مرجع سبق ذكره، ص 176.
- حواسني يمينة، مرجع سبق ذكره، ص 102

الحاسوب تعد إما غير قانونية أو غير مشروعة من جانب أطراف معينة ويمكن الوصول إليها عن طريق الشبكات الإلكترونية العالمية، ويمكن التفريق بين 4 أنواع مختلفة من الجرائم الإلكترونية هي: الجرائم التي تستهدف سرية البيانات والنظم الحاسوبية وتكاملتها، الجرائم المتعلقة بالحاسوب، الجرائم المتعلقة بالمحتوى، والجرائم المتعلقة بحقوق المؤلف¹، وللجريمة الإلكترونية عدة خصائص تميزها نذكر منها²:

- صعوبة اكتشافها لان الضحية لا يلاحظها رغم انها قد تقع اثناء وجوده على الشبكة لان الجاني يتمتع بقدرات فنية تمكنه من تنفيذ جريمته بدقة، كإرسال فيروسات؛
- عابرة للحدود الزمانية والمكانية؛
- جرائم هادئة كونها لا تحتاج الى ادنى مجهود عضلي بل تعتمد على الدراسة الذهنية والتفكير العلمي المدروس القائم على المعرفة بتكنولوجي؛
- جرائم صعبة الاثبات فهي لا تترك اثرا يقنئى، وتفتقر الى دليل مادي ومعظم الجرائم الإلكترونية اكتشفت بالصدفة وبعد زمن من حدوثها.

- **الفجوة الرقمية:** ظهر مصطلح الفجوة الرقمية في البداية على المستوى المحلي وكانت نشأته في الو.م.أ عام 1995 بصدور تقرير وزارة التجارة الامريكية الشهير بعنوان "السقوط الحر من فجوات الشبكات" والذي لفت الأنظار الى الفارق الكبير بين فئات المجتمع الأمريكي في استخدام الكمبيوتر والانترنت خاصة ، ولكن سرعان ما اتسع المفهوم متجاوز نطاق المحلي لينتشر استخدامه عالميا وبالتالي فالفجوة الرقمية تعرف بأنها" الفجوة التي خلفتها ثورة المعلومات والاتصالات بين الدول المتقدمة والدول النامية، وتقاس بدرجة توافر أسس المعرفة بمكونات الاقتصاد الرقمي الذي يستند الى تكنولوجيا المعلومات العالمية (الانترنت) وتوافر طرق المعلومات السريعة ، الهواتف النقالة، وخدمات التبادل الرقمي للمعلومات، وهي الأسس التي أصبحت تحكم كافة مناحي الحياة وأسلوب الأعمال حيث انعكس ذلك على تطور التجارة الإلكترونية، وإقامة الحكومات الإلكترونية، وتنفيذ المعاملات المصرفية والمالية، انشاء الشبكات

¹Pour plus informations voire:

M. Gercke , Understanding Cyber Crime, ITU Telecommunication Development Sector, 2nd Edition, 2011, pp: 25-29.

²رحموني محمد، خصائص الجريمة الإلكترونية ومجالات استخدامها، مجلة الحقيقة، المجلد 16، العدد 3، 2017، ص ص : 441-443.

التعليمية، البحثية، الصحية، والسياحية وغيرها، إضافة الى تقنين هذه العمليات عبر تطوير التشريعات اللازمة¹؛

- **هجرة الادمغة:** وتمثل هجرة الادمغة نزيفا حقيقيا يكبد البلد الأصلي خسائر اقتصادية جد معتبرة، وهي جزء مهم من التدفق المعرفي في عصر العولمة، وتتأثر بالتحويلات في البيئات التمكينية الجاذبة منها والطاردة، فالحاجة الى الكفاءات والخبرات والموارد البشرية ازداد بشكل ملحوظ في جميع ارجاء العالم، وبما في ذلك أوروبا والو.م.أ التي لم تعد قادرة على انتاج المهارات محليا وأصبحت تبحث عنها في الدول النامية بشكل خاص².
- **القرصنة وأمن المعلومات:** أمن المعلومات هو حماية البيانات ونظم المعلومات من الوصول او الاستخدام، الإفصاح، التدمير او التعديل غير المصرح به ويتحقق امن المعلومات من خلال سرية المعلومات وسلامتها وتوافرها³.

المطلب الثالث: تكنولوجيا شبكة الانترنت

تعتبر تكنولوجيا الانترنت من أهم التكنولوجيات التي أحدثت ثورة في مجال المعلومات والاتصالات، وهي أحد المكونات الرئيسية للبنية الشبكية للإدارة الإلكترونية، لذلك رايانا ضرورة التفصيل فيها في مطلب منفصل نتطرق فيه الى اساسيات حول شبكة الانترنت وانواعها، نشأتها، تعريفها...

1. نشأة الانترنت

تعود بدايات الانترنت الى سنة 1969، وكانت عبارة عن مشروع شبكة تابع لوزارة الدفاع الامريكية تحت اشراف وكالة مشاريع البحوث المتقدمة (ARPA)، وقد كان يطلق على هذه الشبكة في بداياتها (ARPANET) وقد كانت تربط فقط بين مجموعة قليلة من الحواسيب في عدد قليل من المناطق في الو.م.أ، وفي منتصف الثمانينات أنشأت المؤسسة الوطنية للعلوم للولايات المتحدة الامريكية (USNSF) سميت ب (NSF) بالاتساع بشكل كبير لتربط بين

¹ يوسف كودية، محمد زرقون، الفجوة الرقمية وامتداداتها دراسة تحليلية على ضوء المؤشرات العالمية، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية، المجلد 8، العدد1، 2017، ص 75.

² تقرير المعرفة، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، نحو تواصل معرفي منتج، مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم والمكتب الإقليمي للدول العربية، 2009، ص ص: 188-189.

³ قادة دليلية، الادرة الإلكترونية ودورها في تحسين الخدمة العمومية دراسة حالة وزارة الداخلية والجماعات المحلية في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 57.

الفصل الثاني: التحول نحو الإدارة الإلكترونية للقطاع السياحي

- آلاف الحواسيب في مؤسسات البحث والجامعات والمعاهد والدوائر الحكومية والصناعات الخاصة التي تعنى بالبحث¹، وبذلك تحولت ARPANET الى INTERNET وهي اختصار لـ (Interconnected networks) وهي الشبكة المعروفة حاليا ، وقد عرفت الانترنت العديد من التطورات الى ان وصلت الى ما هي عليه في الوقت الحالي نلخص أهمها فيما يلي²:
- سنة 1982 أصبح بروتوكول TC /IP معتمدا في اربانت وبذلك أصبحت اول شبكة من الشبكات المتصلة؛
 - 1983 انفصل النظامين TC /IP و NCP، وفي 1984 ظهر الى الوجود خادم طلبات الأسماء DNS؛
 - في 1986 تم تحديث بروتوكول نقل الاخبار عبر شبكة NNTP نيوزنيت ليصبح أفضل أداء من TCP/IP، وفي 1987 أصبحت مؤسسة (WORK NET MERIT) مسئولة عن إدارة الهيكل الرئيسي لشبكة (NFSNET)، هذا وقد أسست المؤسسة مع شركتي IBM و MCI في العام نفسه هيئة ANS لخدمة الشبكات المتطورة انترنت؛
 - 1989 تم ترقية الهيكل الرئيسي لشبكة NFSNET إلى TI بقدره نقل (1544 ميجابايت في الثانية، وبسعة مليون مستفيد) ، هذا وقد أنشأت جامعة أوهايو الأمريكية وحدة لربط كومبيوسيرف وانترنت. وقررت حكومة الولايات المتحدة الأمريكية وقف تمويلها وقيامها كشبكة تجارية؛
 - 1991 تم طرح نظام Gopher للتعامل مع انترنت من طرف جامعة ميلوستا الامريكية؛
 - 1992 طرحت مؤسسة CERN الشبكة العنكبوتية (WORLD WIDE WEB) وشهد نفس العام أول ظهور لشبكة (M-BON) هذا وأنشأت مؤسسة NFS شبكة انترنت INTERNIC في

¹ بوحسان سارة كززة، الآثار الفعلية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تطبيقات تسيير الموارد البشرية في المؤسسة -دراسة حالة مؤسستي موبليس و نجمة قسنطينة، رسالة ماجستير في علوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، 2012، ص 43.

² لمزيد من المعلومات عد الى:

- حنان يوسف، تكنولوجيا الاتصال ومجتمع المعلوماتية، ط2، أطلس النشر والإنتاج الإعلامي، القاهرة، مصر، 2006، ص 49؛
- ايمان السامرائي، هيثم الزغبى، نظم المعلومات الإدارية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2004، ص 181.
- شعباني مجيد، دراسة نماذج لنظم وتكنولوجيا المعلومات في مراكز المعلومات العربية وسبل تفعيلها، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص إدارة الاعمال، جامعة الجزائر 3، 2010، ص68.

نفس العام، وبذلك اتسعت قدرة انترنت لتصل إلى مليون مستفيد. وفي هذه السنة تم تعميم استخدام الإنترنت؛

- 1994 أحدث موزايك Mosaic عاصفة في انترنت، وتم تطوير كل من غوفر Gopher وويب WWW هذا واحتفلت انترنت في نفس العام بمرور 25 عاماً على إنشائها، وتعلن وصول مستخدميها إلى ثلاثة ملايين مستخدم، ومن هنا دخلت انترنت دائرة معارف العالم العربي؛
- 1995 انسحبت NFS من تمويل NFSNET حولته إلى VBNS ، وفي هذه الفترة تم اصدار نظام التشغيل العالمي الجديد Windows95 بإعلان واسع، وحاولت مايكروسوفت كسر سيطرة المتصفح نايت سكايب بطرح Internet Explorer؛
- وفي سنة 1996 تم طرح لغة JAVA من طرف ميكرو مع إحداث تعديلات مناسبة في بنية الانترنت فأصبحت آلة JAVA الافتراضية متضمنة في معظم متصفحات الانترنت الحديثة ثم تم الترويج لجيل جديد من الحواسيب أدى الى تطور مذهب لشبكة الانترنت.

2. تعريف الانترنت

مصطلح الانترنت بالانجليزية (INTERNET) هو اختصار لتعبير (INTERNATIONAL Network) وتعني الشبكة العالمية، ولم تحضي هذه الأخيرة بمفهوم موحد بين المختصين ومن هنا تعددت التسمية للانترنت فهناك من يسميها الشبكة العنكبوتية، شبكة المعلومات الرقمية ، شبكة الشبكات، الشابكة... الخ، وفيما يلي سنورد بعض التعاريف التي أعطيت لشبكة الانترنت: أ. عرفت على أنها " شبكة ضخمة من الحواسيب المتصلة فيما بينها حول العالم والتي يتم من خلالها تبادل المعلومات"¹؛

ب. يعرفها كارول اوكتور بأنها " مجموعة من شبكات الحواسيب المستقلة كليا أو الموزعة عبر أنحاء العالم، حيث تشكل هذه المجموعة نظاما عملاقا واحدا، بحيث تتولى كل شبكة منفردة مسؤولية الإدارة والصيانة الذاتية"؛

ت. يعرف بيترسون وآخرون الانترنت على أنها " شبكة مكونة من عدد كبير جدا من شبكات الحاسوب تتميز باللامركزية والعمومية والانفتاح"²؛

¹سمير عماري، دور الإدارة الإلكترونية في تطوير أداء مؤسسات التعليم العالي دراسة حالة مجموعة من الجامعات الجزائرية، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، 2017، ص 70.
² أبو النجا محمد عبد العظيم، التسويق الإلكتروني، دار الفجر الجامعي، مصر، 2008، ص 85.

الفصل الثاني: التحول نحو الإدارة الإلكترونية للقطاع السياحي

ث. وتعرف أيضا " انها شبكة الشبكات تربط العديد من أجهزة الحاسب الحكومية والأكاديمية والخاصة معا، كما تمهد الطريق لاستخدام البريد الإلكتروني ونقل الملفات وقواعد البيانات وغيرها من مصادر الحاسبات"¹.

ان من التعاريف السابقة نلاحظ انها كلها متفقة على ان شبكة الانترنت هي الشبكة الاوسع وهي شبكة عالمية عابرة للحدود تضم عدد ضخم من الشبكات المحلية والخاصة والإقليمية وهذه الشبكات مكونة من مجموعة أجهزة حواسيب تتصل فيما بينها باستخدام بروتوكولات معينة ولغات خاصة تسمح بنقل الملفات أيا كانت طبيعتها (نص، برنامج، فيديو، صور....) بين كل الأجهزة المتصلة بتلك الشبكة. وللاتصال بهذه الشبكة لابد من توفر مجموعة من المتطلبات هي: جهاز حاسوب وملحقاته، المودم، خط الهاتف، اسم مستخدم، كلمة مرور.

3. أنواع شبكات الانترنت

عند الحديث عن الانترنت لا يمكن تجاهل أنواعها فكل منها له أهميته بالنسبة للمؤسسة لتأدية الوظائف الادارية المتعارف عليها الكترونيا ونلخصها فيما يلي:

أ. **الأنترنيت Intranet** : او الشبكة الداخلية وتعرف بانها " شبكة داخلية خاصة بالمؤسسة لكنها تستخدم بروتوكولات الانترنت وكل أدواتها"² مثل HTTP, FTP ولا يستطيع شخص من خارج المؤسسة ان يدخل لها، ومحتوياتها تحددتها المؤسسة وعادة تحتوي خدمات البريد الإلكتروني، تنظيم مساحات النقاش، قاعدة بيانات للمعلومات والخبرات، فهي باختصار وسيلة اتصال بين موظفي وأقسام المؤسسة، ووسيلة لإنجاز الأعمال.

وتتقسم الأنترنيت حسب التوسع الجغرافي الي الشبكة المحلية (LAN)³، الشبكة الإقليمية (MAN)⁴،

¹ فريد النجار وآخرون، التجارة والاعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006، ص 32.

² Gode Fry darg nguyen, l'entreprise numérique, Economica, paris, France, 2001, p209.

³ Local Area Network

⁴ Metro politar Area Network

الفصل الثاني: التحول نحو الإدارة الإلكترونية للقطاع السياحي

والشبكة الواسعة (WAN)¹، ويمكن ان تأخذ عدة اشكال فقد تكون خطية متتالية، حلقيه، او نجمية².
ب. **الإكسترنات Extranet**: على عكس شبكة الانترنت التي تقوم بتجهيز العاملين في داخل المنظمة باحتياجاتهم من المعلومات فان شبكة الاكسترنات " هي شبكة المؤسسة الخاصة تصمم لتلبية احتياجات الناس من المعلومات، ومتطلبات المؤسسات الأخرى الموجودة في بيئة الاعمال" وتستخدم في هذه الشبكة أيضا تقنيات الحماية، ويتطلب الدخول اليها كلمة مرور، لأن هذه الشبكة غير موجهة الى الجمهور العام كما هو الحال في شبكة الانترنت³.
وشبكات الاكسترنات هي نوع من الادارة الالكترونية B2B⁴ ونجد منها ثلاث أنواع: شبكات اكسترنات التزويد، شبكات اكسترنات التوزيع، وشبكات اكسترنات التنافسية.
4. **خدمات الانترنت** : وتتمثل أهم خدماته في⁵:

أ. **البريد الإلكتروني E-Mail**: يعتبر البريد الإلكتروني من أكثر الخدمات شعبية في الانترنت، ويعد السبب الأول للاشتراك فيها لدي عدد كبير من مستخدميها، وإرسال البريد الإلكتروني ينبغي معرفة عنوان المرسل اليه، والبريد الإلكتروني يتميز بأنه يسمح بالانفاذ وإرسال الرسائل واستلامها في أي وقت يناسب المستخدم، حيث يقوم خادم البريد الإلكتروني بالاحتفاظ بالرسائل على عنوان المستفيد حتى يطلبها، كما انه يتميز بإمكانية ارسال رسالة موحدة الى عدد كبير من المشتركين في وقت واحد ؛
ب. **التخاطب أو الدردشة Chat**: وهي مرحلة أخرى من كتابة الرسائل في اتصال حي ومباشر يشبه البريد الإلكتروني التقليدي مع مدة تأخير بسيطة غير مدركة، وخطوط الدردشة هي

¹ Wide Area Network

² لمزيد من الاطلاع عد الى:

- تامر موسى يونس، شبكات الحاسوب، دار الراقب الجامعية، بيروت، 1994، ص 20.

³ دليلة قادة، أطروحة دكتوراه، مرجع سبق ذكره، ص 67.

⁴ Business to Business

⁵ بالاعتماد على:

- سمير عماري، دور الإدارة الإلكترونية في تطوير أداء مؤسسات التعليم العالي دراسة حالة مجموعة من الجامعة الجزائرية، أطروحة

دكتوراه في علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2017، ص ص : 71-72.

- علاء عبد الرزاق السالمي، شبكات الإدارة الإلكترونية، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2005، ص 146.

- لمين علوطي، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على إدارة الموارد البشرية، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال،

جامعة الجزائر3، 2008، ص : 36-42.

ارتباطات مفتوحة حيث يمكن لمجموعة من الناس الاتصال عمليا بشكل فوري ويمكن لمجموعة المشتركين مشاهدة أي فرد؛

ت. **خدمة التلنت Telnet**: هي أداة اتصال شبكية تستخدم للعمل عن بعد تسمح هذه الخدمة بالدخول الى حاسوب آخر غير الحاسوب الخاص بالشخص المعني والعمل عليه، أي تمكن من استخدام حاسوب بعيد مثل حاسوب الشركة او الجامعة والقيام بمشاهدة بيانات أعمال وقواعد بيانات هذا الحاسوب كما ولو ان الامر يتعلق بالحاسوب الشخصي او الخاص؛

ث. **بروتوكول نقل الملفات وتبادلها File Transfer Protocol**: بموجب هذا البروتوكول أصبح بالإمكان نقل الملفات وتبادل المعلومات بين الحواسيب، كما يسمح هذا البروتوكول بالاتصال بأي جهاز حاسوب متصل بشبكة الانترنت والقيام بعمليات جلب الملفات وتحويلها؛

ج. **بروتوكول نقل النص الفائق http¹**: وهو بروتوكول الانترنت المسؤول عن تنظيم عملية عرض ونقل صفحات الويب بين أجهزة شبكة الانترنت، بمعنى آخر هو البروتوكول الذي يستخدمه متصفح الانترنت للدخول الى مواقع الويب المختلفة على الشبكة؛

ح. **المجموعات الإخبارية (News Groups)**: وهي منتديات تجمع بين أفراد مهتمين بالموضوع نفسه ومنظمين في شكل مجموعات، حيث اهتمام كل مجموعة هو معالجة او مناقشة موضوع معين، كما تعد هذه المجموعات عبارة عن منتديات افتراضية او مقاهي تقام على الشبكة بغرض تبادل الأفكار ؛

خ. **خدمات الشبكة العنكبوتية www²**: يطلق عليها خدمة "Web"، وهي تعد من أهم خدمات الانترنت، وهنا لابد من الإشارة الى الفرق الموجود بين مصطلح الانترنت وخدمة الويب، فالانترنت هو مجموعة حواسيب متصلة معا عن طريق اسلاك نحاسية، وكابلات ألياف بصرية وتوصيلات سلكية ولا سلكية وغيرها، أما الويب هو مجموعة من الوثائق والمصادر المتصلة معا والتي يمكن الوصول اليها من خلال الانترنت.

هذا فيما يخص الخدمات المقدمة لعموم الناس اما عن المؤسسات فيمكن ان تستخدم هذه الخدمات لأغراض أخرى منها:

¹ Hyper Text Transfert Protocol.

² World wide web .

- التسويق والتسويق الإلكتروني؛
- التعلم والتدريب عن بعد؛
- التوظيف الإلكتروني؛
- العمل عن بعد؛
- دراسات السوق؛

5. أهمية الانترنت بالنسبة للإدارة الإلكترونية

لشبكة الانترنت أهمية كبرى في بناء عالم الإدارة الإلكترونية في ظل الاقتصاد الرقمي الجديد لاعتبارات عديدة نذكر منها¹:

- تعتبر شبكة الانترنت أم كل شبكات الاتصال الأخرى؛
- إن شبكة الانترنت وسيلة الإدارة الإلكترونية لبناء المؤسسة الشبكية في الاقتصاد الشبكي؛
- تستخدم شبكة الانترنت كأداة للحصول على مكان في السوق الإلكترونية وتخطيط وتنفيذ الأنشطة التسويقية؛
- تعتبر شبكة الانترنت أساس خيارات تطوير تكنولوجيا الاتصالات والشبكات وتحويل مؤسسات الأعمال والمؤسسات الاقتصادية والاجتماعية الى مؤسسات مرنة ومفتوحة تستند على المعرفة؛
- فضاء لنوع جديد من المؤسسات وهي المؤسسات الافتراضية التي تنامي نشاطها بصورة كبيرة في الآونة الأخيرة.

المبحث الثالث: جهود ومساعي الجزائر للتحول نحو الإدارة الإلكترونية

كما سبق ورأينا الإدارة الإلكترونية يمكن تطبيقها على كل المستويات، وعند تطبيقها على مستوى الدولة نحن بصدد الحديث عن الحكومة الإلكترونية، ولتتحول المؤسسات الى انتهاج الإدارة الإلكترونية بجميع ابعادها لابد ان تكون الدولة عندها إرادة ومشروع للتحول هي أيضا نحو حكومة الكترونية، وهناك متطلبات للإدارة الإلكترونية يستحيل على المؤسسة ان توفرها لنفسها وانما على الدولة ان تستثمر فيها وتوفرها لكافة الأطراف، لذلك سنتطرق في هذا المبحث الى الاستثمارات التي قامت بها الجزائر، واستراتيجية الجزائر الإلكترونية 2013، ومؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر

¹ لكل محمد، مرجع سبق ذكره، ص 34.

المطلب الاول : الاستثمارات القاعدية التي قامت بها الجزائر في مجال TIC

أدركت الجزائر أهمية الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ورغم انها لم تصل الى مراحل متقدمة (انتاج برمجيات وعتاد)، الا انها بدأت العمل على إعداد البنية التحتية الضرورية من أجل بناء مجتمع المعرفة، وسوف نتطرق في هذا العنصر الى بعض الاستثمارات التي يمكن اعتبارها تحضير نوعي لتبني التحول الإلكتروني وهي كالتالي:

1. الارتباط بشبكة الانترنت الدولية: وكان ذلك لأول مرة سنة 1994 عن طريق مركز البحث

العلمي والتقني (CERIST)¹ ومن مهامه الأساسية العمل على إقامة شبكة اتصالات وطنية وربطها بشبكات إقليمية ودولية كما حققت الجزائر منذ سنة 1994 تقدما ملحوظا في مجال الاهتمام والاشتراك والتعامل مع شبكة الانترنت، ففي نفس السنة كانت مرتبطة بها عن طريق إيطاليا بسرعة ارتباط قدرت ب 9600 حرف ثنائي في الثانية وهي سرعة جد ضعيفة، وقد تم ذلك في اطار مشروع تعاون مع منظمة اليونسكو بهدف إقامة شبكة معلوماتية في افريقيا تسمى RINAT وتكون الجزائر هي النقطة المحورية للشبكة في شمال افريقيا². كان التعامل في الانترنت حينها حكر على الدولة ، وفي سنة 2000 تم تحرير القطاع ليسمح للخواص بالتزويد بالانترنت³ مما اسهم في تجديد حظيرة المؤسسات من أجهزة الاعلام الآلي وبدأت النشاطات المتعلقة بالانترنت والتي انتشرت في أواخر التسعينات اين ظهرت مقاهي الانترنت بكثرة. ومن ذلك الحين والجزائر تستثمر في البنية التحتية للانترنت حتى تصل الى التغطية الشاملة للبلاد والجدول التالي يبين طول الاليف البصرية الممدودة وعرض النطاق الانترنت.

¹ Centre de Recherche sur l'Information Scientifique et Technique

تم اشاء هذا المركز سنة 1985 من خلال المرسوم رقم 85-56 وكان تحت اشراف الوزير الأول حينها، وكانت مهمته الرئيسية هي قيادة البحوث التي لها علاقة بالابداع، وانشاء وتطوير نظام وطني للمعلومات العلمية والتقنية، وفي سنة 2003 تم إعلانه مؤسسة عمومية ذات طابع علمي وتقني تعمل تحت سلطة وزير التعليم العالي والبحث العلمي بموجب المرسوم 03-454، وفي 2006 تم إعادة تنظيمه مع تحديد مقر له في الجزائر العاصمة (بن عكنون). انظر <https://www.cerist.dz>

² رانية هدير، مرجع سبق ذكره، ص 123.

³ بوقلاشي عماد، ص199.

جدول رقم (1-11): تطور شبكات الاليف البصرية

المؤشر	2015	2016	2017	2018	2019	2020
طول الاليف البصرية كلم	70700	76514	127372	145120	172000	181202
عرض النطاق الدولي ميغابايت/ثانية	485155	630150	1015220	3374277	3564556	16343120

المصدر: تقرير التنمية لسوق الهاتف والانترنت السداسي الأول 2020.

والعديد من الاستثمارات جاءت بعنوان سنة 2021 من بينها : بسط 246101 كلم من الاليف البصرية، إنجاز 58 وصلة هرتيزية رقمية FHN، إنجاز 125952 منفذ للتقنية الجديدة للاليف البصرية FTTH، رفع سعة تدفق الولوج لعرض FIBRE ADSL IDOOM الى 4 ميغا/ثا ابتداء من 28 مارس 2021 بالإضافة الى الانتقال من 8 الى 10 ميغا/ ثا.

2. الوكالة الفضائية والقمر الصناعي الجزائري: في جانفي 2002 تم انشاء الوكالة الفضائية

الجزائرية ، وفي 28 نوفمبر 2002 تم إطلاق القمر ALSAT1 ، ومنذ سنة 2004 تربط بين روسيا والجزائر اتفاقية حول التعامل والتعاون في مجال التكنولوجيا الفضائية وتطبيقاتها، وبعدها تم اطلاق أقمار أخرى هي: Alsat-2A في جانفي 2010، Alsat-2B في سبتمبر 2016، ALSAT-1B وهو يضمن استمرارية التغطية التي كان يوفرها ALSAT1، Alcomsat-1 وتم اطلاقه في 11 ديسمبر 2017¹.

3. اتفاقية أوراكل مع سونطراك والبريد: حيث تتمثل في اتفاقيتين مع مجموعة "ORACLE

"الأمريكية والتي تعتبر من كبار الرواد العالميين في مجال برمجيات المؤسسة، وقد ارتبطت مجموعة أوراكل في اتفاقيتها الأولى مع المدرسة الوطنية للبريد والمواصلات وتتعلق بالعمل على ضبط وتنظيم مختلف البرامج الحكومية في مجال التقنيات الحديثة الخاصة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال في حوالي 12 مؤسسة لتعليم العالي في إطار هذه الشراكة التزمت أوراكل بتقديم العديد من التجهيزات المختلفة للإعلام الآلي وبعض برامج التكوين، أما الاتفاقية الثانية فقد ربطت الشركة بين مركز مؤسسة سوناطراك وأوراكل لأول مرة على مستوى إفريقيا، حيث منح مركز سوناطراك شهادة مطابقة مما مكنته من الوصول إلى تقديم خدمات في مجال التكوين من طرف أوراكل وذلك في المنتجات التكنولوجية التي ترتبط بنظم المعلومات

¹ <https://asal.dz/> vue le : 23/ 07/ 2022 .

المعتمدة مثل أدوات مجموعة التصميم، إنتاج برمجيات التسيير، وقواعد المعطيات وكذا شبكة المعلومات¹.

4. اتفاقيات مؤسسة التعليم المهني عن بعد "إيباد" مع مجمع اتصالات الجزائر: وتأتي هذه الشراكة لتأهيل وتطوير وإعطاء دفع إضافي لمجال TIC ، إذ ستشرع مؤسسة ايباد في تركيب ثم صناعة أجهزة الحواسيب المحمولة بعد تدشين وحدتها الإنتاجية في عنابة، وشاركت ايباد في مشروع الجزائر الالكترونية من خلال مصنع الحواسيب المتواجد في عنابة "ZALA computer"².

5. حظيرة سيدي عبد الله 2001: ترمي هذه التجربة إلى نقلة نوعية في إطار تحقيق وتهيئة مناخ تشريعي وتنظيمي ملائم، كمحصلة للتطور الذي شهده قطاع البريد والمواصلات وما اتسم به من تغيير جذري وكان الإطار التقديري لها يتمحور حول جوانب ثلاثة تبنى عليها الحظيرة والتي تنحصر في مراكز البحث والتكوين ثم المؤسسات إضافة إلى الحضانة والدعم، ويجدر التأكيد على أن الحظيرة السيبرية سيدي عبد الله، تتكون من معهد عالي للاتصالات ومدرسة للناغبين ووكالة انترنت ووكالة اتصالات، وكذلك وكالة الحاضنات لمؤسسات التكنولوجيا المتقدمة والذي يتجسد في المشروع قطب تقني واقتصادي مستقبلي والذي يلقي دعما وتمويلا من أطراف محلية إضافة إلى الشراكة الدولية بين الجزائر ودول أخرى، وقد اعتبرت الانجازات التي تحتضنها مدينة سيدي عبد الله التي تضم مراكز البحث في تكنولوجيايات الإعلام والاتصال، تندرج في إطار الإستراتيجية الوطنية لمجتمع المعلومات الهادف إلى صناعة التكنولوجيا الحديثة والبحث وكذا صناعة المحتوى كما أنها فضاء للتعرف بين المؤسسات الصغيرة والكبيرة التي تحتكر سوق تكنولوجيايات الإعلام والاتصال من أجل تمديد جسور التعاون بينهما³. وإضافة إلى الحظيرة التكنولوجية بسيدي عبد الله التي هي عملية منذ 2009، توجد حاليا الحظيرة التقنية بورقلة دشنت في 2012، 3 حضائر

¹ مطاي عبد القادر، بن شنيينة كريمة، واقع ومتطلبات إرساء الحكومة الالكترونية في الجزائر، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 7، العدد 2، 2019، ص ص: 186-187.

² بوقلاشي عماد، مرجع سبق ذكره، ص 203.

³ مطاي عبد القادر، بن شنيينة كريمة، مرجع سبق ذكره، ص 187.

تكنولوجية جهوية (عنابة، وهران، ورقلة)، 3 حضائر تكنولوجية ب (سطيف، قسنطينة، بوغزول) وحاضنة بغرداية أنشئت حديثاً¹.

6. **إطلاق مشروع أسترك:** الذي تم الإعلان عنه رسمياً في 2005/10/22 ولأجل تنفيذ المشروع في أفضل الظروف بغرض تحقيق الهدف المنتظر منه وهو بيع ستة ملايين جهاز كمبيوتر، وبحلول عام 2010 سخرت الدولة 6 متعاملين لتوفير أجهزة الكمبيوتر هم: EPAD, SOLINF, KOURTY, SACOMI, KLC, ALFATRO، و جاء هذا البرنامج على مرحلتين الأولى والثانية، وهو من بين احد المخططات المهمة في مجال تنمية مجتمع المعلومات في الجزائر وتعميم المعلوماتية بين أوساط المجتمع ويهدف هذا البرنامج إلى منح كل عائلة حاسوب، وهذه السياسة اتبعتها وزارة بريد وتكنولوجيا المعلومات والاتصال من اجل بناء قاعدة معلوماتية تعتمد عليها من اجل إرساء حكومة الكترونية وقد مس هذا المشروع العديد من القطاعات منها:

- **عملية أسترك الخاصة بقطاع التربية:** وذلك من اجل تحضير التلاميذ الذين يزيد عددهم عن ثمانية ملايين لتبني التكنولوجيا الحديثة.
- **عملية أسترك الخاصة بالإدارة:** من اجل وضع في متناول جميع المواطنين عددا من الخدمات الالكترونية كالحالة المدنية، الضرائب، الإسكان وغيرها؛
- **عملية أسترك الخاصة بقطاع الصحة:** من اجل استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في قطاع الصحة، من خلال متابعة الملفات على جميع مستويات سلسلة العلاج².
- 7. **انخراط المؤسسات الجزائرية في اوميديس:** حيث انخرطت 70 م.ص.م في القاعدة الإعلامية اوميديس التي اعتمدها الاتحاد الأوروبي لفائدة م.ص.م للبحر المتوسط في إطار انشاء مؤسسة معلوماتية متوسطة من بينها المؤسسات الجزائرية³.
- 8. **جهود مؤسسة سونلغاز:** مشروع آخر ينبغي الإشارة اليه ذلك انه يحمل في طياته خطوة هامة في اطاره تسهيل توفير إمكانيات الاتصال الى اكبر شريحة في المجتمع، وهو الاختبار

¹ <https://www.mpt.gov.dz/> vue le : 28/07/2022

² مطاي عبد القادر، بن شنيبة كريمة، واقع ومتطلبات إرساء الحكومة الالكترونية في الجزائر، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 7، العدد 2، 2019، ص 187.

³ بوقلاشي عماد، مرجع سبق ذكره، ص 204.

الذي قامت به المؤسسة الوطنية سونلغاز حيث قامت بربط مركز سونلغاز بثانوية عمر راسم وفي لتحويل كابل الكهرباء من مجرد ناقل لها الى ناقل لتدفق الانترنت يصل حوالي 5,4 ميغابايت وذلك باستخدام تكنولوجيا الانترنت بواسطة الكهرباء أو ما يسمى ¹ PLC والاستغناء عن استخدام خطوط الهاتف الثابت، وتتجلى أهمية هذه الطريقة في كون قرابة 97% من السكان يتوفر لديهم الاشتراك في الكهرباء ما يسهل وصول الانترنت لكل بيت بسهولة وبأقل تكلفة².

هذه بعض الاستثمارات التي باشرت فيها الجزائر من اجل التحول الالكتروني، وتوجت لاحقا بمشروع الجزائر الالكترونية الذي سنتطرق اليه في المطلب الموالي

المطلب الثاني: استراتيجية الجزائر الالكترونية 2013

ارادت الجزائر مواكبة التطورات الحاصلة في العالم، فسعت جاهدة الى ركوب موجة التغير والتحول نحو الحكومة الالكترونية وذلك بتسطير استراتيجية تمكنها من الوصول افق 2023، ومن خلال هذا المطلب سنستعرض هذه الاستراتيجية ومدى نجاحها.

1. التعريف بمشروع الجزائر الالكترونية

بقي مصطلح الإدارة الالكترونية الى مرحلة متأخرة مفهوم يكتنفه الغموض في أذهان المسؤولين والمختصين والقائمين على قطاع تكنولوجيا الاعلام والاتصال في الجزائر، حيث يتضح من خلال النقاشات المختلفة انحصار المفهوم فيما يقوم به قطاع وزارة البريد وتكنولوجيا الاعلام والاتصال، ويبقى تطبيق الإدارة الالكترونية مهمة هذا القطاع بشكل انفرادي، الى غاية صدور استراتيجية الجزائر الالكترونية 2013 "E- Algeria 2013" وهي وثيقة صدرت في ديسمبر 2008 والتي تمثل حسب ما ورد فيها أول وثيقة رسمية تحمل معالم برنامج إدارة الكترونية متكاملة في الجزائر، وحسب وزير القطاع آنذاك " مشروع الجزائر الالكترونية 2013 والذي يضم عدة محاور يهدف الى بناء مجتمع المعلومات وتحريك الاقتصاد وجعله رقمي، إضافة الى تقليص البيروقراطية والوصول الى

¹ Power Line Communication

² نفس المرجع السابق، ص 201.

الفصل الثاني: التحول نحو الإدارة الإلكترونية للقطاع السياحي

سرعة اتخاذ القرار¹، وتم اعداد وثيقة استراتيجية الجزائر الالكترونية بعد التشاور مع الإدارات العمومية والمتعاملين الاقتصاديين العموميين والخواص، الجامعات ومراكز البحث والجمعيات المهنية التي تنشط في مجال تكنولوجيا الاعلام والاتصال، اذ شارك أكثر من 300 شخص في طرح الأفكار ومناقشتها خلال ستة أشهر²، وتهدف هذه الاستراتيجية بالأساس الى تحسين قدرات التعليم والبحث والابتكار، وانشاء كوكبات صناعية في مجال TIC ورفع جاذبية البلد وتحسين حياة المواطنين³، وبالرجوع الى وثيقة مشروع الجزائر الالكترونية يتبين لنا مجموعة من الأهداف الرئيسية والتي يمكن حصرها فيما يلي⁴:

- ضمان الفعالية في تقديم الخدمات الحكومية للمواطنين وأن تكون متاحة للجميع وذلك بتسهيل وتبسيط المراحل الإدارية التي تسعى من خلالها الى الحصول على وثائق ومعلومات؛
- التنسيق بين مختلف الوزارات والهيئات الرسمية؛
- مكافحة البيروقراطية التي تشكل كبحا لتنمية البلاد؛
- تحسين نوعية الخدمات المقدمة للمواطنين في مختلف مجالات حياة مجتمعنا والمساهمة كذلك في تجسيد مبادئ العدالة الاجتماعية والمساواة على أرض الواقع، وكذا تحقيق السياسة الوطنية الحوارية عن طريق تقريب الإدارة من المواطن؛
- حماية البلاد والمجتمع ضد آفة الجريمة المنظمة والعبارة للحدود وكذا ظاهرة الإرهاب والتي تستعمل غالبا تزوير وثائق الهوية والسفر كوسيلة للانتشار؛
- القضاء على معاناة المواطن من جوانب الحياة اليومية، فالإدارة الالكترونية توفر عن المواطن مشقة التنقل لاستخراج وثائق او لاستفسارات حول انشغالاته.

¹ خالد قاشي وآخرون، استراتيجية الجزائر الالكترونية 2013: فجوة النظرية والتطبيق، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، المجلد 2، العدد2، 2013، ص 92.

² عبد القادر بلعربي وآخرون، تحديات التحول الى الحكومة الالكترونية في الجزائر، ورقة بحثية مقدمة في فعاليات الملتقى الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، خميس مليانة، الجزائر، 14، 13 مارس 2012، ص7.

³ باية وقنوني، نادية عبد الكريم، تطبيقات الحكومة الالكترونية في الجزائر وتحدياتها، مجلة اقتصاديات الاعمال والتجارة، المجلد5، العدد1، 2020، ص 37.

⁴ بوراس بودالية، واقع التجارة الالكترونية في الجزائر، مجلة البصائر للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد1، العدد1، 2021، ص 27.

2. محاور استراتيجية الجزائر الإلكترونية

تتمحور استراتيجية الجزائر الإلكترونية حول 13 محور رئيسي، ولكل محور رئيسي تم إعداد وتقييم الوضع وتحديد أهدافه الرئيسية والخاصة الواجب تحقيقها خلال الخمس سنوات اللاحقة، إضافة إلى قائمة من العمليات الواجب تجسيدها، وفيما يلي سنستعرض المحاور 13 مع إبراز أهم الأهداف لكل محور¹:

- أ. تسريع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الإدارة العمومية: وفي هذا السياق تم وضع أهداف خاصة وأحياناً مشتركة لكل دائرة وزارية، وهي تخص الجوانب التالية:
 - استكمال البنى الأساسية التحتية؛
 - وضع نظم إعلامية مندمجة؛
 - نشر تطبيقات قطاعية متميزة؛
 - تنمية الكفاءات البشرية؛
 - تطوير الخدمات الإلكترونية لفائدة المواطنين والشركات والعمال والإدارات الأخرى.
- ب. تسريع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الشركات: استخدام TIC أضحى أمراً ضرورياً من أجل تحسين الأداء ورفع القدرة التنافسية لدى المؤسسات، لهذا تم ادماج TIC في القطاع الاقتصادي من خلال الأهداف التالية:
 - دعم امتلاك TIC من قبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
 - تطوير تطبيقات لتحسين أداء المؤسسات؛
 - تطوير عرض خدمات الكترونية من طرف الشركات.
- ت. تطوير الآليات والإجراءات التحفيزية الكفيلة بتمكين المواطن من الاستفادة من تجهيزات وشبكات تكنولوجيا الإعلام والاتصال: عن طريق إعادة بعث عملية " اسرتك" وذلك بتوفير حواسيب شخصية وخطوط ذات التدفق السريع، مع توفير التكوين ومضامين متميزة لفئات المجتمع/ الزيادة بقدر معتبر في عدد الفضاءات العمومية الجماعية ومقاهي الانترنت والمنصات المتعددة الوسائط وحضائر المعلوماتية الخ.

¹ لمزيد من التفاصيل عد إلى:

- République Algérienne Démocratique et Populaire, e-COMMISSION, e-Algérie 2013, SYNTHÈSE, Décembre 2008.

- فضيلة خلفون، مرجع سبق ذكره، ص ص : 168-173.

الفصل الثاني: التحول نحو الإدارة الإلكترونية للقطاع السياحي

ث. دفع تطوير الاقتصاد الرقمي: وذلك من خلال تهيئة الظروف المناسبة لتطوير صناعة TIC تطويرا مكثفا من خلال مايلي:

- مواصلة الحوار الوطني بين الحكومة والشركات والذي تمت مباشرته في إطار إعداد استراتيجية " الجزائر الإلكترونية؛
- توفير كل الظروف الملائمة لتثمين الكفاءات العلمية والتقنية الوطنية في مجال انتاج البرمجيات وتوفير الخدمات والتجهيز؛
- وضع إجراءات تحفيزية لإنتاج المضمون؛
- توجيه النشاط الاقتصادي في مجال TIC نحو التصدير.

ج. تعزيز البنية الأساسية للاتصالات ذات التدفق السريع والفائق السرعة: ويتفرع هذا المحور بدوره الى 4 اهداف رئيسية هي:

- تأهيل البنية التحتية الوطنية للاتصالات؛ - تأمين الشبكات؛ - نوعية خدمات الشبكات؛
- التسيير الفعال لنطاق dz.

ح. تطوير الكفاءات البشرية: وذلك من خلال الاهتمام بتلقين TIC لجميع فئات المجتمع، وإعادة النظر في برامج التكوين والتعليم.

خ. تدعيم البحث والتطوير والابتكار: يستلزم الاقتصاد القائم على المعرفة تفاعلا قويا بين البحث والتطوير وعالم الاقتصاد، حيث لابد من تطوير المنتجات والخدمات ذات القيمة المضافة في مجال TIC.

د. ضبط مستوى الإطار القانوني الوطني: فلا بد من ضبط الإطار القانوني حتى يتماشى مع الممارسات الدولية ومتطلبات مجتمع المعلومات والاعتماد على التجربة المعاشة بكل نقائصها وصعوباتها.

ذ. الاعلام والاتصال: إعداد وتنفيذ مخطط اتصال حول مجتمع المعلومات في الجزائر مع إقامة نسيج جمعي كامتداد للمجهود الحكومي.

ر. تثمين التعاون الدولي: وذلك من خلال المشاركة الفعالة في الحوار والمبادرات الدولية، وإقامة شركات استراتيجية بهدف امتلاك التكنولوجيا والمهارات.

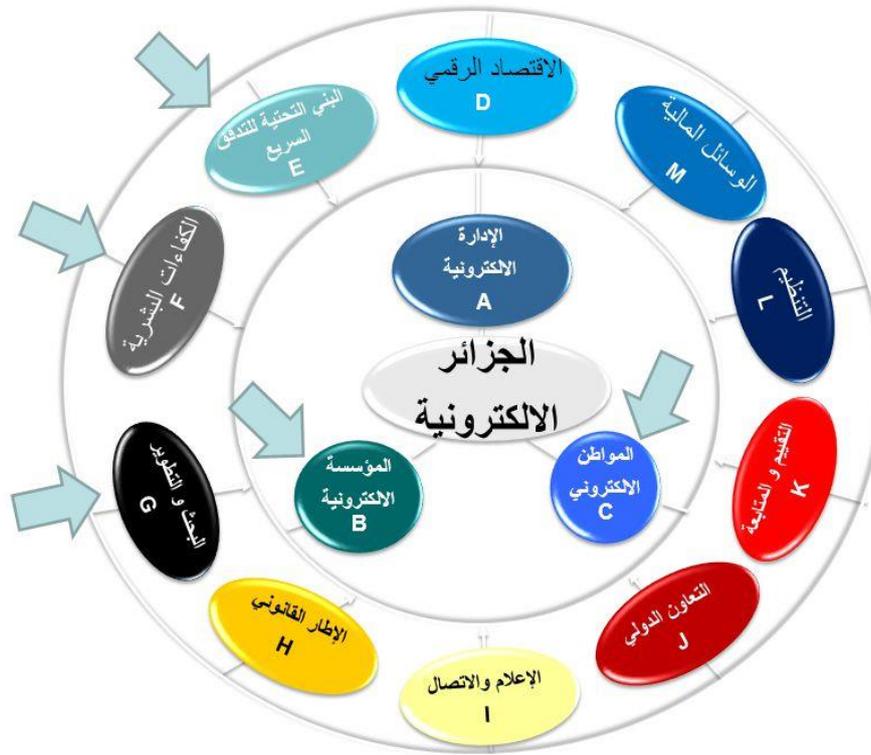
ز. وضع آليات التقييم والمتابعة: وذلك من خلال إعداد الإطار التصوري لنظام مؤشرات نوعية، إعداد قائمة مؤشرات ملائمة.

الفصل الثاني: التحول نحو الإدارة الإلكترونية للقطاع السياحي

س. إجراءات تنظيمية: بمعنى وضع تنظيم مؤسستي¹ متناسق الذي سيضمن التنفيذ الفعلي لاستراتيجية "الجزائر الإلكترونية 2013".

ش. الموارد المالية: حيث يستلزم تنفيذ المشروع أموالا طائلة، فقد رصدت الدولة ما يفوق 230 مليار دينار لإتمام مشروع الجزائر الإلكترونية ككلفة استثمار تشمل أيضا منظومة الانترنت وتطوير البرمجيات، وضمن هذا المبلغ رصد 85 مليار دينار لتطوير المنشآت الأساسية والموارد البشرية. والشكل الموالي يقوم بتلخيص جميع المحاور السابقة الذكر:

شكل رقم (II-4): المحاور الرئيسية للجزائر الإلكترونية 2013



المصدر: بوحدة رشيدة، البنية التحتية للتدفق السريع في الجزائر: الوضعية والآفاق، اليوم البرلماني حول التدفق السريع والاقتصاد الرقمي ودورها في التنمية، 3 جوان 2010.

من خلال جميع المحاور السابقة نلاحظ ان مشروع الجزائر الإلكترونية يهدف الى تجسيد استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في خدمة المواطن وهذا ببرمجة 1000 عملية على مستوى كل

¹ في إطار إصلاحات قطاع الاتصالات وضعت الجزائر هيكل دعم لسياستها في مجال TIC ترتب عن هذه الإصلاحات تحويل وزارة البريد والمواصلات سابقا الى وزارة البريد وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، الى جانب إنشاء شركتين منفصلتين " اتصالات الجزائر" و" بريد الجزائر" وإقامة سلطة الضبط مما يسمح بالفصل بين الاستغلال والضبط ورسم السياسة القطاعية، وايضا تم تشكيل لجنة وزارية يترأسها الوزير الأول وتضم الوزراء المعنيين بهذا المجال تدعى " اللجنة الإلكترونية" وتساعدتها " لجنة تقنية" من أجل تقديم الدعم التقني اللازم لإنجاح المشروع.

الادارات العمومية ، المؤسسات والمجتمع اين نالت الإدارات العمومية الجزء الأكبر من هذه العمليات ب 824 عملية تستهدف تسريع استخدام TIC فيها¹.

3. برامج تنفيذ مشروع الجزائر الإلكترونية 2008-2013

تتمثل هذه البرامج في²:

- أ. برنامج تطوير التشريعات: من خلال إعداد قوانين بنظم المعاملات الحكومية الإلكترونية وتطوير التشريعات القائمة؛
- ب. برنامج تطوير البنية المالية: يعمل البرنامج على تطوير المؤسسات ماليا لتصبح أكثر مرونة؛
- ت. برنامج التطوير الإداري والتنفيذي: ويشمل تطوير أساليب العمل في الجهات المقرر استخدامها للمعاملات الإلكترونية؛
- ث. برنامج التطوير الفني : يركز البرنامج على استخدام التكنولوجيا الرقمية في المصالح الحكومية مع استخدام أحدث الأجهزة والمعدات وأنظمة قواعد البيانات وتحديث البنية الأساسية للاتصالات والمعلومات؛
- ج. برنامج تنمية الكوادر البشرية: من خلال اعداد خطة لتدريب فرق العمل القائمة لتنفيذ مشروع الحكومة الإلكترونية، والاهتمام بتطوير تخصصات في مجال تكنولوجيا الاعلام والاتصال في الجامعات ومراكز التكوين المهني ؛
- ح. برنامج الاعلام والتوعية: وذلك من خلال انتهاج خطة تعرف المجتمع بمزايا التحول الإلكتروني وكيفية الاستفادة منها.

4. إنجازات الحكومة الإلكترونية في الجزائر (نماذج قطاعية)

رغم انه وبعد مرور حوالي 10 سنوات على آجال انتهاء مشروع الجزائر الإلكترونية الذي كان مزعم سنة 2013 الا انه لم يكتمل التحول الإلكتروني بعد في الجزائر وقد تم تمديد آجال

¹ حورية قاسمي، مرجع سبق ذكره، ص 130.

² سيد أحمد مسيردي ، خديجة سعدي ، مشروع الجزائر الإلكترونية : واقع وتحديات، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، المجلد2، العدد2، 2013، ص ص : 279،280

الفصل الثاني: التحول نحو الإدارة الإلكترونية للقطاع السياحي

مشروع الحكومة الإلكترونية الى غاية 2018¹ بسبب عدم اكتمال الإنجاز حيث انجز 55 % فقط نهاية سنة 2013، ولكن هذا لا يعني ان الجزائر خطت خطوات معتبرة في سبيل التحول الى حكومة الكترونية والدليل ما تم تحقيقه في أكثر من قطاع، وهذا ما يمكن ان نبينه في النماذج التالية²:

أ. الخدمات الإلكترونية المقدمة من طرف وزارة العدل: نذكر منها

- الاطلاع على منطوق الاحكام والقرارات الخاصة عبر نافذة " مآل قضيتك"؛
- استخراج صفيحة السوابق العدلية (رقم3) عبر الانترنت؛
- استخراج شهادة الجنسية الجزائرية عن طريق الانترنت؛
- سحب المحامين النسخ العادية للاحكام والقرارات والامر والمحركات القضائية الكترونيا؛
- التصحيح الالكتروني للأخطاء الواردة في سجلات الحالة المدنية عبر الانترنت؛
- البطاقة المهنية البيومترية لقطاع العدالة.

ب. وزارة الداخلية والجماعات المحلية: تقدم العديد من الخدمات الكترونيا نذكر منها:

- طلب بطاقة التعريف البيومترية ومتابعتها حتى استلامها حيث يصلك اشعار على رقم الهاتف الذي دونته بوصولها؛ _ شهادة ميلاد S12؛
- طلب جواز السفر البيومترية؛ - طلب شهادة الكفاءة لرخصة السياقة؛
- التعرف على مختلف الإجراءات التي يجب القيام بها من أجل الحصول على خدمة معينة عن طريق تطبيق اجراءاتي.

ت. وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيا والرقمنة: وهي تقدم العديد من الخدمات نذكر منها:

- البوابة الوطنية للصفقات العمومية: وربطها هو <https://marches-publics.gov.dz> وهو فضاء واسع لجميع المتعاملين العموميين في مجال الصفقات العمومية، ولكل المهتمين بها، والتي تهدف الى السماح بنشر ومبادلة الوثائق والمعلومات المتعلقة بالصفقات العمومية وابعادها بطريقة الكترونية؛

¹خالد قاشي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 106.

²نافع زينب، مجيد شعباني، الخدمات العمومية الإلكترونية في الجزائر: نحو إرساء الحكومة الإلكترونية، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، المجلد 14، العدد 5، 2020، ص ص : 128-131

- **بوابة المواطن:** حيث قامت الوزارة بإنشاء هذه البوابة سنة 2011، وهي تخضع للتحديث منذ 2017.
- **بالإضافة الى مختلف الخدمات الإلكترونية المقدمة في إطار بريد الجزائر نذكر منها:** خدمة الاطلاع على الرصيد عبر الانترنت، خدمة طلب نماذج من الصكوك البريدية، خدمة الحصول على كشف العمليات، خدمة بطاقة الائتمان الذهبية وما توفره من خصائص " سحب، إطلاع...، خدمة تسديد فواتير الغاز والكهرباء والهاتف عبر الانترنت، خدمة تفعيل الرسائل القصيرة للاعلام في حالة القيام باي عملية على الحساب البريدي.
- ث. **وزارة التعليم العالي والبحث العلمي:** عملت الوزارة على تطوير وتحويل مختلف خدماتها باستعمال الوسائل التكنولوجية الحديثة ومن بين الخدمات الإلكترونية التي اطلقتها الوزارة نذكر:
 - **التعليم عن بعد؛** التسجيل الإلكتروني لحاملي شهادة البكالوريا الجدد؛ التسجيلات الخاصة بالماستر والدكتوراه عبر مواقع الكترونية خاصة بها؛ موقع البوابة الجزائرية للمجلات العلمية <https://www.asjp.cerist.dz>، وموقع الاطروحات <https://www.sndl.cerist.dz>؛
 - الإعلان عن فتح المسابقات في قطاع التعليم العالي الكترونيا ونشر نتائجها؛ الإعلان عن مختلف المنح الوطنية والعالمية على موقع الوزارة، مع إمكانية التسجيل عن بعد.
- ج. **وزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي:** من بين الخدمات التي تقدمها نذكر:
 - **بطاقة الشفاء** والتي بدأ العمل بها منذ 2007؛ التصريح عن بعد باشتراكات الضمان الاجتماعي؛ الدفع الإلكتروني لاشتراكات الضمان الاجتماعي؛ بوابة الهناء والتي تسمح للمؤمن اجتماعيا بالحصول على حساب خاص.

المطلب الثالث: واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر

تعتبر TIC بنية تحتية ضرورية لقيام الإدارة الإلكترونية، وتفعيل مجتمع المعرفة الذي هو أساس الاقتصاد الرقمي الذي اصبح العالم يراهن عليه من اجل افتكاك مكانة في الأسواق الدولية، وقاعدة ينطلق منها أي مشروع تحول رقمي، سواء على المستوى الكلي (حكومة الكترونية)، او جزئي المؤسسات ، ويتم تقييم وضعية تكنولوجيا وضعية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عبر العالم بمجموعة من المؤشرات التي تعطي نظرة على مدى التقدم في هذا المجال، ومن خلال هذا المطلب سنتطرق لمجموعة مؤشرات في الجزائر تبين لنا وضعية TIC .

الفصل الثاني: التحول نحو الإدارة الإلكترونية للقطاع السياحي

1. مؤشر تطور استعمال الهواتف الثابتة والهواتف النقالة

شهد سوق الاتصالات في الجزائر نموا كبيرا ، وسنرى ذلك من خلال تطور الهاتف الثابت والهاتف النقال خلال الفترة 2020/2014

الجدول رقم (II-2): تطور استعمال الهواتف الثابتة والهواتف النقالة 2020/2014

المؤشر	2014	2015	2016	2017	2018	2019	س.أ. 2020
عدد المشتركين في شبكة الهاتف الثابت	3098787	3267592	3404709	4100982	4164039	4635217	4709374
عدد المشتركين في شبكة الهاتف النقال	43298174	43390965	45817856	45845665	47154264	45425533	44411730

المصدر: الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية ،مديرية الإحصاء والدراسات والاستشراف، تقرير التنمية لسوق الهاتف والانترنت في الجزائر للسداسي الأول 2020. من خلال الجدول أعلاه نلاحظ زيادة المشتركين في شبكة الهاتف الثابت منذ 2014 الى غاية السداسي الأول من سنة 2020 حيث كانت 3098787 في سنة 2014 لتصل الى 4709374 خلال السداسي الأول 2020 بنسبة تطور 34,19 % وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

شكل قم (II-5): تطور مشركي الهاتف الثابت خلال الفترة 2020/2014



المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على الجدول رقم (II-2)

الفصل الثاني: التحول نحو الإدارة الإلكترونية للقطاع السياحي

والملاحظ أن النسبة الأكبر من الاشتراكات من نصيب الاشتراكات السكنية بنسبة 90.71% مقابل 9,28% اشتراكات مهنية خلال السداسي الأول لسنة 2020 أما عن نسبة الولوج للشبكة بالنسبة للأسر فقد بقيت ثابتة خلال ذات الفترة عند قيمية 57%.

أما بالنظر الى شبكة الهاتف النقال فنلاحظ انها بدورها عرفت نموا خلال ذات الفترة 2018/2014 بنسبة 8,17% بعدها عرف تراجع خلال سنة 2019 بنسبة 3,80% وتراجع آخر خلال السداسي الأول لسنة 2020 بنسبة 2,28% ، والشكل التالي يبين ذلك بوضوح

الشكل رقم (II-6): تطور مشتركري الهاتف النقال خلال الفترة 2020/2014



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الجدول رقم (II-2).

والجدير بالذكر ان الانخفاض الذي سجلته الجزائر سجل أيضا على المستوى الدولي وفقا للمنظمة العالمية للاتصالات ITU وأن النسبة الأكبر لاشتراكات الهاتف النقال تهيمن عليه اشتراكات الدفع المسبق بنسبة 91,58% مقابل 8,42% لاشتراكات الدفع البعدي خلال السداسي الأول لسنة 2020، أما فيما يخص كثافة الهاتف النقال فقد سجلت نوع من الاستقرار منذ 2014 وفي 2020 سجلت نسبة 101,17 بانخفاض قدره 2% مقارنة بسنة 2019 وهذا يفسر بانخفاض عدد الاشتراكات من جهة وزيادة عدد السكان من جهة أخرى.

وخلال 2020 أكثر من 83% من اشتراكات الهاتف النقال هم اشتراكات الجيل الثالث والرابع بزيادة قدرها 1,98% مقارنة ب 2019، وبلغت نسبة تغطية السكان بشبكة الجيل الرابع 53,63% خلال سنة 2019.

2. مؤشر تطور الانترنت

أصبحت الانترنت اليوم عصب الحياة اليومية للعام والخاص، ومن لا ينتسب الى الانترنت يجد نفسه متخلف عن الركب الحضاري وفاته العديد من المستجدات المحلية والدولية ومن هنا تأتي أهمية هذا المؤشر الذي سنعرض تطوره من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (II -3): تطور مشتركى الانترنت الثابت والنقال في الجزائر

المؤشر	2015	2016	2017	2018	2019	س.أ. 2020
مجموع اشتراكات الانترنت الثابت	2262259	2859551	3220505	3063835	3580456	3675929
اشتركات الانترنت النقال	16684697	25692619	31460534	36342601	36911428	36967783

المصدر: تقرير التنمية لسوق الهاتف والانترنت في الجزائر للسداسي الأول 2020، مرجع سبق ذكره، ص ص: 7،8.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان كلا من اشتراكات الانترنت الثابت والانترنت النقال في ارتفاع، فاذا أخذنا سوق الانترنت الثابت نلاحظ انه في ارتفاع الى غاية 2018 اين عرف تراجع طفيف يقدر ب 5,11% ليرجع ثانية الى النمو سنة 2019 وفي نهاية السداسي الأول لعام 2020 ارتفع عدد المشتركين في الانترنت الثابت بنحو 95470 مشترك مقارنة بعام 2019 بزيادة قدرها 2,6% واذما ما لاحظنا عدد الاشتراكات حسب نوع التكنولوجيا نجد النسبة الأكبر مشتركة في خدمة **ADSL** ب 2410242 مشترك أي بنسبة 65,56%، تليها اشتراكات الجيل الرابع الثابت **4G LTE FIXE** ب 1201586 مشترك بنسبة 32,68% والباقي موزعة بين الاليف البصري **FTTX** بنسبة 1,45%، الوايماكس بنسبة 0,01%، وروابط مخصصة **LS** بنسبة 0,27% وهي نسب ضئيلة ولشكل التالي يبين لنا بوضوح تطور اشتراكات الانترنت الثابت في الجزائر.

الفصل الثاني: التحول نحو الإدارة الإلكترونية للقطاع السياحي

شكل رقم (7- II): تطور اشتراكات الانترنت الثابت في الجزائر



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الجدول رقم (II - 3)

وإذا لاحظنا اشتراكات الانترنت النقال نجدها في ارتفاع منذ سنة 2017 الى غاية السداسي الأول من سنة 2020 اين بلغت الاشتراكات 36967783 مشترك، وإذا ما قارناها بالانترنت الثابت نجد فجوة كبيرة حيث الانترنت النقال أضعاف مضاعفة الأنترنت الثابت، اغلب اشتراكات الانترنت النقال هي في خدمة 4G بنسبة 71,22 % والباقي اشتراكات في 3G بنسبة 28,77 %، والملاحظ أيضا ان اشتراكات الانترنت النقال عرفت زيادة خلال السداسي الأول لسنة 2020 بمقدار 0,15 مقارنة بسنة 2019 وهذا برغم الانخفاض في عدد مشتركى الهاتف النقال وهذا يمكن ارجاعه الى هجرة المستعملين من الجيل الثالث الى الجيل الرابع للحصول على تدفقات أفضل، أما فيما يخص تطور كثافة الانترنت الهاتف النقال فقد عرفت تطورا خلال الفترة 2020 /2015 فبعد ان كانت 41 % سنة 2015 بلغت 83,44 % والشكل الموالي يوضح تطور اشتراكات الانترنت النقال في الجزائر.

شكل رقم (8- II): تطور اشتراكات الانترنت النقال في الجزائر خلال الفترة 2020/2015



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الجدول رقم (II - 3)

الفصل الثاني: التحول نحو الإدارة الإلكترونية للقطاع السياحي

الجدير بالذكر ان هناك ثلاث متعاملين في سوق اتصالات النقال سواء هاتف او انترنت وهم :

- الجزائر للاتصالات (ATM) المعروفة تجاريا باسم MOBILIS؛
- اوبتيكوم تليكوم (OTA) الجزائر المعروفة تجاريا باسم DJEZZY؛
- الوطنية للاتصالات (WTA) الجزائر المعروفة تجاريا باسم OOREDOO.

وحسب تقرير سوق الهاتف لسنة 2020 فان موبيليس هي الرائدة في سوق الهاتف النقال بنسبة 42% تليها "جيزي" بنسبة 31,42% وفي الأخير "اوريدو" بنسبة 26,58%. وحسب ذات التقرير "موبيليس" الأولى في سوق الانترنت النقال بعدد اشتراكات 15948419 مشترك ما يعادل نسبة 43,14% تليها "الجيزي" بنسبة 29,48% وفي الأخير "OOREDOO" بنسبة 27,83%.

3. مؤشر تنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (IDI¹)

وهو المؤشر الرئيسي الذي يهتم قطاع تكنولوجيا الاعلام والاتصال، ينشر من قبل الاتحاد الولي للاتصالات، وهو مؤشر مركب مصمم للمساعدة في تقييم ومقارنة تكنولوجيا الاعلام والاتصال داخل وما بين الدول والجدول التالي يبين تطور المؤشر خلال الفترة 2017/2015

جدول رقم (II-4): تطور مؤشر IDI

السنة	2015	2016	2017	2019/2018
الترتيب	113	106	102	لم ينشر
قيمة المؤشر	3,71	4,32	4,67	

المصدر: الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، مديرية الإحصاء الدراسات والاستشراف، تقرير المؤشرات الدولية المتعلقة بقطاع البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، جانفي 2020، ص2.

من الجدول أعلاه نلاحظ ان الجزائر أحرزت تقدما عاما بعد عام من حيث قيمة المؤشر ومن حيث الترتيب مؤشر IDI ، فقد كانت قيمة المؤشر في 2015 تقدر ب 3,71 لترتفع في 2017 الى 4,67 ، وكانت تحتل المرتبة 122 سنة 2015 لتتقدم الى المرتبة 108 سنة 2017. ولهذا المؤشر 3 مؤشرات فرعية سنبينها في الجدول التالي:

¹ مؤشر IDI هو اختصار ل Indice de Développement des Tic وهو الرقم القياسي لتنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، يتكون من 11 مؤشر مختلف على سلم من 0 الى 10 شمن ثلاث مؤشرات فرعية: **المؤشر الأول** يقيس النفاذ الى البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، **المؤشر الثاني** يقيس استعمال هذه التقنية، **المؤشر الثالث** يقيس المهارات في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات .

جدول رقم (II-5): تطور المؤشرات الفرعية لمؤشر IDI

السنة/ اسم المؤشر الفرعي	2015	2016	2017	2018/2019
قيمة المؤشر	4,27	4,83	5,14	لم ينشر
الترتيب	110	102	98	لم ينشر
قيمة المؤشر	1,52	3,38	2,92	لم ينشر
الترتيب	122	110	108	لم ينشر
قيمة المؤشر	6,98	6,10	6,29	لم ينشر
الترتيب	93	87	80	لم ينشر

المصدر: تقرير المؤشرات الدولية المتعلقة بقطاع البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، مرجع سبق ذكره، ص 3. من الجدول أعلاه نلاحظ المؤشرات الفرعية لمؤشر IDI في تحسن من سنة الى اخرى والترتيب في تحسن أيضا وهذا راجع الى جهود الدولة ومساعدتها لتطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والوصول الى مجتمع المعلومات، ماعدا مؤشر مهارات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالرغم من أنه الأكبر في القيمة والترتيب معا فنلاحظ انه عرف تراجعا طفيفا في سنة 2016 ليعود ويرتفع في 2017 لكن بقيمة أقل من التي كان بها 2015.

4. المؤشر العام لتطور الحكومة الإلكترونية EGD¹

يمكن لنا أيضا تقييم وضعية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات باستخدام مؤشر تطور الحكومة الإلكترونية كون من بين مؤشرات الفرعية المؤشر الفرعي للبنية التحتية TII الذي يكون بناء على البيانات المقدمة من الاتحاد الدولي للاتصالات. حيث تقوم الأمم المتحدة بدراسة استبائيته كل سنتين عن الحكومة الإلكترونية لتقييم مدى تطورها للدول الأعضاء في الأمم المتحدة والبالغ عددهم 193 دولة والجدول التالي يبين قيم المؤشر وترتيب الجزائر حسب

¹ EGD¹ المؤشر العام لتطور الحكومة الإلكترونية E-Gouvernement Développement Index وهو مؤشر مكون من ثلاث مؤشرات فرعية : الأول مؤشر الخدمات الإلكترونية (OSI) Online Service Index ويفترض هذا المؤشر مرور الخدمات بأربعة مراحل تتمثل في خدمات المعلومات الأساسية، خدمات المعلومات المتقدمة، خدمات المعاملات، الخدمات التفاعلية، ويتم استخراج درجة الإنجاز في هذه المراحل بجانب عوامل أخرى كأدوات قياس لهذا المؤشر، الثاني مؤشر رأس المال البشري (HCI) Human Capital Index ويتم قياسه بناء على أربعة عناصر ، والثالث مؤشر البنية التحتية للاتصالات (TII) Télécommunication Infrastructure Inde. انظر

- ADNANE Houria, BENLAHCEN Lahouari, E-gouvernement et développement local en Algérie E-gouvernement and local développement in Algeria, Revue Droit, Société et Pouvoir, Vol 11 ,N 01, 2022,p 443 .

الفصل الثاني: التحول نحو الإدارة الإلكترونية للقطاع السياحي

جدول رقم (II-6): تطور مؤشر EGDI ومؤشراته الفرعية

السنوات	الرتبة	EGDI	OSI	HCI	TII
2012	132	0,3608	0,2549	0,5463	0,1812
2014	130	0,3156	0,0787	0,6542	0,1989
2016	150	0,2999	0,652	0,6412	0,1934
2018	130	0,4227	0,2153	0,6640	0,3889
2020	120	0,5173	0,2765	0,6966	0,6787

المصدر: بن الزين ايمان، صالحى سميرة، الحكومة الإلكترونية ومقارنتها بأفضل نماذج الحكومة الإلكترونية العالمية الرائدة، مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد والإدارة، المجلد 4، العدد 2، 2020، ص 36.

من الجدول أعلاه نجد أن خدمات الحكومة الإلكترونية في الجزائر بلغت احسن معدلاتها سنة 2020 بسبب جائحة كورونا ، التي نشطت وفعلت دور الحكومة الإلكترونية في العديد من المجالات لاستمرار الاعمال ، والعديد من الخدمات جاءت للتعامل مع الازمة والتقليل من آثارها، وقدمت الحكومة الجزائرية خدمات الكترونية مبتكرة مثل ربط المستشفيات بشبكة رقمية، وكذا تفعيل منصات التعليم عن بعد، كما ازداد الطلب على الخدمات الإلكترونية كخدمات الدفع الإلكتروني مثلا، وإذا ما لاحظنا المؤشرات الفرعية نجد ان مؤشر OSI يأتي في المرتبة الأخيرة رغم تحسنه من سنة لأخرى، ومؤشر الراس المال البشري يحتل الصدارة في المؤشرات الفرعية وهو في تطور مستمر وهذا ما يرجع الى مساعي الدولة التي بذلتها في التعليم والصحة والبحث والتطوير، كذلك نجد مؤشر البنية التحتية يعرف معدلات ضعيفة لكن في سنة 2020 عرف تطور ملحوظ بسبب جهود الدولة لتطوير قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات خاصة في ظل جائحة كورونا وما تفرضه من ضرورة التعامل عن بعد.

وفي نهاية هذا المطلب نقول ان الجزائر ختت خطوات كبيرة في سبيل التحول الرقمي وبناء مجتمع المعلومات، الا ان هذه الخطوات تبقى متأخرة اذا ما قورنت بدول العالم وحتى ما اذا قارناها بالدول المجاورة وهذا ما لاحظنا من خلال ترتيب الجزائر وفق المؤشرات الدولية لقياس الجاهزية الإلكترونية ، لذلك على الجزائر ان تكثف جهودها وتعيد النظر في استراتيجيتها من اجل اللحاق بركب الاقتصاد الرقمي العالمي.

المبحث الرابع: تطبيق الإدارة الإلكترونية في القطاع السياحي

لا يوجد اختلاف على ان ثورة المعلوماتية وتطور شبكة الانترنت قد أثرت في كافة القطاعات الاقتصادية المحلية والعالمية، وقد اختلف هذا التأثير من صناعة الى أخرى ولكن مما لا شك فيه ان صناعة السياحة هي من أكثر الصناعات التي تأثرت بعصر المعلومات والانترنت، حيث ظهر لنا مفهوم جديد اتشر سريعا في الآونة الأخيرة وهو مفهوم السياحة الإلكترونية، ومن خلال هذا المبحث سنحاول الالمام بأساسيات هذا المفهوم.

المطلب الأول: تعريف السياحة الإلكترونية وأهميتها

ان اندماج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مع القطاع السياحي تولد عنه ما يسمى " السياحة الإلكترونية"، واستخدم هذا المصطلح لأول مرة مع بداية خدمة الوب "www" ودخول الانترنت في سوق التجارة العالمية تزامنا مع استخدامات الانترنت المختلفة (B2B, B2C , C2C)، كما يعبر موقع(Dégriftour) اول موقع مختص في السياحة أنشئ عام 1991¹ واعد بعثه سنة 2012 باسم(Degriftour Sélection)² ولا يزال الى اليوم ينافس في هذا المجال.

1. تعريف السياحة الإلكترونية

تعرفها ³ OMT بأنها " هي تلك الطريقة الافتراضية التي يسافر بها السائحون، ويعطون انطباعاتهم حول رحلتهم المحتملة، وأيضا هي تلك الطريقة التي تجعل مستخدمي الانترنت سياح فعليين من خلال تقديم لهم عروض عن الخدمات السياحية الكترونيا يطلعون عليها عن طريق جولة في الانترنت حول العروض السياحية المتاحة"، حيث ان تكنولوجيا المعلومات والاتصالات خدمت القطاع السياحي كثيرا ، فأغلب الأنشطة السياحية اليوم أصبحت تستكمل الكترونيا خاصة من جهة المسائح (المستهلك)، فاليوم أي شخص يخطط للقيام برحلة اول شيء يفعله هو القيام بعملية بحث على الشبكة عن معلومات حول الوجهة المراد زيارتها، بعدها تحديد العروض المتاحة، مقارنة أسعار هذه العروض بالاستعانة بمواقع متخصصة، استخدام خدمات الحجز

¹ منصورى مونية،، جلام كريمة، التجارة الإلكترونية ضرورة حتمية لتفعيل السياحة الإلكترونية في الجزائر، مداخلة في الملتقى الدولي الصناعة السياحية والتنمية المستدامة واقع وآفاق، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم ، ص7.

² <https://www.officiel-des-vacances.com/> vue le : 20/06/2022.

³ Organisation Mondiale du Tourisme هي منظمة تابعة لأمم المتحدة أنشأت سنة 1974 تهتم بشؤون الدول من الناحية السياحية، وتصدر الاحصائيات المتعلقة بالعروض والطلب السياحي على مستوى العالم، ومقرها في مدريد.

الإلكتروني، شراء التذاكر الكترونياً، وحتى إمكانية الاستعلام وتبادل المعارف مع ذوي الخبرات في النشاطات السياحية عن طريق منتديات الحوار مثلاً، وكل هذا يسمى **سياحة الكترونية**¹. وتعرفها المنظمة الدولية للسياحة الإلكترونية² " بأنها تلك الخدمات التي توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصال بغرض انجاز وترويج الخدمات السياحية والفندقية عبر مختلف الشبكات المفتوحة والمغلقة، بالاعتماد على مبادئ وأسس التجارة الإلكترونية، ويتعدى في الواقع مفهومها الى ابعد من ذلك فهي تشمل حتى سياحة الجوال " M.Tourisme " المستخدمة للأجهزة الإلكترونية الجواله كالهواتف المحمولة الذكية، والمفكرات الإلكترونية المحمولة وغيرها، وبذلك فان تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تستخدم من طرف جميع شركاء القطاع السياحي من مؤسسات وهيئات وأفراد، وقد تستغل هذه التكنولوجيا في تشييد وإقامة كيانات سياحية يتطلب تشغيلها قدراً من المعرفة التكنولوجية لدى روادها، مثل الفنادق الذكية³.

كما تعرف بانها " كل النشاطات المتعلقة بالقطاع السياحي التي تتجز على الانترنت، فمن منطلق السائح السياحة الإلكترونية هي استعمال الانترنت للقيام بتنظيم رحلة سياحية، البحث عن المعلومة، شراء عرض سياحي، وأكثر من ذلك مشاركة تجربتهم السياحية في العالم الافتراضي، اما من منطلق وكالات السياحة والاسفار فهي وسيلة تسمح لهم بتقديم وترقية عروضهم السياحية على مواقع الانترنت، وكل المنصات الافتراضية مثل المدونات "Blogs" مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها"⁴.

نلاحظ من خلا ما تقدم أن أساس السياحة الإلكترونية هو استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على راسها الانترنت في تنفيذ كل او بعض الأنشطة المتعلقة بالسياحة، إما من جهة مقدمي الخدمات السياحية من وكالات السياحة والاسفار التي تقوم بالتسويق الكتروني من خلال

¹ YOUSSEF Badr, e-tourisme : enjeux et évolutions des projets écotouristiques à l'ère du numérique, mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en gestion de projet, UQAC , Université de Québec, 2019, p22 .

² IOETI : International Organization for the E.Tourism Industry هي منظمة غير ربحية تأسست سنة 2007 في مدينة سان ريمون في إيطاليا ، وفي سنة 2012 تم اشهارها كمنظمة أهلية مصرية، مهمتها الأساسية تطوير بوابات ومنصات ومجتمعات المعرفة العالمية للسياحة الإلكترونية التي توفر للمهنيين التدريب الأكثر كفاءة لتطوير التفكير الإبداعي لتصبح جزءاً من إطار عمل مبتكر للمهنيين المتغيرين باستمرار .

³ سلاي بوبكر، آفاق السياحة الإلكترونية على ضوء تجربة تونس والأردن، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد التنمية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر ، 2014، ص26.

⁴ YOUSFI Mouna , L'USAGE de l'internet et des applications mobiles dans le secteur du tourisme, la revue des sciences commerciales , pp 34,35.

تقديم العروض على مواقع الشبكة العنكبوتية (على موقع المؤسسة الخاص و/أو على مواقع متخصصة) وتتيح إمكانية بيع عروضها على الإنترنت، ومن مؤسسات النقل التي توفر معلومات عن الرحلات الموجودة وإمكانية بيع التذاكر عبر الإنترنت، وأيضا الفنادق التي تقوم بعملية التسويق الإلكتروني هي الأخرى وتتيح إمكانية حجز الإلكتروني للزبائن، أو من جهة الزبائن (السياح) الذين يقومون بتنظيم رحلاتهم السياحية إلكترونيا بدءا بالبحث عن المعلومات نهاية بمشاركة تجربتهم على الفضاء الافتراضي. وتتطلب السياحة الإلكترونية لصناعة المحتوى الرقمي عمليا أربعة مراحل أساسية هي¹:

- تجميع المعطيات السياحية (عروض، أسعار، معطيات،...)
- رقمنة المعطيات المجمعة باستخدام مختلف الوسائل التكنولوجية؛
- نشر المعلومات الرقمية إلكترونيا عبر خدمة الويب وعبر الوسائط الإلكترونية المتعددة وبأكثر من لغة؛
- تزويد الهيئات، الوكالات، المؤسسات السياحية والفندقية باشتراكات الإنترنت موزعة شبكيا ومقبولة ومتوافقة مع حجمها (فضلا عن الهاتف والفاكس).

وفي هذا المقام علينا الإشارة الى ان السياحة الإلكترونية لم تتوقف عند الحد الإلكتروني وإنما تجاوزته الى ما يسمى السياحة الذكية (الرقمية أو الافتراضية) وهذا التطور منوط أساسا بتطور في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فالسياحة الإلكترونية تعتمد على (web 2.0) والذي هو في الأساس مجموعة التطبيقات الشبكية ذات الصيغة الاجتماعية تعتمد على مجتمع المستخدمين (users/ utilisateurs) لشبكة الواب في الكثير من المهام، ومن تطبيقاته: شبكات التواصل الاجتماعي (Instagram, Facebook, WhatsAppex) او وويكي WIKI (المخصصة للتعاون من أجل إضافة أو حذف محتوى مفتوح للجميع)، أو المدونات (Blogs)، او التدوين السريع (Micro Blogging) مثل التويتر، وبشكل عام يتميز هذا النوع من الواب بمركزية البيانات محل الخدمة للاستفادة التامة والمفتوحة. بينما السياحة الذكية (الافتراضية أو الرقمية) تتعلق ب (web 4.0) المسمى كذلك ب "المصنع الذكي" الذي يعتمد على أنظمة إلكترونية للأتمتة وتبادل البيانات لمراقبة تقنيات وعمليات التصنيع، وكذلك إرساء نسخ افتراضية من العالم الملموس، او تصنيع للواقع المعزز الذي يخلق بواسطة البيانات صوراً مرئية في بيئتنا

¹ لعقائنة فضيلة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير النشاط السياحي، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 1، العدد 12، 2015، ص 258.

الفصل الثاني: التحول نحو الإدارة الإلكترونية للقطاع السياحي

الحقيقية او تصنيعا مكملا يجسد السرعة والفعالية في تحقيق نماذج التصنيع. اذن السياحة الذكية تركز على تكنولوجيا المعلومات والاتصال، اتصالات النقال، الحوسبة السحابية¹ للذكاء الاصطناعي، والحقيقة الافتراضية²، وبهذا المعنى فهي تنشأ في بيئة تكنولوجية عالية، ومنصات ذكية مفتوحة وآمنة على نحو يمكن من تصور معلومات موجودة مسبقا تسمح للسياح بتحديد خيارات واضحة³.

اذن خلاصة القول ان السياحة تطورت من تقليدية، الى الالكترونية وذلك باستخدام web 2.0 بعدها ظهر مصطلح السياحة الجواله (m-tourisme) في نفس المرحلة مع ظهور الهواتف الذكية وهي تستخدم نفس تقنيات web 2.0 ، ومع تطور تكنولوجيات المعلومات والاتصالات وظهر web 4.0 تطورت السياحة من جواله الى رقمية (افتراضية او ذكية) وهي اعلى ما وصل اليه اندماج السياحة مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

ويمكن إعطاء نموذج للسياحة الإلكترونية في الشكل التالي:

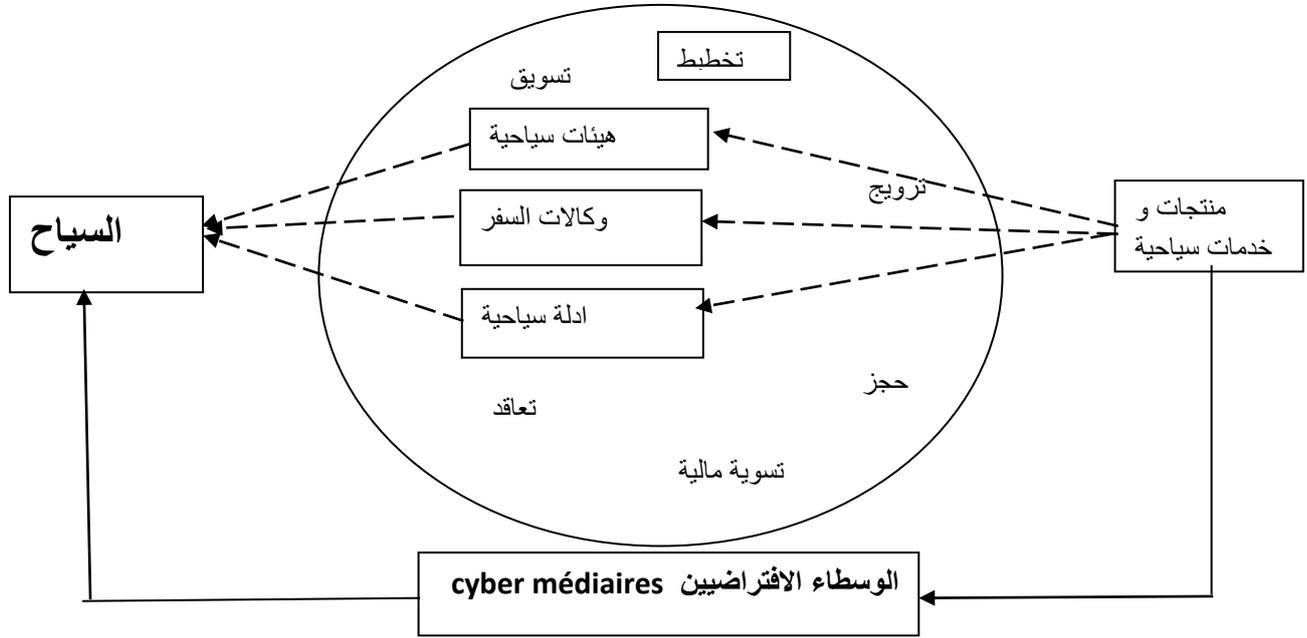
¹ الحوسبة السحابية: هي مصطلح يشير إلى المصادر والأنظمة الحاسوبية المتوافرة تحت الطلب عبر الشبكة والتي تستطيع توفير عدد من الخدمات الحاسوبية المتكاملة دون التقييد بالموارد المحلية بهدف التيسير على المستخدم، وتشمل تلك الموارد مساحة لتخزين البيانات والنسخ الاحتياطي والمزامنة الذاتية، كما تشمل قدرات معالجة برمجية وجدولة للمهام ودفع البريد الإلكتروني والطباعة عن بعد، ويستطيع المستخدم عند اتصاله بالشبكة التحكم في هذه الموارد عن طريق واجهة برمجية سهلة تُسهل وتتجاهل الكثير من التفاصيل والعمليات الداخلية.

² الحقيقة الافتراضية Virtual Reality: لحقيقة الافتراضية عباره عن محاكاة للحقيقة، والتركيز هنا يكون على الحقيقة الواقعيه، وذلك عن طريق برامج مصممه بطريقة تسمح بإشراك حواس الإنسان فيما تعرض، بالاعتماد على أجهزة خاصة يتم توفيرها للمستخدم حتى يتصل بجهاز الحاسب، ويدخل في أجواء الحقيقة .

³ لمزيد من الاطلاع عد الى:

- ساسي نجاه، نحو تدعيم سياحة افتراضية ورقمية في عالم بعد كورونا(تجديد لمنظومة القانون الدولي للسياحة)، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، المجلد58، العدد2، 2021، ص ص : 759-767.

شكل رقم (9-11): النموذج المعاصر للسياحة



المصدر: هني أمينة، شاشوة فضلون، السياحة الإلكترونية ودورها في تفعيل القطاع السياحي تجربة الجزائر_تونس_الأردن، مجلة المالية والأسواق، المجلد 7، العدد 1، 2020، ص243.

2. متطلبات السياحة الإلكترونية

يمكن اجمال أهم المتطلبات للتحول الى السياحة الإلكترونية في النقاط التالية¹:

- وجود بنية تحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال تكون متطورة وسريعة؛
- توفر إطار مؤسسي وتنظيمي؛
- وجود إطار قانوني محدد على المستويين الدولي والمحلي؛
- وجود حد أدنى من استخدام التجارة الإلكترونية في المعاملات المختلفة؛
- توفر البيئة لتقافية المساعدة

¹ صباح الحسيني، السياحة الإلكترونية وأهمية تطبيقها في محافظة كربلاء المقدسة (الواقع والمستقبل)، مجلة الباحث، العدد 23، 2017، ص 205.

3. أهمية السياحة الإلكترونية

تتبع أهمية السياحة الإلكترونية من خلال المنافع الضخمة التي توفرها سواء لمقدمي الخدمات السياحية أو للسائحين انفسهم، والتي تساهم في تجاوز الحواجز التقليدية في المعاملات السياحية النمطية، ومن بين هذه المنافع¹:

- تيسير تقديم المعلومات التي تعتمد عليها صناعة السياحة من خلال تأمين المعلومات السياحية المطلوبة على مدار 24 ساعة في اليوم و7 أيام في الأسبوع، وأصبح بإمكان المستهلك السياحي الحصول على جميع البيانات والمعلومات التي يحتاجها عن المنتج السياحي من خلال شبكة الانترنت؛
- إن استخدام القنوات الإلكترونية المتنوعة يساعد السائح في التعرف على الخدمات السياحية مثل الفنادق، المطاعم، ووكالات السفر، وشركات الطيران وإختيار أفضل العروض التي تناسبه؛
- الحجز الإلكتروني باستخدام وسائل الدفع الإلكتروني؛
- تخفيض تكاليف الخدمات السياحية المقدمة فالساحة الإلكترونية تساهم في تخفيض تكاليف التسويق السياحي، وتكاليف الإنتاج (تسهيل وتسريع التواصل بين منتج الخدمة والوسيط)، وتكاليف التوزيع (تسهيل اجراء الصفقات مع شريحة كبيرة من المستهدفين) بالإضافة الى خفض حجم العمالة ومنه تمتع المنتج السياحي بميزة تنافسية نتيجة لانخفاض الأسعار ؛
- تحسين الأداء الاقتصادي للمؤسسات السياحية خاصة PME ؛
- سهولة تطوير المنتج السياحي وظهور أنشطة سياحية جديدة تتفق مع مختلف الشرائح السياحية، وذلك من خلال آراء العملاء التي يمكن من خلالها معرفة التوجهات السياحية المطلوبة، والخدمات الأساسية والمكملة التي يحتاجها السائحون؛
- زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات السياحية بما يساهم في زيادة أرباحها، وهو ما ينعكس في النهاية على زيادة القيمة المضافة للقطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي؛
- اقتصاد الوقت فالسياحة الإلكترونية تغني كل من السائح ومقدم الخدمة من التنقل والانتظار والتفاوض وبالتالي كسب الوقت وانهاء الصفقات في وقت قصير؛

¹ وسيلة السبتي وآخرون، السياحة الإلكترونية أحد تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، الملتقى الدولي الاتجاهات الحديثة للتجارة الدولية وتحديات التنمية المستدامة، جامعة حمه لخضر، الوادي، الجزائر، 2،3 ديسمبر 2019، ص335.

المطلب الثاني: وظائف المؤسسات السياحية في ظل الإدارة الإلكترونية

عندما مزجت السياحة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وأصبحت تعتمد عليها في أداء جميع مهامها تغيرت ملامح أنشطة الفاعلين في قطاع السياحة من عدة نواحي وهذا ما سنبينه من خلال هذا المطلب

1. من وظائف ادارية تقليدية الى وظائف إدارية الكترونية

أي مؤسسة أيا كان حقل نشاطها عندما تتبنى مدخل الإدارة الإلكترونية في تسيير شؤونها تتحول تدريجيا ووظائف الإدارة من تقليدية الى الكترونية، فنصبح نتحدث عن تخطيط الكتروني، تنظيم الكتروني، توجيه الكتروني، تنسيق الكتروني، رقابة الكترونية، كون المؤسسة تستعين بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتسهيل وتحسين مردودية هذه الوظائف.

أ. **التخطيط الإلكتروني:** يعتمد التخطيط الإلكتروني على تبسيط نظم وإجراءات العمل التي تتسم في ظل الإدارة التقليدية بالتعقيد والتشعب، حيث يتم استبدالها بنظم وإجراءات سريعة وحاسمة، تعتمد بالدرجة الأولى على استخدام شبكات الإدارة الإلكترونية التي تجعل أداء الأعمال يتم لحظيا، ونظم الإدارة الإلكترونية كنظم دعم القرار، والنظم الخبيرة التي تؤدي الى توظيف أساليب تخطيط مبتكرة، وتحسن عمليات التنبؤ كما ترفع من كفاءة التخطيط وتزيد من فعالية صنع واتخاذ القرار¹؛

ب. **التنظيم الإلكتروني:** لقد حدثت تغيرات على الهياكل التنظيمية بعد استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في أداء المهام أين تأثرت ابعاده الرئيسية (بعد التعقيد، بعد الرسمية، بعد المركزية). فمع استخدام الانترنت يتحول شكل التنظيم من تقليدي صلب الى شبكي (يعتمد على الشبكات الرسمية وغير الرسمية والشبكات الإلكترونية) ومن التركيز على الرسمية المرتفعة الى التركيز على الهدف الواحد المتقاسم، كما تحقق تشبيك فائق وواسع (شبكات داخلية) بين جميع العاملين تؤدي الى الصلات الفائقة والأنية وفي كل مكان في المؤسسة على عكس الاتصالات الهرمية في التنظيم التقليدي، وكذلك تحول السلطة من داخل المؤسسة الى الزبون (خارجها)²؛

ت. **القيادة الإلكترونية:** القيادة بمفهومها التقليدي تعني القدرة على اقناع الآخرين من أجل السعي نحو تحقيق أهداف معينة أما في عصر تكنولوجيا المعلومات والاتصال فقد تغير

¹ أحمد محمد غنيم، الإدارة الإلكترونية بين النظرية والتطبيق، ط1، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2009، ص81.

² بوزكري جيلالي، مرجع سبق ذكره، ص 68

الفصل الثاني: التحول نحو الإدارة الإلكترونية للقطاع السياحي

نمط القيادة من النمط التقليدي الى النمط الإلكتروني، والقيادة الإلكترونية تتمثل في الكفاءات الجوهرية القادرة على الابتكار والتحديث وتكوين المعرفة وإدارة عملية التعلم التنظيمي لمؤسسة تسعى دائماً للتعلم بصفة مستمرة، والقائد في ظل الإدارة الإلكترونية ينبغي أن تتوفر فيه مجموعة من المهارات أهمها¹:

- **المعارف الإلكترونية:** مثل تقنية المعلومات في أجهزة الحاسوب وشبكات الاتصال الإلكترونية والبرمجيات الخاصة بها والتعامل الجيد معها، بالإضافة الى تطوير الأنظمة المعلوماتية والمعرفية؛
- **الاتصال الفعال مع الآخرين:** حيث يتطلب هذا الامر ضرورة تأسيس علاقات عمل جيدة من خلال استخدام جميع أنواع الاتصالات؛
- **مهارات إدارية:** وهي تتضمن مهارات تحفيز الافراد الآخرين بالمنظمة نحو العمل الجماعي والتعاون، بالإضافة الى مهارات التخطيط ، التنظيم، التوجيه، الرقابة.

ث. **الرقابة الإلكترونية:** يؤخذ على الرقابة التقليدية انها رقابة موجهة للماضي حيث تأتي الرقابة بعد التخطيط والتنفيذ، أي تصحيح الانحرافات بين ما هو مخطط وما هو فعلي بعد انجاز ما هو فعلي، لكن نتيجة للتطور الكبير في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أصبحت عملية الرقابة تتم بشكل جيد وكفاء. فالرقابة الإلكترونية تسمح بالرقابة الفورية بمساعدة الشبكات (الانترنت، الاكسترانت، الانترنت) التي تعمل كقناة آنية لنقل المعلومات بشكل فوري مما يقلص الفجوة الزمنية بين الانحراف وتصحيحه، كما أنها عملية مستمرة متجددة تكشف عن الانحراف أول بأول نتيجة التداخل الكبير بين حدود المسؤولية الإدارية للمديرين، والمسؤولية التنفيذية للعاملين فالجميع يعملون في الوقت نفسه لإنجاز نفس العمل².

وفي الجدول التالي سنلخص اهم الفروقات بين الوظائف الإدارية التقليدية والوظائف الإدارية الإلكترونية

¹ أحمد محمد غنيم، مرجع سبق ذكره، ص 82.

² آسيا سليمان تيش تيش، مرجع سبق ذكره، ص 78.

الفصل الثاني: التحول نحو الإدارة الإلكترونية للقطاع السياحي

جدول رقم (7-11): مقارنة بين الوظائف الإدارية التقليدية والإلكترونية

وجه المقارنة	الوظائف التقليدية	الوظائف الإلكترونية
التخطيط	- مهمة الإدارة العليا - خطط طويلة ومتوسطة - التخطيط من الأعلى الى الأسفل	- مشترك بين الإدارة والموظفين - خطط قصيرة الاجل - التخطيط الافقي
التنظيم	- هرمي متعدد المستويات - تركيز السلطة في الإدارة العليا - التقسيمات التنظيمية ثابتة	- هياكل تنظيمية شبكية - تعدد مراكز السلطة وفرق العمل - التقسيمات التنظيمية متغيرة
القيادة	- القائد مركز التحكم والتوجيه - القائد يدير الآخرين	- القائد يقدم الاستشارات ويحل المشكلات - القائد يدير ذاته قبل ان يدير الآخرين
الرقابة	- مقارنة المدخلات بالمرجات؛ - مقارنة الأداء الفعلي بالأداء المستهدف - لتحديد الانحرافات وتصحيحها	- قائمة على النتائج؛ - الرقابة الفورية وهي عملية مستمرة - يشارك فيها أكثر من طرف من خلال شبكة الاتصال

المصدر: فضيلة خلفون، مرجع سبق ذكره، ص 50.

من الجدول أعلاه نلاحظ ان وظائف الإدارة بقيت ، لكن ما تغير فيها هو اسلوبها وكيفية أدائها بعد استعمالها لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث أصبحت هذه الوظائف في ظل الإدارة الإلكترونية تتميز بالسرعة، المرونة، الدقة، والتكامل فيما بينها.

2. من التسويق الى التسويق الإلكتروني

كما تحولت وظائف الإدارة الى وظائف الكترونية، تحولت وظائف المؤسسة هي الأخرى الى وظائف الكترونية فأصبحنا نتحدث عن الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية، الإدارة الإلكترونية للتوظيف المالية، التسويق الإلكتروني،... الخ واخترنا التركيز على التسويق الإلكتروني خلال هذا العنصر لما له من أهمية بالغة في ظل السياحة الإلكترونية، كون ان السياحة أساسا نشاط عابر للقارات ويستهدف عدة فئات في آن واحد ، لذلك ساهم التسويق السياحي الإلكتروني في احداث رواج سياحي عالمي. ويعرف التسويق السياحي الإلكتروني على انه " تسويق خدمة أو عرض برنامج سياحي عبر الانترنت، ويعتبر التسويق السياحي الإلكتروني أكثر تحقيقا للأهداف والأقل في التكلفة من الوسائل

التقليدية الأخرى مثل المقروءة والمرئية والسمعية¹. كما يعرف على انه " نمط سياحي يتم تنفيذ بعض معاملاته التي تتم بين مؤسسة سياحية وأخرى، او بين مؤسسة سياحية وسائح من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بحيث تتلاقى فيه عروض الخدمات السياحية من خلال شبكة الانترنت مع رغبات مجموعة من السائحين الراغبين في قبول هذه الخدمات السياحية المقدمة عبر شبكة الانترنت"².

أ. متطلبات التسويق السياحي الإلكتروني الفعال: يتطلب تطبيق منهج التسويق السياحي

الإلكتروني توفر مجموعة من العناصر تتلخص فيما يلي³:

- ضرورة التغلب على مشكلة المدفوعات التي تتم عن طريق بطاقات الائتمان حتى لا تنهار التجارة الإلكترونية؛
- يجب تحديث البيانات والمعلومات التسويقية السياحية التي تبثها شبكة الانترنت باستمرار وجعلها أكثر جاذبية للمتعاملين وضمانا وثقة في التعامل من خلالها؛
- الاهتمام بتدريب العاملين في شركات السياحة ووكالات السفر والمؤسسات الفندقية على كيفية استخدام شبكة الانترنت في الترويج السياحي لتحقيق الأهداف التسويقية السياحية بأعلى مستوى ممكن من الكفاءة وأقل تكلفة؛
- الاهتمام بتقديم وعرض البرامج السياحية بشكل يجذب انتباه مستخدمي شبكة الانترنت من العملاء السياحيين واثارتهم لشرائها، والتعاقد مع وكالات السفر والسياحة؛
- الاهتمام بتخطيط وتصميم الموقع الإلكتروني للمؤسسات والهيئات العالمية والمحلية والسياحية بشكل يساعد على ابراز الصورة السياحية للبلد بشكل جيد؛
- استكمال الهيكل القانوني والتشريعي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وخصوصا في البلدان النامية والبلدان العربية؛
- ضرورة التعاون بين قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال والقطاع السياحي ومركز الدراسات البيئية لتدعيم السياحة المستدامة والترويج لها ؛

¹ سماعي حسيبة، بن نافلة قدور، أهمية تطبيقات التسويق الإلكتروني في الوكالات السياحية الجزائرية في ظل أزمة جائحة كورونا، مجلة إدارة الاعمال والدراسات الاقتصادية، مجلد7، العدد2، 2021، ص 788.

² ملوك جهيدة، دور التسويق الإلكتروني في تنشيط السياحة في الجزائر، مجلة الاقتصاد والتنمية، العدد2، 2014، ص 187.

³ علي دحماني، أهمية التسويق الإلكتروني للشركات السياحية -دراسة حالة وكالات السياحة والاسفار بولاية الشلف، مجلة الاقتصاد الحديث والتنمية المستدامة، المجلد1، العدد1، 2018، ص10.

- التركيز على ضرورة ترسيخ ثقافة التعامل الإلكتروني للسكان المحليين وتوعيتهم بيئياً وسياحياً، زيادة على ضرورة الاهتمام بالتعليم الإلكتروني السياحي وذلك بإنشاء تخصصات سياحة الكترونية.

ب. تأثير التسويق الإلكتروني على المزيج التسويقي السياحي: يكمن دور التسويق الإلكتروني في ترقية الخدمات السياحية من خلال:

ب.1. المنتج: وفر التسويق الإلكتروني كم هائل من المعلومات لكل زبون حول المنتجات السياحية المختلفة وأصبح بإمكانه المقارنة بينهما بكل سهولة مما أدى الى حدة التنافس في الجودة والأسعار والمواصفات مما اضطر المؤسسات المنتجة لاجراء تعديلات في العملية التقليدية لتطوير المنتجات، حيث بادرت بعض المؤسسات الى ابتكار ما يسمى بالعملية المرنة لتطوير المنتجات تتضمن العملية المرنة لتطوير المنتجات القدرة على الاستثمار الأمثل لكل المتغيرات المتعلقة بالمنتج و ما حوله من عوامل بيئية و تضمينها في المنتج نفسه حتى يستجيب لكافة التغيرات التي تحدث من حوله من جراء التغير المستمر في عوامل البيئة، و بفضل استخدام الانترنت أصبح بإمكان المؤسسة السياحية عرض الخدمات السياحية التي تقدمها، و سهولة تطوير المنتج السياحي و ظهور أنشطة سياحية جديدة تتفق مع شرائح السائحين المختلفين و ذلك من خلال قياس الرأي العام الذي يمكن من خلاله معرفة التوجهات السياحية الجديدة و الخدمات الأساسية و المكلمة التي يحتاجها السائحون¹؛

ب.2. التسعير: بدأ التسعير يأخذ منحى آخر جديد في عصر الانترنت وهو ما يطلق عليه بالتسعير المرن حيث يجد تطبيقاته من خلال الانترنت التي أضافت قناة تسويقية جديدة لعالم الأعمال والتسويق حيث توفر تطبيقات متطورة وهائلة تمكن المشتري من استخدام تقنية أو برامج تساعد على البحث عن أفضل الأسعار المتوفرة بالإضافة إلى المناقصات والمزادات العلنية عبر الانترنت التي أحدثت ثورة في عالم التسعير²، وأسهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في احداث ثورة حقيقية في مجال هيكله الأسعار واجراءاتها ويمكن ايجاز ذلك في³:

- دراسة استراتيجيات التسعير البديلة وتفحصها؛

- ربط التسعير بالسوق المستهدفة والمكانة التنافسية والمنتج؛

¹ حراث سمية، بلحيمر إبراهيم، أثر التسويق الإلكتروني على المزيج التسويقي السياحي لوكالة زمزم للسياحة والاسفار بالجلفة، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، المجلد6، العدد1، 2022، ص 197.

² نفس المرجع السابق، ص 197.

³ حمزة بعلي وآخرون، دور التسويق السياحي الإلكتروني في ترقية الخدمات السياحية، دراسة بعض الوكالات السياحية الناشطة بولايات الشرق الجزائري، مجلة الدراسات التسويقية وإدارة الأعمال، المجلد3، العدد2، 2019، ص21.

- تقدير الطلب على المنتج وبالتالي تحديد الأسعار المناسبة؛
 - دراسة تكاليف انتاج الخدمة السياحية وتوزيعها وعلاقتها بالطلب على المنتج؛
 - اختيار السعر الأمثل بالاستناد الى الاستراتيجية الأفضل وكذا التكاليف ومنحى مرونة السعر .
- ب.3. التوزيع:** قدم التسويق الإلكتروني منظورا جديدا للسوق الإلكترونية يكون التفاعل فيها بين طرفي عملية التبادل دون الحاجة إلى وسطاء، الأمر الذي أدى إلى بروز مصطلح عدم التوسط، كما قدم التسويق الإلكتروني نوعا مبتكرا من الوسطاء يطلق عليهم إسم وسطاء المعرفة الإلكترونية وهي مؤسسات تعمل لتسهيل عملية التبادل بين المنتجين و الزبائن حيث يقومون بدور مزودي خدمة تجارية، ن من أبرز تأثيرات التسويق الإلكتروني أنها أسهمت في تقليص دور و أهمية الوسطاء التقليديين و بروز مصطلح جديد عرف باسم القنوات الإلكترونية كبديل عن القنوات التقليدية و من أمثلتها قناة الكتالوجات، قناة الوسط الإلكتروني، الموقع الإلكتروني للمؤسسة السياحية الخ¹.
- ب.4. الترويج:** الترويج السياحي الإلكتروني هو استخدام المؤسسات السياحية للتكنولوجيات الحديثة ومن أهمها الإنترنت من أجل الاتصال بعملائها الحاليين والمحتملين، والتفاعل معهم لكسب رضاهم. إن المزيج الترويجي السياحي الإلكتروني يختلف عن المزيج السياحي الترويجي وذلك باختفاء أو تقليص دور أحد العناصر المهمة في المزيج وهو البيع الشخص بينما تزداد أهمية كل من الإعلان وتنشيط المبيعات².
- ب.5. البيئة المادية:** لقد اسهم التسويق الإلكتروني في احداث تغيير نوعي كبير في عنصر البيئة المادية او الدليل المادي حيث سمح بتحويل البيئة المادية الى بيئة افتراضية، ظهور تقنيات الوسط المتعددة للتعويض عن البيئة المادية، فقد أصبحت كل الخدمات السياحية تقريبا تقدم من خلال البيئة الافتراضية.
- ب.6. العنصر البشري:** قد أثر التسويق الإلكتروني على مزودي الخدمة حيث تم تقليص عددهم بالأجهزة والمعدات والبرمجيات، أما بخصوص متلقي الخدمة فأصبح سائح الكتروني بدوه كون كل اتصالاتهم مع مزودي الخدمة يتم عبر البرمجيات والأجهزة والمعدات وقد ساهم أيضا بتوسيع نطاق العلاقات بين متلقي الخدمة وصارت تتم على مستوى العالم من خلال حلقات النقاش الإلكتروني، وغرف المحادثة.

¹ حراث سمية، بلحيمر إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 198.

² سماعيل حسبية، بن نافلة قدور، مرجع سبق ذكره، ص 792.

ب.7. عمليات تقديم الخدمة: تحولت الى خدمة سياحية الكترونية فقد أصبحت العملية كلها بدءا من التقديم، التوصيل، التسليم تتم عبر تقنيات الاتصال المختلفة¹.

ويرى البعض انه قد اثرت تكنولوجيا الانترنت على المزيج التسويقي السياحي من خلال ظهور مزيج تسويقي سياحي الكتروني للخدمات السياحية والمتمثل في: الخدمة الإلكترونية، السعر الإلكتروني، الترويج الإلكتروني، الموقع الإلكتروني، دقة المعلومات، الدفع الإلكتروني، إضافة الصفة الشخصية².

المطلب الثالث: خدمات الانترنت في مجال السياحة الإلكترونية

اقتحمت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بك أنواعها المجال السياحي بقوة فنجد السياحة تستخدم هذه التكنولوجيات على عدة اصعدة، والانترنت تعد من بين التكنولوجيات التي اثرت في السياحة بشكل كبير جدا حيث اتاحت لها العديد من الخدمات التي مكنتها من تحقيق مكاسب خيالية عبر العالم، ومن خلال هذا المطلب سنتطرق الى الخدمات الأكثر استعمال من قبل الفاعلين السياحيين ، وأيضا عينة من أشهر المواقع المتخصصة في القطاع السياحي.

1. الخدمات التي توفرها الانترنت

توفر الانترنت العديد من الخدمات التي يستفيد منها الناشطين في القطاع السياحي (وكالات، فنادق، قطاع النقل... الخ) نذكر منها ما يلي:

أ. **محركات البحث:** تمكنا محركات البحث من البحث عن أي معلومة نريدها، او أي موضوع نريد معرفته، و Google يعتبر من أشهر هذه المحركات، ولمواكبة التطورات الحاصلة في صناعة السياحة طور قوقل شبكة من الخدمات التي تستفيد منها صناعة السياحة والشكل التالي يعطي صورة عن هذه الخدمات

¹حراث سمية، بلحيمر براهيم، مرجع سبق ذكره، ص 198.

² سماعيل حسيبة، بن نافلة قدور، مرجع سبق ذكره، ص793.

الشكل رقم (II-10): Google والسياحة الإلكترونية



Source : Agence de communication interactive, Les Bases du e-Tourisme ou comment bâtir sa stratégie de présence en ligne et développer son activité avec internet, p13

ب. الموقع الإلكتروني: تطل المؤسسة على زبائنها عبر الانترنت من خلال مواقع الوب Web، وهي عبارة عن مكتب افتراضي لصاحب الموقع يتواصل من خلاله مع مختلف المتعاملين معه، ويجب أن يتوفر الموقع الإلكتروني على جملة من الخصائص لنجاحه نلخصها فيما يلي¹:

- ان تكون الواجهة جذابة وسهلة الاستخدام؛
- ان تكون بأكثر من لغة حتى تساعد أكبر عدد من المتعاملين؛
- المعلومات التي يقدمها يجب ان تكون ذات جودة وموثوقة؛
- ان يوفر من خلال الموقع وسائل الاتصال به، وان يربطها بوسائل التواصل الاجتماعي الخاصة به مثل الفيس بوك، التويتر، الانستغرام؛

¹ Pour plus d'informations voir :

- IKHLEF Lamia, E-tourisme et conception de site web, El-Bahith Review, vol 18, n 1, 2018,p 657-659 .
- Agence de communication interactive, op-cit, p 7-12
- امل أبو المجد، ماجستير مصغر في تأسيس وإدارة شركات السياحة والسفر، المواقع الإلكترونية المحترفة لشركات السياحة والسفر الجزء الأول متاح على الموقع <https://www.youtube.com/watch?v=1prElpO4N2w&t=1158s>

- كتابة الرابط (URL) بكلمات مفهومة بدل استعمال ارقام ورموز لا تسهل العثور عليه مثلا كتابة الرابط على الشكل : www.monsite.com/sejour-exceptionne بدل كتابته على الشكل www.monsite.com/124535.htm?pageid=45 .
- ان يتيح الموقع إمكانية للمعلومات المرتدة بمعنى يفتح نافذة من خلالها يمكن للعميل ان يعبر على مدى رضاه عن خدمات الموقع والخدمة الفعلية المحصلة؛
- اتاحة إمكانية الحجز والدفع الإلكتروني من خلال الموقع؛
- ان يحوي الموقع على صور وفيديوهات تسهل على العميل الاختيار واتخاذ القرار؛
- التحديث والتحسين الدائم لمحتوى الموقع وفق المستجدات.

ت. البريد الإلكتروني: هو من أهم خدمات الانترنت التواصلية حيث يقوم بنقل الرسائل بسهولة وأسرع من البريد الاعتيادي ولا يعتمد البريد الإلكتروني كلفة مالية او على المسافة فهو قد قضى على هذه الحواجز بفريرته، كما يمكن من تخزين الرسائل الصوتية على عنوان الهاتف ويسمح ان تكون للرسالة ملحقات تتضمن صوراً من المواقع السياحية وتذاكر...الخ¹.

ث. المدونات Blogs : ظهرت المدونات الإلكترونية عام 1997 وكان "جون بارغر" هو أول من صاغ هذا المصطلح، إلا ان المدونات لم تنتشر على شبكة الانترنت الا بعد عام 1999، إذ بدأت خدمة الاستضافة في السماح للمستخدمين بإنشاء المدونات المختصة بهم بصورة سريعة وسهلة نسبياً، وذلك عندما طور " بيبرا لابس" برنامجاً مختصاً بالتدوين وجعله متاح مجاناً لمستعملي الانترنت مما أتاح لكل فرد إمكانية الدخول على موقع الكتروني معين تعد المدونات نوع جديد من أنشطة النشر الإلكتروني، وتمثل ثورة جديدة في النشر دون التصريح من ناشر أو محرر، فهو موقع على شبكة الانترنت يتضمن الآراء والمواقف حول المسائل المختلفة، وهي صفحة على الشبكة تظهر عليها تدوينات (مدخلات ومعلومات) مؤرخة ومرتبطة ترتيباً زمنياً، ويكون لكل تدوين عنوان دائم يمكن للقارئ الرجوع اليه في وقت الحق، كما تمكن قراءها من ادخال تعليقاتهم على الصفحة مباشرة أو عن طريق البريد الإلكتروني للمدون .

يشير مصطلح المدونين الى الأشخاص الذين يكتبون المدونات ويشير عالم المدونات الى المجتمع الذي يربط كل المدونين والمدونات على الانترنت في جميع أنحاء العالم، ولأن

¹حسين بن رقية، صعوبات التحول الى السياحة الذكية في الجزائر مقارنة نظرية تحليلية، مجلة تطوير العلوم الاجتماعية، المجلد 14، العدد 1، 2021، ص 94.

المدونات بسيطة وسهلة ومجانية، فان المدونين يستطيعون الاتصال بسهولة مع الآخرين في شبكاتهم الاجتماعية حيث تمثل المدونات أنظمة اجتماعية تساعد الافراد على التفاعل من خلال المشاركة والتعلم وتبادل الافكار والمعلومات¹.

ج. **شبكات التواصل الاجتماعي:** تعد الشبكات الاجتماعية في وقتنا الحالي أكبر ثورة الكترونية في مجال الاتصال ، نظرا للتفاعل الدائم بين أفراد هذه الشبكات، حيث تعد هذه الأخيرة أسرع وسيلة وأبسطها لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المتزايدة من إعلام وترفيه وتثقيف وتعارف وصدقة ومراسلة ومحادثات فورية، وتبادل الوسائط مع الآخرين كالصور والفيديو والبرمجيات. وعليه تعد مواقع التواصل الاجتماعي من اهم الوسائل المساعدة للسائح في تكوين الصورة الذهنية على الموقع الذي يود زيارته، ومن أشهر مواقع التواصل الاجتماعي نجد:

- **الفايسبوك:** وهو اول الشبكات الاجتماعية استعمالا؛ نشأ بداية كموقع مغلق خاص بجامعة هارفارد سنة 2004، بعدها تطور ليفتح لجمهور الناس الذين يفوق سنهم 13 سنة ويملكون بريد الكتروني صحيح وذلك سنة 2006؛
- **التويتر:** وهو موقع يسمح لمستخدميه بارسار تغريدات وهي عبارة عن رسائل قصيرة لا تتعدى 140 حرف للتعبير عن حالتهم، وظهر سنة 2006؛
- **اليوتيوب:** ويعتبر من أشهر مواقع تبادل الفيديوهات عبر العالم، وتقوم فكرة هذا الموقع الذي تأسس في سنة 2005 على إمكانية اتاحة خدمة تبادل ملفات الفيديو التي تسمح للمستخدمين بتحميلها ونشرها².

ح. **تقنية النشر المتزامن البسيط او خدمة RSS:** تعد هذه الخدمة وسيلة سهلة تمكن القارئ من الحصول على ما يستجد من أخبار ومواضيع فور ورودها على مواقعها المفضلة على شبكة الانترنت بدلا من ان يفتح صفحات المواضيع ذاتها للبحث عن الجديد، وبذلك تصبح خدمة النشر المتزامن البسيط وسيلة تساعد المؤسسة السياحية على نشر جديدتها وتسهيل على السائح معرفة كل ما يستجد في عالم السياحة³.

¹ ايدير معياش، واقع السياحة الالكترونية في الجزائر، مجلة الدراسات الافريقية، مجلد3، العدد5، 2016، ص97.

² نفس المرجع السابق، ص 94-96 بتصرف .

³ حسين بن رقية، مرجع سبق ذكره، ص 95.

الفصل الثاني: التحول نحو الإدارة الإلكترونية للقطاع السياحي

خ. برامج خدمات الهاتف النقال: فبرمجيات الهاتف المحمول الذكي أصبحت أهم مصادر المعلومة حول الخدمة السياحية بشكل سريع وفي الوقت الحقيقي لمساعدة السائح على الحصول على خطة للرحلة او مكان توفر خدمة معينة أو حجز معين.... وغيرها من القرارات السياحية¹.

2. عينة عن المواقع المتخصصة في السياحة

هناك عدد كبير جدا من المواقع التي تعنى بالصناعة السياحية، لما لها من عوائد مغرية خاصة تلك المشهورة والتي تعتبر الرائدة في هذا المجال ونذكر على سبيل المثال لا الحصر المواقع التالية²:

أ. مواقع البحث والمقارنة: تعتبر أدوات المقارنة من أهم الأدوات التي ظهرت في السياحة الإلكترونية وهي عبارة عن تطبيقات برمجية تسمح للمستهلك بوضع تساؤلات مختلفة عن الرحلات الفنادق وغيرها ومقارنة العروض المختلفة ويمكن إيجاد مواقع عامة ومتخصصة ومن الأمثلة حول هذا النوع نجد:

_ **Google Hotel Finder**: هو عبارة عن أداة بحث عن الفنادق حيث يقوم بجمع وتصنيف جميع المعلومات حول الفنادق (معلومات حول الأسعار، التجهيزات، الصور) ، ان هذه الأداة تمكن من استعمال عدة مواصفات للبحث، التعرف على الموقع الجغرافي للفنادق على الخريطة وإعادة التوجيه الى صفحة أخرى للقيام بالحجز وهو مبين في الشكل التالي.

شكل رقم (11-11): واجهة Google Hotel Finder

The screenshot displays the Google Hotel Finder interface for Khemis El Khechna. It features a search bar at the top with filters for Price, Offers, Guest rating, Hotel class, Amenities, Brands, and Eco-certified. Below the search bar, there are three hotel listings:

- Hyatt Regency Algiers Airport**: 4.4 stars (501 reviews), DZD 26,000. Amenities include Breakfast (\$), Free Wi-Fi, Free parking, Indoor pool, Air conditioning, Fitness center, Hot tub, and Bar.
- Ibis Alger Aéroport**: 4.1 stars (2,470 reviews), DZD 13,650. Amenities include Breakfast, Free Wi-Fi, Free parking, Air conditioning, Restaurant, Bar, Pet-friendly, and Airport shuttle.
- Hotel Best Night**: 4.1 stars (547 reviews), DZD 10,052. Amenities include Breakfast, Free Wi-Fi, Air conditioning, Pet-friendly, and Restaurant.

On the right side, there is a map showing the location of these hotels in Algiers, with price markers for each hotel.

Source : https://www.google.com/travel/hotels?utm_campaign

¹ نفس المرجع السابق، ص 95 بتصرف.

² حديد نوفل، محرز صارة، السياحة الإلكترونية مفهومها وأدواتها، مجلة دفاتر البحوث، العدد 6، ص 57

الفصل الثاني: التحول نحو الإدارة الإلكترونية للقطاع السياحي

- موقع KAYAK: هو عبارة عن موقع يسمح بمقارنة عدة مواقع أنترنت خاصة بالمؤسسات السياحية والتي يوجه إليها المستهلك عند قيامه باختيار موقع ما ليكمل معاملات رحلته، كما يسمح هذا الموقع بوضع تنبؤات عن أسعار الرحلات على مدى سبعة أيام مع ظهور نسبة ثقة حسب احتمال ارتفاع او انخفاض الأسعار، والشكل التالي يمثل واجهة الموقع.

الشكل رقم (12-11): موقع KAYAK



Source : <https://www.kayak.fr/>

ت. أنظمة الحجز والوكالات السياحية على الخط: من بين أنظمة الحجز والوكالات السياحية على الخط التي تعتمد على نفس مبدأ الوكالات السياحية التقليدية نجد موقع Expedia وواجهته مبينة في الشكل التالي.

الشكل رقم (13-11): واجهة موقع Expedia



Our app takes you further

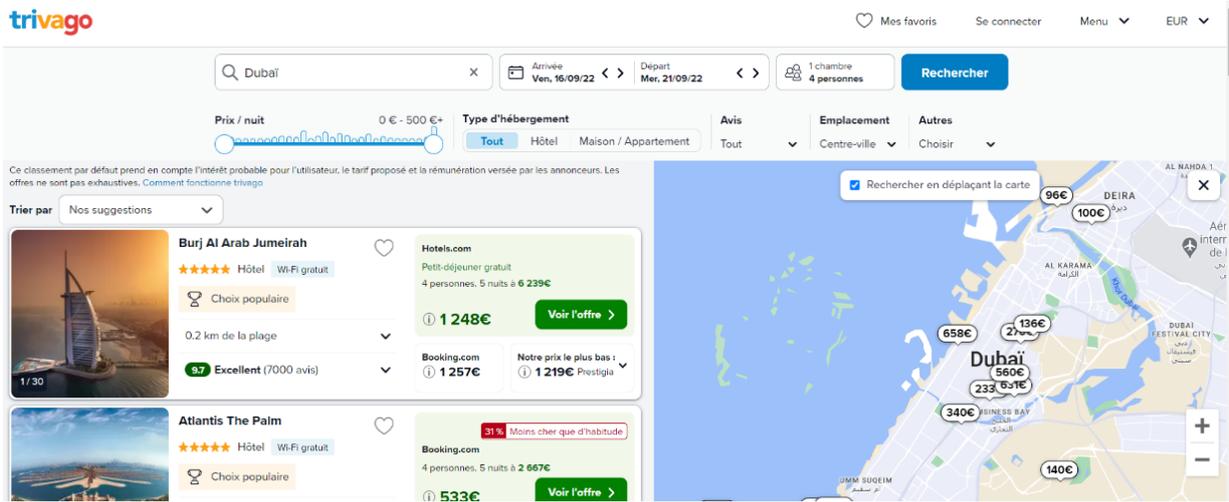


Source : <https://www.expedia.com/>

الفصل الثاني: التحول نحو الإدارة الإلكترونية للقطاع السياحي

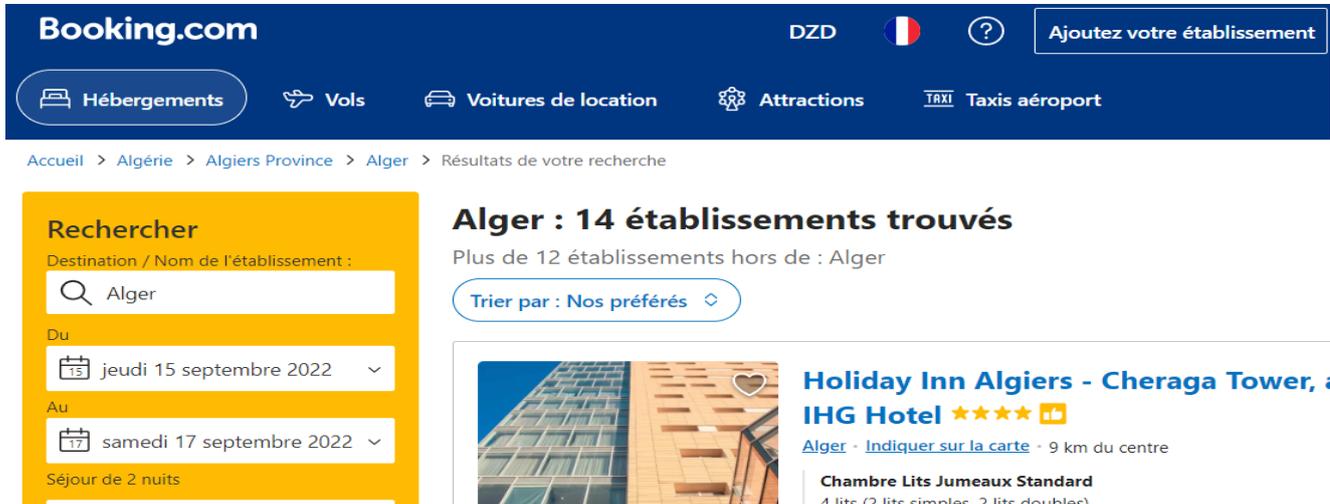
ج المنصات المتخصصة: تسمح هذه المنصات بتقييم مواقع الويب السياحية عبر آراء المستخدمين مما يسمح بإبراز آراء المستخدمين بطريقة طبيعية ففي هذه الحالة المستخدم هو الذي يساهم في إبراز الموقع عبر تقييمه له، من هذه المنصات نجد Booking, Trivago المبتنيتين في الشكليين التاليين

الشكل رقم (II-14): منصة Trivago



Source : <https://www.trivago.fr/>

الشكل رقم (II-15): منصة Booking



Source : <https://www.booking.com/>

في الخلاصة نقول ان صناعة السياحة تحولت اساسياتها وتغير نموذجها ليتجه الى العمل في العالم الافتراضي أكثر، وهذا ما فرضه واقع الاقتصاد الرقمي، ومجتمع المعرفة والمعلومات ومن هنا جاءت أهمية المواقع السياحية المتخصصة في الهيمنة على سوق السياحة العالمي.

خلاصة:

الإدارة الإلكترونية هي مدخل اداري حديث وهو عبارة عن آلية للإدارة وليس بديل عن الإدارة التقليدية، تعتمد أساسا على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في طبيعتها الانترنت، لأداء وظائفها سواء كانت إدارية أو اقتصادية.

ومن أجل التحول الى هذا المدخل الإداري الجديد لابد من اتباع جملة من الخطوات العملية، وتوفر عدة متطلبات تسمح بالتطبيق السليم لهذا المدخل ، من بين أهم هذه المتطلبات توفر قاعدة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات خاصة الانترنت في البلد وهذا من اختصاص الدولة ، فهي مطالبة بتوفير هذه البنية التحتية لجميع المتعاملين على حد سواء وان تسعى لخلق مجتمع المعرفة، وهذا ما عملت الجزائر للوصول اليه بتسطير استراتيجية للتحول الإلكتروني سنة 2008 سمتها الجزائر الإلكترونية 2013، ورغم كل الجهود المبذولة والتي تبذل الا ان الجزائر لازلت تتذيل الترتيب العالمي والاقليمي في مجال الجاهزية الإلكترونية .

وكل المؤسسات في مختلف القطاعات توجهت الى تبني هذا المدخل الإداري الجديد من بينها مؤسسات القطاع السياحي وهذا عبر العالم مولدة بذلك مفهوم جديد للسياحة يسمى السياحة الإلكترونية التي كان لها أثر إيجابي كبير على صناعة السياحة العالمية في ظل ما توفره لها الانترنت من خدمات مكنتها من الانتشار واستهداف أسواق عالمية بسهولة ويسر .

الفصل الثالث: واقع وأفاق
التحول الإلكتروني للقطاع
السياحي في الجزائر مع دراسة
عينة من الوكالات السياحية

تمهيد

بعد ان تطرقنا في الجانب النظري لمفاهيم وإحصائيات حول متغيري الدراسة _ السياحة والإدارة الإلكترونية في الجزائر_ وقمنا بتحليلهما سنأتي من خلال هذا الفصل الى الدراسة الميدانية اين سنتطرق الى معرفة درجة وخطوات التحول نحو الإدارة الإلكترونية في وزارة السياحة والصناعات التقليدية كونها الوصي الأول على رقمنة القطاع عن طريق القيام بمقابلات والاطلاع عل الوثائق الداخلية التي تخص مشاريع الرقمنة.

بعدها سنتطرق الى دراسة استطلاعية لعينة من الوكالات السياحية لمعرفة درجة تأثير الإدارة الإلكترونية على ترقية القطاع السياحي من وجهة نظرهم، واخترنا الوكالات السياحية دون غيرها من الفاعلين في القطاع السياحي كونها حلقة الوصل والمتعامل المباشر مع الزبائن في المجال السياحي، ولما لها من أثر على تنشيط السياحة وتعول عليها الوزارة الوصية في المساهمة في ترقية النشاط السياحي في الجزائر.

ولإحاطة بجميع هذه العناصر قمنا بتقسيم فصلنا الى أربعة مباحث:

- في المبحث الأول سنتطرق الى تنظيم القطاع السياحي في الجزائر؛
- في المبحث الثاني سنتطرق الى التحول الرقمي ومشاريعه على مستوى الوزارة؛
- في المبحث الثالث سنتطرق الى منهجية الدراسة الاستطلاعية؛
- وفي المبحث الأخير سنتطرق الى تحليل نتائج الاستبيان واختبار الفرضيات المتعلقة به.

المبحث الأول: تنظيم القطاع السياحي في الجزائر

القطاع السياحي من القطاعات الاستراتيجية للدول، خاصة تلك التي تملك مقومات سياحية لخلق الثروة من هذا القطاع، والجزائر من الدول التي تتوجه نحو القطاع السياحي كقطاع بديل لا ينضب، ونظرا لأهمية هذا القطاع لآبد للدولة من تنظيمه وهيكلمته بالشكل الذي يسمح بتنفيذ السياسات والاستراتيجيات الكلية، وسوف نتطرق في هذا المبحث الى مختلف المؤسسات المهيكلة للقطاع ودورها في تنشيط وترقية السياحة في الجزائر.

المطلب الأول: وزارة السياحة والصناعات التقليدية

تعتبر وزارة السياحة والصناعات التقليدية اعلى الهرم في تنظيم القطاع السياحي، وهي المسؤول الأول على اعداد الدراسات والاستراتيجيات لتنمية وترقية القطاع، وقد تعاقب على الوزارة حوالي 24 وزير من الاستقلال ليومنا هذا، وتغيرت تسمية الوزارة اكثر من مرة فتارة تدمج مع الشباب والرياضة، وتارة أخرى تدمج مع التهيئة العمرانية، ومرة أخرى مع العمل العائلي.....الخ¹ وحاليا هي تحت مسمى وزارة السياحة والصناعات التقليدية ويتأصلها الوزير ياسين حمادي، وتقع في 19 شارع ديدوش مراد، الجزائر العاصمة،

1. النشأة

تأسست وزارة السياحة والصناعات التقليدية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 474/63 المؤرخ في 1963/12/20² المتضمن تنظيم وزارة السياحة والذي كلف الوزارة بتحديد وتوجيه وتنفيذ سياسة الحكومة في مجال السياحة والحمامات المعدنية والحرف الفنية والتقليدية والفنون الشعبية والفلكلورية. وتشرف على قطاع السياحة في الحكومة الحالية وزارة السياحة والصناعات التقليدية التي حدد المرسوم التنفيذي رقم 255/10* المؤرخ في 20 أكتوبر 2010 تنظيم الوزارة ومهامها المتمثلة في³:

- اعداد وتنفيذ استراتيجية تنمية السياحة وضمان تنفيذها؛

¹ انظر الملحق رقم 1

² مرسوم رقم 474/63 المؤرخ في 20 ديسمبر 1963 الصادر في الجريدة الرسمية رقم 97، المتعلق بانشاء وتنظيم وزارة السياحة، متوفرة نسخة باللغة الفرنسية فقط.

* يمكن تحميل الجريدة الرسمية التي تحتوي المرسوم التنفيذي من الموقع: <https://www.joradp.dz/JRN/ZA2010.htm>

³ مرسوم تنفيذي رقم 254/10 المؤرخ في 20 أكتوبر 2010 الصادر في الجريدة الرسمية رقم 63 في 2010/10/26 يحدد صلاحيات وزير السياحة والصناعات التقليدية، ص: 3، 4.

- اعداد والسهر على تنفيذ آليات ترقية وتقييس الاعتماد والمراقبة وضبط النشاطات السياحية والفندقية والحموية والمناخية والسهر على ادراجها في اطار مخططات التهيئة السياحية؛
- اعداد واقتراح آليات التهيئة السياحية والتدابير المرتبطة بالحصول على العقار السياحي والمحافظة على التراث السياحي؛
- اقتراح كل التدابير التقييسية المخصصة للمحافظة على العقار السياحي ومناطق التوسع والمواقع السياحية وتثمينها؛
- المبادرة بالدراسات الاستشرافية المتعلقة بتنمية القدرات الوطنية في مجال السياحة والحمامات المعدنية والمناخية والعلاج بمياه البحر والفروع الجديدة وأعشاش المنتوجات السياحية وتنفيذها؛
- وضع آليات التخطيط ومتابعة التطور السياحي الداخلي والدولي؛
- ضمان تأطير ومتابعة انجاز مشاريع الاستثمارات السياحية؛
- السهر على التطوير والتثمين الأمثل لكل المنشآت والقدرات السياحية الوطنية؛
- المشاركة في وضع الآليات الضرورية للمحافظة على الفضاءات الحساسة ذات جلب سياحي قوي وترقيتها؛
- السهر على تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 والمخططات التوجيهية الولائية؛
- تصور وتوفير جميع الشروط الضرورية لإقامة المشاريع الكبرى لتجهيزات السياحة طبقا لأدوات تنمية مناطق التوسع السياحي؛
- اقتراح كل الاشكال التحفيزية والمدعمة للترقية والتوجيه الفضائي للاستثمار على الحكومة بتشجيع انجاز مجمعات سياحية كبرى ذات طاقة ايوائية كبيرة؛
- المبادرة واقتراح تدابير حماية وتنمية والمحافظة على العقار السياحي وضمان توسعه دوريا بالتنسيق مع القطاعات المعنية؛
- المشاركة في تنفيذ برامج الاعمال الرامية الى تحسيس فاعلي ومهنيي السياحة قصد ترقية ثقافة سياحية حقيقية، بالتنسيق مع القطاعات والشركاء المعنيين؛
- تحديد استراتيجية ترقية الاستعمال العام لتكنولوجيا الاعلام والاتصال والتجديد وتشجيع اقتنائها من طرف متعاملي ومهنيي السياحة؛
- السهر بالتنسيق مع القطاعات المعنية على وضع نظام الاعلام الاحصائي والرصد والبيقظة الاستراتيجية لتطور السياحة الوطنية والدولية؛
- السهر على تثمين سياسة الموارد البشرية؛

- الاقتراح على الحكومة النصوص التشريعية والتنظيمية المتعلقة بقطاع السياحة والعمل على تنفيذها؛

- اعداد وتنفيذ استراتيجية رامية الى ترقية السياحة الوطنية والدولية وضمان متابعتها.

وقد تطور الاهتمام بالنشاط السياحي بتعاقب الحكومات ، ويمكن القول ان بداية الاهتمام تعود الى صدور ميثاق السياحة 1966، ونلخص اهم محطات تطور السياسات التنموية في القطاع السياحي كما يلي¹:

أ. عداة الاستقلال

وتتميز هذه الفترة بمرحلتين، الأولى قبل صدور ميثاق السياحة لسنة 1966 اين لم تكن السياحة من بين أولويات الخطط التنموية نظرا لقلّة الموارد المالية والامكانيات المتاحة باعتبار الجزائر دولة حديثة الاستقلال، ورغم ذلك وضعت برنامج للفترة الممتدة من 1966/1962 يهدف الى تهيئة مناطق التوسع السياحي، كما أنشأت وزارة للسياحة كما سبق وتطرقنا، والديوان الوطني الجزائري للسياحة. والمرحلة الثانية هي بعد صدور ميثاق السياحة سنة 1966 حيث يعتبر نقطة بداية اهتمام الحكومة بالسياحة، فبعد تقييم شامل لمجمل المشاكل التي كانت تعاني منها السياحة وحصر الثروات السياحية من طرف وزارة السياحة تم تحديد السياسة السياحية للدولة من خلال هذا الميثاق اين تم رسم التوجهات الأساسية للسياحة كما يلي:

- توجيه النشاط السياحي نحو السياحة الخارجية، بغية جلب العملة الصعبة، نظرا لحاجة الجزائر للموارد المالية لأجل تغطية برامج التنمية المختلفة؛

- خلق مناصب شغل من خلال توسيع هياكل القطاع مع إدماج الجزائر في السوق الدولية؛

- إنشاء جهاز خاص بالتكوين السياحي والفندقي لأجل تأهيل اليد العاملة.

ب. من خلال المخططات التنموية

اين تم ادراج القطاع السياحي في المخططات التنموية التي عرفتها الجزائر كما يلي:

¹ لمزيد من التفصيل يمكن العودة الى:

- بودي عبد القادر، أهمية التسويق السياحي في تنمية القطاع السياحي بالجزائر " السياحة بالجنوب الغربي"، أطروحة ضمن متطلبات نيل دكتوراه في علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص: 96-120.

- بلية لحبيب، تطور السياسة السياحية في الجزائر، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات اليوم الدراسي " السياحة كمورد استراتيجي لتحقيق التنمية المستدامة في الجزائر"، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن باديس، مستغانم، 30 نوفمبر 2016، ص: 4-10.

- هدير عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص: 109-115.

- **المخطط الثلاثي (1967-1969):** حيث خصصت الدولة من خلاله 282 مليون دج للقطاع السياحي، وذلك قصد انجاز 13081 سرير؛
- **المخطط الرباعي الأول (1970-1973):** اين خصصت خلاله ميزانية 700 مليون دج للقطاع السياحي وهو ما يمثل 2,52% من اجمالي الاعتمادات في هذا المخطط، وحددت هدفها الرئيسي في رفع قدرات الاواء الى 35000 سرير؛
- **المخطط الرباعي الثاني (1974-1977):** وقد خصصت غلاف مالي قدره 1555,3 مليون دج وهو ما يفوق مرتين الاعتمادات المالية المخصصة لقطاع السياحة بعنوان المخطط الرباعي الأول، وذلك بهدف انجاز 32122 سرسر جديد. لكن في نهاية المطاف لم يحقق القطاع سوي 7310 سرير، وهي نسبة انجاز ضعيفة جدا لذلك بعد انتهاء فترة المخطط الرباعي الثاني قررت الدولة تخصيص سنتي 1978-1979 لاستكمال ما تبقى من المشاريع المسطرة في المخططات السابقة؛
- **المخطط الخماسي الأول (1980-1984):** هدف هذا المخطط هو الوصول الى طاقة إيواء تقدر 50880 سرير، اين تم تخصيص غلاف مالي يقدر ب 3400 مليون لتغطية تكاليف هذه المشاريع ، بالإضافة إلى تطوير ثلاث مناطق سياحية نموذجية موزعة على الجهات الثلاث للوطن الشرق والوسط والغرب، والموجهة أساسا نحو السياحة الداخلية، وقد مثلت الاعتمادات المخصصة لقطاع السياحة حوالي 0,85% من إجمالي الاعتمادات المرصودة لهذا المخطط والمقدرة بأكثر من 400 مليار د ج؛
- **المخطط الخماسي الثاني (1985-1989):** وقد خصصت غلاف مالي بقيمة 3500 مليون دج من أجل انجاز أهداف هذا المخطط والمتمثلة أساسا في 22970 سرير تشمل المشاريع الموجودة قيد التنفيذ إضافة الى المشاريع المؤجلة خلال المخطط الخماسي والبرنامج الاستثماري الجديد، وبلغت الإنجازات الفندقية في نهاية المخطط 10516 سرير أي حوالي 50% من الأهداف المسطرة، وبلغت القدرة الاجمالية للحظيرة الفندقية في نهاية المخطط الخماسي الثاني 48302 سرير اما في مجال الانفاق فتم صرف 1800 مليون دج أي نصف الاحتياجات المالية اللازمة لتنفيذ هذا المخطط.

ج. السياسة السياحية ابتداء من 1990 الي اليوم: ونميز مرحلتين خلال هذه الفترة

- **السياسة السياحية خلال الفترة 1990-1999:** تميزت هذه الفترة بدخول الإصلاحات الاقتصادية حيز التنفيذ والانتقال التدريجي الفعلي نحو اقتصاد السوق مع بروز الدور الجديد

للدولة المتمثل في التنظيم والتشريع والمراقبة وتوفير الشروط الضرورية للتنمية الاقتصادية ووضعت السلطات العمومية الآليات اللازمة لذلك لاسيما في المجال التشريعي والتنظيمي حيث أصدرت قوانين تتعلق بالاستثمار، المنافسة والأسعار، النقد والقرض، الخصوصية، تحرير التجارة الخارج... الخ، وبالتالي أضحت السياسة السياحية مبنية على تشجيع الاستثمار الخاص المحلي والأجنبي، غير أن تزامن هذه الفترة مع تدهور الحالة الأمنية أثر كثيرا على مؤشرات النشاط السياحي وأدى إلى تراجعها، كما أن هناك عوامل أخرى ساهمت في هذا التراجع منها محدودية العرض السياحي وتدني مستوى الخدمات وضعف الترقية والإعلام السياحي مما أدى إلى تشويه صورة الجزائر السياحية في الخارج وبصفة مبالغ فيها؛

- السياسة السياحية ابتداء من 2000 الى اليوم:

مع تحسن الأوضاع الأمنية ابتداء من سنة 2000 عرف القطاع السياحي تحسنا ملحوظا، وقد تبنت الجزائر إستراتيجية للتهيئة السياحية ضمن استراتيجية شاملة لتهيئة الإقليم المزمع تنفيذها آفاق 2030¹، تمحورت حول أربعة محاور رئيسة كبرى هي:

- تدارك التخلف في ميدان البنى التحتية؛
- النهوض بالبنى التحتية الموجودة؛
- تحسين الخدمات والتكوين؛
- النهوض بالدعاية لاستقطاب السياح إلى الجزائر عبر حملات مكثفة .

كما عملت الحكومة ابتداء من سنة 2003 على تشجيع السياحة المستدامة التي تأخذ بعين الاعتبار الجانب البيئي، من خلال سن القانون رقم 03-01 المؤرخ في 17 فيفري 2003 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، والذي يهدف إلى خلق محيط ملائم ومحفز من أجل:

- ترقية الاستثمار وتطوير الشراكة في مجال السياحة؛
- إدماج مقصد الجزائر ضمن السوق الدولية للسياحة من خلال ترقية الصورة السياحية؛
- إعادة الاعتبار للمؤسسات الفندقية والسياحية قصد رفع قدرات الإيواء والاستقبال؛
- تنوع العرض السياحي وتطوير أشكال جديدة للأنشطة السياحية؛
- تلبية حاجيات المواطنين وطموحاتهم في مجال السياحة والاستجمام والتسلية؛

¹ عد الى المبحث الثالث من الفصل الأول، ص ص: 38-63.

- المساهمة في حماية البيئة وتحسين إطار المعيشة وتثمين القدرات الطبيعية والثقافية والتاريخية؛
- تحسين نوعية الخدمات السياحية؛
- ترقية وتنمية الشغل في الميدان السياحي؛
- التطوير المنسجم والمتوازن للنشاطات السياحية؛
- تثمين التراث السياحي الوطني.

2. الهيكل التنظيمي لوزارة السياحة والصناعات التقليدية

تشمل الإدارة المركزية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية على ما يأتي¹ :

أ. الأمين العام : ويساعده 03 مديري دراسات، ويلحق به مكتب التنظيم العام والمكتب الوزاري للأمن الداخلي للمؤسسة.

ب. رئيس الديوان : ويساعده 08 مكلفين بالدراسات والتلخيص.

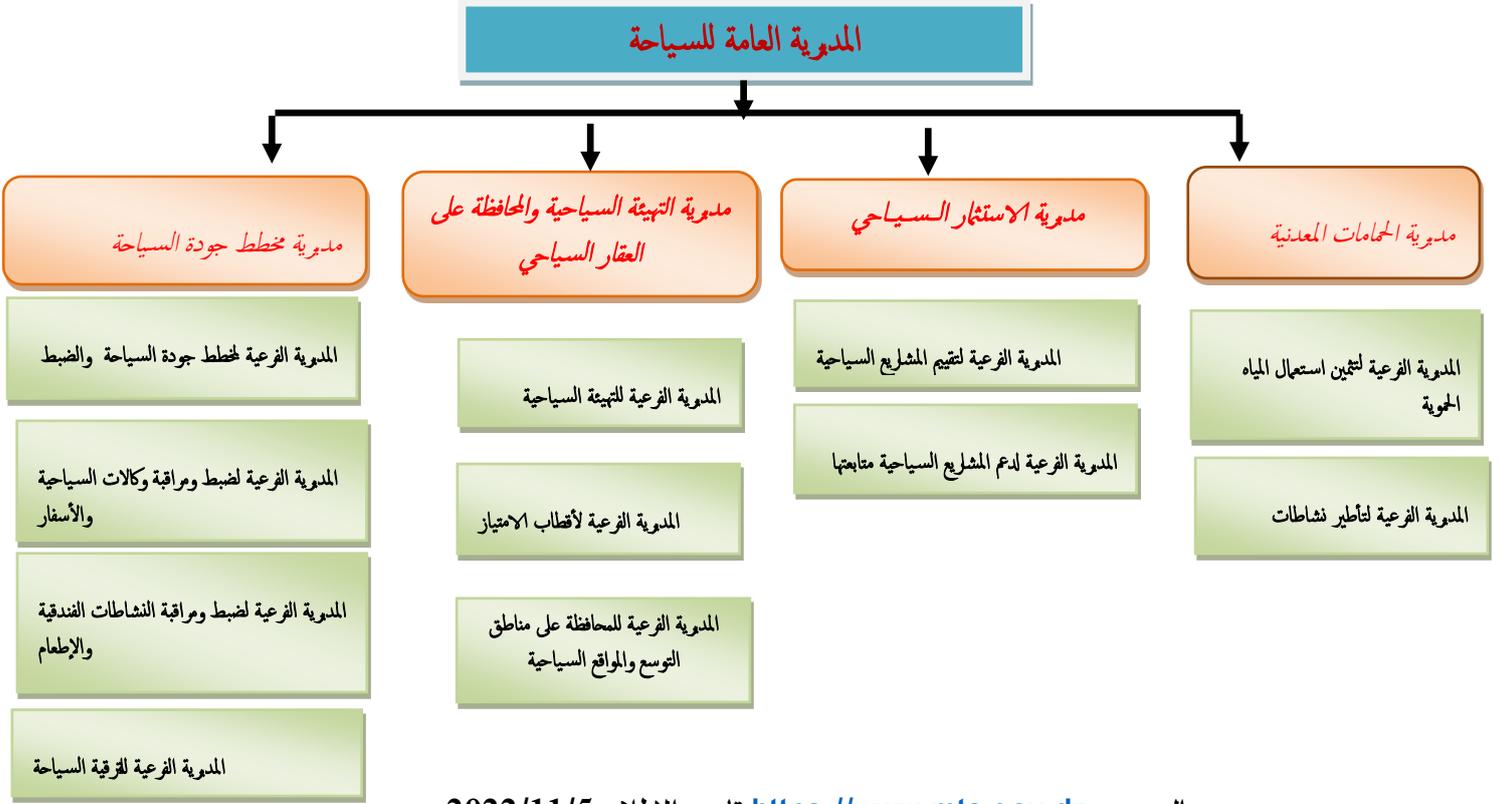
ت. المفتشية العامة : التي يحدد تنظيمها ومهامها بموجب نص خاص.
كما تتكون من الهياكل التالية:

ث. المديرية العامة للسياحة : وتظم بدورها 04 مديريات وكل مديرية تتفرع بدورها الى مديريات فرعية

كما هو مبين في الشكل التالي:

¹ انظر الملحق رقم 2.

الشكل رقم (III-1): الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة



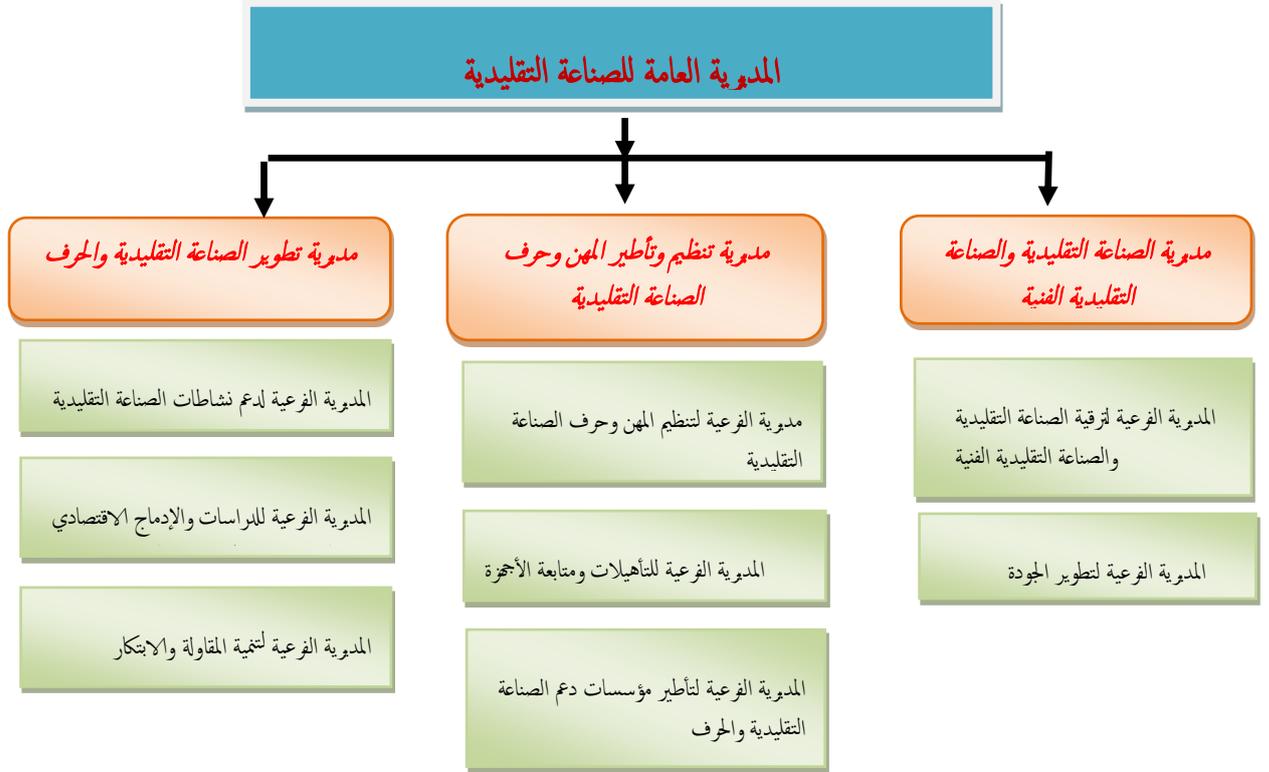
المصدر: <https://www.mta.gov.dz> تاريخ الاطلاع 2022/11/5

ج. المديرية العامة للصناعات التقليدية والحرف

وتتظم بدورها 03 مديريات تتفرع كل منها الى عدد من المديريات الفرعية كما هو موضح

في الشكل التالي:

الشكل رقم (III-2): الهيكل التنظيمي للمديرية العامة للصناعات التقليدية والحرف



المصدر: <https://www.mta.gov.dz> تاريخ الاطلاع 2022/11/5

هذا فيما يخص تنظيمها المركزي وتملك الوزارة مصالح غير مركزة تابعة لها زد الى ذلك مؤسسات تحت الوصاية، ومؤسسات اقتصادية تابعة لها إضافة الى مؤسسات التكوين ، والتي سنتطرق اليها في المطلب الوالي .

المطلب الثاني: المؤسسات السياحية الاقتصادية، مؤسسات التكوين، والمصالح غير المركزية للوزارة

صحيح ان الوزارة الوصية هي المشرف الأول على القطاع السياحي في الجزائر كما رأينا ، لكن هي ليست الوحيدة المسؤولة على تسيير وترقية هذا القطاع المتشعب الأطراف والاثار، فهناك العديد من الهيئات الأخرى التي تسهم كل على حسب ما يمليه القانون في تنشيط وتنمية هذا القطاع ، وفي هذا المطلب سنتطرق لكل من مؤسسات التكوين والمؤسسات الاقتصادية التابعة للوزارة إضافة الى التنظيم غير المركزي لها.

1. المديرية الولائية للسياحة والصناعات التقليدية (المصالح غير المركزية)

أنشئت المديرية الولائية للسياحة بموجب المرسوم التنفيذي 2000/376 المؤرخ في 22 نوفمبر 2000 بعد أن كانت مفتشية للسياحة والصناعة التقليدية وتم تعديله بالمرسوم 216/05 المؤرخ في 11 جوان 2005، وحاليا المديرية الولائية للسياحة والصناعات التقليدية خاضعة للمرسوم التنفيذي 257/10 المعدل للمرسوم السابق الذكر والمؤرخ في 20 أكتوبر 2010¹.

وتعتبر مديرية السياحة لكل ولاية القضاء الرئيسي الذي يعد همزة وصل بين التأطير الوطني والتنفيذ المحلي وتكلف المديرية الولائية للسياحة والصناعات التقليدية بموجب أحكام المرسوم التنفيذي 257/10 بالمهام التالية²:

أ. في مجال السياحة

- إعداد مخطط عمل سنوي يتعلق بالنشاطات السياحية؛
- المبادرة بكل إجراء من شأنه إنشاء محيط ملائم ومحفز للتنمية المستدامة للنشاطات السياحية المحلية؛
- السهر على التنمية المستدامة للسياحة من خلال العمل على تجميع القدرات المحلية
- تشجيع بروز عروض سياحية متنوعة وذات نوعية؛
- تنفيذ برامج وتدابير ترقية وتطوير النشاطات السياحية والحمامات المعدنية وتقويم نتائجها؛
- جمع وتحليل وتزويد آلية الرصد الإحصائية للقطاع في مجال المعلوماتية والمعطيات الإحصائية؛
- حول النشاطات المرتبطة بالاقتصاد السياحي والحمامات المعدنية وضمان نشره
- المساهمة مع القطاعات المعنية في ترقية الشراكة الوطنية والأجنبية، لا سيما في ميادين الاستثمار وتكوين الموارد البشرية؛
- إدماج النشاطات السياحية ضمن أدوات تهيئة الإقليم والعمران وتجميع مناطق ومواقع التوسع السياحي؛
- توجيه مشاريع الاستثمار السياحي ومتابعتها بالاتصال مع الهيئات المعنية؛
- السهر على مطابقة النشاطات السياحية وتطبيق القواعد ومقاييس الجودة المقررة في هذا المجال؛

¹ أنظر الملحق رقم 3.

² تاريخ الاطلاع <https://bouira.mta.gov.dz/2022/11/12>

- المساهمة في تحسين الخدمات السياحية، لا سيّما تلك التي لها صلة بالنظافة وحماية الصحة والأمن المرتبطة بالنشاط السياحي؛
- السهر على تلبية حاجيات المواطنين وتطلعات السواح في مجال الراحة والاستجمام والترفيه؛
- ضمان تنفيذ ميزانيات التجهيز والتسيير في جانبه السياحي؛
- ضمان متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان صندوق دعم الاستثمار وترقية وجودة النشاطات السياحية؛
- المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل النشاطات السياحية بصناديق الجنوب والهضاب العليا؛
- تنشيط وتأطير المصالح الخارجية والفضاءات الوسيطة والحركة الجموعي التي تنشط في السياحة على المستوى المحلي؛
- المشاركة بالاتصال مع القطاعات المعنية في إعداد وتنفيذ أعمال التكوين وتحسين المستوى وتجديد المعارف وتثمين الموارد البشرية؛
- المساهمة في إعداد المخطط السنوي والمتعدد السنوات لتنمية السياحة في الولاية؛
- إعداد حصائل النشاطات الثلاثية والسنوية للنشاط السياحي.

ب. في مجال الصناعات التقليدية

- إعداد مخطط عمل سنوي ومتعدد السنوات يتعلق بتطوير نشاطات الصناعة التقليدية؛
- المبادرة بكل إجراء من شأنه خلق جو ملائم للتنمية المستدامة لنشاط الصناعة التقليدية؛
- المساهمة في حماية تراث الصناعة التقليدية والمحافظة عليه ورد الاعتبار له؛
- السهر على تطبيق واحترام القوانين والتنظيمات والمقاييس والنماذج المتعلقة بالجودة في ميدان الإنتاج ودراسة أنشطة الصناعة التقليدية؛
- المشاركة في متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية؛
- المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل نشاطات الصناعة التقليدية بصناديق الجنوب والهضاب العليا؛
- المشاركة في جهود إدماج نشاطات الصناعة التقليدية في المنظومة الاقتصادية المحلية؛
- تدعيم أعمال المنظمات والتجمعات المهنية والجمعيات والفضاءات الوسيطة الناشطة في ميدان الصناعة التقليدية وتنشيطها؛
- المبادرة بالتحقيقات والدراسات ذات الطابع التقني والاقتصادي والاجتماعي المتعلقة بتقييم الأنشطة الحرفية؛

- جمع المعلومات والمعطيات الإحصائية في مجال الصناعة التقليدية وضمان توزيعها؛
- تأطير النظاهرات الاقتصادية من أجل ترقية الصناعة التقليدية والحرف وتنشيطها؛
- ضمان تنفيذ ميزانية التجهيز والتسيير المسجلة بعنوان الصناعة التقليدية؛
- إعداد الحصائل الثلاثية والسنوية لنشاط الصناعة التقليدية.

ولقد حدد ذات المرسوم تنظيم المديریات الولائية للسياحة والصناعات التقليدية في ثلاث مصالح رئيسية وهي: مصلحة الصناعة التقليدية والحرف، مصلحة الإدارة والوسائل، مصلحة السياحة. وكل مصلحة تتفرع لعدد من المكاتب¹.

وهناك 58 مديرية فرعية للسياحة والصناعات التقليدية بعدد ولايات الوطن حسب التقسيم الإداري الجديد (انظر المبحث الثالث ص 178)

2. مؤسسات التكوين

القطاع السياحي هو قطاع خدماتي بامتياز وللنهوض به وترقيته لابد من تطوير مستوى هذه الخدمات والرقي بها الى مستويات معايير الجودة العالمية وهذا كان الرهان ضمن الاستراتيجية الوطنية لتهيئة السياحة، ومن أجل ذلك كان لابد من الالتفات الى عنصر التكوين والعمل على رفع مستوياته وتحسين برامجه لتواكب ما هو معمول به عالميا، وتشرف على التكوين السياحي عدة مؤسسات منها ما كان موجود قبل رسم الاستراتيجية ومنها ما هو حديث النشأة، وهي كالتالي:

أ. المدرسة العليا للفندقة والاطعام

هي مؤسسة عمومية للتعليم العالي تضمن تسييرها المدرسة السويسرية للوزان تم انشاؤها في سنة 2014 من قبل شركة الاستثمار الفندقية، وتم اعتمادها من قبل وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، وتتربع بناها التحتية على مساحة 15 هكتار على الساحل بمحاذاة البحر في عين البنيان الجزائر العاصمة، وتحتوي على هياكل بيداغوجية، وهياكل سكنية بمعنى ان لديها إقامة وتحتوي نظام داخلي، كما انها تحوي على هياكل للترفيه والرياضة². وتقدر الطاقة الاستيعابية للمدرسة ب 800 مقعد بيداغوجي و 400 سرير للطلبة، و 20 سرير للزوار، 27 شقة للأساتذة بالإضافة الى 7 شقق فاخرة³.

¹ انظر الملحق رقم 4.

² https://www.eshra.dz/?page_id=181 consultez le : 20/12/2022

³ <https://www.echoroukonline.com/> consultez le : 20/12/2022

تضمن المدرسة عدة أنواع من التكوين النوعي مثل ليسانس في التسيير الفندقى والاطعام ، حيث تطور برامجها التكوينية بالتعاون مع شريكها الاكاديمى LAUSANNE وهي مصنفة من احسن مدارس إدارة الفنادق في العالمى والشهادات التي تمنحها المدرسة معتمدة من قبل مدرسة لوزان السويسرية.

ب. المدرسة الوطنية العليا للسياحة

تعتبر مؤسسة عمومية ذات طابع ادارى تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالى، تم انشاؤها بموجب المرسوم التنفيذى 255/94 المؤرخ فى 17 أوت 1994 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذى 104/98¹، تمنح هذه المدرسة شهادة ليسانس وماستر فى التسيير الفندقى والسياحى، وتطوير وتدريب العاملين فى قطاع السياحة، وتقدر طاقتها الاستيعابية ب 100 مقعد بيداغوجى².

ت. المعهد الوطنى للسياحة والفندقة بتيزى وزو

هو مؤسسة عمومية ذات طابع ادارى، يقع مقره فى ولاية تيزى وزو وله ملحقة فى ولاية تلمسان، طاقتة الاستيعابية 300 مقعد بيداغوجى، ويمنح شهادة تقنى سامى فى الاستقبال، المطاعم والطبخ، والحلويات، والإدارة الفندقية والسياحية، وهو يقوم بمجموعة من المهام كما يلى:

- تكوين التقنيين السامين فى مختلف مهن السياحة، الفندقية، الحمامات المعدنية؛
- تحسين مستوى المستخدمين التقنيين المتخرجين من قطاع السياحة والفندقة والحمامات المعدنية وتكوينهم المستمر؛
- تعميم التقنيات الجديدة المرتبطة بالسياحة، الفندقية والحمامات المعدنية عن طريق جميع وسائل الدعم الملائمة؛
- تحسين المستوى وتجديد المعارف؛
- المؤتمرات والندوات واللقاءات والملتقيات.

ث. المعهد الوطنى للسياحة والفندقة ببوسعادة

هي مؤسسة عمومية ذات طابع ادارى تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالى ومقره ببوسعادة ويوفر 300 مقعد بيداغوجى، وتمنح شهادة تقنى سامى فى الاستقبال، المطاعم والطبخ، ويتولى المعهد المهام التالية:

¹ المرسوم التنفيذى 104/98 المؤرخ فى 31 مارس 1988، الصادر فى الجريدة الرسمية رقم 18، 1988، ص15.

² عبد القادر عوينان، مرجع سبق ذكره، ص 202.

- تكوين تقنيين في مختلف مهن السياحة والفندقة والحمامات المعدنية؛
 - تكوين جميع الاسلاك الأخرى التابعة للمهن الضرورية لنشاط السياحة والفندقة والحمامات المعدنية؛
 - تحسين مستوى المستخدمين والتقنيين المتخرجين من قطاع السياحة.
3. المؤسسات العمومية ذات الطابع الاقتصادي التابعة للوزارة

نذكر منها¹:

أ. مجمع فندقة، سياحة وحمامات معدنية (Groupe HTT)

تم إنشاء هذا المجمع نتيجة تحول شركة (SGP Gestour) بتاريخ 20 ديسمبر 2015، تطبيقاً لقرار لائحة مجلس مساهمات الدولة رقم 144/03 المؤرخة في 28 مارس 2015. يتكون هذا المجمع من 17 مؤسسة منها 15 مؤسسة تسيير سياحي (EGT) ومؤسستين تسيير فندقية (EGH)، كل مؤسسة تتكون من وحدة واحدة أو عدة وحدات سياحية بمجموع كلي يقدر بـ 73 وحدة².

مهمتها الأساسية تطور ملف عصرنة وإعادة تأهيل الوحدات السياحية التابعة لمجمع فندقة، سياحية وحمامات معدنية وذلك في إطار السياسة الوطنية لترقية السياحة وتنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية المعتمد من طرف الحكومة في سنة 2008، بالأخص الديناميكيات الخمس التي تشكل خارطة الطريق لتنمية السياحة في الجزائر، من أجل هذا خصصت السلطات الحكومية مبلغ مالي لعصرنة وإعادة تأهيل الحاضرة الفندقية التابعة لـ 17 مؤسسة تسيير سياحي وفندقية.

ب. المؤسسات العمومية ذات الطابع الصناعي والتجاري:

- الوكالة الوطنية لتنمية السياحة A.N.D.T أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 70/98 المؤرخ في 21 فيفري 1988؛
- الوكالة الوطنية للصناعة التقليدية ANART أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 12/92 المؤرخ في 09 جانفي 1992؛

¹ <https://www.mta.gov.dz/> consultez le : 21/12/2022.

² انظر الملحق رقم 5.

- الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف (CNAM) أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 101/97 المؤرخ في 29 مارس 1997؛
- غرف الصناعة التقليدية و الحرف لـ 48 ولاية (CAM) أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 100/97 المؤرخ في 29 مارس 1997.

المطلب الثالث: الديوان الوطني للسياحة وفاعلون آخرون

ارتأينا ادراج الديوان الوطني للسياحة في مطلب منفصل لما له من أهمية ودور في ترقية وتحسين صورة وجهة الجزائر داخليا، ودوليا، وإضافة الى الديوان سنتطرق الى مجموعة من الفاعلين الآخرين المسؤولين عن النشاط السياحي في الجزائر .

1. الديوان الوطني للسياحة O.N.T

هي مؤسسة عمومية ذات طابع اداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، موضوعة تحت وصاية وزير السياحة والصناعات التقليدية، ويعتبر أداة حكومية لتحديد وتنفيذ السياسة الوطنية في المجال السياحي، اين تكمن مهمته الأساسية في ترقية صورة الجزائر والعمل على إعطاء المكانية اللازمة للمنتج السياحي الجزائري في الأسواق الدولية من خلال انتهاج سياسة ترويجية شاملة وفعالة.

أ. النشأة

تأسس الديوان الوطني للسياحة بموجب المرسوم رقم 214/88 المؤرخ في 31/10/1988 والمتضمن انشاء الديوان الوطني للسياحة وتنظيمه¹، غير انه لم يتم تفعيله حتى سنة 1990 اين صدر المرسوم التنفيذي المعدل والمتمم رقم 409/90 المؤرخ في 22 ديسمبر 1990² وعدل مرة أخرى بالمرسوم التنفيذي رقم 402/92 المؤرخ في 31 أكتوبر 1992³، وفي 2002 صدر قرار وزاري مشترك يتضمن التنظيم الداخلي للديوان الوطني للسياحة⁴.

¹ الجريدة الرسمية رقم 44 المؤرخة في 2 نوفمبر 1988.

² الجريدة الرسمية 56 المؤرخة في 26 ديسمبر 1990.

³ الجريدة الرسمية 79 المؤرخة في 27 نوفمبر 1992.

⁴ الجريدة الرسمية 78 المؤرخة في 27 نوفمبر 2002.

ب. المهام¹

أوكلت اليه عدة مهام ندرجها فيما يلي:

- ترقية المنتج السياحي الجزائري؛
- متابعة ومراقبة وكالات السياحة والسفر؛
- توجيه المتعاملين السياحيين؛
- انجاز الدراسات العامة لمناطق التوسع السياحي؛
- متابعة الاستثمارات السياحية في الجزائر؛
- توجيه الاستثمارات العمومية والخاصة في ميدان السياحة ويشجعها بتدابير خاصة في إطار التشريع المعمول به؛

بالإضافة الى هذه المهام كلف في المجالات التالية بما يلي²:

- في مجال الترقية والاتصال
 - القيام بدراسات تتعلق بالسوق والترقية والعلاقات العامة؛
 - جمع وتحليل واستغلال المعلومات والاحصائيات المتعلقة بالترقية السياحية، وخاصة تقييم قدرات ونتائج العمليات المحققة؛
 - المشاركة في التظاهرات الداخلية المتعلقة بالسياحة؛
 - تنمية وتطوير التبادل بين مختلف المنظمات الخارجية في ميدان الترقية السياحية؛
 - الشروع في الأبحاث والدراسات بهدف التعرف على ميكانيزمات وحركة السوق السياحي الداخلي والخارجي.

- في مجال التخطيط

- يحدد محاور تنمية القطاع السياحي في الامدين المتوسط والطويل ويقترحها؛
- ينجز الدراسات العامة بتحديد مناطق التوسع السياحي في إطار مخطط التهيئة الإقليمية؛
- يقوم بأي بحث أو دراسة لفهم حركة السوق السياحي الداخلي والخارجي؛
- يوجه الاستثمارات العمومية والخاصة في ميدان السياحة، ويشجعها بتدابير خاصة في إطار التشريع السياحي المعمول به؛

¹ عبد القادر عوينان، مرجع سبق ذكره، ص 188.
² هدى حفصي، مولود حواس، التطبيقات الاتصالية للعلاقات العامة السياحية ودورها في ترقية صورة المقصد السياحي للجزائر حالة الديوان الوطني للسياحة، مجلة معهد العلوم الاقتصادية، المجلد 22، العدد 2، 2019، ص 159.

- ينسق ويتابع وفقا للأحكام التشريعية المعمول بها كل مشروع استثمار سياحي أجنبي في الجزائر وكل شكل آخر من أشكال تدخل المتعهدين الأجانب في القطاع؛
- ينجز أي دراسة عامة أو نوعية تربط بهدف، أو تأمر بإنجازها؛
- يشارك في إعداد منظومات التكوين في القطاع، ويسهر على ملائمة برنامج التكوين للتكنولوجيات الحديثة الخاصة بالقطاع وعلى التلائم بين التكوين والتشغيل.

- في مجال ضبط المقاييس

- يحدد التقنين الذي تخضع له الاعمال الفندقية والسياحية ويسهر على تطبيقه؛
- يحدد القواعد النوعية لاستغلال الموارد الخاصة للحمامات المعدنية ومراقبتها في إطار التشريع المعمول به؛
- يحدد المعايير التقنية والخاصة بالتسيير الفندقي والسياحي؛
- يضع أسس ترتيب المؤسسات الفندقية والسياحية ويسهر على تطبيقها؛
- يسلم الرخص والاعتمادات القانونية.

ت. أهدافه

إن الهدف الرئيسي الذي يسعى الديوان لتحقيقه هو ضمان صورة سياحية جيدة وترقيتها على مستوى الأسواق العالمية من خلال ترقية الصورة السياحية للجزائر.

أما الأهداف الفرعية فمتعددة نذكر منها ما يلي:

- رد الاعتبار للثروات السياحية والثقافية للجزائر؛
- إعطاء العالم صورة سياحية جديدة عن الجزائر؛
- تحقيق التوازن بين العرض والطلب على مستوى مختلف الأسواق؛
- تطوير السياحة الخاصة بأصحاب الدخل المتوسطة والمرتفعة؛
- تحسيس المواطن المؤسسات بأهمية النشاط السياحي؛

أما على المستوى الدولي فالأهداف الرئيسية هي كالتالي:

- تشكيل صورة جديدة للسياحة الجزائرية؛
- البحث عن أسواق جديدة؛
- تطوير منتجات سياحية جديدة تستجيب لحاجيات الزبون المحلي والاجنبي؛
- تكييف العرض مع الطلب الدولي.

وبالتالي يعتبر الديوان الوطني للسياحة مؤسسة سياحية مهمة تتمتع بصلاحيات واسعة في المجال السياحي، وقادر على المساهمة في تفعيل السياحة الجزائرية من خلال الأهداف التي يصبو الي تحقيقها والصلاحيات التي يتمتع بها .

2. المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية ENET¹

هي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي موضوعة تحت وصاية وزارة السياحة ، أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98/70 المؤرخ في 21 فيفري 1988. وكلفت بالمهام التالية²:

- تنشيط وترقية وتأطير النشاطات السياحية في إطار السياسة الوطنية لتطوير السياحة والتهيئة العمرانية؛
- تسهر الوكالة على حماية مناطق التوسع السياحي والحفاظ عليها؛
- القيام بالدراسات والتهيئة المخصصة للنشاطات السياحية والفندقية والحمامات المعدنية؛
- تساهم في ترقية الأماكن داخل مناطق التوسع مع المؤسسات المعنية؛
- تقوم بكل أعمال ترقية مناطق التوسع السياحي وتطويرها؛
- تكلف باقتناء الأراضي الضرورية للاستغلال السياحي لمنابع المياه المعدنية ذات القيمة العلاجية العالية وتقوم بدراسات التهيئة الضرورية؛
- الدراسات الخاصة بتحديد القدرات السياحية وتنميتها؛
- مراقبة ومتابعة المنشآت السياحية، المرافق الفندقية ، والمياه المعدنية ومعاينتها؛
- إنشاء بنك للمعلومات الخاصة بتهيئة السياحة وتنميتها؛
- انشاء كل الدراسات المرتبطة بمجال نشاطها بطلب من السلطات العمومية.

3. النادي السياحي الجزائري TCA

تأسس في أكتوبر 1963 ، تم وضعه تحت وصاية وزارة السياحة سنة 1971 وكلف بتنمية النشاطات السياحية، وفي سنة 1980 اصبح متعاملا اقتصاديا فعليا من خلال النشاطات التي يقدمها في ميدان الترفيه والتخييم وخدمات السفر والعمرة والحج، ويمك النادي السياحي الجزائري حوالي 42 وكالة موزعة عبر كامل التراب الوطني، وأوكلت اليه المهام الآتية:

- تنظيم الرحلات الدينية الحج والعمرة؛

¹ ENET : Établissement National des Études Touristiques .

² هدير عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص 62.

- تنظيم الرحلات السياحية مع المنظمات الوطنية والدولية، كما اتخذ طابعا جديدا من خلال النشاطات التجارية من طرف شركتيه الفرعيتين: سياحة وأسفار الجزائر التي أنشأت في جانفي 1995، ومؤسسة الخدمات الدولية للسياحة ومهمتهم هي:

- تنظيم وإقامة رحلات في المنشآت السياحية الوطنية؛
- تنظيم رحلات ثقافية الى خارج البلاد؛
- إقامة رحلات الى البقاع المقدسة؛
- إصدار تذاكر السفر بحرا وجوا؛
- إصدار رخص السياقة الدولية.

4. الدواوين المحلية للسياحة

يفوق عدد الدواوين السياحية بالجزائر 150 ديوان منها من ينشط ومنها من توقف عن النشاط لأسباب مختلفة، والجهات الوصية تعمل على تأسيس مزيد من هذه الدواوين عبر مختلف مناطق الوطن، وهي مكلفة أساسا بـ:

- المساهمة في حماية وحفظ المواقع السياحية الطبيعية؛
- التنسيق والتبادل مع الدواوين المحلية، الوطنية، والأجنبية؛
- إعلام السياح وتنظيم الرحلات السياحية؛
- عرض خدمات المرشدين المحليين؛
- المشاركة في إحياء الأعياد المحلية.

5. الجمعيات السياحية

تتمثل مهمتها في الدعم لتطوير كافة الجوانب والمتطلبات السياحية لتشارك الجهات المدنية والقطاع الخاص، والجهاز الحكومي الذي سيأخذ دور الداعم في إحداث تنمية سياحية مستدامة. بالإضافة الى التركيز على مجالات التسويق، وفق الاحتياجات والاهداف وتتولى تلك الجمعيات تنظيم أنشطة المناسبات والمهرجانات الرامية الى إثراء السياحة كمنتج تركز عليه المنطقة.

ويتم التأطير بواسطة الحركة الجمعوية عن طريق:

- الاتحادية الوطنية لدواوين السياحة المحلية؛
- الاتحادية الوطنية لوكالات السفر؛
- جمعية حماية المواقع والحظائر؛
- الاتحادية الوطنية للفندين؛
- جمعية المرشدين السياحيين.

المبحث الثاني: التحول الإلكتروني لقطاع السياحة في الجزائر

وزارة السياحة والصناعات التقليدية هي أعلى الهرم التنظيمي لقطاع السياحة ، والمسؤول الأول على تنفيذ، ومتابعة تنفيذ خطط الحكومة في قطاعها، وكما رأينا في الفصل الثاني من هذا العمل، الجزائر توجهت الى تبني مدخل الإدارة الإلكترونية على مستوى الدولة (الحكومة الإلكترونية) بتطبيق مشروع الجزائر الإلكترونية 2013، وبدأت برقمنة كل القطاعات، ووزارة السياحة من بين القطاعات السبابة لعملية الرقمنة.

ومن خلال هذا المبحث سنتطرق الى مختلف المشاريع الإلكترونية التي سطرت للوزارة، إضافة الى ادراج عينة من المواقع التي تسيورها الوزارة، وبعدها سنتطرق الى الآثار المتوقعة للتحول الرقمي في مجال ترقية القطاع.

المطلب الأول: التحول نحو الإدارة الإلكترونية في وزارة السياحة والصناعات التقليدية

بادرت الوزارة منذ تبني مشروع الجزائر الإلكترونية الى التحول نحو الإدارة الإلكترونية وذلك بتبني عدة مشاريع نذكر فيما يلي.

1. الانترنت

قبل تبني الجزائر مدخل الحكومة الإلكترونية، كانت وزارة السياحة والصناعات التقليدية تستخدم عتاد الحاسوب لتسهيل أداء مهامها، لكن لم يكن لديها شبكة داخلية تظم جميع المديریات والأقسام، وفي ظل مشروع الجزائر الإلكترونية استفادت الوزارة من مشروع لشبكة LAN كمرحلة أولى.

أ. شبكة (LAN)¹

تعرف شبكة LAN على انها " شبكة تؤمن وصل مجموعة من الحواسيب الشخصية في مؤسسة، او مكتب، او مبنى أو عدة مباني متجاورة، وبشكل عام هي وصل الحواسيب على مساحة صغيرة نسبيا من أجل الاستخدام المشترك للمعلومات"² وهو مشروع نفذته وزارة البريد والمواصلات، وذلك بعد اقتناء البنية التحتية الضرورية بعرض مناقصة عامة. وأصبحت شبكة LAN الخاصة بوزارة السياحة والصناعات التقليدية جاهزة للاستخدام في افق 2013 وهي تظم كل المصالح المركزية

¹ Local Area Network

² صالح بلخير، الشبكات المحلية الشبكة المحلية لجامعة المسيلة نموذجا، مذكرة ماجستير في علم المكتبات، جامعة منتوري بقسنطينة، 2005، ص 32.

للوزارة (مبنى الوزارة الواقع في 119 شارع ديدوش مراد ، الجزائر العاصمة) ، لكن وللأسف هذه الشبكة لم تكن فعالة في أداء مهمتها رغم ان البنية التحتية لها من النوعية الجدية بشهادة موظفي الوزارة وذلك لعدة اعتبارات نذكر منها:

- غياب الثقافة الالكترونية لدي الموظفين؛
- مقاومة التغيير والذي يعد فطرة في الانسان لانه يخاف من المجهول؛
- ضعف التوعية والتحسيس بضرورة الانتقال الى مدخل الإدارة الالكترونية؛
- انعدام التحفيز من أجل خلق الدافع لدي العمال للتحول نحو الإدارة الالكترونية؛
- كبر سن المسؤولين ما خلف لديهم عقليات متحجرة ورافضة للتغيير؛
- غياب الصيانة والتطوير المستمر لهذه الشبكة من منطلق ان الوزارة تستعين بمختصين خارجيين في مجال البرمجيات كون المحفزات المادية المقدمة لهؤلاء ضعيفة جدا على مستوى الوظيف العمومي مما يؤدي بهم الى عدم الترشح في الوظيف العمومي ويفضلون العمل لحسابهم الخاص او لحساب مؤسسات خاصة تقدر مواهبهم.¹

وبعدها توقفت مشاريع الرقمنة واعيد بعثها قبل جائحة كورونا لكن وبسبب الغلق الشامل والبروتوكول الصحي الذي اعتمدته الجزائر لم تكتمل هذه المشاريع، واعيد اطلاقها عقب الجائحة وهناك ما اكتمل وهناك ما هو بصدد الإنجاز.

ب. شبكة (WAN)²

نظرا لكبر حجم القطاع الذي تشرف عليه وزارة السياحة والصناعات التقليدية، وكثرة المؤسسات والهيئات التابعة لها والخاضعة لوصايتها حوالي (115 مؤسسة تابعة)، كان لابد من التفكير في انشاء شبكة معلوماتية تظم كل هؤلاء من اجل التدوير ولاستعمال السريع للمعلومة، وتعرف wan على انها " شبكة يتم بناؤها على مساحات واسعة في الدولة الواحدة او بين الدول واحيانا تمتد الى بين القارات"³.

ولقد استفادت الوزارة من مشروع WAN بعنوان السنة المالية 2019 ولكن نظرا لظروف جائحة كورونا وتعطل أمور الدولة ككل لم يصل الغلاف المالي الى غاية سنة 2021 وهي حاليا قيد الإنجاز، وكمرحلة أولى استفادت الوزارة من مشروع اول لتدعيم تجهيزاتها الالكترونية من اجل إقامة نظام

¹ مقابلة مع السيد محمد بوعيشة ، نائب مدير مديرية الاحصائيات والرقمنة على مستوى الوزارة، يوم 07 سبتمبر 2022.

² Wide Area Network

³ صالح بلخير، مرجع سبق ذكره، ص 32.

معلومات مركزي DATA CENTER في جوان 2021، حيث تم اقتناء عدة تجهيزات مبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (III-1): جدول يبين مشتريات الوزارة من أجل إقامة DATA CENTER

اسم العتاد	العدد
SWITCHS	03
SERVEURS	2
WEB PROTECTION	2
BILE DE STOKAGE	2
ONDULEUR PC	PLUS DE 100
PC	PLUS DE 200
IMPRIMANTE	100
CETRAL+ DTA+CAM	115

المصدر: وثائق داخلية للوزارة.

اين وجةت (SWITCHS , SERVUERS, WEB PROTECTION, BILLE DE STOKAGE) الى مقر الوزارة من اجل إرساء نظام المعلومات المركزي بينما باقي المعدات حولت الى المؤسسات التابعة و حصة الأسد كانت من نصيب مؤسسات التكوين. و حاليا هم في المرحلة الثانية من بناء شبكة WAN اين هم بصدد العمل على مستوى المؤسسات التابعة خاصة المديرية الولائية للسياحة والصناعات التقليدية، ويتوقع الانتهاء من إرساء شبكة WAN في حدود سنة 2023¹.

2. الاستفادة من غلاف مالي من اجل انشاء 58 موقع الكتروني

وهذه المواقع الالكترونية تخص 58 مديرية ولآئية للسياحة والصناعات التقليدية، بالرغم من ان اغلب المديرية قبل هذا القرار كانت تملك موقع الكتروني لكن هذه المواقع كانت تختلف من حيث التصميم من ولاية لأخرى، والاهم انها كانت تختلف من حيث المحتوى والمعلومات التي تقدمها، ودرجة التحيين لهذه المواقع، لذلك كلفت الوزارة المعنية بإنشاء مواقع متجانسة من حيث التصميم والمحتوى لكل مديرية ويوضع تحت تسييرها من اجل تحيينه دائما، والملاحظ عند تصفح هذه المواقع انها تختلف من حيث الألوان المستعملة فقط فعندما يتعلق الامر مثلا بولاية ساحلية تجد الألوان المستعملة هي الوان البحر يغلب عليها الأزرق وعندما يتعلق الامر بولاية صحراوية تجد الألوان المستخدمة

¹ مقابلة مع السيدة لبنى عيو، رئيسة مشروع الشبكة، ممثلة مديرية المنظومات الإعلامية والاحصائيات، بتاريخ 2022/10/31.

هي الوان ترابية يغلب عليها اللون البني، لون الصحراء. وهذه المواقع انتهى إنجازها وهي تستعمل حاليا، والجدول التالي يبين عناوين هذه المواقع.

جدول رقم (III-2): جدول يوضح المواقع الإلكترونية ل 58 مديرية ولائية للسياحة والصناعات التقليدية

الرمز	الولاية	رابط الموقع
1	أدرار	https://adrar.mta.gov.dz
2	الشلف	https://chlef.mta.gov.dz
3	الأغواط	https://laghouat.mta.gov.dz
4	أم البواقي	https://oum-el-bouaghi.mta.gov.dz
5	باتنة	https://batna.mta.gov.dz.mta.gov.dz
6	بجاية	https://bejaia.mta.gov.dz
7	بسكرة	https://biskra.mta.gov.dz
8	بشار	https://bechar.mta.gov.dz
9	البلدية	https://blida.mta.gov.dz
10	البويرة	https://bouira.mta.gov.dz
11	تمنراست	https://tamanrasset.mta.gov.dz
12	تبسة	https://tebessa.mta.gov.dz
13	تلمسان	https://tlemcen.mta.gov.dz
14	تيارت	https://tiaret.mta.gov.dz
15	تيزي وزو	https://tizi-ouzou.mta.gov.dz
16	الجزائر	https://alger.mta.gov.dz
17	الجلفة	https://djelfa.mta.gov.dz
18	جيجل	https://jijel.mta.gov.dz
19	سطيف	https://setif.mta.gov.dz
20	سعيدة	https://saida.mta.gov.dz
21	سكيكدة	https://skikda.mta.gov.dz
22	سيدي بلعباس	https://sidi-bel-abbes.mta.gov.dz
23	عنابة	https://annaba.mta.gov.dz
24	قالمة	https://guelma.mta.gov.dz
25	قسنطينة	https://constantine.mta.gov.dz
26	المدية	https://medea.mta.gov.dz
27	مستغانم	https://mostaganem.mta.gov.dz

https://msila.mta.gov.dz	المسيلة	28
https://mascara.mta.gov.dz	معسكر	29
https://ouargla.mta.gov.dz	ورقلة	30
https://oran.mta.gov.dz	وهران	31
https://el-bayadh.mta.gov.dz	البيض	32
https://illizi.mta.gov.dz	إليزي	33
https://bordj-badji-mokhtar.mta.gov.dz	برج بوعريبرج	34
https://boumerdes.mta.gov.dz	بومرداس	35
https://el-tarf.mta.gov.dz	الطارف	36
https://tindouf.mta.gov.dz	تندوف	37
https://tissemsilt.mta.gov.dz	تيسمسيلت	38
https://el-oued.mta.gov.dz	الوادي	39
https://khenchela.mta.gov.dz	خنشلة	40
https://souk-ahras.mta.gov.dz	سوق أهراس	41
https://tipaza.mta.gov.dz	تيبازة	42
https://mila.mta.gov.dz	ميلة	43
https://ain-defla.mta.gov.dz	عين الدفلة	44
https://naama.mta.gov.dz	النعامة	45
https://ain-temouchent.mta.gov.dz	عين تيموشنت	46
https://ghardaia.mta.gov.dz	غرداية	47
https://relizane.mta.gov.dz	غليزان	48
https://djanet.mta.gov.dz	جانت	49
https://bordj-badji-mokhtar.mta.gov.dz	برج مختار	50
https://in-salah.mta.gov.dz	إن صالح	51
https://in-guezzam.mta.gov.dz	إن قزام	52
https://mghair.mta.gov.dz	المغير	53
https://tougourt.mta.gov.dz	تقرت	54
https://beni-abbes.mta.gov.dz	بني عباس	55
https://timimoun.mta.gov.dz	تيميمون	56
https://el-meniala.mta.gov.dz	المنيعا	57
https://ouled-djellal.mta.gov.dz	أولاد جلال	58

المصدر : وثائق داخلية للوزارة.

3. إرساء نظام لليقظة الحرفية *veille artisanat*

وتعرف اليقظة على انها " المراقبة والمتابعة العامة والذكية لمحيط المؤسسة من خلال البحث عن المعلومات الواقعية والمستقبلية"¹، او هي " نشاط مستمر يمكن المؤسسة من متابعة التجديد ومواكبته وخلق ميزة تنافسية تسمح لها او للدولة بالتكيف مع متغيرات محيطها" أي انها تهتم بتسيير موارد المعلومات لجعل المؤسسة أكثر ذكاء وتنافسية².

وهو عبارة عن نظام معلومات مركزي رقمي لتسيير المعطيات الاقتصادية لقطاع الصناعات التقليدية، حيث يمكن مديرية الصناعات التقليدية على مستوى الوزارة بتجميع جميع البيانات المتعلقة بالحرف والحرفيين من خلال نظام معلومات يربط كل الفاعلين في مجال الصناعات التقليدية والحرفية وتحليلها وبناء استراتيجيات لترقية هذا الجانب الذي لا يتجزأ عن السياحة ، ولقد بدأ العمل على هذا المشروع وهو في مراحل الأخرى، وبهذا يصبح للوزارة نظام لليقظة السياحية وهو خاص بمديرية السياحة، ونظام لليقظة الحرفية خاص بمديرية الصناعات التقليدية³.

4. مشاريع أخرى مسجلة بعنوان السنة المالية 2021

هناك عدة مشاريع لرقمنة جميع مصالح الوزارة هناك ما أنجز وهناك ما هو قيد الإنجاز⁴:

أ. المشاريع المنجزة

- وضع نظام خاص بنشاطات قطاع السياحة؛
- وضع نظام خاص بنشاطات قطاع الصناعات التقليدية؛
- وضع نظام الاعلام الجغرافي للقطاع؛
- تشخيص وضعية نظام المعلومات الحالي وتحديد النظام المستهدف؛
- وضع البنية التحتية المعلوماتية للإدارة المركزية للوزارة؛
- منصة انترانت التعاونية (إدارتي)؛
- تطبيق خاص بالتواصل المرئي عن بعد؛
- نظام لتسيير خدمات الاعلام الألي وحظيرة المعلوماتية للقطاع؛

¹ Laurent Hermel :maitriser et pratiquer veille stratégique et intelligence économique, Editions AFNOR ,2eme édition,France,2007,p2.

² قمان انيسة، محاولة بناء خلية لليقظة الاستراتيجية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة كأداة لتنمية الصادرات خارج المحروقات دراسة عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة أمحمد بوقرة، الجزائر، 2014/2013، ص 28.

³ مقابلة مع السيدة لبنى عيو، رئيسة مشروع الشبكة، ممثلة مديرية المنظومات الإعلامية والاحصائيات ، بتاريخ 2022/10/31

⁴ القرار 122 ، انظر الملحق 6.

- نظام تسيير الأرشيف والوثائق الإدارية؛
- نظام تسيير الموارد البشرية.
- ب. المشاريع غير المنجزة
- نظام اليقظة الخاص بقطاع السياحة؛
- نظام التجهيز القطاعي؛
- حل الأمني وربط الشبكة المعلوماتية؛
- نظام المساعدة على اتخاذ القرار؛
- بوابة الكترونية للخدمات الإدارية؛
- نظام تسيير البريد الوارد والصادر؛
- نظام لاستحداث وتسيير الاستثمارات الديناميكية الالكترونية؛
- نظام تسيير الميزانية والمحاسبة العمومية؛
- نظام تسيير ملفات اللجنة القطاعية للصفقات العمومية؛
- نظام التسيير اللوجستيكي؛
- بوابة نشر الصفقات العمومية للوزارة.

المطلب الثاني: نماذج عن المواقع الالكترونية الإعلامية للقطاع السياحي

سنستعرض من خلال هذا المطلب موقعين الكترونيين لوزارة السياحة يقدمان معلومات وخدمات في المجال السياحي.

1. المرقع الرسمي لوزارة السياحة والصناعات التقليدية

تعد الوزارة الوصية المسؤول الأول على النشاطات السياحية، ونشاطات الصناعات التقليدية، وأيضا المتحدث الرسمي باسم القطاع، والمكلفة بنشر الخطط والاستراتيجيات والاحصائيات المتعلقة بنشاطها للمهتمين بها (متعاملين اقتصاديين، باحثين، سواح، مواطنين عاديين ...الخ)، من هنا جاءت ضرورة استخدام موقع رسمي يوفر ويتيح إمكانية نشر كل هذه المعطيات والمعلومات للمهتمين بها.

عنوان الموقع الرسمي للوزارة هو: [/https://www.mta.gov.dz](https://www.mta.gov.dz) وقد انشأته مؤسسة دعم تطوير الرقمنة¹ EADN التي استحدثت في إطار تحديث الهيئات العمومية في المجال الرقمي في الجزائر، وهي تسعى بذلك الى توحيد الموارد البشرية والبنى التحتية ومنصات تكنولوجيا المعلومات

¹ Entreprise D'Appui au Développement du Numérique.

للإدارات والهيئات العمومية، لتقديم خدمة عالية الجودة للمواطنين والفاعلين الاقتصاديين¹. ومن خلال الشكل التالي نوضح واجهة الموقع:

الشكل رقم (III-3): واجهة الموقع الرسمي لوزارة السياحة



المصدر: [/https://www.mta.gov.dz](https://www.mta.gov.dz)

من الشكل أعلاه نلاحظ ان الموقع ذو الوان باهية مريحة للنظر، في الواجهة نجد اهم الاحداث والمستجدات في القطاع، ومن اعلى نجد المعلومات الرئيسية التي يحويها ويوفرها الموقع وهي عملية وسهلة الولوج، والملاحظ أيضا ان الموقع متوفر بثلاث لغات هي العربية، الفرنسية، والانجليزية، ومن خلال الموقع أيضا يمكننا الانتقال مباشرة الى مختلف الحسابات التي تملكها الوزارة (فائسبوك، تويتر، يوتيوب، انستغرام).

- المعلومات التي يوفرها الموقع: الموقع ثري ويوفر العديد من المعلومات للمهتمين بالقطاع السياحي ووزارة السياحة في الجزائر

- تحت عنوان الوزارة

نجده يعطينا تعريف بالوزير واهم خطاباته، تنظيم وزارة السياحة ككل من هيكل تنظيمي مركزي الى التعريف بمختلف الهياكل التابعة لها، واهم معلومة توفرها هذه النافذة هي الاحصائيات، اين يمكن

¹ <https://www.eadn.dz/wp-content/uploads/2020/08/Sevices-EADN-Catalogue-1.1.pdf> .

تحميل وثائق تحتوي اهم احصائيات السياحة والصناعات التقليدية للسنة والسنوات السابقة، والملاحظ ان القائمين علي الموقع يقومون بتحيين هذه الاحصائيات دوريا وهذه نقطة إيجابية، كما نجد دليل لكن الملاحظ ان هذا الدليل لا يحوي على معلومات مهمة حيث من المفروض نجده يحتوي على قائمة بالفنادق وعناوينهم، الوكالات السياحية وعناوينها، اهم الؤجهات السياحية.... الخ لكن في واقع الامر نجده يعرض معلومات سطحية حول المديریات الؤلائية للسياحة وغرف الصناعات التقليدية والحرف، وعند استفسارنا عن الموضوع اخبرونا انه قيد التطوير واعداد دليل شامل ينشر على الموقع؛

- **تحت عنوان السياحة :** نجد من خلال هذه النافذة تعريف الجزائر كبلد، والتعريف بالؤجهة السياحية الجزائر، إضافة الى التعريف بالمخطط التؤجيهي للتهيئة السياحية، و دليل كيف تصبح مستثمر في القطاع السياحي (وكالة سياحية، فندق، دليل سياحي)؛
- **بعنوان الصناعات التقليدية:** نجد معلومات حول الأنشطة الحرفية في الجزائر، النصوص التشريعية التي تؤطرها، الضرائب المفروضة عليها، نشاطات الصناعات التقليدية والحرف، وكيف تصبح حرفيا.... الخ؛
- **بعنوان الخدمات الإلكترونية:** نجد روابط تحملنا الى بؤابة الخدمة العمومية، وموقع مسارات الجزائر، وبؤابة الترويج السياحي الجزائري (سنستعرضهم لاحقا)، كما نجد أيضا خلية للإصغاء والتؤجيه، المشاركة الإلكترونية، واستطلاع للراي لكن هذه النوافذ للأسف لا تعمل ما يعد نقطة سلبية تحسب ضد الوزارة يعني انها لا تولي أهمية للمتعاملين السياحيين وآرائهم ومشاركاتهم وانما هي شكلية فقط.
- **بعنوان التظاهرات:** نجد الوزارة تستعرض برنامج المشاركة في المعارض والتظاهرات، المنتوجات السياحية، التظاهرات والاعیاد المحلية،.... الخ.

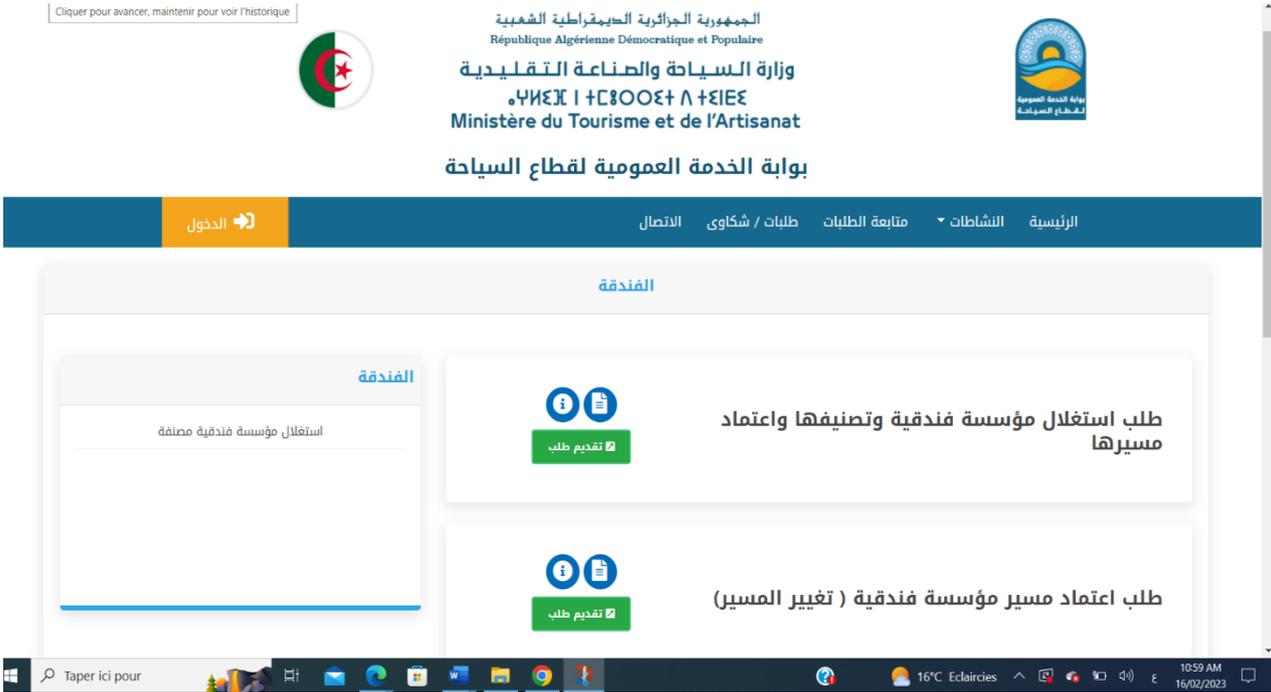
اذن في المجمل يمكن القول ان الموقع يوفر معلومات مهمة وشاملة على القطاع، ويوفر احصائيات محينه تمكن المهتمين بالقطاع (مستثمرين، باحثين،.... الخ) من أخذ نظرة شاملة والقيام بالتحليل، لكن يبقى فيه نقائص خاصة في باب التفاعلية بمعنى الاستماع للمواطن والسائح والمستثمر والرد على انشغالاتهم

2. بوابة الخدمة العمومية لقطاع السياحة

هو موقع من تطوير مؤسسة EADN¹ اطلق في 30 ديسمبر 2021 ويمكن الولوج اليه عن طريق الموقع الرسمي للوزارة، او من خلال العنوان التالي مباشرة: [/https://portail.mta.gov.dz](https://portail.mta.gov.dz) والصورة التالية تمثل واجهة الموقع.

الشكل رقم (III-4): شكل يمثل صورة توضيحية لواجهة موقع بوابة الخدمة العمومية للقطاع

السياحي



المصدر: [/ https://portail.mta.gov.dz](https://portail.mta.gov.dz)

حيث وضعت الوزارة هذه البوابة تحت تصرف المواطنين وهدفها الأساسي تسهيل وترقية الخدمات

المقدمة لهم، والموقع متاح باللغتين العربية والفرنسية.

تقدم البوابة خدمات ل 07 نشاطات سياحية هي:

- إيداع ومتابعة ملفات الاستثمار في القطاع السياحي؛
- اعتماد وكالات السياحة والاسفار؛
- تصنيف المؤسسات الفندقية؛
- طلب امتياز استعمال المياه الحموية او مياه البحر او استغلال مؤسسة حموية؛
- طلب تصريح مسبق ببيع ملك متواجد داخل منطقة توسع أو موقع سياحي؛

¹ هي المؤسسة المسؤولة على انشاء وتطوير جميع مواقع الوزارة.

- طلب اعتماد دليل سياحي؛

- طلب تصنيف مطعم.

هذه النشاطات 07 توفر 20 اجراء إداري، بجانب كل اجراء أو خدمة يمكن للزائر ان يجد إجابات حول الأسئلة المتكررة والاطار القانوني لهذه الخدمة.

ولتقديم أي طلب يتم فتح حساب خاص على البوابة، وبعدها يقوم بمألاً الاستثمارات الخاصة بالطلب وتحميل الملفات اللازمة، يتلقى صاحب الطلب فور ارسال طلبه رسالة على بريده الإلكتروني الخاص، ويمكن متابعة وضعية الطلب باستخدام حسابه الخاص على البوابة، إضافة الى ذلك يصله كل جديد على بريده الخاص على طلبه، توفر المنصة أيضا إمكانية ارسال شكاوى او استفسارات.

ومن خلال الجدول التالي سنوضح احصائيات حول عدد الطلبات المقدمة من خلال الموقع في كل نشاط منذ اطلاقه الى غاية نوفمبر 2022

جدول رقم (III-3): عدد الطلبات عبر بوابة الخدمة العمومية لقطاع السياحة الى غاية نوفمبر 2022.

الأنشطة/العدد	الاستثمار	الوكالات	الفنادق	حمامات معدنية	التهيئة السياحية	مرشد سياحي	إطعام
الطلبات المعالجة	44	920	17	01	01	33	01
طلبات قيد المعالجة	135	2347	73	14	15	58	08
العدد الإجمالي للطلبات	179	3267	100	15	16	91	09
الطلبات الكلية عبر الأرضية	3677						

المصدر: لبنى عبو، رئيسة مشروع الشبكة، ممثلة مديرية المنظومات الإعلامية والاحصائيات.

من الجدول نلاحظ ان اغلب الطلبات المقدمة هي ضمن نشاط اعتماد وكالة سياحية، يليه نشاط الاستثمار، وبعدها نشاط تصنيف مؤسسات فندقية، وآخر نشاط تقدم فيه طلبات هو نشاط تصنيف مطعم، كما نلاحظ ان الطلبات المعالجة (التي حصلت على الموافقة النهائية) هي ضئيلة مقارنة 27,93% ، وعند الاستفسار على الأسباب وجدنا اغلبها متعلقة بعدم إيداع جميع الوثائق المطلوبة وفي كل مرة يكون نقص في الملفات.

المطلب الثالث: نماذج عن مواقع الترويج السياحي

من خلال هذا المطلب سننترق الى نماذجين لهذه المواقع هما موقع مسارات السياحة الجزائرية، وبوابة الترويج السياحي الجزائري.

1. بوابة الترويج السياحي الجزائري

تم اطلاق هذه البوابة في 27 سبتمبر 2018 من طرف السيد عبد القادر مسعود وزير السياحة والصناعات التقليدية والعمل العائلي آنذاك، ويتوفر الموقع بثلاث لغات رئيسية (عربية، فرنسية، انجليزية)، والهدف منها التعريف بالتنوع السياحي الجزائري وهم أهم المقاصد السياحية الموجودة، وكالات السياحة والاسفار، والفنادق والمطاعم المصنفة وأنواع النقل، إلى جانب ابراز فن الطبخ وثناء الصناعات التقليدية.

وهي من تطوير مؤسسة EADN دائما ووضع في البداية تحت تسيير الديوان الوطني للسياحة الهيئة المكلفة والمسؤولة قانونا على عملية الترويج للمنتج السياحي الجزائري ، لكن وحسب مسؤولين في الوزارة لم يستغل ONT هذا الموقع جيدا -حاله حال موقعه الرسمي ([/https://ont.dz](https://ont.dz)) الذي يتوفر على معلومات محتشمة حول الأماكن السياحية المصنفة ضمن اليونسكو وعناوين لبعض الوكالات السياحية عبر الوطن ومطاعم ومحميات ، وبعض الصور ومقاطع الفيديو التي لا تكفي للترويج للوجهة السياحية الجزائر (هذا الموقع كان تحت الصيانة واطلق مؤخرا بواجهة جديدة تحوي اكثر من لغة وتم اثناء مضمونه) _ لذلك استرجعته الوزارة الوصية ليكون تحت تسييرها لاستغلاله بصورة امثل في الترويج للوجهة السياحية الجزائر ويمكن الولوج للبوابة عبر نافذة الخدمات الالكترونية في الموقع الرسمي للوزارة، او من خلال الرابط التالي مباشرة: [/https://visitalgeria.dz](https://visitalgeria.dz) والشكل التالي يمثل صورة لواجهة الموقع.

الشكل رقم (III-5): واجهة موقع بوابة الترويج السياحي الجزائري

المصدر: <https://visitalgeria.dz/>

والملاحظ عند زيارة الموقع ان فيه نقائص كثيرة بدءا باللغة فمن المفروض بما انه موقع تسويقي فكان لابد ان يتوفر بلغات متعددة تعدد الأسواق المستهدفة عالميا، زد الى النقص الكبير في المعلومات التي يوفرها على الفنادق والوكالات والصناعات التقليدية (المقومات المادية والطبيعية للجزائر)، وبعض النواذف فيه تجدها فارغة من المحتوى او يكتب قيد الإنجاز والنقص الأكبر الملاحظ في هذا الموقع هو نقص خاصية التفاعل بمعنى لا توجد نافذة تمكن السواح من طرح أسئلة او تقديم اقتراح... الخ ، ومن هنا نقول انه لا يكفي اطلاق مشاريع الكترونية مثل هذه وانما الأهم من ذلك هو العمل على تحيينها واثرائها وتطويرها باستمرار حتى تلبي تطلعات السواح وتجيب على كل استفساراتهم وانشغالاتهم

يتيح الموقع إمكانية التنقل الى قناة اليوتيوب الخاصة به، وحسابات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك والتويتر) وعند الاطلاع عليها نجد ان قناة اليوتيوب ضعيفة جدا ولا تحوي فيديوهات كثيرة للتعريف بزخم المقومات السياحية للجزائر، كما ان عدد المتابعين (les abonnes) اليها لا يعد تقريبا 148 متتبع ومقدار الاعجاب بالفيدويوهات الموضوعه في القناة ضعيف جدا ما يبين عدم وجود مهتمين

بمحتواها. ونجد صفحاتهم على الفاييسبوك اكثر نشاطا واكثر متابعة حيث يتابعها 46 الف متتبع و43 الف اعجاب ويبقى هذا العدد أيضا ضعيف جدا لكن مقارنة بقناة اليوتيوب فهو افضل.

2. موقع مسارات الجزائر السياحية

عرفت السياحة العالمية تراجعاً ان لم نقل انهيار تام للقطاع السياحي في ظل جائحة كورونا، بسبب ما عرفه العالم من غلق للحدود الجوية والبرية والبحرية، والبروتوكول الصحي الصارم الذي اتبعته الدول، وفي هذا الصدد بذلت منظمة السياحة العالمية جهوداً حثيثة في سبيل ترقية السياحة العالمية.

وفي هذا المسعى تم الاطلاق الرسمي لموقع البوابة الالكترونية للمسارات السياحية في 24 جوان 2022 بحضور الأمين العام لـ WTO زوراب بولونيكشفيلي، والتي تعتبر خطوة هامة في تجسيد عمل الحكومة في شقه المتعلق بالتحول الرقمي للإدارة العمومية.

حيث يندرج اطلاق البوابة في إطار تجسيد التزام رئيس الجمهورية بعصرنة الإدارة العمومية، وإنتاج محتويات رقمية وطنية عالية الجودة، وهو ما تعهدت به الحكومة في مخطط عملها المصادق عليه في سبتمبر 2021. ويمكن الولوج الى البوابة عن طريق الموقع الرسمي لوزارة السياحة، او من خلال الرابط التالي مباشرة [/https://algeriatours.dz](https://algeriatours.dz) والشكل التالي يوضح واجهة الموقع

شكل رقم(III-6): واجهة موقع مسارات الجزائر السياحية

الواجهة الرئيسية لموقع مسارات الجزائر السياحية، تظهر الخيارات الرئيسية مثل: الرئيسية، المسارات السياحية، المواقع السياحية، الوجهات السياحية، الفنادق، المطاعم، تسجيل الدخول. كما يظهر شعار الموقع وخطاب البحث عن مسارك ال، بالإضافة إلى نص الترويجي: إكتشفوا أجمل المواقع الأثرية: أروع المعالم السياحية وأجمل المناظر الخلابة في رحلات على مدار السنة. أسفل الصفحة توجد قائمة الخدمات المميزة مثل: خدمة من الدرجة الأولى، تجربة مميزة، أكثر من 380 مسار سياحي، وأختار فريق الخبراء لدينا أفضل المسارات السياحية على هذا الموقع.

المصدر: [/https://algeriatours.dz](https://algeriatours.dz) .

واقع وآفاق التحول الإلكتروني للقطاع السياحي في الجزائر مع لؤاسة عينة من الوكالات السياحية

يعتبر الموقع منتجاً سياحياً بحد ذاته حيث يختصر الطريق أمام السواح لاختيار الوجهة والمسارات التي تلائمهم كما نلاحظ من خلال الواجهة، والموقع مصمم من قبل مؤسسة تطوير الرقمنة حاله حال باقي مواقع الوزارة.

لقد تم الاطلاق التجريبي للنسخة الأولى للبوابة في مارس 2022 ب 281 مسار سياحي، ليشهد خلال 03 اشهر التالية إحصاء 377 مسار سياحي، وهو حالياً يوفر 381 مسار سياحي، وبلغ عدد المواقع السياحية التي يعرضها 1123 موقع في جوان 2022، كما تم إدخال المعلومات المتعلقة ب 58 وجهة محلية، وإنشاء 116 حساب مستخدم لفائدة مسيري البوابة من الإدارة المركزية والمصالح الخارجية للقطاع والقطاعات المعنية ذات الصلة بالبوابة، من أجل تطوير واثراء المحتوى، والموقع يتوفر بثلاث لغات هي. العربية، فرنسية، انجليزية، وفيه العديد من المعلومات حول الوكالات السياحية، المطاعم، والفنادق في جميع انحاء الوطن

ستعزز هذه البوابة العرض السياحي الوطني وتجعله متاحاً أمام الجمهور الواسع وكافة الفاعلين وعلى رأسهم وكالات السياحة والاسفار الذي سيكون بإمكانهم المساهمة في إثراء وتطوير هذه البوابة. ومن خلال الشكل التالي سنبين عدد الزيارات للموقع حتى نوفمبر 2022.

الشكل رقم(III-7): احصائيات حول عدد الزيارات لمواقع مسارات الجزائر السياحية الى غاية 2022 /10/31

إحصائيات سريعة

3		المستخدمين على الانترنت:	
الزيارات	الزوار	اليوم:	
623	105	الأمس:	
1,258	412	:Last 7 Days (Week)	
10,520	2,901	:Last 30 Days (Month)	
40,465	11,828	:Last 365 Days (Year)	
222,990	63,294	المجموع:	
222,990	63,294		



المصدر: مسؤول الموقع في الوزارة.

المطلب الرابع: الأثار المتوقعة للإدارة الإلكترونية على ترقية القطاع السياحي

لم يسعى قطاع السياحة في الجزائر الى تطبيق الإدارة الإلكترونية في هياكله ومحاولة إرساء السياحة الإلكترونية الا لما رأى منها من منافع تعود عليه من جوانب عدة، ومن خلال هذا المطلب سنتطرق الى مختلف الأثار المتوقعة للإدارة الإلكترونية على ترقية القطاع السياحي، وقبل ذلك سنعرج على تعريف الترقية السياحية.

1. تعريف ترقية السياحة

قبل التطرق الى تعريف الترقية السياحية سنعرف مصطلح الترقية أولاً

أ. تعريف الترقية : تعرف الترقية لغة على "انها إعلاء شأن او مقام" وهي منبثقة من اللغة اللاتينية ¹PROVER بمعنى الانتقال بالشخص من مرتبة الى مرتبة أعلى، اما اصطلاحاً فيمكن تعريفها على انها نشاط ترويجي من اختصاص الإدارة التسويقية خاصة، بهدف اثاره الانتباه لشراء منتج معين².

ب. تعريف الترقية السياحية: هي عملية مصممة لإعلام السائحين المحتملين بالمنتجات السياحية التي تقدمها منطقة معينة، من خلال التعريف بعروضها الأكثر جاذبية والأكثر خصوصية، والترقية السياحية تستهدف جميع المستويات المحلي، الوطني والدولي³. كما تعبر على مجموعة من التقنيات والاتصالات بوسائل سمعية وبصرية لإظهار طبيعة الخدمات السياحية والإمكانات القاعدية والمقومات الطبيعية والعادات والتقاليد المتوفرة في البلد المستقبل⁴.

اذن وبصورة عامة وبالنظر الى استخدامات مصطلح الترقية في القطاع السياحي يمكن ان نستنتج انه يقصد بها " تحسين، ارتقاء، انتقال القطاع السياحي الى مستويات اعلى من جميع الجوانب سواء كانت في جودة الخدمة العمومية المقدمة، تطوير في الإمكانيات القاعدية المتوفرة من هياكل الايواء، الاطعام، الترفيه ..الخ، جودة الخدمة السياحية المقدمة، الترويج لصورة الوجهة السياحية محليا وطنيا ودوليا" .

¹بوخاري سمية، دور نظام المعلومات السياحي في تفعيل الصناعة السياحية- دراسة تحليلية تقييمية لحالة الجزائر- أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص مالية وبنوك، جامعة البليدة 2، الجزائر، 2015، ص197.

² مسدوي دليلة، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية ونمو القطاع السياحي، رسالة ماجستير في تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة بومرداس، الجزائر، 2009، ص13.

³ ROBERD Lanquar ,ROBERT Hoklier ,le marketing touristique ,4ème édition, puf, paris, 1996, p .45

⁴ بوخاري سمية، مرجع سبق ذكره، ص 198.

وللترقية السياحية اهداف عديدة وفق الوزارة المعنية نذكر منها¹:

- إعادة الاعتبار لوجهة الجزائر السياحية على المستوى الدولي؛
 - بروز صناعة سياحية حقيقية مرفقة بالنشاطات المساعدة وما شبه ذلك، وذلك بالتشجيع الفعلي لكل أطراف التنمية السياحية سواء؛
 - استقطاب أكبر عدد من السياح وذلك بإقناعهم بتوفر كل ما يحتاجون إليه من أجل قضاء رحلة سياحية لا تتكرر؛
 - تدعيم الاعلام السياحي بكل الوسائل والامكانيات الضرورية.
2. اثر الإدارة الإلكترونية على ترقية القطاع السياحي

يمكن ان نلمس اثر تطبيق التحول الإلكتروني للأعمال السياحية على جوانب عدة في ترقية السياحة نلخصها فيما يلي:

أ. الأثر على جودة الخدمة العمومية المقدمة

يتكون القطاع السياحي من عدة هيئات وفاعلين كما سبق وفصلنا في المبحث الأول واغلب هذه الهيئات هي تابعة للقطاع العام، وهي تقدم خدمات للمستثمرين والمواطنين في القطاع السياحي، وهذه الخدمات بما انها من جهة عمومية فهي خدمة عمومية.

وتعرف الخدمة العمومية على انها " الرابطة التي تجمع بين الادرة العامة الحكومية والمواطنين من أجل تلبية رغباتهم وإشباع حاجاتهم المختلفة من قبل الجهات الإدارية والمنظمات العامة"² ومن هنا نستخلص ان للخدمة العمومية جملة من الخصائص المميزة هي: ان الخدمة العمومية جاءت لتلبية حاجة عمومية، انها تحقق المصلحة العامة، وانها وجدت أساسا من أجل حفظ الانسان ورفع مستواه المعيشي.

اما الجودة كما عرفت منظمة ISO³ فهي " جميع السمات والخصائص المتوفرة في المنتجات و/ او الخدمات التي تجعله قادرا على تلبية الاحتياجات الصريحة والضمنية لمستخدمها"⁴ ولم يبقى مفهوم

² رحاوي عبد الرحيم، قاسمي خديجة، دور الإدارة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة العمومية، مجلة المؤشر للدراسات الاقتصادية، المجلد 1، العدد 3، 2017، ص 110.

³ ISO : International Standardization Organizations المنظمة الدولية للمعايير كما تسمى أبرز هي منظمة تعمل على وضع المعايير، وتضم هذه المنظمة ممثلين من عدة منظمات قومية للمعايير. تأسست هذه المنظمة في 1947 وهي تصرح عن معايير تجارية وصناعية عالمية. يكمن مقر هذه المنظمة في جنيف، سويسرا

⁴ Christian Delvosalle, la qualité des concepts à la pratique, Pyramides, n°5, 2002, p140 .

الجودة مقتصرًا على المنتجات فقط، بل امتد إلى جانب الخدمات مشكلًا عنصر جذب للعملاء وتنافس بين مقدمي الخدمات.

وتحول هذا المفهوم من الجودة الصناعية إلى جودة الخدمات أدى إلى ظهور مقارنة من زاوية الخدمات العمومية وذلك عبر ثلاث مراحل: في البداية اقترن مفهوم الجودة بمفهوم المشروعات فكانت جودة الخدمة العمومية تستلزم احترام الإدارات العمومية للقواعد الموضوعية والإجرائية في نشاطها. كمرحلة ثانية انتشرت مبادئ الإدارة بالأهداف من خلال ترقية التخطيط، الاستشراف، الرقابة، ليرتبط بعدها مفهوم جودة الخدمة العمومية بفعالية أداء الأنشطة الإدارية. أما المرحلة الثالثة من تطور مفهوم جودة الخدمة في القطاع العام تميزت بإعطاء مكانة جوهرية لرضا الجمهور عن الخدمات المقدمة ليصبح مفهوم جودة الخدمة العمومية هو "ضمان تحقيق المصلحة العامة من خلال تعزيز رضا الجمهور الذي يطلبها"¹.

ومن جملة التعاريف المقدمة للإدارة الإلكترونية، وجودة الخدمة العمومية يمكن أن نستخلص الجوانب التي يمكن للإدارة الإلكترونية أن تساهم من خلالها في تطوير وتحسين الخدمة العمومية المقدمة كالتالي:

- رفع مستوى الدقة في التسليم حيث أصبحت المواعيد أكثر دقة مما رفع من مصداقية الإدارات العمومية؛
- اختصار الوقت أين سمح تبني مدخل الإدارة الإلكترونية إلى تقليص وقت أداء المهام، ودراسة الطلبات، وبالتالي تقليص وقت الحصول على الخدمة؛
- ساهمت في توفير عنصر التناسق في الخدمة العمومية حيث أصبحت تسلم الخدمات بنفس النمط للمواطنين؛
- تسهيل الحصول على الخدمات من خلال توفير بوابات الخدمة العمومية، وإمكانية التواصل المباشر مع الإدارات العمومية عن طريق البريد الإلكتروني أو أرقام هاتفية موضوعة في الخدمة؛
- سرعة الاستجابة والتي تتضمن مستوى التفاعل بين الموظفين في إيجاد حلول للمشاكل غير المتوقعة، أين سرعت الإدارة الإلكترونية عمليات إعادة التصحيح وإعادة تقديم الخدمة في ظرف وجيز؛

¹ بلخير محمد آيت عودية، جودة الخدمة العمومية في الجزائر بين: علم الإدارة العامة والقانون الإداري، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، المجلد 5، العدد 1، 2019، ص 74.

إضافة الى هذه الفوائد على تحسين أبعاد جودة الخدمة العمومية نجد ان الإدارة الإلكترونية أيضا تساهم في الحد من ظاهرة المحسوبية والرشاوي لأنها تسهل عملية الرقابة والمساءلة وبالتالي تدعم مبدأ الشفافية، وتقلص تكاليف الخدمة من منطلق انها تستخدم الاتصالات المباشرة، وبوابات الخدمة الإلكترونية العمومية التي تلغي تكاليف التنقل والطباعة.

وهذا ما توفره بوابة الخدمة السياحية الإلكترونية التي عرضناها في المطلب الثاني من خلال السبع خدمات التي تقدمها للمواطنين، وكذا كل المعلومات والتوضيحات حول الأنشطة المراد الاستثمار فيها التي تتيحها، وخانات المشاركة والشكاوي التي تسمح بمعالجة اسرع لانشغالات المواطنين الطالبين للخدمة العمومية السياحية.

وهذه الفوائد للإدارة الإلكترونية على مستوى الخدمة العمومية المقدمة تؤدي الى آثار اخري على مستوى انجاز المشاريع السياحية في الآجال المحددة، واختيار المقاولين الأكثر جدارة لتنفيذها وبالتالي مستويات أعلى للجودة في هذه المشاريع.

ب. الأثر على صورة وجهة الجزائر السياحية

لاحظنا من خلال عرضنا لاستراتيجية ترقية القطاع السياحي في الجزائر (عد الى المبحث الثالث من الفصل الأول) انها مبنية على 5 حركيات رئيسية، الحركية الأولى هي **مخطط وجهة الجزائر**، حيث اولت الاستراتيجية أهمية بالغة لإعادة بعث صورة الجزائر السياحية محليا ودوليا وذلك باتباع عدة آليات سبق وتطرقنا اليه بإسهاب سابقا، ومن خلال تحليلنا لمضمون الاستراتيجية ومفاهيم الإدارة الإلكترونية نستخلص آثار هذه الأخيرة على ترقية صورة الجزائر السياحية فيما يلي:

- تبني مدخل الإدارة الإلكترونية يسمح بسهولة الحصول على الاحصائيات ورقمنتها خاصة بعد استخدام شبكتي LAN,WAN على مستوى القطاع ،وتوفيرها لمحتاجيها عبر مواقعها الرسمية؛

- تمكن الإدارة الإلكترونية من انجاز محتوى رقمي (صور، فيديوهات، بوستر ...الخ) ذا جودة في مجال الإمكانيات السياحية للجزائر؛

- انشاء بوابات للتعريف بالوجهة السياحية الجزائرية (بوابات الترويج السياحي عد الى المطلب الثالث من هذا الفصل)

- تسويق المحتوى الرقمي محليا وعالميا من خلال بوابات الترويج الإلكتروني السياحي؛

- سهولة التواصل مع السواح وإعداد بحوث التسويق مما يساهم في معرفة توجهاتهم واذواقهم والعمل على تلبيتها؛

- توفر الإدارة الإلكترونية وتسهل عملية التواصل والتنسيق بين مختلف القائمين على تطبيق الاستراتيجية السياحية؛
- تسهل عملية التعاون بين القطاع العام والقطاع الخاص (خاصة الوكالات السياحية) من اجل تطوير مسارات ومنتجات سياحية جديدة ومبتكرة.
- ت. الأثر على جودة الخدمة السياحية

في السياحة هناك نوعين من الخدمة، الخدمة العمومية المقدمة من الإدارات العمومية التابعة للقطاع السياحي لطالبيها، ونجد أيضا الخدمة السياحية التي تقدمها المؤسسات السياحية الاقتصادية الخاصة والعامه لعملائها. ومن هذا المنطلق سنتطرق الى أثر الإدارة الإلكترونية على جودة الخدمة السياحية. والخدمة السياحية تعرف بأنها" مزيج بين العناصر المادية والمعنوية التي تهتم بتقديم المكونات الأساسية للعرض السياحي، وذلك لأغراض اشباع حاجات ورغبات المستهلك السياحي بمساهمة مجموعة من العناصر الأخرى مثل الاطعام، النقل، الأمن...الخ"¹ كما يمكن تعريفها على انها " ومجوع الأنشطة والأعمال غير الملموسة بطبيعتها التي تحقق الرضا والاشباع لحاجات السائح ورغباته عند شرائه للسلعة السياحية او استهلاكه للخدمة وقت سفره او إقامته في أماكن القصد السياحي بعيدا عن مكان سكنه الأصلي محققا مردودا لمن يقدمها"². من التعريفين نلاحظ ان الخدمة السياحية تشتمل ضمنا على عدة خدمات يطلبها السائح ويتحصل عليها منذ وصوله الى مقصده وحتى عودته لوطنه ويمكن تلخيص هذه الخدمات فيما يلي:

- خدمة الإقامة (فنادق، مصايف، مخيمات، قرى سياحية)؛
- خدمات الاطعام؛
- خدمات النقل؛
- خدمات المحلات التجارية (الهدايا، التحف، الفلكلور الشعبي،...الخ)؛
- الخدمات التكميلية (تسلية وترفيه، خدمات خاصة بالمؤتمرات، خدمات صحية، أمن، ...الخ).

هذا فيما يخص تعريف الخدمة السياحية، أما فيما يخص تعريف جودة الخدمة السياحية فنعطي التعريف الذي قدمته منظمة السياحة العالمية وهو " الجودة السياحية هي نتيجة لعملية تتضمن تلبية

¹ مساوي مباركة، قارة ابتسام، دراسة تأثير أبعاد جودة الخدمة السياحية على ترقية الوكالات السياحية الجزائرية(دراسة حالة الوكالات السياحية بوهران)، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، المجلد 14، العدد2020، ص166.

² سعد إبراهيم حمد وآخرون، جودة الخدمات السياحية بين الواقع والطموح دراسة تحليلية في فنادق الدرجة الممتازة، محاضرة متاحة على الموقع

جميع احتياجات المستهلك ومتطلباته وتوقعاته المشروعة من المنتجات والخدمات بسعر مقبول بحيث تكون مطابقة مع الشروط التعاقدية المنفق عليها ومحددات الجودة مثل السلامة والأمن، الصحة، النظافة، سهولة الوصول، الشفافية، الاصاله، تجانس النشاط السياحي المعني مع بيئته البشرية والطبيعية¹

وحتى نحكم على جودة الخدمة والخدمة السياحية لآبد من توفر جملة من الابعاد، والعديد من الباحثين اتفقوا على نموذج SERVQUAL الذي حددها ب 5 ابعاد رئيسية²: الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الالتزام، التعاطف.

وعند التحليل النظري لأثر الإدارة الإلكترونية على مختلف أبعاد جودة الخدمة السياحية نجد أنها:

- تؤثر على بعد الملموسية فهي تساهم بشكل فعال في تطوير مهارات الافراد للموظفين خاصة من خلال التطبيقات الذكية، والأنظمة الخبيرة، زد على ذلك تساهم في الإدارة الجيدة للموجودات واستغلالها بشكل فعال؛
 - تؤثر على بعد الالتزام فهي تساهم في أداء الخدمة بشكل منتظم وتوفيرها على مدار الساعة ومن أي مكان؛
 - تؤثر على الاستجابة بشكل واضح وكبير فهي تسمح بسرعة الاستجابة وفي الوقت الحقيقي على تساؤلات واستفسارات العملاء والبقاء على تواصل دائم معهم؛
 - وتؤثر على المصداقية والضمان حيث ان استخدام التكنولوجيات الحديثة تعطي نظرة للعملاء بالأمان والمصداقية في المؤسسة السياحية ومستوى راحة أكبر في التعامل.
- هذا من خلال التحليل النظري، وهذا ما سنعمل على اثباته من خلال الدراسة الاستطلاعية لعينة من الوكالات السياحية في المبحثين الموآلين.

¹ مساوي مباركة، قارة ابتسام، مرجع سبق ذكره، ص 166.

² لمزيد من التفصيل عد إلى:

- حميد حملاوي، سارة عمرون، دور جودة الخدمة السياحية المقدمة في تعزيز الصناعة السياحية دراسة تحليلية لآراء عينة من السياح وكالة مائة للسياحة والسفر، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات المؤتمر الدولي الثاني حول السياحة كآلية للتنوع الاقتصادي في ظل متطلبات التنمية المستدامة- الواقع والمآمل- المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف، 30-31 أكتوبر 2018.
- نادية بوشاشية، نوري منير، جودة الخدمة السياحية وأثرها على تعزيز ولاء السائح مع دراسة ميدانية لكيفية تقديم الخدمة السياحية لمنطقة الشلف، الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 18، جوان 2017.

المبحث الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة الاستطلاعية

بعد ان استعرضنا مساعي الوزارة الوصية للتحول نحو الإدارة الإلكترونية وما تتوقعه من آثار إيجابية لهذا التحول في النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر، وبغرض التعمق أكثر في دراسة أثر الإدارة الإلكترونية على ترقية القطاع السياحية، ارتأينا القيام بدراسة ميدانية على الوكالات السياحية لما لهذه الأخيرة من أهمية ودور في دفع قاطرة السياحة للأمام، ومن خلال هذا المبحث سنتطرق الى منهجية الدراسة، مجتمع الدراسة وأهميته في دفع قاطرة الترقية السياحية، إجراءات بناء واختبار صدق أداة الدراسة، وفي الأخير سنستعرض الخصائص الشخصية لعينة الدراسة.

المطلب الأول: منهجية الدراسة

أي عمل علمي حتي يكون ذا مصداقية ويمكن الاعتماد على نتائجه وتعميمها لأبد وان يتبع منهجية البحث العلمي في إعدادة، وهذه الخطوات متمثلة أساسا في :

- تحديد المشكلة تحديدا دقيقا؛
- جمع المعلومات؛
- وضع الفرضيات الأولية للانطلاق منها؛
- استخدام جملة من المناهج العلمية، والأدوات والأساليب الإحصائية المساعدة على اختبار الفرضيات؛
- التوصل الى جملة من النتائج التي تسمح لنا بإثبات صحة الفرضيات او نفيها .

وقد طبقنا هذه الخطوات في بحثنا، وحددنا مشكلة الدراسة في إشكالية رئيسية هي " ما مدي مساهمة الإدارة الإلكترونية في ترقية القطاع السياحية في الجزائر" وللإجابة على هذه الإشكالية قسمنا الدراسة الميدانية على مستويين، المستوى الكلي قمنا بدراسة حالة للوزارة المعنية كونها راس الهرم للقطاع والمسؤول الأول على ترقيته، وفي المستوى الجزئي اخترنا دراسة عينة من الوكالات السياحية كونها حلقة وصل والناشط الرئيسي في عملية استقطاب السواح. وللإجابة على الإشكالية في مستواها الجزئي حددنا متغيرات الدراسة كالتالي:

- **المتغير المستقل:** يتمثل في الإدارة الإلكترونية ومدى تطبيقها في الوكالات السياحية، وهذا المتغير ينقسم الى أبعاده كمتغيرات فرعية وهي : عتاد الحاسوب، البرامج والتطبيقات، شبكات الاتصال، صناع المعرفة.

- **المتغير التابع:** يتمثل في ترقية السياحة في الجزائر، وقسمناها الى جملة من المتغيرات الرعية وذلك بالنظر الى الدراسة النظرية التي اجريناها واستنتجنا من خلالها المجالات التي يمكن للإدارة الإلكترونية ان تساهم من خلالها في ترقية السياحة في الجزائر وهي : التعريف بوجهة الجزائر السياحية، تحسين جودة الخدمة السياحية المقدمة، تسريع التواصل بين الأطراف الفاعلة في القطاع السياحي.

ومن اجل دراسة وتحليل العلاقة بين المتغيرات المحددة في الدراسة استعملنا منهج معين واستعنا بجملة من الأدوات في جمع البيانات.

1. المنهج المتبع

بهدف اختبار الفرضيات والوصول الى النتائج استخدمت الطالبة المنهج الوصفي التحليلي، الذي يخدم دراستنا المعنونة " دور الإدارة الإلكترونية في ترقية القطاع السياحي " التي تنتمي للدراسات الاجتماعية الإنسانية التي يغلب عليها منهج الوصف والتحليل، حيث يساعدنا هذا المنهج في جمع المعلومات حول الظاهرة المدروسة في الجزائر وتحليلها والخروج بنتائج بالاستعانة بجملة من الأدوات الإحصائية سنبينها لاحقاً.

ويعرف المنهج الوصفي على انه " ذلك المنهج الذي يقوم على وصف ظاهرة من الظواهر للوصول الى أسباب هذه الظاهرة والعوامل التي تتحكم فيها، ومن ثم استخلاص النتائج وإمكانية تعميمها. ويتم ذلك وفق خطة بحثية معينة، وذلك من خلال تجميع البيانات، تنظيمها، ومن ثم تحليلها، ويستخدم المنهج الوصفي اكثر من طريقة منها طريقة المسح الشامل، طريقة الحصر، او طريقة دراسة الحالة"¹.

2. أدوات الدراسة

يتوقف اختيار الأدوات المساعدة على جمع البيانات أساساً على طبيعة الموضوع، وقد استخدمنا لجمع البيانات في دراستنا هذه في جانبها التطبيقي أداتين هما " الاستبيان، والمقابلة". المقابلة استخدمناها في الجزء الأول من الدراسة الميدانية اين تطرقنا الى مدي التحول الإلكتروني للوزارة الوصية وآثارها المتوقعة على الترقية السياحية، وفي الجزء الثاني الخاص بالوكالات السياحية استخدمنا الاستبيان والمقابلة معا.

¹ محمد الصاوي، محمد مبارك، البحث العلمي اسسه وطريقة كتابته، المكتبة الأكاديمية للنشر، القاهرة، 1996، ص 19.

أ. تعريف المقابلة: تعرف بانها " حوار أو محادثة أو مناقشة موجهة تكون بين الباحث ووجهة أخرى تتمثل في شخص أو مجموعة أشخاص، وذلك بغرض التوصل الى معلومات تعكس حقائق او مواقف محددة يحتاج الباحث للتوصل إليها في ضوء أهداف معينة"¹.

ب. تعريف الاستبيان: "هو عبارة عن استمارة تحتوي مجموعة من الفقرات المصاغة صياغة استقصائية، يجيب كل مشارك في العينة عنها بنفسه".

وقد اعتمدنا في بناء الاستبيان الخاص بدراستنا على الشكل المغلق الذي يحدد الإجابات المحتملة لكل سؤال وذلك وفق مقياس ليكارت الخماسي، بحيث يأخذ هذا المقياس الشكل التالي:

الدرجة	5	4	3	2	1
العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة

وقد صممنا استبيان دراستنا مكون من 4 محاور رئيسية كالتالي:

- **المحور الأول:** يخص البيانات الشخصية لمدير الوكالة ، وبيانات حول الوكالة؛
- **المحور الثاني:** خصصناه لمعرفة مدى تبني الإدارة الالكترونية في الوكالات عينة الدراسة وذلك بتقسيمه الى ابعادها الرئيسية:
 - بعد عتاد الحاسوب: ويحوي 05 عبارات؛
 - بعد البرامج والتطبيقات: يحوي 8 عبارات؛
 - بعد شبكات الاتصال: ويحوي 11 عبارة؛
 - بعد صناع المعرفة: ويحوي 7 عبارات.

وبهذا يكون المحور الأول يحوي 31 عبارة وفق مقياس ليكارت لمعرفة مدى تطبيق الإدارة الالكترونية في الوكالات السياحية في ولاية الجزائر؛

- **المحور الثالث:** خصصناه لمعرفة مساهمة الإدارة الالكترونية للوكالات السياحية في ترقية السياحة الجزائرية، وقسمناه بدوره الى 3 ابعاد رئيسية هي:
 - الأول مخصص لمعرفة هل تستخدم الوكالة الإدارة الالكترونية من أجل التعريف بوجهة الجزائر السياحية وهو مكون من 5 عبارات؛
 - الثاني خصصناه لمعرفة اثر الإدارة الالكترونية على جودة الخدمة السياحية المقدمة من وجهة نظر العينة المدروسة، وهو مكون من 8 عبارات؛

¹ مهدي حسين زويلف، منهجية البحث العلمي، دار الفكر للطباعة والنشر، الأردن، 1998، ص 55.

- الثالث مخصص لمعرفة اثر الإدارة الإلكترونية على عملية التواصل بين الأطراف الفاعلة في السياحة، ويحتوي 4 عبارات.
- وبهذا يكون المحور الثاني يحتوي على 17 عبارة في المجلد.
- **المحور الرابع:** وقد خصصناه لدراسة معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية من وجهة نظر العينة المدروسة، وهو بدوره مقسم الى 5 ابعاد رئيسية (إدارية، بشرية، مالية، تقنية، قانونية وامنية)، ويحتوي هذا المحور في المجلد 21 عبارة.
- والاستبيان في صورته النهائية بعد ان عرضناه على التحكيم وعدلناه مبين في الملحق رقم 7، ولقد صممنا نسخة الكترونية أيضا ويمكن الولوج إليها من خلال الرابط:

https://docs.google.com/forms/d/1nEefd1hNcCn0hv_e-BVg4B6st32Ld5OB5v0JTuoKJKY/edit

3. الأساليب الإحصائية المستعملة

- بغرض تحليل البيانات التي تم تجميعها باستخدام الاستبيان، تحليلًا احصائيًا يحقق أهداف الدراسة ويجيب عن فرضياتها استخدمنا برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (spss)، وذلك من خلال الأساليب الاحصائية التالية:
- الإحصاء الوصفي: اين استخدمنا التكرارات والنسب المئوية لتوصيف عينة الدراسة، كما استخدمنا المتوسطات الحسابية (مقاييس النزعة المركزية)، إضافة الى مقاييس التشتت (الانحراف المعياري)؛
 - معامل ألفا كرونباخ (Alpha Crombach) للقياس درجة ثبات أداة الدراسة؛
 - معامل ارتباط بيرسون والذي استخدمناه للكشف عن طبيعة وشدة العلاقة بين المتغير التابع والمتغير المستقل.

المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة

يضم القطاع السياحي عدة متعاملين فاعلين يؤثرون على مستوى الخدمات المقدمة وبالتالي يساهمون في ترقية هذا القطاع، لكن لا يختلف الباحثون حول أهمية الوكالات السياحية في تنشيط وترقية السياحة في أي دولة كانت، كونها حلقة الوصل بين مقدمي الخدمة وطالبيها، وتسهل على السواح العديد من العمليات، ما يجعل السواح يفضلون دائمًا الاستعانة بالوكالات من أجل تنظيم رحلاتهم

السياحية خاصة الخارجية منها، ضف الى الدور الذي تلعبه للترويج لوجهة سياحية معينة من خلال عروضها التي تقدمها. والجزائر تعول على الوكالات السياحية وأعطتها أهمية في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من اجل تفعيل دورها في ترقية السياحة في الجزائر.

ومن هنا اخترنا ان نحلل في الجزء الثاني من دراستنا الميدانية واقع تطبيق الإدارة الإلكترونية في الوكالات السياحية في الجزائر وهل تساهم في ترقية النشاط السياحي من وجهة نظرهم.

1. تعريف الوكالات السياحية (مجتمع الدراسة)

تعمل وكالات السياحة والأسفار في الجزائر بموجب القانون 99_06 الذي يحدد القواعد المتحكمة في نشاطها، مدعوم بالمرسوم التنفيذي 17_161، والمرسوم التنفيذي 2000-94 اللذان يحددان شروط انشاء الوكالة السياحية وكيفيات استغلالها.

تعتبر في مفهوم القانون 99-06 وكالة سياحة وأسفار " كل مؤسسة تجارية تمارس بصفة دائمة نشاطا سياحيا يتمثل في بيع مباشر أو غير مباشر رحلات وإقامات فردية أو جماعية وكل أنواع الخدمات المرتبطة بها الموضحة في المادة 4 من ذات القانون" وصاحب الوكالة هو كل شخص طبيعي او اعتباري يملك قانونا وكالة سياحة وأسفار، بينما الوكيل هو كل شخص طبيعي مؤهل ومعتمد بموجب القانون لتسيير وكالة سياحة واسفار سواء أكان مالكا او شريكا مستخدما فيها لصالح الغير.

2. شروط انشاء وكالة سياحة وأسفار

يخضع انشاء وكالة السياحة والاسفار واستغلالها الى الحصول المسبق على رخصة استغلال يسلمها الوزير المكلف بالسياحة بعد رأي اللجنة الوطنية لاعتماد وكالات السياحة والاسفار، ويخضع الحصول على رخصة استغلال الى الشروط التالية¹:

- بلوغ سن 21 سنة على الأقل؛
- اثبات كفاءة مهنية لها علاقة بالنشاط السياحي يؤكدها على الأقل ما يأتي:
 - اما شهادة ليسانس في السياحة مسلمة من مؤسسة للتعليم العالي؛
 - اما شهادة ليسانس في التعليم العالي مع أقدمية سنة واحدة في ميدان السياحة؛

¹ المرسوم التنفيذي 17-161، المؤرخ في 15 ماي 2017، يحدد شروط انشاء وكالات سياحية وأسفار وكيفيات استغلالها، الجريدة الرسمية رقم 30.

- اما شهادة تقني سامي في السياحة، أو الفندققة مع أقدمية سنة واحدة في الميدان السياحي. إذا كان صاحب الطلب لا يستوفي شروط التأهيل المنصوص عليها، فانه يجب ان يستفيد من المساعدة الدائمة والفعلية لشخص طبيعي تتوفر فيه هذه الشروط.

- التمتع بالحقوق المدنية والوطنية؛

- عدم حيازة رخصة استغلال وكالة سياحية من قبل.

إضافة الى هذه الشروط يجب ان يحوز طالب الرخصة على محل تجاري مجهز بمنشآت ملائمة، ويودع طلب الرخصة لدى المصالح الخارجية المؤهلة للوزارة المكلفة بالسياحة مرفقة بملف اداري يحتوي عدة وثائق مبينة في المادة 6 من المرسوم التنفيذي 17_161 ويخضع طلب رخصة استغلال وكالة سياحية الى تحقيق مسبق من مصالح المديرية العامة للأمن الوطني، أو مصالح الدرك الوطني، يلزم صاحب الرخصة بالشروع في ممارسة نشاطه في أجل أقصاه 6 أشهر ابتداء من تاريخ تسليم الرخصة، وإلا تسحب منه الرخصة عند انقضاء الأجال.

3. مهام وكالات السياحة والاسفار

تتمثل الخدمات المرتبطة بنشاط وكالة السياحة والاسفار على وجه الخصوص فيما يأتي¹:

- تنظيم وتسويق أسفار ورحلات سياحية وإقامات فردية وجماعية؛
- تنظيم جولات وزيارات رفقة مرشدين سياحيين داخل المدن والمواقع والآثار ذات الطابع السياحي والثقافي والتاريخي؛
- تنظم نشاطات القنص والصيد البحري والتظاهرات الفنية والثقافية والرياضية والمؤتمرات والملتقيات المكملة لنشاط الوكالة او بطلب من منظميها؛
- وضع خدمات المترجمين والمرشدين السياحيين تحت تصرف السياح؛
- الايواء او حجز غرف في المؤسسات الفندققة وكذا تقديم الخدمات المرتبطة بها؛
- النقل السياحي وبيع كل أنواع تذاكر النقل حسب الشروط والتنظيم المعمول بهما لدى مؤسسات النقل؛
- بيع تذاكر أماكن الحفلات الترفيهية والتظاهرات ذات الطابع الثقافي او الرياضي او غير ذلك؛
- استقبال ومساعدة السياح خلال اقامتهم؛

¹ المادة 4 من القانون 99-06، المؤرخ في 14 أبريل 1999، يحدد القواعد التي تحكم نشاط وكالات السياحة والاسفار، الصادر في الجريدة الرسمية رقم 24.

- القيام لصالح الزبائن بإجراءات التأمين من كل المخاطر الناجمة عن نشاطاتهم السياحية؛
- تمثيل وكالات محلية أو أجنبية أخرى قصد تقديم مختلف الخدمات باسمها ومكانتها؛
- كراء سيارات بسائق أو بدون سائق ونقل الامتعة، وكراء البيوت المنقولة وغيرها من معدات التخييم.

لا يخضع لأحكام القانون 99-06 الأشخاص الطبيعيون أو الاعتباريون الذين يقتصر نشاطهم أساسا على بيع تذاكر النقل لحساب ناقل أو عدة ناقلين للمسافرين.

4. عينة الدراسة

حصرنا دراستنا في ولاية الجزائر وذلك بعد اطلاعنا على توزع الوكالات السياحية عبر الوطن¹ التي يقدر عددها الإجمالي الى غاية الثلاثي الأول من 2022 ب 4364 وكالة وحصاة ولاية الجزائر وحدها 29,35% أي ما يعادل 1281 وكالة منقسمة الى 1139 وكالة أم و 142 فرع. ومن هنا نقول ان مجتمع الدراسة ينحصر في الوكالات الأم التي تنشط في ولاية الجزائر والمقدر عددها ب 1139 وكالة واخترنا عينة عشوائية من هذا المجتمع وعادة ما تقبل نسبة 10% من مجتمع الدراسة كعينة معبرة وصالحة للتحليل وبالتالي يكون حجم العينة المختارة هو 114 وكالة

المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة

الغرض من دراسة صدق وثبات أداة الدراسة هو التأكد من مصداقية النتائج المتوصل اليها وإمكانية تعميمها على مجتمع الدراسة ومن خلال هذا المطلب سنتطرق الى الصدق الظاهري للاستبيان، ونقيس درجة ثباته باستخدام معامل الفا كرومباخ.

1. الصدق الظاهري للاستبيان

من أجل التحقق من أن الاستبيان يصلح لقياس ما صمم لأجله، واستعماله لاختبار الفرضيات المطروحة في المقدمة العامة عرضناه على مجموعة من الأساتذة المختصين في المجال من أجل ابداء الرأي في محتوى وفقرات الاستبيان واقتراح التعديلات التي يرون انها تخدم الدراسة من منطلق خبرتهم ومعرفتهم الواسعة في المجال، وبعد استعادة ردودهم والاستماع لأرائهم قمنا بدراستها وأجرينا التعديلات الضرورية بالتنسيق مع الأستاذ المشرف، وفي النهاية تحصلنا على الاستبيان المبين في الملحق رقم 6 والذي وزعناه على العينة المدروسة.

¹ انظر الملحق 8

2. ثبات أداة الدراسة

يقصد بالثبات انه عند إعادة توزيع الاستبيان في الفترة $t+1$ على نفس العينة ستكون الإجابات متطابقة ، وبالتالي نقول ان الثبات يعني صلاحية الاستبيان للقياس حاليا ومستقبلا، وقد استعملنا معامل ألفا كرومباخ للتأكد من ثبات أداة الدراسة¹.

أ. ثبات المحور الخاص واقع تطبيق الإدارة الإلكترونية في الوكالات السياحية

الجدول التالي يبين لنا معاملات الفا كرومباخ المحسوبة لكل بعد من أبعاد المحور إضافة الى الفا كرومباخ للمحور الثاني ككل:

جدول رقم(III-4): معامل الثبات للمحور الثاني

البعد	عدد العبارات	ألفا كرومباخ المحسوب
عتاد الحاسوب	05	0,779
البرامج والتطبيقات	08	0,723
شبكات الاتصال وفعالية استخدامها	11	0,777
صناع المعرفة	07	0,815
المحور الثاني ككل	31	0,896

المصدر: مخرجات spss.

من الجول أعلاه يتبين لنا ان قيمة الفا كرومباخ المحسوبة للمحور ككل ولكل الابعاد المكونة له على حدا تفوق تلك المعمول بها والمقبولة في الدراسات والتحليل والمقدرة ب (0,60)، حيث وجدناه تتراوح بين 0,72-0,81 بالنسبة للأبعاد، ووصلت الى 0,89 بالنسبة للمحور ككل ب فقراته 31. هذا ما يجعل المحور الثاني يتمتع بالثبات والمصدقية لقياس ما صمم لأجله ويدعم صدقه الظاهري.

ب. ثبات المحور الخاص بمساهمة الإدارة الإلكترونية للوكالات السياحية في ترقية السياحة في الجزائر

الجدول التالي يبين لنا معاملات الفا كرومباخ المحسوبة لكل بعد من أبعاد المحور إضافة الى الفا كرومباخ للمحور الثالث ككل:

¹ انظر الملحق 9 للاطلاع على نتائج SPSS

جدول رقم (III-5): معامل الثبات للمحور الثالث

البعد	عدد الفقرات	ألفا كرومباخ المحسوبة
المساهمة في التعريف بوجهة الجزائر السياحية	05	0,904
الرفع من جودة الخدمة المقدمة من طرف الوكالة	08	0,809
تسريع عملية التواصل مع الأطراف الفاعلة	04	0,876
المحور الثالث ككل	17	0,902

المصدر: مخرجات spss.

من الجول أعلاه يتبين لنا ان قيمة ألفا كرومباخ المحسوبة للمحور ككل ولكل الأبعاد المكونة له على حدا تفوق تلك المعمول بها والمقبولة في الدراسات والتحليل، حيث وجدناها تتراوح بين 0,80-0,90 بالنسبة للأبعاد، ووصلت الى 0,902 بالنسبة للمحور ككل ب فقراته 17. هذا ما يجعل المحور الثالث يتمتع بالثبات والمصدقية لقياس ما صمم لأجله ويدعم صدقه الظاهري.

ت. ثبات المحور الرابع الخاص بمعوقات الإدارة الإلكترونية من وجهة نظر الوكالات السياحية

الجدول التالي يبين لنا معاملات ألفا كرومباخ المحسوبة لكل بعد من أبعاد المحور إضافة الى ألفا كرومباخ للمحور الرابع ككل:

جدول رقم (III-6): معامل الثبات للمحور الرابع

البعد	عدد العبارات	ألفا كرومباخ المحسوبة
معوقات إدارية	03	0,807
معوقات بشرية	05	0,813
معوقات مالية	04	0,904
معوقات تقنية	04	0,789
معوقات قانونية وأمنية	04	0,892
المحور الرابع ككل	20	0,910

المصدر: مخرجات spss.

من الجول أعلاه يتبين لنا ان قيمة ألفا كرومباخ المحسوبة للمحور ككل ولكل الأبعاد المكونة له على حدى تفوق تلك المعمول بها والمقبولة في الدراسات والتحليل، حيث وجدناها تتراوح بين 0,80-0,904 بالنسبة للأبعاد، ووصلت الى 0,910 بالنسبة للمحور ككل ب فقراته 20. هذا ما

يجعل المحور المتعلق بمعوقات التطبيق يتمتع بالثبات والمصادقية لقياس ما صمم لأجله ويدعم صدقه الظاهري.

ث. ثبات أداة الدراسة ككل

يبين الجدول التالي قيمة معامل الثبات للاستبيان ككل بجميع محاوره

جدول رقم (III-7): معامل الثبات الكلي لأداة الدراسة

عدد العبارات	قيمة ألفا كرومباخ
68	0,926

المصدر: مخرجات spss.

من الجدول نلاحظ ان قيمة ألفا كرومباخ للاستبيان بلغت 0,926 وهي قيمة عالية ومقبولة جدا في التحليل، تعبر على صدق وثبات الاستبيان ونتأجه.

المطلب الرابع: الخصائص الشخصية لعينة الدراسة

سنحلل خلال هذا المطلب استجابات العينة المدروسة حول المحور الأول المتعلق بالخصائص الشخصية حتى نعرف بعض الخصائص على العينة التي اخترناها، نتلخص أساسا في متغيرات: الجنس، السن، المستوى التعليمي، الخبرة في الميدان بالنسبة للمسيرين، عمر الوكالة... الخ

1. توزع العينة المدروسة على حسب متغير الجنس

ونبينه من خلال الجدول والشكل المواليين

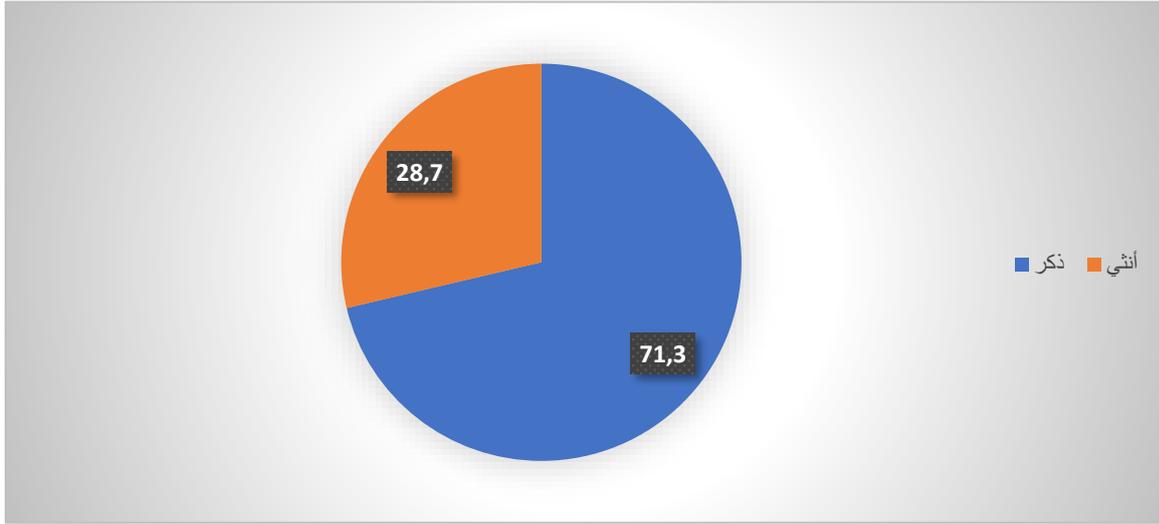
جدول رقم (III-8): توزع العينة حسب متغير الجنس

العدد	النسبة %	
82	71,3	ذكر
33	28,7	أنثي
115	100	المجموع

المصدر: مخرجات spss.

لوضوح الرؤية نمثل بيانات الجدول أعلاه في الشكل الموالي

شكل رقم (III-8): توزيع العينة حسب متغير الجنس



المصدر: من اعداد الطالبة اعتمادا على الجدول رقم (III-8) بالاستعانة ببرنامج excel

من الجول والشكل أعلاه نلاحظ ان النسبة الأكبر للمستجوبين كانت من الذكور بنسبة 71,3 %، أي من أصل 115 وكالة نجد 82 وكالة يديرها رجال والباقي تديرها نساء أي 33 وكالة، وهذا يمكن ارجاعه الى عدة أسباب حسب المحادثات التي دارت بينا وبين مدراء الوكالات من بينها انها مهنة متعبة وتأخذ كل وقت المدير وتتطلب تواجد دائم ودائرة علاقات كبيرة والتعامل مع السواح ليس له وقت محدد فالسائح يطلبك في أي وقت وهذا شاق على الإناث من منطلق مسؤولياتهم المتعددة على الصعيد الشخصي، وعادات وتقاليد المجتمع الجزائري الذي يرفض عمل المرأة لساعات متأخرة واحتكاكها بعدد كبير من الأشخاص .

2. توزيع العينة حسب متغير السن

ونبينه من خلال الجدول والشكل المواليين

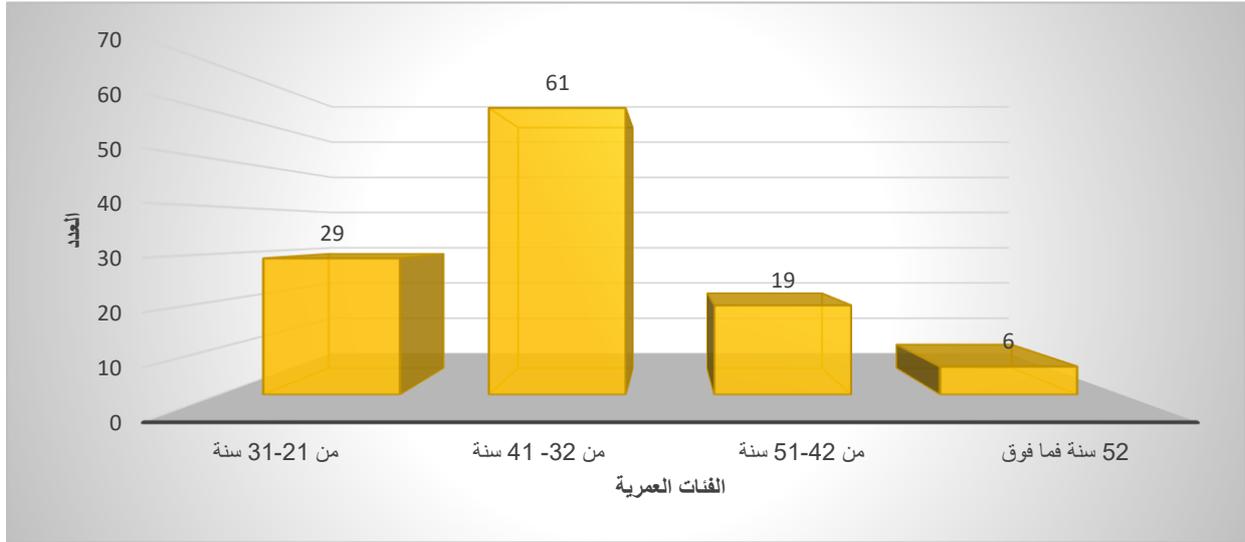
جدول رقم (III-9): توزيع العينة حسب متغير السن

الفئة	العدد	النسبة %
من 21-31 سنة	29	25,2
من 32-41 سنة	61	53
من 42-51 سنة	19	16,5
52 سنة فما فوق	6	5,2
المجموع	115	100

المصدر: مخرجات spss

نمثل الجدول أعلاه في الشكل الموالي لمزيد من التفصيل

شكل رقم (III-9): توزيع العينة حسب متغير السن



المصدر: من اعداد الطالبة اعتمادا على الجدول رقم (III-9) بالاستعانة ببرنامج excel

من الشكل والجدول السابقين نلاحظ ان نسبة 53% من مدراء الوكالات تنتمي الى الفئة العمرية 32 الى 41 سنة ما يعادل 61 مستجوب، تليها الفئة الأولى من 21-31 سنة بنسبة 25,2%، ما يبين ان فئة الشباب هي الفئة الأكثر ميولا لهذا المجال وهذا يمكن ارجاعه الى ان المجال السياحي أساسا يحتاج الى روح الشباب حتى تبذع وتتفنن فيه، إضافة الى ان هذا المجال يحتاج الى نشاط وحيوية وديناميكية وهذا يكون متوفر في الشباب اكثر من الكهول .

3. توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

وهذا ما يبينه الجدول والشكل المواليين

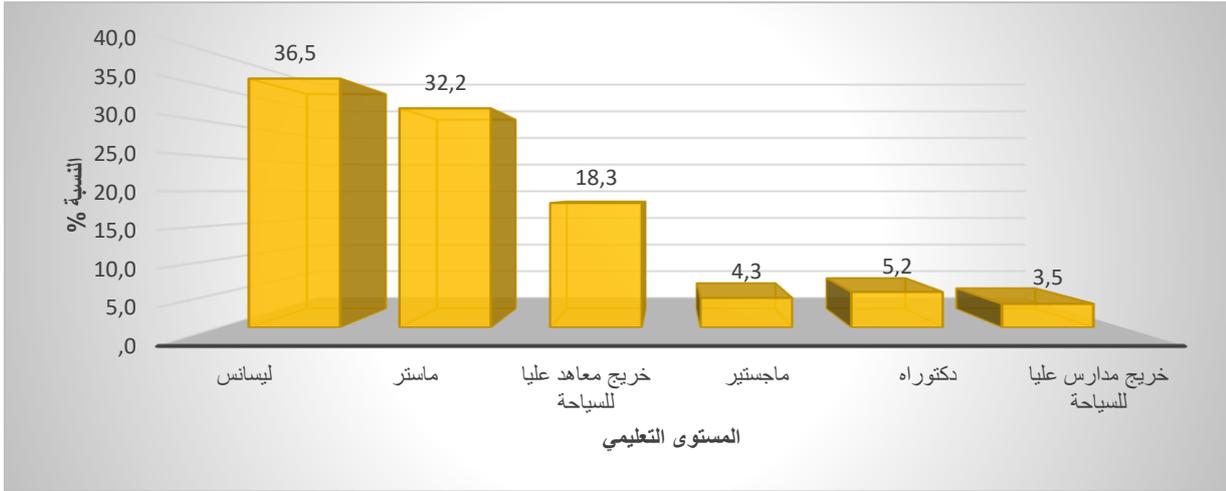
جدول رقم (III-10): توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي

الفئة	العدد	النسبة %
ليسانس	42	36,5
ماستر	37	32,2
خريج معاهد عليا للسياحة	21	18,3
خريج مدارس عليا للسياحة	3,5	4
ماجستير	5	4,3
دكتوراه	6	5,2

المصدر: مخرجات spss

نمثل الجدول أعلاه في الشكل الموالي لمزيد من التفصيل

شكل رقم (III-10): توزع العينة حسب المستوى التعليمي



المصدر: من اعداد الطالبة اعتمادا على الجدول رقم (III-10) بالاستعانة ببرنامج excel.

من الجدول والشكل السابقين نلاحظ انه اغلب أصحاب الوكالات (المدراء) هم من فئة ليسانس وماستر بنسبة 69 % وهم من خريجي الجامعات وهذا لأنه من شروط تأسيس وكالة سياحية هو الحياةزة على شهادة جامعية أو شهادة تقني سامي من معاهد السياحة، واذا حللنا العلاقة التقاطعية بين السن والمستوى التعليمي نجد ان اغلب أصحاب شهادة الليسانس هم من الفئة العمرية 32-41 سنة فما فوق أي انهم عاصروا النظام القديم في التكوين الجامعي، وأصحاب الماستر من الفئة العمرية 21-31 أي خريجي النظام الجديد في التكوين الجامعي. والملاحظ أيضا ان أصحاب الوكالات المتخصصةين المتخرجين من معاهد السياحة او المدارس العليا للسياحة هم نسبة قليلة من المستجوبين لا تتعدى 22% وهذا يعد نقطة سلبية، لأنه وعند تحاورنا مع الصنفين وجدنا ان خريجي المدارس العليا للسياحة والمعاهد السياحية لديهم معرفة أكبر بالقطاع وأهمية تنمية السياحة الداخلية على عكس خريجي الجامعات الذين لديهم وعي أقل بضرورة المساهمة في تنمية السياحة والترويج لوجهة الجزائر وإنما يسعون وراء الربح فقط.

4. توزع العينة حسب عمر الوكالة

وهذا ما يبينه الجدول والشكل المواليين

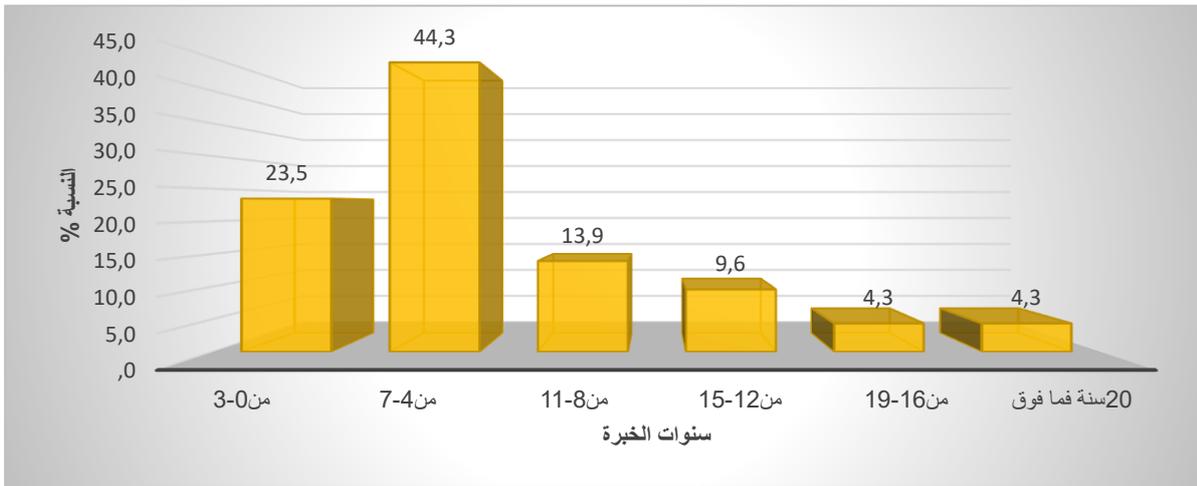
جدول رقم (III-11): توزيع العينة حسب عمر الوكالة (خبرتها في السوق)

عمر الوكالة	العدد	النسبة
من 0-3	27	23,5
4-7	51	44,3
8-11	16	13,9
12-15	11	9,6
16-19	5	4,3
20 سنة فما فوق	5	4,3

المصدر: مخرجات spss

لمزيد من التوضيح نمثل الجدول أعلاه في الشكل الموالي

شكل رقم (III-11): توزيع العينة حسب عمر الوكالة



المصدر: من اعداد الطالبة اعتمادا على الجدول رقم (III-11) بالاستعانة ببرنامج excel.

من الجدول والشكل السابقين نلاحظ أن أغلب الوكالات تملك خبرة من 4-7 سنوات بنسبة 44,3% تليها الوكالات التي تملك خبرة من 0-3 سنوات بنسبة 23,5% هذا يعني ان أغلب الوكالات المستجوبة حديثة النشأة وهذا يفسره سياسة القطاع التحفيزية التي تولي أهمية للوكالات السياحية للمساهمة في ترقية السياحة في الجزائر، وإذا ما حللنا العلاقة التقاطعية بين عمر الوكالة وخبرة مدراءها في المجال السياحي نجد أغلب مدراء الوكالات في المجال من 4-7 سنوات يملكون خبرة تفوق 6 سنوات، وأغلب الوكالات في المجال من 0-3 مسيرتها ضمن مجال الخبرة 0-10 سنوات

5. توزيع العينة حسب طريقة انشاء الوكالة وقدرة التحكم في البرامج والمعدات الالكترونية

وهذا ما يبينه الجدول والشكل المواليين

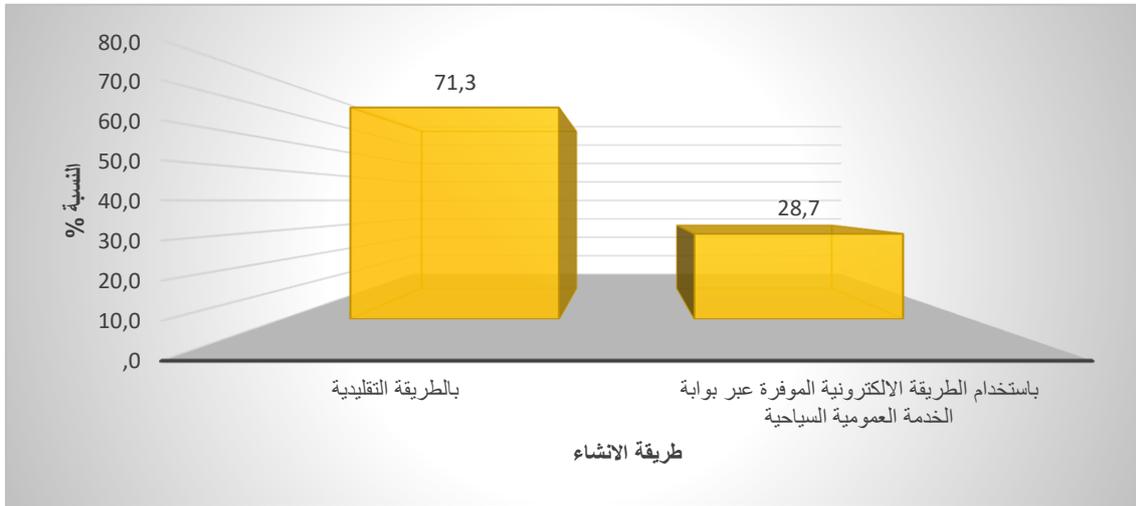
جدول رقم (III-12): توزع العينة حسب طريقة انشاء الوكالة

طريقة الانشاء	العدد	النسبة %
بالطريقة التقليدية	82	71,3
باستخدام الطريقة الالكترونية الموفرة عبر بوابة الخدمة العمومية للسياحة	33	28,7

المصدر: مخرجات spss.

لمزيد من التوضيح نمثل الجدول أعلاه في الشكل الموالي

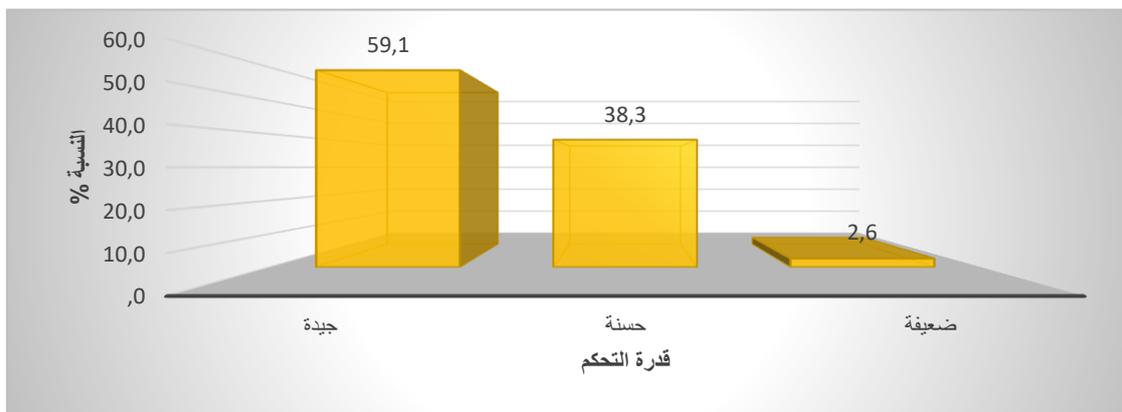
الشكل رقم (III-12): توزع العينة حسب طريقة انشاء الوكالة



المصدر: من اعداد الطالبة اعتمادا على الجدول رقم (III-12) بالاستعانة ببرنامج excel.

من الشكل والجدول السابقين نلاحظ أن أغلب الوكالات المنشأة كانت بالطريقة التقليدية بنسبة 71,3% وهذا يعود لان اغلب الوكالات تنتمي الى الفئة من من 4-7 سنوات فما فوق اين لم تكن بوابة الخدمة الالكترونية لقطاع السياحة متاحة بعد كما سبق وتطرقتنا في المبحث الثاني، وهذا لا يعني ان مسيريتها ليست لهم خبرة او تمكن في المعدات والبرامج الالكترونية فعند تحليل نتائج هذا السؤال نجد أغلب المسيرين لديهم تحكم جيد أو حسن بنسبة 97% وهذا طبيعي وضروري لان عمل الوكالات يتطلب تعاملات كثيرة بالطرق الالكترونية وعند حوارنا مع المسيرين وجدنا اغلبهم مطلعين على برامج الوزارة في مجال الرقمنة ويثمنون هذه المساعي، والقلة القليلة التي اجابت بضعيف كانت نسبتها لا تفوق 3% وهؤلاء لديهم من يعتمدون عليهم في هذا المجال، وهذا ما يبينه الشكل التالي:

الشكل رقم (III-13): توزع العينة حسب قدرة التحكم في المعدات والبرامج الإلكترونية



المصدر: من اعداد الطالبة بناءا على مخرجات spss بالاستعانة ببرنامج excel.

6. توزع العينة حسب مصدر التحكم في المعدات والبرامج الإلكترونية

وهذا ما يوضحه الجدول والشكل المواليين

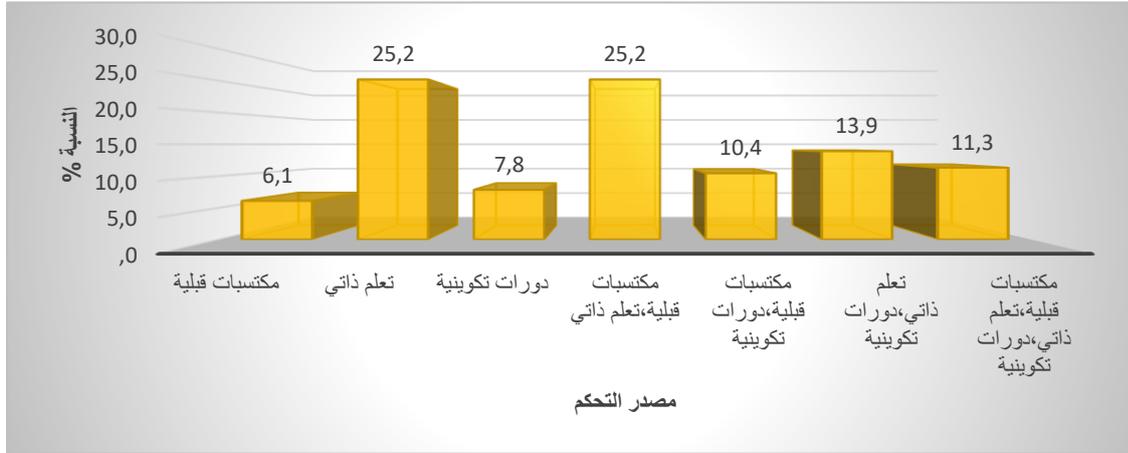
جدول رقم (III-13): توزع العينة حسب مصدر التحكم في المعدات والبرامج الإلكترونية

النسبة %	العدد	مصدر التحكم
6,1	7	مكتسبات قبلية
25,2	29	تعلم ذاتي
7,8	9	دورات تكوينية
25,2	29	مكتسبات قبلية، تعلم ذاتي
10,4	12	مكتسبات قبلية، دورات تكوينية
13,9	16	تعلم ذاتي، دورات تكوينية
11,3	13	مكتسبات قبلية، تعلم ذاتي، دورات تكوينية

المصدر: مخرجات spss.

لمزيد من التوضيح نمثل الجدول السابق في الشكل الموالي

الشكل رقم (III-14): توزع العينة حسب مصدر التحكم في المعدات والبرامج الإلكترونية



المصدر: من اعداد الطالبة اعتمادا على الجدول رقم (III-13) بالاستعانة ببرنامج excel.

من الجدول والشكل السابقين نلاحظ ان مصدر التحكم لأغلب المدراء كان من التعلم الذاتي، والمكتسبات القبلية زائد التعلم الذاتي فهاذين الخيارين حظيا بنسبة حوالي 51% اما الدورات التكوينية فقد حظيت بنسبة منخفضة وصلت الى 7,8% وهذه نقطة سلبية فالتكوين يجعل درجة التحكم تكون أكبر وحتى الاطلاع على الجديد في مجال البرمجيات والتطبيقات الحديثة في المجال .

المبحث الرابع: تحليل نتائج الاستبيان

بغرض معرفة مساهمة الإدارة الإلكترونية للوكالات السياحية في الجزائر في ترقية السياحة قما بتوزيع استبيان متكون من أربعة أجزاء كما سبق وفصلنا في المبحث الثالث، وقد قمنا بتوزيع 130 استمارة علي وكالات سياحية متواجدة في ولاية الجزائر، واستعنا بالطريقة الإلكترونية، فعند الوصول الي الوكالة نخبرهم هل يجيبون على الورقي ام يفضلون ان نرسل لهم رابط الاستبيان في احد مواقعهم للتواصل الاجتماعي، او ايميل الوكالة، وقد استرجعنا في المجلد 120 استمارة وبعد فحصها تم استبعاد 05 استمارات لعدم اكتمال المعلومات الواردة فيها وبالتالي يكون مجموع الاستمارات القابلة للتحليل هي 115 استمارة وهذا ما يبينه الجدول التالي:

عدد الاستمارات الموزعة	عدد الاستمارات المسترجعة	النسبة	الملغاة	القابلة للتحليل
130	120	92,30%	05	115

نجد ان نسبة الاسترجاع تفوق 90 % والمجموع الكلي القابل للتحليل يمثل أكثر من 10% من مجتمع الدراسة وبالتالي يمكن القول ان العينة تمثيلية ويمكن تحليلها.

وقد استخدمنا مقياس ليكارت الخماسي في الاستبيان ولغرض تحليل النتائج علينا حساب المتوسط المرجح ومدى وطول الفئة حتى نتمكن من التحليل حيث :

$$\text{المدى} = 5 - 1 = 4, \text{ طول الفئة} = \text{المدى} / \text{عدد الفئات (الخيارات)} = 4 / 5 = 0,8$$

من هنا نستخرج الجدول التالي كمرجعية للتحليل

جدول رقم (III-14): المتوسط المرجح لتفسير نتائج ليكارت الخماسي

المتوسط المرجح	1-1,80	1,81-2,60	2,61-3,4	3,41-4,2	4,21-5
الرأي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة

المصدر: من اعداد الطالبة

المطلب الأول: تحليل نتائج مدى تطبيق الإدارة الإلكترونية في الوكالات السياحية

ومن أجل الحكم على مدى تطبيق الإدارة الإلكترونية في الوكالات السياحية محل الدراسة قمنا بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لها لمعرفة درجة موافقة الوكالات على العبارات المطروحة.

1. مدى توفر عتاد الحاسوب

فيما يلي جدول يحوي التكرارات، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لها على أسئلة البعد الأول للإدارة الإلكترونية (عتاد الحاسوب)

جدول رقم (III-15): اجابات افراد العينة على بعد عتاد الحاسوب

		المعاملات						
		1	2	3	4	5		
الدرجة	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
س1	03	0,57	4,61	0	1	2	37	75
				0	0,9	1,7	32,2	65,2
س2	01	0,49	4,74	0	0	3	23	89
				0	0	2,6	20	77,4
س3	02	0,61	4,67	0	4	8	37	66
				0	3,5	7	32,2	57,4

واقع وآفاق التحول الإلكتروني للقطاع السياحي في الجزائر مع لؤاسة عينة من الوكالات السياحية

س4	التكرار	85	25	3	2	0	4,44	0,71	04	موافق بشدة	
	النسبة%	73,9	21,7	2,6	1,7	0					
س5	التكرار	54,8	43	6	3	0	4,43	0,77	05	موافق بشدة	
	النسبة%	54,8	37,4	5,2	2,6	0					
	بعد عتاد الحاسوب						4,58	0,46			موافق بشدة

المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على نتائج spss.

من قراءتنا للجدول أعلاه نجد أن درجة موافقة مدراء الوكالات السياحية على عبارات المحور الأول تتراوح بين موافق وموافق بشدة، حيث جاءت العبارة الثانية" تتوفر الوكالة على كافة الأجهزة الملحقة من scanner, fax, imprimant, لإتمام عمل الحواسيب" في المرتبة الأولى اين أجاب عنها 89 مدير بموافق بشدة و 23 مدير بموافق وجاء متوسطها الحسابي 4,74 ما يعني ان درجة الموافقة عالية تليها العبارتين 3 و 1 على التوالي التي مفادهما أن الوكالة تملك عدد كافي من الحواسيب وهي حديثة وفي حالة جيدة حيث جاء المتوسط الحسابي للعبارتين 4,67 و 4,61 على التوالي.

كما أن مدراء الوكالات يولون أهمية ليس فقط لاكتساب العتاد (العبارات 1,2,3) بل لصيانة هذه المعدات ونوعيتها ايضا وهذا ما تبينه المتوسطات الحسابية للعبارتين 5 و 4 التي مفادهما ان المدراء يولون أهمية لصيانة الأجهزة بصورة دورية وكذا توفير الأجهزة ذات النوعية التي تسهل وتسرع عملية معالجة البيانات اين حظيت هاتين العبارتين بدرجة موافق بشدة. كما نلاحظ ان كل الانحرافات المعيارية جاءت أقل من 1 ما يدل على أن أغلبية المدراء يتفقون حول عبارات البعد الخاص بعتاد الحاسوب، الذي يعتبر لبنة الإدارة الالكترونية.

وفي المجلد نجد ان متوسط إجابات أفراد العينة على المحور الأول هو 4,58 بانحراف معياري 0,46 وهو ما يقابل درجة عالية من الموافقة وهذا يدل على ان بعد العتاد متوفر في جميع الوكالات المستجوبة تقريبا.

2. بعد البرمجيات والتطبيقات

فيما يلي جدول يحوي التكرارات، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لها على أسئلة البعد الثاني للإدارة الالكترونية (البرمجيات والتطبيقات).

جدول رقم (III-16): اجابات افراد العينة على بعد البرمجيات والتطبيقات

		المعاملات							
الدرجة	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	1	2	3	4	5	العبارات
				غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
س6	موافق	6	1,05	3,95	3	10	18	42	التكرار
					2,6	8,7	15,7	36,5	36,5
س7	موافق بشدة	1	0,84	4,39	1	4	9	36	التكرار
					0,9	3,5	7,8	31,3	56,5
س8	موافق	4	1,01	4,16	2	9	12	37	التكرار
					1,7	7,8	10,4	32,2	47,8
س9	موافق	8	1,20	3,49	7	20	24	37	التكرار
					6,1	17,4	20,9	32,2	23,5
س10	موافق	7	1,19	3,60	7	14	29	33	التكرار
					6,1	12,2	25,2	28,7	27,8
س11	موافق بشدة	2	0,67	4,33	0	2	7	57	التكرار
					0	1,7	6,1	49,6	42,6
س12	موافق	5	0,92	4,12	0	9	16	42	التكرار
					0	7,8	13,9	36,5	41,7
س13	موافق بشدة	3	0,92	4,21	0	3	23	35	التكرار
					0	2,6	20	30,4	47
		موافق	0,57	4,03	بعد البرمجيات والتطبيقات				

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج spss.

من تحليل الجدول السابق نلاحظ أن العبارتين 7 و 11 جاءت في المرتبة الأولى والثانية على التوالي بمتوسطات 4,33، 4,39 حيث أجاب عليها 105 تقريبا بـموافق او موافق جدا ما يعني أن الوكالات تولي أهمية بالغة لاقتناء واستعمال البرامج والتطبيقات الاصلية لمعالجة البيانات وكذا تحديث هذه البرامج بانتظام لما لذلك من أثر على نوعية المعطيات وتسريع عملية المعالجة، وجاءت العبارة 13 والتي مفادها "ان الوكالة تسعى لتطوير تطبيقات في مجال السياحة الجواله" في الترتيب الثالث بمتوسط 4,21 أي بدرجة موافق بشدة و موافق بنسبة 78,2% ما يبين ان الوكالات عينة الدراسة تعي جيدا ان العصر هو عصر المنافسة في التكنولوجيا، وأن هذه التطبيقات المبتكرة تستهوي السياح ما يعطيها ميزة تنافسية. بينما جاءت العبارات الخاصة بالدفع الإلكتروني، والحجز الإلكتروني في المراتب الأخيرة (العبارات 9،10) رغم ان درجتها تنتمي الى الموافقة لكن عند التحاور مع مدراء

الوكالات لاحتظنا ان هناك معوقات كثيرة لاستعمال آلية الدفع الإلكتروني خاصة تلك القانونية والمتعلقة بثقافة السائح المحلي خاصة الذي ليس له ثقة في وسائل الدفع الإلكتروني، لكن مع حرص الوزارة على استعمال طرق الدفع الإلكتروني وإبرامها لاتفاقية مع وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية من أجل تسهيل وتسريع عملية استعمال الدفع الإلكتروني في مختلف المؤسسات السياحية في سبتمبر 2020 أصبحت الوكالات مهتمة باستخدام نهائيات الدفع الإلكتروني TPE لتسهيل عملية الدفع لحاملي البطاقات الذهبية، وكذا استخدام نمط الدفع المستحدث عبر الهاتف النقال باستعمال رمز الاستجابة السريعة (QR code) وتطبيق الدفع بريدي باي (Baridi pay).

وفي المجل نلاحظ أن محور البرمجيات والتطبيقات حضي بدرجة موافقة عالية ما يعني ان هذا البعد متوفر وبدرجة كبيرة في الوكالات محل الدراسة.

3. بعد شبكات الاتصال ومدى فعاليتها

فيما يلي جدول يحوي التكرارات، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لها على أسئلة البعد الثالث للإدارة الإلكترونية (شبكات الاتصال).

جدول رقم (III-17): اجابات افراد العينة على بعد شبكات الاتصال ومدى فعاليتها

الدرجة	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المعاملات					العبارات
				1	2	3	4	5	
موافق بشدة	6	0,70	4,37	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	التكرار
				0	5	0	57	53	النسبة%
موافق	10	1,03	3,53	5	13	31	47	19	التكرار
				4,3	11,3	27	40,9	16,5	النسبة%
موافق	9	1,16	3,69	6	14	22	40	33	التكرار
				5,2	12,2	19,1	34,8	28,7	النسبة%
موافق	11	1,16	3,41	5	24	28	34	24	التكرار
				4,3	20,9	24,3	29,6	20,9	النسبة%
موافق بشدة	3	0,56	4,58	0	0	4	40	71	التكرار
				0	0	3,5	34,8	61,7	النسبة%
موافق بشدة	5	0,83	4,42	2	2	8	36	67	التكرار
				1,7	1,7	7	31,3	58,3	النسبة%
موافق بشدة	4	0,74	4,42	0	4	6	42	63	التكرار

واقع وآفاق التحول الإلكتروني للقطاع السياحي في الجزائر مع لؤاسة عينة من الوكالات السياحية

				0	3,5	5,2	36,5	54,8	النسبة%	س20
موافق بشدة	1	0,49	4,69	0	0	2	31	82	التكرار	س21
				0	0	1,7	27	71,3	النسبة%	
موافق بشدة	8	0,75	4,27	0	2	15	47	51	التكرار	س22
				0	1,7	13	40,9	44,3	النسبة%	
موافق بشدة	2	0,53	4,62	0	0	3	37	75	التكرار	س23
				0	0	2,6	32,2	65,2	النسبة%	
موافق بشدة	7	0,83	4,31	0	5	12	40	58	التكرار	س24
				0	4,3	10,4	34,8	50,4	النسبة%	
موافق بشدة		0,46	4,21							بعد الشبكات

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج spss.

من تحليلنا للجدول أعلاه نلاحظ أن العبارات 21، 23، و18 جات في المراتب الأولى على التوالي وهي متعلقة بامتلاك الوكالة إيميل نشيط تستخدمه لإتمام العمليات مع الزبائن وتحويل الوثائق، التواصل الداخلي للعمال مع بعضهم يكون عن طريق الانترنت، وامتلاك الوكالات لحسابات على مختلف وسائل التواصل الاجتماعي وجاءت بدرجة عالية من الموافق بمتوسطات حسابية تتراوح بين 4,58-4,62 ما يعني ان الوكالات السياحية في الجزائر تستخدم الانترنت وتعتمد عليها في عمليات إتمام بيع الخدمة وكذلك التواصل الداخلي بين العمال، والتواجد على مواقع التواصل الاجتماعي من أجل التعريف بها وبمنتجاتها، أما العبارات المتعلقة باستخدام منصات التواصل كأداة لليقظة واستخدامها أيضا للتواصل مع مقدمي الخدمات المساعدة مثل مكاتب تأجير السيارات نلاحظ انها حظيت بالمراتب الوسطى فعند تحاورنا مع المدراء وجدنا انهم يستخدمون الهاتف اكثر في عمليات التواصل مع مقدمي الخدمات المساعدة لأكثر ضمان وتأكيد، ويستخدمون منصات التواصل الاجتماعي كأداة ترويجية أكثر من أداة يقظة.

بينما نلاحظ ان العبارات المتعلقة باستخدام شبكتي intranet و extrane وكذا امتلاك الوكالة لموقع الكتروني حظيت بالمراتب الأخيرة اين كانت درجة الموافقة عليها أقل وذلك يرجع حسب المدراء الي التكاليف المتعلقة بإنشاء وتسيير هذه الشبكات وخاصة الموقع الالكتروني.

في المجمل نجد أن درجة الموافقة على بعد استعمال الشبكات وفعاليتها كانت عالية بمتوسط حسابي 4,21 وانحراف معياري 0,46 أي ان المدراء يتفقون بنسبة كبيرة حول إجابات هذا البعد، وبالتالي نقول ان بعد الشبكات متوفر بدرجة عالية في الوكالات عينة الدراسة.

4. بعد صناع المعرفة

فيما يلي جدول يحوي التكرارات، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لها على أسئلة البعد الرابع للإدارة الإلكترونية (صناع المعرفة).

جدول رقم (III-18): اجابات افراد العينة على بعد صناع المعرفة

		المعاملات							
الدرجة	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	1	2	3	4	5	العبارات
				غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
موافق بشدة	1	0,75	4,25	0	3	13	51	48	25س التكرار
				0	2,6	11,3	44,3	41,7	النسبة %
موافق	2	0,69	4,13	0	2	15	63	35	26س التكرار
				0	1,7	13	54,8	30,4	النسبة %
موافق	4	0,99	3,95	3	8	17	50	37	27س التكرار
				2,6	7	14,8	43,5	32,2	النسبة %
موافق	7	1,10	3,33	7	18	38	34	18	28س التكرار
				6,1	15,7	33	29,6	15,7	النسبة %
موافق	5	1,07	3,66	6	8	32	42	27	29س التكرار
				5,2	7	27,8	36,5	23,5	النسبة %
موافق	6	1,11	3,53	6	15	29	42	23	30س التكرار
				5,2	13	25,2	36,5	20	النسبة %
موافق	3	0,96	3,96	2	8	19	49	37	31س التكرار
				1,7	7	16,5	42,6	32,2	النسبة %
موافق		0,66	3,83	بعد صناع المعرفة					

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج spss.

بتحليلنا للجدول أعلاه نجد أن العبارات 25، 26، 31 جاءت في المراتب الأولى على التوالي بمتوسطات حسابية 4,25، 4,13، 3,83 وهذه العبارات متعلقة أساسا بتوفر إرادة قوية من طرف الإدارة بتطبيق الإدارة الإلكترونية، وكذا توفر الوكالة على عمال أكفاء وذوي خبرة في مجال المعلوماتية وقادرين على تسيير الموقع الإلكتروني للوكالة، ما يعكس وعي مدراء الوكالات بضرورة مواكبة العصر والتطورات التكنولوجية الحاصلة في مجال السياحة العالمية، اين تحول العالم الى السياحة الإلكترونية والسياحة الافتراضية وهذا أمر إيجابي يسهم في دفع قاطرة السياحة في الجزائر. بينما جاءت العبارات 28، 30، 29 في المراتب

الأخيرة بمتوسطات 3,33، 3,53، 3,63 على التوالي وهذه العبارات متعلقة أساسا بامتلاك الوكالة اختصاصيين في أمن المعلومات، ومن هم قادرين على تطوير برمجيات جديدة للعمل، وكذا الاهتمام بالتكوين في مجال الإدارة الإلكترونية للموظفين هذا ما يدعم النتائج التي توصلنا اليها سابقا فيما يخص الدفع الإلكتروني والحجز الإلكتروني اين كانت الإجابات أقل موافقة كونهم لا يملكون مختصين في أمن المعلومات وخوفهم ان اختراق أنظمة الحجز والدفع، والعبارة الخاصة بالتكوين تثبت ما توصلنا اليه في المحور الأول من ان مصدر المعرفة الإلكترونية هو من التعلم الذاتي والمكتسبات القبلية اين صرح لنا المدراء من خلال تعاوننا معهم ان التعلم الذاتي متاح حاليا للجميع وان المدراء والموظفين يملكون مستوى تعليمي يمكنهم من البحث وتطوير ذاتهم في المجال الإلكتروني وبالتالي تقليص تكاليف الدورات التكوينية، كما صرح البعض بقلة الدورات التكوينية المتخصصة المقامة في مجال البرمجيات المتعلقة بالسياحة .

وفي المجلد نجد ان المتوسط العام لبعد صناع المعرفة هو 3,83 أي ينتمي الى درجة العالية، ما يعكس أن أغلب المدراء موافقين او موافقين بشدة على عبارات هذا البعد مما يدل على ان الوكالات عينة الدراسة تتوفر فيها بعد صناع المعرفة بدرجة عالية.

5. درجة تطبيق مدخل الإدارة الإلكترونية في الوكالات السياحية عينة الدراسة

الجدول الموالي يحوي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور مدي تطبيق الإدارة الإلكترونية.

جدول رقم (III-19): اجابات افراد العينة على محور مدي تطبيق الإدارة الإلكترونية

الترتيب	الرقم	تطبق أبعاد الإدارة الإلكترونية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
01	03	البعد الثالث: بعد شبكات الاتصال وفعالية استخدامها	4,21	0,46	عالية
02	01	البعد الأول: بعد عتاد الحاسوب	4,16	0,43	عالية
03	02	البعد الثاني: البرمجيات والتطبيقات	4,03	0,57	عالية
04	04	البعد الرابع: صناع المعرفة	3,83	0,66	عالية
		المتوسط العام لمحور الإدارة الإلكترونية	4,16	0,43	عالية

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج spss.

بملاحظة الجدول أعلاه نجد المتوسطات الحسابية لمختلف أبعاد الإدارة الإلكترونية تنحصر بين 3,83-4,21 ما يقابل درجة عالية من التطبيق لكل المحاور، حيث جاء بعد شبكات الاتصال بأعلى متوسط 4,21، وبعد صناع المعرفة بأقل متوسط 3,83 وهذه نقطة تحسب على الوكالات السياحية فلا بد لها من تدعيم عنصر صناع المعرفة لأنه يبقى الأساس في تطبيق الإدارة الإلكترونية حتى تأتي بنتائجها المتوقعة منها.

وعلى العموم المتوسط العام لتطبيق الإدارة الإلكترونية في الوكالات السياحية عينة الدراسة جاء بدرجة عالية من التطبيق بمتوسط 4,16 وهذا ما يثبت صحة الفرضية الخامسة التي مفادها " تتبنى الوكالات محل الدراسة مدخل الإدارة الإلكترونية بدرجة عالية"

المطلب الثاني: تحليل نتائج مساهمة الإدارة الإلكترونية للوكالات السياحية في ترقية السياحة في الجزائر

ومن أجل الحكم على مساهمة الإدارة الإلكترونية للوكالات السياحية في ترقية السياحة من وجهة نظر عينة الدراسة قمنا بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لها لمعرفة درجة موافقة الوكالات على العبارات المطروحة .

1. مدى مساهمة الإدارة الإلكترونية في التعريف بوجهة الجزائر السياحية

من خلال المعلومات الواردة في الجدول التالي سنعرف مدى مساهمة الإدارة الإلكترونية في التعريف بوجهة الجزائر السياحية من وجهة نظر العينة المستجوبة

جدول رقم (III-20): اجابات افراد العينة على بعد المساهمة في التعريف بوجهة الجزائر

الترتيب	الرقم	المساهمة في التعريف بوجهة الجزائر من خلال:	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
04	1	تعمل الوكالة من خلال موقعها الإلكتروني ومختلف حساباتها على مواقع التواصل الاجتماعي على التعريف بالمواقع السياحية للجزائر	4,2	0,90	عالية
02	02	تحرص الوكالة على تطوير منتجات سياحية جديدة تساهم في ترغيب الأجانب والمحليين بالجزائر كوجهة سياحية	4,21	0,93	عالية

واقع وآفاق التحول الإلكتروني للقطاع السياحي في الجزائر مع لؤاسة عينة من الوكالات السياحية

03	03	0,89	4,20	تحرص الوكالة دائما على اعداد مسارات سياحية جديدة وعرضها على موقعها ومختلف حساباتها على مواقع التواصل بغية الترويج للسياحة الداخلية
01	04	0,77	4,33	تسهل الوصول الى اعداد كبيرة من الزبائن لم يكن الوصول اليهم متاح قبالا
05	05	0,83	4,18	تساهم في الرفع من عدد السواح الخارجيين منهم خاصة البعد الأول: المساهمة في التعريف بوجهة الجزائر السياحية
		0,73	4,22	

المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على نتائج spss.

بتحليل الجدول أعلاه نلاحظ أن المتوسطات الحسابية لكل عبارات البعد الخاص بالمساهمة في التعريف بوجهة الجزائر تنحصر بين 4,18-4,33 وهي جميعا بدرجة عالية من الموافقة أي الأغلبية أجابت اما بموافق او موافق بشدة، حيث جاءت العبارة الرابعة في المرتبة الأولى أي ان الإدارة الالكترونية تفتح امام الوكالات آفاق للوصول الى زبائن لم يكونوا متاحين في وقت قبل الانترنت وهذا يدعم توجه السائح الحالي سائح الكتروني تليها العبارة الخاصة باهتمام الوكالة بتطوير منتجات ومسارات سياحية جديدة وهذا أمر يدعم من فرصها لاستقطاب زبائن جدد بعرض خدمات لا يعرضها غيرها، وجاءت في المرتبة الأخيرة العبارة الخاصة بمساهمتها في زيادة السياحة الوافدة (السواح الأجانب)، وهذا راجع حسب المدراء الى غياب إمكانية الحجز الالكتروني والدفع الالكتروني الدولي مما يحد من اقبال الأجانب، وهذا طبعا كعامل ثانوي، وانما العوامل الرئيسية لخصها لنا المدراء في غلاء أسعار التذاكر لوجهة الجزائر، قلة البنى التحتية خاصة في منطقة الصحراء التي هي أكثر طلبا من الأجانب زد الى غلاء أسعار الإقامة والاطعام وحتى النقل مقارنة مع مستوى الخدمة المقدمة، اين تعتبر كل هذه العوامل متداخلة مع بعضها البعض سبب احجام الأجانب عن وجهة الجزائر السياحية.

في المجمل نجد ان المحور ككل حضي بدرجة عالية من الموافقة بمتوسط حسابي 4,16 ما يدل ان أغلب مدراء الوكالات السياحية عينة الدراسة يعترفون بان تبني الإدارة الالكترونية يساهم في التعريف بوجهة الجزائر السياحية.

2. مدى مساهمة الإدارة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة السياحية المقدمة

من خلال المعلومات الواردة في الجدول التالي سنعرف مدى مساهمة الإدارة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة السياحية المقدمة من الوكالات السياحية من وجهة نظر العينة المدروسة.

جدول رقم (III-21): اجابات افراد العينة على بعد المساهمة في تحسين جودة الخدمة السياحية المقدمة

الترتيب	الرقم	المساهمة في تحسين جودة الخدمة السياحية المقدمة من خلال:	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	01	تساهم في تقديم الخدمة بشكل صحيح	4,66	0,47	عالية
2	02	تساهم في تقديم الخدمة في المواعيد المحددة لها	4,61	0,58	عالية
4	03	تسرع في انهاء المعاملات	4,53	0,67	عالية
3	04	تجعل الرد على استفسارات الزبائن واسئلتهم يكون في الوقت الحقيقي	4,53	0,53	عالية
8	05	تسهل عملية اعداد بحوث التسويق لمعرفة احتياجات الزبائن	4,05	0,98	عالية
5	06	مستوى التكنولوجيا المعتمد في الوكالة يساهم في كسب الزبائن وولائهم ورفع مستوى رضاهم	4,45	0,70	عالية
7	07	تبني السياحة الإلكترونية يعطي شعورا بالثقة والأمان للزبون في الخدمة المقدمة ومقدمها	4,19	0,77	عالية
6	08	تساهم في تخفيض الأسعار وجعلها أكثر تنافسية	4,30	0,79	عالية
		البعد الثاني: تحسين جودة الخدمة السياحية المقدمة.	4,41	0,46	عالية

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج spss.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن درجة الاستجابة على جميع أسئلة المحور هي عالية، والمتوسطات الحسابية جاءت محصورة بين 4,19-4,66، حيث جاءت العبارتين " تساهم الإدارة الإلكترونية في تقديم الخدمة بشكل صحيح"، وتساهم في تقديم الخدمة في الموعد المحدد لها " في المرتبتين 1 و2 على الترتيب ما يعني إدراك مدراء الوكالات السياحية لأهمية الإدارة الإلكترونية في إتمام تقديم الخدمة بالشكل والوقت المناسب مما يساهم في رضا الزبائن، وجاءت العبارتين 7 و8 في المراتب الأخيرة بمتوسطات 4,19، 4,30 ومفادهما " تبني السياحة الإلكترونية يعطي شعورا بالثقة والأمان للزبون في الخدمة المقدمة ومقدمها"، تساهم في تخفيض الأسعار وجعلها أكثر تنافسية" الا ان هذا لا ينفي ان درجة الموافقة على هاتين العبارتين عالية بمعنى ان الأغلبية أجاب بموافق أو موافق بشدة ما يعني ان الإدارة الإلكترونية تساهم فعلا في كسب ثقة الزبائن وتخفيض الأسعار نسبيا طبعا

من منطلق انها تقلص عدة تكاليف منها تكاليف الوقت الضائع، التنقل، طباعة الأوراق... الخ كما انها تساهم في كسب ولاء الزبائن وذلك من خلال البقاء دائما على تواصل معهم وتوفير كل ما يحتاجونه من معلومات ومرافقتهم خلال رحلتهم السياحية من خلال استعمال وسائل التواصل الاجتماعي، وإعطائهم فرصة للتعبير عن رحلتهم السياحية ومدى رضاهم عنها، ما يعطي الزبون شعور بالراحة وبالتالي إعادة التعامل مع ذات الوكالة ونصح الآخرين بالتعامل معها، كما ان الزبائن يفضلون الوكالات التي تظهر عليها ملامح استعمال التكنولوجيا ويشعرون بنوع من الثقة تدفعهم للتعامل معها لانهم يرونها أكثر عصرية وتجاري التطورات.

في المجلد نجد درجة الإجابة على هذا المحور ككل عالية بمتوسط حسابي 4,41 ما يعني انه حسب العينة المدروسة للإدارة الإلكترونية أثر على تحسين الخدمة السياحية المقدمة من طرفهم.

3. مساهمة الإدارة الإلكترونية في تسريع عملية التواصل مع الأطراف الفاعلة

من خلال المعلومات الواردة في الجدول التالي سنعرف مدى مساهمة الإدارة الإلكترونية في تسريع عملية التواصل مع الأطراف الفاعلة

جدول رقم (III-22): اجابات افراد العينة على بعد تسريع عملية التواصل مع الأطراف الفاعلة

الترتيب	الرقم	تساهم في تسريع عملية التواصل بين الأطراف الفاعلة من خلال:	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
4	01	تسهل وتسرع عملية التواصل مع الوزارة الوصية بمختلف هياكلها خاصة بعد انشاء موقع بوابة الخدمة العمومية السياحية	3,88	0,98	عالية
3	02	تساهم في اشراك جميع الفاعلين في القطاع السياحي في عملية تخطيط وتنشيط السياحة الوطنية	3,96	0,91	عالية
2	03	تسرع عملية انتقال المعلومة بين مختلف الفاعلين في القطاع السياحي	4,09	0,82	عالية
1	04	تسهل عملية التعاون بين مختلف الوكالات السياحية	4,27	0,74	عالية
		بعد: تسريع عملية التواصل مع الأطراف الفاعلة	4,05	0,74	عالية

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج spss.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان كل عبارات هذا البعد حظيت بدرجة عالية من الموافقة أي ان أغلب المستجوبين من العينة أجابوا بموافق او موافق بشدة اين جاءت المتوسطات محصورة بين 3,88-4,27 ما يعني ان الإدارة الإلكترونية حسبهم تسهل وتسرع عملية التواصل بين الأطراف

الفاعلة، حيث جاءت العبارة الرابعة والتي مفادها " تسهل عملية التواصل مع مختلف الوكالات السياحية" في المرتبة الأولى بمتوسط 4,27 وهذا لأن الوكالات السياحية تتعامل كثيرا مع بعضها البعض، فالبعض منها كبيرة تقوم بشراء حجوزات كثيرة وتعيد توزيعها على الوكالات الصغار، كما انهم يتبادلون المعلومات، وهناك بينهم تعاون في استقبال الزبائن وتوجيههم ومن خلال ما تتيحه الإدارة الإلكترونية نجد ان هذا اصبح أكثر سهولة وسرعة، وجاءت العبارة الخاصة بتسريع التواصل مع الوزارة الوصية ومختلف هيكلها في المرتبة الأخيرة بمتوسط 3,88 وانحراف معياري 0,98 وهذا يعني ان عناك تباين في إجابات افراد العينة على هذا السؤال فهناك من أجاب بموافق والعديد أجاب بمحايد وهناك من أجاب بغير موافق، وهذا ما لاحظناه فعلا عند استخدامنا لنوافذ المشاركة، والاستفسارات المتوفرة في بوابة الخدمة العمومية والموقع الرسمي للوزارة فهي اما غير مفعلة او لا يردون على الانشغالات، وأيضا لاحظنا من خلال دراستنا الميدانية على مستوى الوزارة تباطؤ وتيرة معالجة الطلبات الإلكترونية وان عملية التحول الرقمي للقطاع ككل تحتاج الى تطوير سرعة الاستجابة فيها.

وفي المجمل نجد ان درجة الموافق على هذا البعد عالية بمتوسط حسابي 4,05 ما يعني انه من وجهة نظر الوكالات السياحية عينة الدراسة ان الإدارة الإلكترونية تسهم فعلا في تسريع عملية التواصل بين مختلف الأطراف الفاعلة في القطاع.

4. مدى مساهمة الإدارة الإلكترونية للوكالات السياحية في ترقية القطاع السياحي في

الجزائر

الجدول الموالي يحوي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمحور الثالث بكل ابعاده

جدول رقم (III-23): اجابات افراد العينة على محور مساهمة الإدارة الإلكترونية للوكالات السياحية في ترقية السياحة في الجزائر

الترتيب	الرقم	الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
		المساهمة في التعريف بوجهة الجزائر	4,22	0,73	عالية
		الرفع من جودة الخدمة المقدمة	4,41	0,46	عالية
		تسريع عملية التواصل مع الأطراف الفاعلة	4,05	0,74	عالية
		المحور الثالث: مساهمة الإدارة الإلكترونية في ترقية القطاع السياحي	4,23	0,53	عالية

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج spss.

من خلال تحليلنا لأبعاد المحور الثاني، وبملاحظة الجدول أعلاه نجد ان المتوسط الكلي لمحور مساهمة الإدارة الإلكترونية في ترقية القطاع السياحي جاءت اجاباته بدرجة عالية بمتوسط 4,23 وانحراف معياري 0,53 ما يعني ان الوكالات السياحية ترى ان الإدارة الإلكترونية تساهم في ترقية القطاع السياحي في الجزائر من الرفع من جودة الخدمة المقدمة بالدرجة الأولى (متوسط حسابي 4,41) ، بعدها بالتعريف بوجهة الجزائر السياحية (متوسط حسابي 4,22)، وفي الأخير من خلال تسهيل وتسريع عملية التواصل مع الأطراف الفاعلة في القطاع.

وبهذا يكون تحقق الجزء الأول من الفرضية " الوكالات السياحية محل الدراسة ترى أن هناك أهمية للإدارة الإلكترونية في ترقية القطاع السياحي وهذه الأهمية بدرجة متوسطة" ، لكن ليس بدرجة متوسطة كما افترضنا وانما بدرجة عالية .

المطلب الثالث: تحليل نتائج معوقات الإدارة الإلكترونية من وجهة نظر الوكالات السياحية

ومن أجل الحكم على معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية من وجهة نظرا الوكالات عينة الدراسة قمنا بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لها لمعرفة درجة موافقة الوكالات على العبارات المطروحة.

1. المعوقات الإدارية لتطبيق الإدارة الإلكترونية

فيما يلي جدول يحوي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لها على أسئلة بعد المعوقات الإدارية، التي سننتعرف من خلالها مدى تأثير المعوقات الإدارية على تطبيق الإدارة الإلكترونية.

جدول رقم (III-24): اجابات افراد العينة على بعد المعوقات الإدارية

الترتيب	الرقم	أكثر المعوقات الإدارية تأثيرا على الإدارة الإلكترونية هي:	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
3	01	عدم الاقتناع بضرورة تبني الإدارة الإلكترونية	2,67	1,19	متوسطة
2	02	ضعف التخطيط والتنسيق من أجل تطبيق الإدارة الإلكترونية	3,38	1,18	متوسطة
1	03	غموض المفهوم وعدم وضوح الرؤية المستقبلية لتطبيق الإدارة الإلكترونية	3,4	1,04	عالية
بعد المعوقات الإدارية			3,15	0,96	متوسطة

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج spss.

من الجدول السابق نلاحظ ان المتوسطات الحسابية لمحور المعوقات الإدارية تتراوح بين 2,67-3,40 وهي بدرجة من متوسط الى عالي، وجاءت العبارة المتعلقة بغموض مفهوم الإدارة الإلكترونية وعدم وضوح الرؤية المستقبلية بأكثر درجة من الموافقة بمتوسط 3,4 وذلك حسب المدرء راجع لحدائة المدخل وعدم توفر التكنولوجيا المتطورة محليا، وكذا عدم تحديد توجه الوزارة الوصية بدقة فهي تتادي برقمنة القطاع لكن المعوقات البيروقراطية ما تزال موجودة، وتأتي في المرتبة الأخيرة عبارة " عدم الاقتناع بضرورة تطبيق المدخل الإلكتروني في الإدارة" وهذا يدل على انه بالعكس المدرء مقتنعين تماما بضرورة التحول الى كل ما هو الكتروني تدريجيا مع توفر بنية قانونية مدعمة لذلك وهذا ما يدعم ما وجدناه في المطلب الأول اين وجدنا ان لدى الإدارة العليا إرادة ودعم لتطبيق الإدارة الإلكترونية (العبارة 25 من المحور الأول) اين جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط 4,25.

وعلى العموم نجد ان المتوسط العام لبعء المعوقات الادارية جاء بدرجة متوسطة حيث بلغ 3,15 ما يعني أن المدرء يقرون بوجود معوقات إدارية لكن ليس بدرجة عالية وانما بدرجة متوسطة

2. المعوقات البشرية

فيما يلي جدول يحوي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لها على أسئلة بعد المعوقات البشرية، التي سننتعرف من خلالها مدى تأثير المعوقات البشرية على تطبيق الإدارة الإلكترونية.

جدول رقم (III-25): اجابات افراد العينة على بعد المعوقات البشرية

الترتيب	الرقم	أكثر المعوقات البشرية تأثيرا على الإدارة الإلكترونية هي:	متوسط حسابي	انحراف معياري	الدرجة
3	01	عدم توفر الوكالة على عمال أكفاء للتطبيق الإدارية الإلكترونية	2,73	1,03	متوسط
4	02	عزوف العمال عن استخدام التكنولوجيا الإلكترونية خوفا من الوقوع في الأخطاء	2,70	1,12	متوسط
5	03	عدم وجود رغبة لدى عمال الوكالة للتكوين والتدريب في مجال الإدارة الإلكترونية	2,42	1	متوسط
2	04	ضعف المهارات اللغوية خاصة الإنجليزية ما يصعب المعاملات الإلكترونية على العمال	3,24	1,21	متوسط
1	05	قلة الثقة في التعاملات الإلكترونية لدى الزبائن	3,58	1,13	متوسط
		بعد المعوقات البشرية	2,93	0,83	متوسط

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج spss.

من خلال الجدول السابق نلاحظ ان المتوسطات الحسابية لعبارات البعد المتعلق بالمعوقات البشرية تتراوح بين 2,42-3,58 بدرجة متوسط، حيث جاءت العبارة الخامسة المتعلقة بقلة الثقة في التعاملات الإلكترونية لدى الزبائن في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 3,58 بدرجة عالية أي ان الأغلبية موافقون على هذا المعوق البشري وهو فعلا واقع لدى المواطنين الجزائريين فالملاحظ ان السائح المحلي يخاف من كل ما هو الكتروني لغياب الثقافة والثقة وحتى جهلهم بالغطاء القانوني الذي يحمي التعاملات الإلكترونية، تليها في المرتبة الثانية العبارة " ضعف المهارات اللغوية خاصة الإنجليزية ما يصعب المعاملات الإلكترونية على العمال" اين جاء متوسطها الحسابي 3,24 ما يعني ان مدراء الوكالات يعترفون فعلا بوجود مشكل لغة لدى العمال خاصة الإنجليزية واذا تكلمنا عن التعاملات الإلكترونية فأغلبها يتم بالإنجليزية مما يسبب تخوف نوعا ما لدي العمال من استخدام التكنولوجيا خوفا من الوقوع في الأخطاء، وجاءت في المرتبة الأخيرة العبارة رقم 3 بمتوسط حسابي 2,42 ما يعني انه بالعكس العمال يرغبون ويحبون التكوين في المجال الإلكتروني لتنمية مهاراتهم وزيادة فرص عملهم في عالم تكنولوجي بامتياز .

وعلى العموم نجد ان المتوسط العام لبعد المعوقات البشرية جاء بدرجة متوسطة حيث بلغ 2,93 ما يعني أن المدراء يقرون بوجود معوقات بشرية لكن بدرجة متوسطة.

3. المعوقات المالية

فيما يلي جدول يحوي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لها على أسئلة بعد المعوقات المالية، التي سنتعرف من خلالها مدى تأثير المعوقات المالية على تطبيق الإدارة الإلكترونية

جدول رقم (III-26): اجابات افراد العينة على بعد المعوقات المالية

الترتيب	الرقم	أكثر المعوقات المالية تأثيرا على الإدارة الإلكترونية هي:	متوسط حسابي	انحراف معياري	الدرجة
4	01	غلاء أسعار عتاد الإدارة الإلكترونية (حواسيب، طابعات، فاكس... الخ)	3,49	1,20	عالية
2	02	ارتفاع تكلفة انشاء موقع الكتروني وإدارته	3,69	1,16	عالية
1	03	غلاء أسعار البرمجيات والتطبيقات المختلفة التي تستخدم في الإدارة الإلكترونية	3,77	1,11	عالية
3	04	عدم وجود ميزانية كافية لتطبيق الإدارة الإلكترونية	3,52	1,16	عالية
		بعد المعوقات المالية	3,62	1,02	عالية

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج spss.

بملاحظة الجدول أعلاه نلاحظ ان المتوسطات الحسابية لعبارات المحور ككل تنحصر بين 3,49-3,77 وجاءت بدرجة عالية، حيث جاءت العبارة 3 في المرتبة الأولى ومفادها ان غلاء أسعار البرمجيات والتطبيقات المختلفة هي أكبر معوق مالي للإدارة الإلكترونية يليها ارتفاع تكلفة انشاء موقع الكتروني وإدارته بمتوسط 3,69 وانحراف معياري 1,16 ما يعني ان هناك تباين في إجابات المدراء حول هذا السؤال وفي المرتبة الأخيرة نجد العبارة 4 بمتوسط حسابي 3,49 ما مفاده ان غلاء أسعار عتاد الحاسوب يشكل معوق مالي لكن بدرجة اقل من باقي المعوقات.

في المجمل نجد المتوسط الحسابي لبعد المعوقات المالية ككل 3,62 ما يعني ان المعوقات المالية لتطبيق الإدارة الإلكترونية تؤثر بدرجة عالية.

4. معوقات تقنية

فيما يلي جدول يحوي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لها على أسئلة بعد المعوقات التقنية، التي سنتعرف من خلالها درجة تأثير المعوقات التقنية على تطبيق الإدارة الإلكترونية.

جدول رقم (III-27): اجابات افراد العينة على بعد المعوقات التقنية

الترتيب	الرقم	أكثر المعوقات التقنية تأثيرا على الإدارة الإلكترونية هي:	متوسط حسابي	انحراف معياري	الدرجة
2	01	ضعف مستوى البنية التحتية اللازمة لتطبيق الإدارة الإلكترونية	3,63	0,97	عالية
1	02	ضعف سرعة تدفق الانترنت	3,92	1,12	عالية
4	03	قلة كفاءة أجهزة الحاسوب المتوفرة في الوكالة	2,75	1,12	متوسط
3	04	ضعف الصيانة والمتابعة للأجهزة والبرمجيات	2,96	1,12	متوسط
		بعد المعوقات التقنية	3,32	0,85	متوسط

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج spss.

من تحليل الجدول أعلاه نجد أن متوسطات محور المعوقات التقنية تتراوح بين 2,75-3,92 أي بين متوسطة وعالية، حيث جاءت العبارة 2 في المرتبة الأولى بأعلى متوسط 3,92 ما يعني ان ضعف سرعة تدفق الانترنت اكبر المعوقات التقنية التي تواجه الإدارة الإلكترونية يليها معوق ضعف مستوى البنية التحتية اللازمة لتطبيق الإدارة الإلكترونية، وكأقل درجة تأثير نجد قلة كفاءة الأجهزة المتوفرة في الوكالة بمتوسط 2,75.

في المجمل نجد المتوسط الحسابي لبعء المعوقات التقنية ككل 3,32 ما يعني ان المعوقات التقنية لتطبيق الإدارة الإلكترونية تؤثر بدرجة متوسطة.

5. المعوقات القانونية والأمنية

فيما يلي جدول يحوي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لها، على أسئلة بعد المعوقات القانونية والأمنية، التي سنتعرف من خلالها درجة تأثير هذه المعوقات على تطبيق الإدارة الإلكترونية.

جدول رقم (III-28): اجابات افراد العينة على بعد المعوقات القانونية والامنية

الترتيب	الرقم	أكثر المعوقات التقنية تأثيرا على الإدارة الإلكترونية هي:	متوسط حسابي	انحراف معياري	الدرجة
1	01	عدم وجود إطار قانوني شامل يحكم التجارة الإلكترونية	3,94	0,98	عالية
2	02	عدم وجود قوانين تؤطر وتحمي عمليات الدفع الإلكتروني	3,92	0,97	عالية
3	03	الخوف من اختراق أنظمة الحجز والدفع الإلكتروني	3,85	1,08	عالية
4	04	عدم توفر الوكالة على خبراء في امن المعلومات للتصدي لعمليات الاختراق	3,80	1,06	عالية
بعد المعوقات القانونية والأمنية					
المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على نتائج spss.					

من تحليلنا الجدول أعلاه نلاحظ ان المتوسطات الحسابية لعبارات المحور تتراوح بين 3,80-3,94 بدرجة عالية، حيث جاءت عبارة عدم وجود إطار قانوني شامل يحكم التجارة الإلكترونية في المرتبة الأولى حيث يعتبر أكبر معوق قانوني تليها العبارة الثانية التي تصب في نفس المنحى وهي عدم وجود قوانين تؤطر وتحمي عمليات الدفع الإلكتروني، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة نجد العبارة المتعلقة بعدم توفر الوكالة على خبراء في أمن المعلومات للتصدي لعمليات الاختراق.

في المجمال نجد المتوسط الحسابي لبعء المعوقات القانونية والأمنية ككل 3,88 ما يعني ان المعوقات القانونية والامنية لتطبيق الإدارة الإلكترونية تؤثر بدرجة عالية.

6. معوقات الإدارة الإلكترونية من وجهة نظر الوكالات السياحية

الجدول الموالي يحوي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمحور الرابع بكل ابعاده

جدول رقم (III-29): اجابات افراد العينة على محور معوقات الإدارة الإلكترونية

الترتيب	الرقم	ابعاد معوقات الإدارة الإلكترونية	متوسط حسابي	انحراف معياري	الدرجة
4	01	معوقات إدارية	3,15	0,96	متوسط
5	02	معوقات بشرية	2,93	0,83	متوسط
2	03	معوقات مالية	3,62	1,02	عالية
3	04	معوقات تقنية	3,32	0,85	متوسط
1	05	معوقات قانونية وأمنية	3,88	0,89	عالية
محور معوقات الإدارة الإلكترونية					
المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على نتائج spss.					

من الجدول السابق يتبين لنا أن المتوسطات الحسابية لأبعاد محور المعوقات تتراوح بين 2,93-3,88 ما يعني ان درجة وجود هذه المعوقات يتراوح بين متوسط ومرتفع، حيث جاء بعد المعوقات القانونية والأمنية في المرتبة الأولى بمتوسط 3,88 أي بدرجة عالية ما يعني ان هذه المعوقات هي الأكثر تثبيطا لممارسة الإدارة الإلكترونية في الوكالات السياحية من وجهة نظرهم وهذا فعلا أمر واقع فالجزائر تعاني من نقص كبير في المنظومة القانونية التي توطر التجارة الإلكترونية وأمن نظم المعلومات، وتوفير آليات للدفع عبر الإنترنت... الخ، تليها المعوقات المالية التي جاءت بدرجة عالية أيضا ما يبين ان الوكالات تعاني من عدم توفر التمويل المادي اللازم لمواكبة التطورات التكنولوجية الحاصلة في المجال، وفي المرتبة الأخيرة نجد المعوقات البشرية بمتوسط حسابي 2,93 ما يعني ان الوكالات السياحية لا ترى تحدها مثل هذه المعوقات عن الإدارة الإلكترونية بدرجة مرتفعة فهي تملك عنصر بشري يمكنها من التحول للإدارة الإلكترونية.

في المجمل نجد المتوسطات الحسابية لمحور المعوقات وصل الى 3,38 وهو بدرجة متوسطة قريب من المرتفع ما يعني ان الوكالات السياحية تأكد على وجود معوقات تحد من تطبيقها للإدارة الإلكترونية بدرجات مختلفة على رأسها المعوقات القانونية والأمنية وهذا ما يثبت صحة الفرضية السادسة.

المطلب الرابع: دراسة علاقات الارتباط بين محاور الدراسة

بعد الدراسة التحليلية الوصفية لإجابات العينة المدروسة على مختلف محاور الدراسة تأتي من خلال هذا المطلب الى معرفة درجة التأثير والارتباط بين تطبيق الإدارة الإلكترونية وتطوير القطاع السياحي في الجزائر، وبين معوقات الإدارة الإلكترونية ومدى تطبيق الإدارة الإلكترونية معتمدين في ذلك على تحليل معامل الارتباط بيرسون بين المتغيرات.

1. حساب معامل الارتباط بين محور تطبيق الإدارة الإلكترونية ومحور المساهمة في ترقية

القطاع السياحي

بهدف اختبار الفرضية " يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية لتطبيق الإدارة الإلكترونية على ترقية السياحة من وجهة نظر العينة المدروسة" قمنا بحساب معامل الارتباط بيرسون بين المحورين وجاءت النتائج كما هي مبينة في الجدول التالي:

جدول رقم (III-30): معامل الارتباط بيرسون بين تطبيق الإدارة الإلكترونية وترقية القطاع السياحي

مستوى الدلالة	ترقية القطاع السياحي	تطبيق الإدارة الإلكترونية
0,00	**0,508	

** دالة عند مستوى دلالة 0,01

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج spss.

من الجدول أعلاه نلاحظ ان قيمة معامل ارتباط بيرسون جاء بقيمة 0,508 ما يعني ان هناك علاقة ارتباط موجبة متوسطة بين المتغيرين، بمعنى ان الإدارة الإلكترونية يمكن ان تفسر ما قيمته 50,8% من العبارات المطروحة في محور ترقية القطاع السياحي، وقيمة r هنا دالة احصائيا لان مستوى دلالتها 0,00 اقل من مستوى الدلالة 0,01.

وبالتالي نقول ان هناك علاقة ارتباط موجبة متوسطة بين متغير تطبيق الإدارة الإلكترونية وترقية القطاع السياحي في الجزائر من وجهة نظر العينة المستجوبة

ومن أجل معرفة أي من أبعاد الإدارة الإلكترونية أكثر تأثير على ترقية السياحة من وجهة نظر عينة الدراسة نقوم بحساب معامل ارتباط بيرسون الفرعية للأبعاد والجدول التالي يبين لنا النتائج المتحصل عليها

جدول رقم (III-31): معامل الارتباط بيرسون بين أبعاد الإدارة الإلكترونية وترقية القطاع السياحي

مستوى الدلالة	ترقية القطاع السياحي	
0,00	**0,292	بعد عتاد الحاسوب
0,00	**0,334	بعد البرمجيات والتطبيقات
0,00	**0,589	بعد الشبكات وفعالية استخدامه
0,00	**0,629	بعد صناع المعرفة

** دالة عند مستوى دلالة 0,01.

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج spss.

من الجدول أعلاه نلاحظ ان قيمة الارتباط بين ابعاد الإدارة الإلكترونية وترقية القطاع السياحي تختلف من بعد الى آخر، بحيث يوجد ارتباط موجب بين جميع الابعاد وترقية القطاع السياحي لان قيمة r اكبر من "0" لكن قوة الارتباط مختلفة:

- فقد جاءت الارتباط موجب وضعيف وذا دلالة إحصائية بين بعد عتاد الحاسوب وترقية القطاع السياحي بمعامل ارتباط 0,292؛

- ارتباط موجب ومتوسط وذا دلالة إحصائية بين بعد البرمجيات والتطبيقات وترقية القطاع السياحي بمعامل ارتباط 0,334؛
- ارتباط موجب ومتوسط وذا دلالة إحصائية بين بعد الشبكات وفعالية استخدامها وبين ترقية القطاع السياحي بمعامل ارتباط متوسط قريب من القوي 0,589؛
- ارتباط موجب قوي وذا دلالة إحصائية بين بعد صناع المعرفة وترقية القطاع السياحي بمعامل ارتباط بلغ 0,629.

وهذه النتائج تعني ان امتلاك عتاد الحاسوب واستخدام البرمجيات والتطبيقات لا يؤثر بصورة كبيرة على ترقية السياحة، وهذا الان هذين البعدين هما مرحلة أولى فقط من تطبيق الإدارة الالكترونية ، والاهم منهما هي استخدام الشبكات وعلى راسها الانترنت وما تتيحها من خدمات وأيضا صناع المعرفة الذين هم الأساس في الإدارة الالكترونية فبدونهم لا يمكن استعمال أيا من الابعاد الأخرى وهذا فعلا ما تم التوصل اليه حيث كانت قيمة r في اكبر مستوى عند صناع المعرفة يليها بعد الشبكات.

وفي المجلد نستنتج انه تم اثبات الفرضية التي مفادها " يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية لتطبيق الإدارة الالكترونية على ترقية السياحة من وجهة نظر العينة المدروسة".

خلاصة:

بعد قيامنا بدراسة ميدانية في وزارة السياحة والصناعات التقليدية تبين لنا ان الوزارة تعمل على قدم وساق من أجل التحول الى الإدارة الإلكترونية في ظل مساعي الدولة الرامية الى التحول نحو الحكومة الإلكترونية، وسطرت لها العديد من المشاريع هناك ما انجز ودخل حيز التنفيذ مثل: تحول داخلي في أنظمة التشغيل من التقليدية الى الإلكترونية ، إقامة شبكة داخلية انترانيت، موقع الخدمة السياحية العمومية... الخ وهناك من هو قيد الإنجاز مثل إقامة WAN ، إرساء نظام لليقظة الحرفية بجانب نظام اليقظة السياحية، العمل دائما على تطوير موقع مسارات الجزائر... الخ، هذا فيما يخص واقع وآفاق التحول على مستوى الوزارة .

أما فيما يخص الدراسة الاستطلاعية فبعد تفريغ الاستبيان (115 استمارة قابلة للتحليل)، وتحليل البيانات الواردة فيها بالاستعانة ببرنامج الحزم الإحصائية SPSS توصلنا الى ان درجة تطبيق الإدارة الإلكترونية في الوكالات السياحية عينة الدراسة كانت مرتفعة، وان للإدارة الإلكترونية أهمية كبيرة في ترقية القطاع السياحي، وفي الأخير توصلنا الى أن هناك معوقات لتطبيق الإدارة الإلكترونية بدرجة متوسطة، وأكبر معوق هو المتعلق بالجانب القانوني والأمني. وعند دراستنا لعلاقة الارتباط بين الإدارة الإلكترونية وترقية القطاع السياحي وجدنا ان هناك علاقة ارتباط موجبة متوسطة قريبة من القوية بقيمة r تساوي 0,589.

خاتمة عامة

تمهيد:

قمنا من خلال هذه الأطروحة بدراسة ظاهرة إنسانية عرفت نموا متسارعا في السنوات الأخيرة خاصة بعد ظاهرة العولمة، وفتح الحدود وازدهار التجارة الدولية في مجال الخدمات تحت غطاء المنظمة العالمية للتجارة، والظاهرة المعنية هنا هي السياحة فقد تنامت ثقافة السياحة لدى المواطنين عبر العالم ككل وأصبحت متنفسا لهم من ضغوط الحياة وأسلوب المعيشة المتعب طيلة السنة، فالمواطن حاليا مهما كان دخله محدود فهو يدخر طيلة السنة من اجل القيام برحلة سياحية كل حسب امكانياته فالسياحة دخلت في ثقافة المواطنين حاليا ولا يمكن الاستغناء عنها، وهذا خاصة بعد التطورات الكبيرة الحاصلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخدامها من قبل المؤسسات السياحية من اجل التأثير وإغراء الزبائن للقيام برحلة سياحية.

اين أصبح للبعد الالكتروني للسياحة او ما يسمى السياحة الالكترونية أثر بالغ على قرارات السواح فهم يخططون للرحلة السياحية طيلة السنة وأداتهم الأولى في ذلك هي الانترنت بكل خدماتها، فهم يقومون بجمع المعلومات ومقارنة الأسعار، ومعرفة انطباعات الزوار السابقين حول المقصد السياحي، والقيام بمختلف الإجراءات من حجز تذاكر السفر، حجز مكان الإقامة، الدفع وشراء الخدمة كل هذا وهو لا يبرح مكانه من بيته.

وقد قمنا من خلال دراستنا هذه بتحليل أثر الامتزاج الحاصل بين التطور الكبير في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والسياحة كظاهرة إنسانية عالمية مولدين بذلك ما يسمى السياحة الالكترونية. اين حاولنا من خلال الجانب النظري والتطبيقي لهذه الدراسة ان نبرز أهمية الإدارة الالكترونية كمنهج إداري حديث في ترقية القطاع السياحي في الجزائر، خاصة وأن التحدي الذي ترفعه الجزائر الآن هو ترقية قطاعات بديلة مستدامة كبديل للمحروقات، وبهذا الصدد قامت بتسطير استراتيجية وطنية متكاملة لتطوير القطاع السياحي (SDAT) في ظل استراتيجية وطنية شاملة لتهيئة الإقليم (SNAT) وذلك من أجل النهوض بالقطاع السياحي وتهيئته ليرقى لمستوى المنافسة الإقليمية والعالمية، وأيضا إعادة بعث صورة الجزائر السياحية عالميا حتى تصبح وجهة سياحية مرغوبة ومطلوبة.

وبدراستنا لهذا الموضوع توصلنا الى عدة نتائج في الجانبين النظري والتطبيقي، وطرحنا عددا من الفرضيات واختبرنا صحتها ما سمح لنا باقتراح جملة والتوصيات والمقترحات التي من شأنها تعزيز دور الإدارة الالكترونية في ترقية القطاع السياحي في الجزائر، وقدمنا آفاقا أخرى للبحث في هذا المجال اين تطرقنا نحن للبحث من زاوية واقتراحنا باقي الزوايا كمواضيع محتملة لبحوث قادمة.

1. نتائج الدراسة

أ. النتائج النظرية

- من خلال الدراسة النظرية التي تطرقنا اليها في فصلين حول متغيري الدراسة توصلنا الى عدة نتائج نلخص أهمها فيما يلي:
- السياحة ظاهرة إنسانية تطورت بتطور دوافع الفرد وحاجاته، الى ان أصبحت ثقافة راسخة ومطلب ضروري للمواطن في الوقت الحالي؛
 - تعتبر السياحة مورد اقتصادي دائم ومتشعب الأثر (له أثر المضاعف) على عدة قطاعات لذلك صناعة السياحة في العالم تحظى بأهمية بالغة وفي بعض الدول تعتبر الممول الرئيسي للموازنة العامة للدولة؛
 - تملك الجزائر خاما سياحيا يؤهلها الى ان تكون في مصاف الدول المتصدرة للسياحة العالمية؛
 - من تحليلنا للإمكانيات المادية للجزائر في المجال السياحي لاحظنا ان هناك عجز كبير في البنى التحتية والهياكل السياحية، خاصة ما تعلق بطاقات الايواء التي بلغت 132266 سرير في نهاية 2021 وأكثر من 73% غير مصنف وهذا العدد قليل جدا مقارنة ببلد قارة كالجزائر؛
 - السياحة قطاع يتداخل مع عدة قطاعات مثل قطاع النقل، الاطعام، وقطاع الاتصالات... الخ ومن هنا لاحظنا ان هناك عجز في الخدمات المرافقة خاصة ما تعلق منها بالنقل والاطعام واسعارها في الجزائر فهي جد مرتفعة مع قربانها في بحر الأبيض المتوسط، واذا عدنا الى بعد الجودة في هذه الخدمات نجدها ضعيفة حيث ان عدد المطاعم المنخرطين في مخطط الجودة الذي أعدته الوزارة لا يتعدى 18 مطعم وهذا بعيد كل البعد عن تأهيل الجزائر للمنافسة الإقليمية والدولية؛
 - حضي قطاع السياحة باهتمام كبير بدءا من مطلع 2000 وشرع في تحضيره ليكون بديل من جملة بدائل لقطاع المحروقات، حيث سطرت له استراتيجية واعدة سميت المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة آفاق 2030 قصد الارتقاء بهذا القطاع الى درجة الامتياز في المنطقة الاورومتوسطية؛
 - يقوم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من خمس حركيات رئيسية من شأنها إعادة بعث القطاع وترقيته هي: مخطط وجهة الجزائر، تطوير أقطاب الامتياز، مخطط جودة السياحة، مخطط الشراكة بين القطاعين العام والخاص، ومخطط تمويل السياحة ؛
 - عند تحليلنا لنتائج الاستراتيجية المسطرة في شطرها الأول 2008-2015 لاحظنا ان كل الأرقام المخطط لها لم تتحقق، حيث ان نسب انجاز المشاريع وتحقيق الأهداف لم تتعدى في اغلبها عتبة

50 %، وبهذا نقول ان SDAT عرف فشلا ذريعا في مرحلته الأولى، وعلى حسب الأرقام التي اوردناها الي غاية 2021 سيعرف فشلا آخر في مرحلته الثانية، فهناك من أهداف المرحلة الأولى ما لم يتحقق لليوم؛

- تساهم السياحة الجزائرية في التنمية الاقتصادية بشكل ضعيف جدا فنسبة مساهمتها في الناتج المحلي الخام لا تتعدى 1,1%، وتساهم بنسبة 0,37% في الصادرات، ولا توفر الا ما يقارب 320000 منصب عمل، وهي ارقام جد محتشمة مقارنة بإمكانيات القطاع؛
- الإدارة الالكترونية هي نهج إداري حديث يتم من خلاله أداء الاعمال باستخدام الانترنت؛
- التحول نحو الإدارة الالكترونية لا يتم دفعة واحدة وانما حتى ينجح هذا المدخل الإداري الحديث لابد من الانتقال على مراحل وقبل ذلك إيجاد البيئة المناسبة وتوفير الشروط اللازمة للتطبيق، وأهم شيء نشر ثقافة الإدارة الالكترونية حتى لا تصطدم بمقاومة التغيير؛
- باشرت الجزائر في مشاريع واعدة من أجل توفير بنية تحية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المستوى وتخدم مساعي الدول للتحويل نحو الحكومة الالكترونية، لكن الملاحظ انه رغم كل الأهمية التي منحت للقطاع والميزانية المخصصة الا ان الجزائر لا تزال تتذيل الترتيب العالمي في مؤشرات الجاهزية الالكترونية؛
- تبنت الجزائر استراتيجية للتحويل الالكتروني (الجزائر الالكترونية 2013)، لكن عند تحليلنا لهذه الاستراتيجية لاحظنا انه لوقتنا الحالي مازال التحول المنشود لم يتم بصورة كاملة، ومع ذلك خطت الجزائر خطوات هامة؛
- امتزاج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مع السياحة أنتج لنا مفهوم جديد احث ثورة في عالم السياحة العالمية يعرف بالسياحة الالكترونية؛
- السياحة الالكترونية قائمة أساسا على مبادئ التجارة الالكترونية في مجال الخدمات، فهي تعمل على تسويق وبيع الخدمات الكترونيا ما يوفر عدة مزايا أهمها سرعة وسهولة الولوج الى الأسواق المستهدفة؛
- سائح اليوم لا يستغني عن الخدمات الالكترونية التي توفرها الانترنت من نشر للمعلومات عن المقاصد السياحية، الفنادق، الحجوزات الالكترونية، التطبيقات الذكية او ما يعرف بسياحة الجوال التي ترافقه أينما كان... الخ.

ب. النتائج التطبيقية

- من خال دراستنا الميدانية في وزارة السياحة والصناعات التقليدية، دراستنا الاستطلاعية لعينة من الوكالات السياحية خلصنا لعدد من النتائج نوجز أهمها فيما يلي:
- بدأت الوزارة في التحول نحو الإدارة الالكترونية مع بداية استراتيجية الجزائر الالكترونية 2013 حيث استفادت من تركيب شبكة داخلية (LAN) في افق 2013 لكن هذه الشبكة لم تكن فعالة على حسب الموظفين في الوزارة فهي بقيت مجرد أجهزة لم تستفد منها الوزارة الا بعد ان بدأت تهتك؛
- أنشأت مديرية فرعية خاصة على مستوى الوزارة تحت مسمى مديرية الرقمنة والاحصائيات مكلفة أساسا بمتابعة وتنفيذ جميع مشاريع التحول الالكتروني؛
- استفادت وزارة السياحة من عدة مشاريع للتحول الرقمي (تطبيق الإدارة الالكترونية) وتم تسريع العملية خاصة بعد جائحة كورونا مثلا إرساء نظام الكتروني لليقظة السياحية وآخر لليقظة الحرفية، انشاء شبكة WAN...الخ؛
- أنشأت الوزارة مؤخرا عدة مواقع الكترونية الهدف منها هو تحسين الخدمة العمومية المقدمة (موقع بوابة الخدمة العمومية السياحية)، والترويج لصورة الجزائر السياحية في اطار الحركية الأولى (موقع مسارات الجزائر السياحية)؛
- أنشأت موقع الكتروني لكل مديرية ولأئية للسياحية أي 58 موقع في المجمل وهذه المواقع موحدة من حيث التصميم والمعلومات الواردة فيها وتختلف فقط في الألوان كل حسب طبيعة الولاية، والهدف الأساسي من هذه المواقع هي توفير معلومات حول السياحة في كل ولاية من ولايات الوطن؛
- نقص ثقافة الإدارة الالكترونية لدى عمال وموظفي وزارة السياحة فرغم كل المشاريع لرقمنة القطاع إلا أن هذه الإمكانيات غير مستغلة جيدا وتقابل بمقاومة التغيير خاصة من أصحاب المناصب المتقدمين في السن؛
- تعطي الوزارة أهمية للوكالات السياحية وتعول عليها في المساهمة في ترقية السياحة في الجزائر خاصة السياحة المحلية والوافدة؛
- تعتبر الوكالات السياحية حلقة وصل بين مختلف مقدمي الخدمات السياحية والزبائن لذلك التحول نحو الإدارة الالكترونية سيعطي نفسا جديدا للسياحة ويساهم في ترقيتها؛

- تطبيق الإدارة الالكترونية في الوكالات عينة الدراسة كان بدرجة مرتفعة؛
- ترى الوكالات السياحية عينة الدراسة ان لتطبيق الإدارة الالكترونية أهمية بالغة في ترقية القطاع السياحي في الجزائر خاصة ما تعلق بالتعريف بوجهة الجزائر وتحسين جودة خدماتهم السياحية المقدمة؛
- حسب الوكالات عينة الدراسة هناك العديد من المعوقات التي تحول دون التطبيق الفعال للإدارة الالكترونية وأكبر هذه المعوقات هي المتعلقة بالجانب القانوني والأمني، حيث حسبهم هناك غياب تام للقوانين المتعلقة بالدفع الالكتروني وامن التعاملات الالكترونية؛
- وجدنا هناك علاقة ارتباط موجبة بمقدار ($r=0.589$) بين تطبيق الإدارة الالكترونية خاصة بعد الشبكات وترقية القطاع السياحي؛

2. اختبار الفرضيات

- أ. الفرضية الاولى: " المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 هي الاستراتيجية الوطنية التي سطرته الدولة لقطاع السياحة في الجزائر، ونسب الإنجاز فيها متقدمة تمكن من انتهاء التنفيذ في الآجال المحددة" توصلنا من خلال المبحث الثالث من الفصل الأول الى نفي هذه الفرضية حيث وجدنا ان اغلب نسب الإنجاز مخيبة للأمال ولا تتعدى 50%؛
- ب. الفرضية الثانية: " البنية التحتية الالكترونية لا تخدم مشروع التحول الرقمي للجزائر " لقد توصلنا الى اثبات صحة هذه الفرضية من خلال عرض الجاهزية الالكترونية للجزائر خلال الفصل الثاني اين توصلنا الى ان الجزائر تتذيل الترتيب في مؤشرات الجاهزية الالكترونية ؛
- ت. الفرضية الثالثة: " بدأت الوزارة الوصية بالتطبيق التدريجي لمدخل الإدارة الالكترونية" توصلنا خلال المبحث الأول من الفصل الثالث الى نفي هذه الفرضية فالملاحظ ان اغلب مشاريع الرقمنة جاءت في فترة واحدة وتعليمات التنفيذ مستعجلة وبوتيرة متسارعة خاصة بعد جائحة الكرونا؛
- ث. الفرضية الرابعة: " تتبنى الوكالات محل الدراسة مدخل الإدارة الالكترونية بدرجة عالية" وقد توصلنا الى اثبات صحة هذه الفرضية حيث جاءت متوسط إجابات افراد العينة على محور تطبيق الإدارة الالكتروني يساوي 4,16 أي الاتجاه العام للإجابات كان بين موافق وموافق بشدة؛
- ج. الفرضية الخامسة: " الوكالات السياحية محل الدراسة ترى أن هناك أهمية للإدارة الالكترونية في ترقية القطاع السياحي وهذه الأهمية بدرجة متوسطة" وقد توصلنا الى نفي هذه الفرضية حيث توصلنا ان للإدارة الالكترونية أهمية كبيرة (بتقدير عالي) في ترقية القطاع السياحي في ابعاد

التعريف بوجهة الجزائر، تحسين الخدمة السياحية المقدمة، وتسريع عملية التواصل بين الأطراف الفاعلة؛

ح. الفرضية السادسة: " تتفق أغلب الوكالات على ان المعوق الأكثر تأثير على تطبيق الإدارة الالكترونية هو المعوق القانوني" وقد تحققنا من صحة هذه الفرضية حيث كان المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة على العد القانوني هو الأكبر بمقدار يساوي 3,88 أي بدرجة مرتفعة؛

خ. الفرضية السابعة: " يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية لتطبيق الإدارة الالكترونية على ترقية السياحة من وجهة نظر العينة المدروسة" وقد توصلنا الى صحة هذه الفرضية حيث وجدنا قيمة معامل الارتباط بيرسون بين المتغيرين ($r=0.589$) م يثبت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة متوسطة.

3. الاقتراحات والتوصيات

جملة النتائج التي توصلنا اليها تخولنا من اقتراح عدد من التوصيات نجملها فيما يلي:

- وجوب الاهتمام أكثر ببعد الاستدامة في السياحة بحيث نستفيد من المواقع السياحية لكن دون اتلافها، بل العمل على صيانة المعالم التاريخية والثقافية دائما، والحفاظ على الطبيعة الخلابة عزراء؛
- تدعيم الحضيرة الفندقية بتشجيع الاستثمارات الخاصة المحلية والأجنبية، واستعجال إتمام المشاريع المسطرة للوصول الى الطاقة الاستيعابية المطلوبة من اجل التمكن من المنافسة؛
- التسريع في حل مشكل العقار وإزالة الحواجز البيروقراطية التي تعرقله من اجل استقطاب الاستثمار الى القطاع محليا وعالميا؛
- مراجعة أسعار الخدمات السياحية خاصة النقل والايواء التي تبقى أكثر العوامل المؤثرة على السياحة المحلية والوافدة؛
- إعادة تشخيص عام للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لمعرفة الاختلالات وتداركها؛
- الاهتمام أكثر ببعد التسويق والترويج لوجهة الجزائر السياحية باستخدام كل الطرق المتاحة (المسلسلات، فئة المؤثرين على الانترنت، المواقع الالكترونية، منصات التواصل الاجتماعي، الصالونات الدولية... الخ من اجل بعث وجهة الجزائر السياحية عالميا وحتى محليا؛

- التسويق أكثر لحركية مخطط الجودة وتحفيز المتعاملين للانخراط فيها وذلك من أجل توفير خدمات نوعية ومصنفة؛
- التركيز على عنصر التكوين ونشر ثقافة الإدارة الالكترونية لدى عمال وموظفي القطاع السياحي لضمان فعالية وفاعلية التحول نحو الإدارة الالكترونية (رقمنة القطاع)؛
- العمل على تفعيل عنصر المشاركة وتبادل الآراء والخبرات بين الوزارة ومختلف فاعلي القطاع وذلك الكترونياً، وبإقامة ورشات عمل مشتركة من أجل الوصول الى انجع الحلول وتصور استراتيجيات مشتركة للنهوض بالقطاع السياحي وترقيته كل من جهته؛
- تفعيل دور المواقع والبوابات الالكترونية التي انشأتها الوزارة والقيام بحملات إعلامية من أجل التعريف بها وبأهميتها في تسهيل المعاملات والترويج لوجهة الجزائر السياحية؛
- تشجيع خريجي المعاهد والمدارس العليا المتخصصة في السياحة للاستثمار أكثر في مجال تخصصاتهم حيث وجدنا من خلال مقابلاتنا مع أصحاب الوكالات ان هناك فرق في ثقافة وأهداف المتخصصين في السياحة عن هؤلاء خريجي الجامعات الذين يهدفون فقط الى تحقيق الأرباح؛
- على المشرع الجزائري ان يستحدث ويفعل القوانين المتعلقة بالمعاملات الالكترونية في القطاع السياحي خاصة ما تعلق منها بالدفع الالكتروني.

4. آفاق الدراسة

من خلال مسار تحليلنا لمتغيرات هذه الدراسة تظهر لنا عدة إشكاليات يمكن أن تكون آفاق لدراسات أخرى نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر:

- تشخيص المخطط الوطني للتهيئة السياحية وتصور استراتيجية جديدة للقطاع؛
- اثر المعوقات القانونية على الاستثمار في القطاع السياحي؛
- دور وسائل التواصل الاجتماعي في الترويج لوجهة الجزائر السياحية؛
- دور الثقافة التنظيمية في تفعيل الإدارة الالكترونية للقطاع السياحي؛
- أثر الجهل الالكتروني للمجتمع على التحول الالكتروني للدولة.

المراجع والمصادر

أولاً: المراجع باللغة العربية

1. الكتب

1. أحمد عبد السميع علام، علم الاقتصاد السياحي ، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2008.
2. علاء عبد الرزاق السالمي، خالد إبراهيم السليطي، الإدارة الالكترونية، الطبعة2، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
3. أحمد علي هارون، أسس الجغرافيا السياحية ، دار الفكر الجامعي، القاهرة، مصر، 2000.
4. أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، كنوز المعرفة، الأردن، 2007.
5. بدر حميد عساف، الجغرافيا السياحية، دار الولاية للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
6. حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، دار الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2001.
7. خالد كواش، السياحة: مفهومها أركانها، أنواعها_ الجزائر_، دار التنوير، 2007.
8. سعود وسيلة، مداحي محمد، « du lancement à nos jours », الكتاب الجماعي بعنوان: القطاع السياحي ورهانات التنوع الاقتصادي في الجزائر، جامعة زياني عاشور الحلفة، مارس 2020.
9. عبد القدر إبراهيم حماد، ناصر محمود عبد، مدخل إلى جغرافية السياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013 .
10. عصمت عدلي، السياحة المحلية والدولية، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، مصر ، 2017.
11. فيصل الحاج، صناعة السياحة في الأردن، عمان، 2000.
12. ماهر عبد الخالق السيبي : مبادئ السياحة، مطابع اللواء الحديثة، القاهرة، 2002.
13. ماهر عبد الخالق السيبي، مبادئ السياحة، ط2، دار مجموعة النيل العربية، مصر، 2016.
14. ماهر عبد الخالق السيبي، مبادئ السياحة، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2001.
15. ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران، الأردن، 2008.
16. ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران، عمان، الأردن، 1997.
17. محمد البناء، اقتصاديات السياحة والفندقة، الدار الجامعية، 2009.
18. محمد صبحي عبد الحكيم، حمدي أحمد الذيب، جغرافيا السياحة، مكتبة الأنجلو المصرية، 2016.
19. مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والامن السياحي، دار رسلان للطباعة والنشر، سوريا، 2009.
20. مصطفى يوسف كافي، مدخل الي العلوم السياحية والفندقية، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.

21. منال شوقي عبد المعطي أحمد، دراية في مدخل علم السياحة، ط2، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2014.
22. نعيم الطائر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، ط 2، دار المسيرة للنشر و التوزيع،الأردن،2007.
23. وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية، الكتب الجامعي الحديث، 2006.
24. جمال يوسف بدير، اتجاهات حديثة في إدارة المعرفة والمعلومات، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
25. علاء عبد الرزاق السالمي، خالد إبراهيم السالمي، الإدارة الالكترونية، دار وائل للنشر، 2008.
26. أحمد محمد غنيم، الإدارة الالكترونية بين النظرية والتطبيق، ط1، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2009.
27. تامر موسى يونس، شبكات الحاسوب، دار الراتب الجامعية، بيروت، 1994.
28. علاء عبد الرزاق السالمي، شبكات الإدارة الالكترونية، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2005.
29. رأفت رضوان، الإدارة الالكترونية، مركز المعلومات واتخاذ القرارات، مصر، 2001.
30. نجم عبود نجم، الإدارة الالكترونية: الاستراتيجية، الوظائف والمشكلات، دار المريخ للنشر، الرياض، 2004.
31. عبد المطلب عبد الحميد، اقتصاديات التجارة الإلكترونية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2014.
32. شاكر جار الله الخشالي، موضوعات إدارية معاصرة، الطبعة الأولى، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
33. بشير عباس العلاق، الإدارة الرقمية للمجالات والتطبيقات، الطبعة الأولى، مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستشارية، 2005، ص2017.
34. غنيم أحمد محمد، الإدارة الالكترونية - آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل، المكتبة العصرية، المنصورية، مصر، 2008.
35. دلال صادق الجواد، حميد ناصر الفتال، أمن المعلومات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
36. بوحنية قوي، الاتصالات الإدارية داخل المنظمات المعاصرة، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010.
37. حنان يوسف، تكنولوجيا الاتصال ومجتمع المعلوماتية، ط2، أطلس النشر والإنتاج الإعلامي، القاهرة، مصر، 2006.
38. ايمان السامرائي، هيثم الزغبى، نظم المعلومات الإدارية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2004.
39. أبو النجا محمد عبد العظيم، التسويق الالكتروني، دار الفجر الجامعي، مصر، 2008.

40. فريد النجار وآخرون، التجارة والاعمال الالكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006.

2. الرسائل والاطروحات

41. عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسيير مؤسسات، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2010.

42. عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000_2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للهيئة السياحية SDAT2025، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر3، 2013.

43. كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر3، 2004.

44. زير ريان، مساهمة التسويق السياحي في تطوير السياحة في الوطن العربي دراسة مقارنة (الجزائر تونس الامارات)، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، تخصص تسويق سياحي، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2018.

45. ريم لونيبي، المعوقات التنظيمية للمقاولات السياحية في الجزائر دراسة ميدانية لوكالات السياحة في مدينة باتنة، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، تخصص تنظيم العمل، جامعة باتنة1، الجزائر، 2020.

46. هدير عبد القادر، واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطويرها، رسالة ماجستير في علوم التسيير، تخصص نقود، مالية، وبنوك، جامعة الجزائر، 2006.

47. ساعد بوراوي، تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي (الجزائر، المغرب، تونس) دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص إقتصاد دولي، جامعة الحاج لخضر باتنة1، الجزائر، 2017.

48. شرفاوي عائشة، السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة الجزائر3، 2015.

49. أسماء سفاري، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير الخدمات السياحية لدول المغرب العربي: الجزائر، تونس، المغرب، أطروحة دكتوراه، جامعة أم البواقي، الجزائر.

50. حيزية هني، تحليل مناخ الاستثمار السياحي لتحسين مؤشرات السياحة الوطنية دراسة تجارب دولية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، تخصص اقتصاد سياحي وخدمات، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، 2020.
51. سهام بجاوية، التخطيط السياحي كأداة لتحقيق التنمية السياحية دراسة استرشادية بتجربة تونس_اسقاط علي الجزائر_، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص الإدارة التسويقية، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، الجزائر، 2015.
52. بن حسان حكيم، دور الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية في تطوير القطاع السياحي في الجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير ، تخصص إدارة الاعمال، جامعة الجزائر3، 2014.
53. مقعاش يوسف، دور الاعلام السياحي في تنشيط السياحة الجزائرية دراسة ميدانية على عينة من الوكالات السياحية في الشرق الجزائري ،دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اعلام سياحي، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2021.
54. قويدر لويزة، اقتصاد السياحة وسبل ترفيتها، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2010.
55. عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2010.
56. لمين علوي، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على إدارة الموارد البشرية، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة الجزائر3، 2008.
57. رانية هدير، دور الإدارة الالكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم السياسية، تخصص الإدارة العامة والتنمية المحلية، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2018.
58. آسيا سليمان تيش تيش، واقع الإدارة الالكترونية بالمؤسسات الاقتصادية ودورها في تطوير العمل الإداري -دراسة حالة المديرية الجهوية لنقل المحروقات عبر الانابيب RTE لولاية سكيكدة، رسالة ماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة 20 اوت 1995، سكيكدة، الجزائر، 2014.
59. قاسمي حورية، دور الإدارة الالكترونية في حماية المعلومات لدي الإدارات العمومية في ولاية المدية، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة يحيى فارس، المدية، الجزائر، 2020.
60. ولد حسيني، الإدارة الالكترونية وطبيعة خدمات المرفق العمومي دراسة حالة بلدية المسيلة، أطروحة دكتوراه في علوم الاتصال، تخصص اتصال تنظيمي، جامعة الجزائر3، 2020.

61. قادة دليلية، الإدارة الالكترونية ودورها في تحسين الخدمة العمومية دراسة حالة وزارة الداخلية والجماعات المحلية في الجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسيير عمومي، جامعة الجزائر، 3، 2018.
62. حواسني يمينة، الإدارة الالكترونية للأعمال ودورها في تفعيل العمليات التجارية في المؤسسة- دراسة حالة الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر لخميس مليانة، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص إدارة العمليات التجارية، جامعة الجزائر، 3، 2012.
63. بوحسان سارة كنزة، الآثار الفعلية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تطبيقات تسيير الموارد البشرية في المؤسسة -دراسة حالة مؤسستي موبيليس و نجمة قسنطينة، رسالة ماجستير في علوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، 2012.
64. شعباني مجيد، دراسة نماذج لنظم وتكنولوجيا المعلومات في مراكز المعلومات العربية وسبل تفعيلها، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص إدارة الاعمال، جامعة الجزائر، 3، 2010.
65. سمير عماري، دور الإدارة الالكترونية في تطوير أداء مؤسسات التعليم العالي دراسة حالة مجموعة من الجامعات الجزائرية، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، 2017.
66. قادة دليلية، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين أداء الجماعات المحلية في الجزائر- دراسة حالة ولاية بومرداس- رسالة ماجستير في علوم التسيير، تخصص تسيير عمومي، جامعة الجزائر، 3، 2011.
67. لكحل محمد، الإدارة الالكترونية وأثرها في تحقيق جودة الخدمة العمومية حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسيير عمومي، جامعة الجزائر، 3، 2019.
68. فاطمة الزهراء طلحي، تنمية الموارد البشرية ودورها في تفعيل الإدارة الالكترونية_ دراسة ميدانية لعينة من الإدارات العمومية بولاية سوق اهراس_ أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2014.
69. سلالى بوبكر، آفاق السياحة الالكترونية على ضوء تجربة تونس والأردن، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد التنمية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2014.
- ### 3. المقالات والمداخلات
70. بولحية الطيب، الاستثمار السياحي في ولاية جيجل ومجالاته وآليات تطويره، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، جامعة البليدة، الجزائر، العدد9، 2016.
71. كواش خالد، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة شمال افريقيا، العدد1 جامعة الشلف، الجزائر.

72. مصطفى أمقران، سليمة مباركي، السياحة البيئية في الجزائر، الواقع والامكانيات دراسة حالة البلدة، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 33، مارس 2018.
73. شعلال ميلود، راتول محمد، تنشيط السياحة الداخلية كمؤشر لرفع التنافسية السياحية بالجزائر، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 8، العدد3، 2019.
74. صحراوي محمد تاج الدين، السبتى وسيلة، السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، العدد2، 2017.
75. سهام بجاوية، أهمية ترويج خدمات النقل في تحسين الصورة الذهنية لدى المسافرين كوسيلة للتنمية المستدامة في الجزائر، مجلة دفاتر اقتصادية، المجلد 13، العدد1، 2022.
76. خنتار نوال، قلش عبد الله، تقييم أداء قطاع السياحة الجزائري في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، دراسة مقارنة مع مجموعة من الدول العربية، مجلة الاقتصاد والمالية، المجلد5، العدد01، 2019.
77. البكاي الهادي، قديد عبد القادر، دراسة وتحليل الأثر الاقتصادي لقطاع السياحة في الجزائر خلال الفترة 2019/1990، مجلة الميادين الاقتصادية، المجلد4، العدد1، 2021.
78. أسماء مصنوعة، مزيان حمزة، مساهمة الوكالات السياحة والسفر في تنمية السياحة الداخلية في الجزائر دراسة استطلاعية لعينة من الوكالات السياحية، مجلة أبحاث اقتصادية معاصرة، المجلد4، العدد2، 2021.
79. يسرى دعبس، صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، 2003 .
80. حياة بن سماعين، أقطاب السياحة الصحراوية للامتياز ودورها في تحويل الجزائر الى بلد سياحي في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، دراسة واقع السياحة والاستثمار السياحي في ولاية بسكرة، الملتقى الدولي الثاني : دور السياحة الصحراوية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، يومي 12،11 مارس 2012.
81. ايدير رانية، غزالي عمر ، الاستراتيجية الوطنية لتنمية القطاع السياحي في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2030، مجلة الابداع، المجلد 09، العدد1، 2019.
82. عماري عصام، السعيد بوعناقة، رهانات المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 بين الواقع والأفاق، مجلة الشريعة والاقتصاد، المجلد 07، العدد1، 2018.
83. محجوب يدة وآخرون، الجودة والاحترافية مفتاح الوجهة السياحية الجزائر، مجلة الأبحاث الاقتصادية، العدد 13، دار الأبحاث الجزائر، 2009.
84. شاهد الياس وآخرون، الاستثمار السياحي في الجزائر بين الاطار القانوني والمؤسساتي، مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات، المجلد1، العدد1، ديسمبر 2016.

85. ايدير رانية، غزالي عمر، الاستراتيجية الوطنية لتنمية القطاع السياحي بالجزائر في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2030، مجلة الابداع، المجلد 09، العدد 01، 2019.
86. الكاي الهادي، قديد عبد القادر، دراسة وتحليل الأثر الاقتصادي لقطاع السياحة في الجزائر خلال الفترة 2019/1990، مجلة ميادين الاقتصادية، المجلد 4، العدد 1، 2021.
87. شاهين الياس، دفرور عبد النعيم، الاستثمار السياحي في الجزائر بين الاطار القانوني والمؤسساتي، مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات، المجلد 1، العدد 1، ديسمبر 2016.
88. سليمان بلعور، ذهبية بن عبد الرحمان، الأمن السياحي كمتطلب أساسي للتنمية السياحية تجربة الجزائر، مصر، تونس، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية تقييم واستشراف، جامعة غرداية يومي 26-27 فيفري 2013.
89. هويدي عبد الجليل، العلاقة التفاعلية بين السياحة والبيئة والتنمية المستدامة، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، الجزائر، العدد 09 ديسمبر 2014.
90. دليلة بركان وآخرون، السياحة البيئية كعامل أساسي لتحقيق التنمية السياحية المستدامة " ولاية بسكرة نموذجا"، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، المجلد 4، العدد 2، ديسمبر 2020.
91. عرعار الياقوت، التشفير وسيلة لتأمين التجارة الالكترونية من المخاطر التقنية، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، المجلد 5، العدد 1، 2022.
92. غلاب عبد الحق، خصوصية جريمة التوقيع الالكتروني في التشريع الجزائري، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، المجلد 8، العدد 1، 2022.
93. عدنان عواد الشوابكة، دور إجراءات الامن المعلوماتي في الحد من مخاطر امن المعلومات في جامعة الطائف، مجلة دراسات وأبحاث، مجلد 11، عدد 4، أكتوبر 2019.
94. ناصر عويد عطية العقابي، خلود هادي عبود الربيعي، تحليل متطلبات الإدارة الالكترونية ودوره في تحسين الأداء الوظيفي للموارد البشرية بحث تطبيقي في شركة التأمين العراقية العامة، مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد 13، العدد 45، 2018.
95. علاء أحمد حسين، صدام حسين علي، مدي توافر بعض متطلبات الاستعداد الاستراتيجي للتحول نحو الإدارة الالكترونية، تنمية الرافدين، مجلد 33، العدد 104، جامعة الموصل، العراق، 2011.
96. عبد العزيز سلمى عشبة، حازم أحمد فروانة، دور الإدارة الالكترونية في ترقية أداء الجماعات المحلية في الجزائر: دراسة وصفية على ضوء مشروع " الجزائر الالكترونية"، مجلة معارف للعلوم القانونية والاقتصادية، المجلد 3، العدد 1، باتنة، الجزائر، 2022.
97. بن علي لخضر، التجارة الالكترونية كأداة لتفعيل مسار التجارة البينية العربية، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، المجلد 5، العدد 2، 2019.

98. مولاي خليل، شنوفي نور الدين، الحكومة الالكترونية كمدخل لتحقيق جودة الخدمة العمومية- الحكومة الالكترونية في البحرين نموذجا-، مجلة الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2021.
99. عبد الحكيم عمارية، رشيد سبتي، تكنولوجيا المعلومات والاتصال وحتمية التحول الالكتروني للمؤسسات، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 35، سبتمبر 2018.
100. مروش آمال، معوقات تطبيق الإدارة الالكترونية بالجزائر- دراسة ميدانية بمنظمة الضمان الاجتماعي-، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 3، العدد 4، 2015.
101. مكيد علي، بوزكري جيلالي، معوقات تطبيق الإدارة الالكترونية في الجامعات الجزائرية، دراسة حالة المركز الجامعي بتسميلت، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية- دراسات اقتصادية-، المجلد 2، العدد 1، 2008.
102. جلاب صباح، دبدوش الهاشمي، مفاهيم حول تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة، مجلة جودة الخدمة العمومية للدراسات السوسولوجية والتنمية الإدارية، المجلد 2، العدد 2، 2019.
103. بوداود إبراهيم، استخدام مصطلح تكنولوجيا المعلومات في تخصص المكتبات والمعلومات: إرساء نظري (الجزء الأول)، مجلة علوم المكتبات، المجلد 11، العدد 1، 2019.
104. بكوش كريمة وآخرون، إشكالية مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير التجارة الخارجية، الريادة الاقتصادية للأعمال، المجلد 3، العدد 2، 2017.
105. ساهل أمينة، محمد بوسنة، مزايا تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وأهمية الاستثمار فيها، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 16، العدد 1، 2022.
106. نوال مغزيلي، تكنولوجيا الاعلام والاتصال في الجزائر: دراسة للمؤشرات وتشخيص للمعوقات، المجلة الجزائرية للامن والتنمية، العدد 12، 2018.
107. رحموني محمد، خصائص الجريمة الالكترونية ومجالات استخدامها، مجلة الحقيقة، المجلد 16، العدد 3، 2017.
108. يوسف كودية، محمد زرقون، الفجوة الرقمية وامتداداتها دراسة تحليلية على ضوء المؤشرات العالمية، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية، المجلد 8، العدد 1، 2017.
109. مطاي عبد القادر، بن شنيبة كريمة، واقع ومتطلبات إرساء الحكومة الالكترونية في الجزائر، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 7، العدد 2، 2019.
110. خالد قاشي وآخرون، استراتيجية الجزائر الالكترونية 2013: فجوة النظرية والتطبيق، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، المجلد 2، العدد 2، 2013.

111. باية وقنوني، نادية عبد الكريم، تطبيقات الحكومة الالكترونية في الجزائر وتحدياتها، مجلة اقتصاديات الاعمال والتجارة، المجلد5، العدد1، 2020.
112. بوراس بودالية، واقع التجارة الالكترونية في الجزائر، مجلة البصائر للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد1، العدد1، 2021.
113. سيد أحمد مسيردي ، خديجة سعدي ، مشروع الجزائر الالكترونية : واقع وتحديات، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، المجلد2، العدد2، 2013.
114. نافع زينب، مجيد شعباني، الخدمات العمومية الالكترونية في الجزائر: نحو إرساء الحكومة الالكترونية، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية ، المجلد 14، العدد 5، 2020.
115. سماعي حسيبة، بن نافلة قدور ، أهمية تطبيقات التسويق الالكتروني في الوكالات السياحية الجزائرية في ظل أزمة جائحة كورونا، مجلة إدارة الاعمال والدراسات الاقتصادية، مجلد7، العدد2، 2021.
116. ملوك جهيدة، دور التسويق الالكتروني في تنشيط السياحة في الجزائر، مجلة الاقتصاد والتنمية، العدد2، 2014.
117. علي دحماني، أهمية التسويق الالكتروني للشركات السياحية -دراسة حالة وكالات السياحة والاسفار بولاية الشلف، مجلة الاقتصاد الحديث والتنمية المستدامة، المجلد1، العدد1، 2018.
118. حراث سمية، بلحيمر إبراهيم، أثر التسويق الالكتروني على المزيج التسويقي السياحي لوكالة زمزم للسياحة والاسفار بالجلفة، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، المجلد6، العدد1، 2022.
119. حمزة بعلي وآخرون، دور التسويق السياحي الالكتروني في ترقية الخدمات السياحية ، دراسة بعض الوكالات السياحية الناشطة بولايات الشرق الجزائري، مجلة الدراسات التسويقية وإدارة الأعمال، المجلد3، العدد2، 2019.
120. حسين بن رقية، صعوبات التحول الى السياحة الذكية في الجزائر مقارنة نظرية تحليلية، مجلة تطوير العلوم الاجتماعية، المجلد 14، العدد1، 2021.
121. ايدير معياش، واقع السياحة الالكترونية في الجزائر، مجلة الدراسات الافريقية، مجلد3، العدد5، 2016.
122. حديد نوفل، محرز صارة، السياحة الالكترونية مفهومها وأدواتها، مجلة دفاثر البحوث، العدد 6.
123. لعقاينة فضيلة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير النشاط السياحي، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 1، العدد 12، 2015.
124. ساسي نجاه، نحو تدعيم سياحة افتراضية ورقمية في عالم بعد كورونا(تجديد لمنظومة القانون الدولي للسياحة)، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، المجلد58، العدد2، 2021.

125. صباح الحسيني، السياحة الالكترونية وأهمية تطبيقها في محافظة كربلاء المقدسة (الواقع والمستقبل)، مجلة الباحث، العدد 23، 2017.
126. ثلاجية الطيب، دغريير فتحي، التحول من الإدارة التقليدية الى الإدارة الالكترونية أسس وتحديات، مداخلة مقدمة في فعاليات الملتقى الافتراضي حول الإدارة الالكترونية في الجزائر الواقع واشكالية التطبيق ، جامعة محمد الشريف مساعديّة، سوق اهراس، الجزائر، 22_23 مارس 2021.
127. عبد القادر بلعربي وآخرون، تحديات التحول الى الحكومة الالكترونية في الجزائر، ورقة بحثية مقدمة في فعاليات الملتقى الدولي الخامس حول: الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، خميس مليانة، الجزائر، 14، 13 مارس 2012.
128. منصورى مونية،، جلام كريمة، التجارة الالكترونية ضرورة حتمية لتفعيل السياحة الالكترونية في الجزائر، مداخلة في الملتقى الدولي الصناعة السياحية والتنمية المستدامة واقع وآفاق، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم.
129. وسيلة السبتي وآخرون، السياحة الالكترونية أحد تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، الملتقى الدولي الاتجاهات الحديثة للتجارة الدولية وتحديات التنمية المستدامة، جامعة حمه لخضر، الوادي، الجزائر، 2، 3 ديسمبر 2019.
- 4. الجرائد والتقارير الرسمية**
130. الجريدة الرسمية رقم 11 الصادرة بتاريخ 2019/02/19.
131. الجريدة الرسمية رقم 58 الصادرة بتاريخ 2020/09/20.
132. الجريدة الرسمية رقم 62 الصادرة بتاريخ 2009/10/28.
133. الجريمة الرسمية رقم 13 الصادرة بتاريخ 2007/02/21.
134. وزارة السياحة الجزائرية، تصور تطور الجزائر للعشرية 2004-2013.
135. وزارة الثقافة، شهر التراث إرث ثمين، ماي 2016.
136. وزارة السياحة والصناعات التقليدية، تدفق السواح عبر الحدود الجزائرية لسنة 2019، جانفي 2020.
137. وزارة السياحة والصناعات التقليدية، جدول القيادة لإحصائيات السياحة والصناعة التقليدية 2015/2018
138. تقرير المعرفة، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، نحو تواصل معرفي منتج، مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم والمكتب الإقليمي للدول العربية، 2009.
139. تقرير التنمية لسوق الهاتف والانترنت السداسي الأول 2020

140. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، مديرية الإحصاء الدراسات والاستشراف، تقرير المؤشرات الدولية المتعلقة بقطاع البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، جانفي 2020.

ثانيا: المراجع باللغات الاجنبية

1. LES LIVRES

141. AHMED TISSA. Economie touristique et aménagement du territoire , ffcie des publications universitaires, Alger, 1993.
142. 2. ROBERT LANQUARD . le tourisme international. Série que sais je, Presse universitaire de France, paris, 1977 .
143. Alain Mesphier ,Pierre Bloc-Duraffour, Tourisme dans le monde,6 ème Edition ,Bréal, Paris,2005.
144. Ministère de l'aménagement du territoire et de l'Environnement et du tourisme, schéma Directeur d'Aménagement touristique « SDAT2025 », le diagnostic : audit du tourisme algerien, livre1, janvier 2008.
145. *Ministère de l'aménagement du territoire et de l'Environnement et du tourisme , le plan stratégique : les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires, livre 2 , janvier 2008*
146. : Ministère de l'aménagement du territoire et de l'Environnement et du tourisme, livre3 , les Sept pôles touristiques d'Excellences (POT), janvier 2008.
147. Jean Michel Dewailly . Emile Flament, Le tourisme géographie, Sedes. France,Paris,2000.
148. Gérard Guibilato ,Economie touristique , paris Ed Delta et Spes , 1983.
149. DANIEL AMOR , Revolution E-business, Pearson Education, Paris, 2000.
150. M. Gercke , Understanding Cyber Crime, ITU Telecommunication Development Sector, 2ndEdition, 2011.
151. Gode Fry darg nguyen, l'entreprise numérique, Economica, paris, France, 2001.

2. Les Articles :

152. Wassila Iguergazix Dahmoun , développement durable et tourisme durable : la nouvelle stratégie de l'Algérie , INTERNATIONAL JOURNAL OF ECO-CULTURAL TOURISM, HOSPITALITY PLANNING AND DEVELOPMENT, VOLUME 4, ISSUE 1.
153. LE tourisme face à l'environnement, Collection le géographe, Presse universitaire de France, paris, 1983.
154. Rofia ABADA, Sara FOUFA, Tourism in Algeria a choice or an evidence? , International Journal Of Human Settlements vol 3 nr 2.
155. IKHLEF Lamia, E-tourisme et conception de site web, El-Bahith Review, vol 18, n 1, 2018.
156. ADNANE Houria, BENLAHCEN Lahouari, E-gouvernement et développement local en Algérie E-gouvernement and local développement in Algeria, Revue Droit, Société et Pouvoir, Vol 11 ,N 01, 2022.
157. CHOKRI ELFIDHA, MOHAMED HIDI CHARKI, Le Rôle des TIC dans le Développement de la Relation Client Application à la Relation Banque/Entreprise, La Revue des Sciences de Gestion Marketing, France, 2008.
158. Mohamed BOUKLIA and others, the importance of electronic management and its role in evaluating the activity of the effectiveness of human resources management. Case study of algeria telecom (ooredoo), Business Sciences Review, Special Issue: June 2021.
159. Ceaser H. Husieen, Applications To Use Electronic Mail System In The Electronic Management, journal of economics and administrative sciences, vol18, n 65 , Iraq, 2012.
160. IKHLEF Lamia, E-tourisme et conception de site web, El-Bahith Review, vol 18, n 1, 2018.

3. LES THESES

161. YOUSSEF Badr, e-tourisme : enjeux et évolutions des projets écotouristiques à l'ère du numérique, mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en gestion de projet, UQAC , Université de Québec,2019.
162. MAMADOU NDIAYE, "e-gouvernance et démocratie en Afrique : le Sénégal dans la mondialisation des pratiques" thèse du doctorat en sciences

de l'information et de la communication, université de Michel de Montaigne bordeaux 3, 2006.

163. Gusto va Daria, The Impact Of E-Government Strategy On Economic Growth And Social Development, Master in Economics, ISCTE Business School, Lisbona, 2017.

4. RAPPORT

164. République Algérienne Démocratique et Populaire, e-COMMISSION, e-Algérie 2013, SYNTHÈSE, Décembre 2008.

ثالثا: المواقع الالكترونية

165. <http://e-biblio.univ-mosta.dz/>
166. <https://wttc.org/>
167. <https://www.mta.gov.dz/>
168. <http://e-biblio.univ-mosta.dz/handle/123456789/7650>
169. <https://data.albankaldawli.org/country/>
170. <https://mawdoo3.com/>
171. <https://www.m-culture.gov.dz/>
172. <https://www.urtrips.com/algiers-museums/>
173. <http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-de-transport>
174. <http://www.algerie-monde.com/parcs-naturels>
175. <https://whc.unesco.org/en/list/>
176. <https://www.youtube.com/watch?v=1prElpO4N2w&t=1158s>
177. <https://www.officiel-des-vacances.com/>
178. <https://www.cerist.dz/>
179. <https://asal.dz/>
180. <https://www.mpt.gov.dz/>

الملاحق

ملحق رقم 1: أسماء الوزراء والوزارة من الاستقلال الى الوقت الحالي

الترتيب	الوزير	الحزب	الحكومة	تواريخ العهدة		ملاحظات
1	 عبد العزيز بوتفليقة ^[2]	ج.ت.و	حكومة بن بلة الأولى	27 سبتمبر 1962	18 سبتمبر 1963	وزير الشباب والرياضة والسياحة
2	 أحمد قايد ^[3]	ج.ت.و	حكومة بن بلة الثانية	18 سبتمبر 1963	2 ديسمبر 1964	وزير السياحة
3	 عمار أوزقان	ج.ت.و	حكومة بن بلة الثالثة	2 ديسمبر 1964	19 يونيو 1965	وزير السياحة
4	 عبد العزيز معاوي	ج.ت.و	حكومة بومدين الثانية حكومة بومدين الثالثة	10 يوليو 1965	23 أبريل 1977	وزير السياحة
5	 عبد الغني العقبى	ج.ت.و	حكومة بومدين الرابعة	23 أبريل 1977	8 مارس 1979	وزير السياحة

ملحق رقم 1: أسماء الوزراء والوزارة من الاستقلال الى الوقت الحالي

6		عبد المجيد علاهم	ج.ت.و	حكومة عبد الغاني الأولى حكومة عبد الغاني الثانية حكومة عبد الغاني الثالثة	8 مارس 1979	22 يناير 1984	وزير السياحة
7		عبد المجيد مزيان	ج.ت.و	حكومة الإبراهيمي الأولى حكومة الإبراهيمي الثانية	22 يناير 1984	9 نوفمبر 1988	وزير الثقافة والسياحة
8		عبد الوهاب بكلي	ج.ت.و	حكومة عبد السلام	19 يوليو 1992	21 أغسطس 1993	وزير السياحة والصناعات التقليدية
9		محمد بن سالم	ج.ت.و	حكومة سيفي الأولى حكومة سيفي الثانية	15 أبريل 1994	31 ديسمبر 1995	وزير السياحة والصناعات التقليدية
10		عبد العزيز بن مهدي	ج.ت.و	حكومة أويحيى الأولى	31 ديسمبر 1995	24 يونيو 1997	وزير السياحة والصناعات التقليدية
11		عبد القادر بن قرينة	ج.ت.و	حكومة أويحيى الأولى حكومة حمداني	24 يونيو 1997	23 ديسمبر 1999	وزير السياحة والصناعات التقليدية

ملحق رقم 1: أسماء الوزراء والوزارة من الاستقلال الى الوقت الحالي

12		لخضر ضرباني	ج.ت.و	حكومة بن بيتور حكومة بن فليس الأولى حكومة بن فليس الثانية حكومة بن فليس الثالثة حكومة أويحيى الثالثة	23 ديسمبر 1999	4 أكتوبر 2003	وزير السياحة والصناعات التقليدية
13		نور الدين بونوار ^[4]	ج.ت.و	حكومة أويحيى الثالثة	4 أكتوبر 2003	19 أفريل 2004	وزير السياحة والصناعات التقليدية
14		محمد الصغير قار ^[5]	ج.ت.و	حكومة أويحيى الرابعة	19 أفريل 2004	1 مايو 2005	وزير السياحة
15		نور الدين موسى ^[6]	ج.ت.و	حكومة أويحيى الخامسة حكومة بلخادم الأولى	1 مايو 2005	4 يونيو 2007	وزير السياحة
16		شريف رحماني ^[7]	ت.و.د	حكومة بلخادم الثانية حكومة أويحيى السادسة حكومة أويحيى السابعة حكومة أويحيى الثامنة	4 يونيو 2007	28 مايو 2010	وزير التهيئة العمرانية والبيئة والسياحة

ملحق رقم 1: أسماء الوزراء والوزارة من الاستقلال الى الوقت الحالي

17		اسماعيل ميمون ^[8]	ح.م.س	حكومة أويحيى التاسعة	28 مايو 2010	3 سبتمبر 2012	وزير السياحة والصناعات التقليدية
18		محمد بن مرادي ^[9]	ج.ت.و	حكومة سلال الأولى	3 سبتمبر 2012	11 سبتمبر 2013	وزير السياحة والصناعات التقليدية
19		محمد أمين حاج سعيد ^[10]	ج.ت.و	حكومة سلال الثانية	11 سبتمبر 2013	13 مارس 2014	وزير السياحة والصناعات التقليدية
20		نورية يمينة زرهوني ^[11]	ج.ت.و	حكومة سلال الثالثة	5 مايو 2014	14 مايو 2015	وزيرة السياحة والصناعات التقليدية
21		عمار غول ^[12]	ت.ا.ج	حكومة سلال الرابعة	14 مايو 2015	11 يونيو 2016	وزير التهيئة العمرائية والسياحة والصناعات التقليدية
22		عبد الوهاب نوري ^[13]	ج.ت.و	حكومة سلال الخامسة	11 يونيو 2016	25 مايو 2017	وزير التهيئة العمرائية والسياحة والصناعات التقليدية

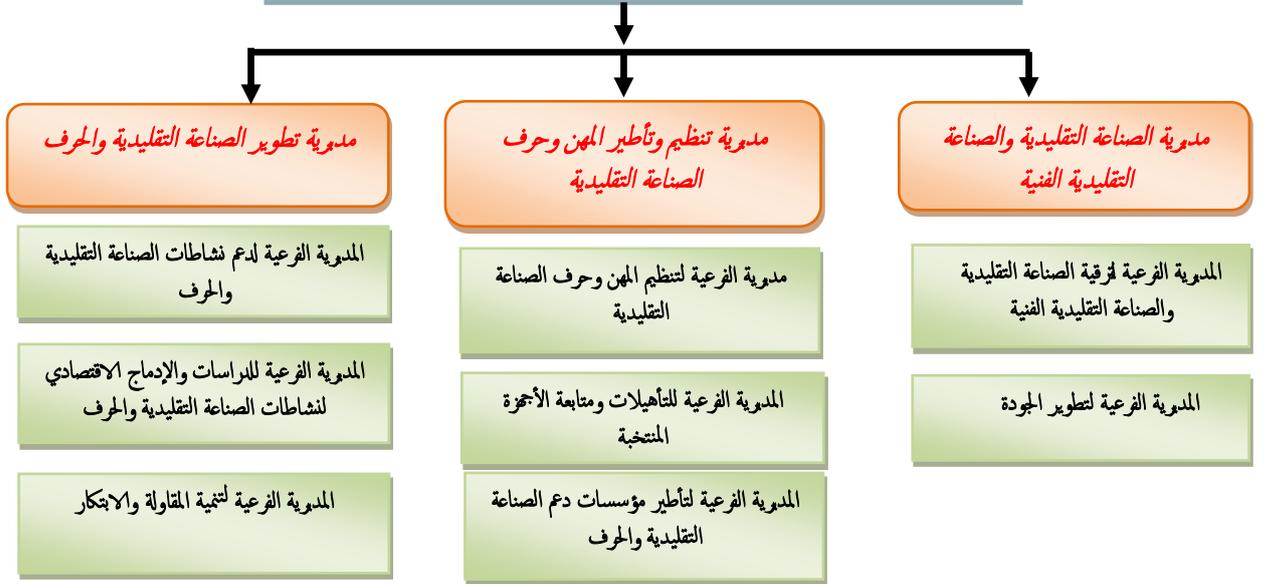
ملحق رقم 1: أسماء الوزراء والوزارة من الاستقلال الى الوقت الحالي

23		حسن مرموري ^[14]	ج.ت.و	حكومة تبون حكومة أويحيى العاشرة	12 يوليو 2017	2018 أبريل 4	وزير السياحة والصناعات التقليدية
24		عبد القادر بن مسعود ^[15]	ج.ت.و	حكومة أويحيى العاشرة حكومة بدوي	2018 أبريل 4	2020 يناير 2	وزير السياحة والصناعات التقليدية
23		حسن مرموري	ج.ت.و	حكومة جراد	2 يناير 2020 ^[16]	يونيو 23 2020	وزير السياحة والصناعات التقليدية والعمل العائلي
24		ياسين حمادي	ج.ت.و	حكومة بن عبد الرحمان	2021 يوليو 7	لا يزال في المنصب	وزير السياحة والصناعات التقليدية

المديرية العامة للسياحة



المديرية العامة للصناعة التقليدية



- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 03 - 442 المؤرخ في 5 شوال عام 1424 الموافق 29 نوفمبر سنة 2003 والمتضمن إنشاء مصالح خارجية في وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة التقليدية ويحدد مهامها وتنظيمها،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 05 - 216 المؤرخ في 4 جمادى الأولى عام 1426 الموافق 11 يونيو سنة 2005 والمتضمن إنشاء مديرية السياحة بالولاية،
- وبعد موافقة رئيس الجمهورية،

يرسم ما يأتي :

المادة الأولى : يهدف هذا المرسوم إلى إنشاء مديرية للسياحة والصناعة التقليدية على مستوى كل ولاية ويحدد مهامها وتنظيمها.

المادة 2 : تكلف مديرية السياحة والصناعة التقليدية للولاية المذكورة في المادة الأولى أعلاه بما يأتي :

1 - في مجال السياحة :

- إعداد مخطط عمل سنوي يتعلق بالنشاطات السياحية،
- المبادرة بكل إجراء من شأنه إنشاء محيط ملائم ومحفز للتنمية المستدامة للنشاطات السياحية المحلية،
- السهر على التنمية المستدامة للسياحة من خلال العمل على تثمين القدرات المحلية،
- تشجيع بروز عروض سياحية متنوعة وذات نوعية،
- تنفيذ برامج وتدابير ترقية وتطوير النشاطات السياحية والحمامات المعدنية وتقويم نتائجها،
- جمع وتحليل وتزويد آلية الرصد الإحصائية للقطاع في مجال المعلوماتية والمعطيات الإحصائية حول النشاطات المرتبطة بالاقتصاد السياحي والحمامات المعدنية وضمان نشرها،
- المساهمة مع القطاعات المعنية في ترقية الشراكة الوطنية والأجنبية، لا سيما في ميادين الاستثمار وتكوين الموارد البشرية،
- إدماج النشاطات السياحية ضمن أدوات تهيئة الإقليم والعمران وتثمين مناطق ومواقع التوسع السياحي،
- توجيه مشاريع الاستثمار السياحي ومتابعتها بالاتصال مع الهيئات المعنية،
- السهر على مطابقة النشاطات السياحية وتطبيق القواعد ومقاييس الجودة المقررة في هذا المجال،

مرسوم تنفيذي رقم 10 - 257 مؤرخ في 12 ذي القعدة عام 1431 الموافق 20 أكتوبر سنة 2010، يتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية ويحدد مهامها وتنظيمها.

إنّ الوزير الأول،

- بناء على تقرير وزير السياحة والصناعة التقليدية،

- وبناء على الدستور، لا سيما المادتان 85 - 3 و125 (الفقرة 2) منه،

- وبمقتضى القانون رقم 90 - 09 المؤرخ في 12 رمضان عام 1410 الموافق 7 أبريل سنة 1990 والمتعلق بالولاية، المتّم،

- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 99 - 240 المؤرخ في 17 رجب عام 1420 الموافق 27 أكتوبر سنة 1999 والمتعلق بالتعيين في الوظائف المدنية والعسكرية للدولة،

- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 10 - 149 المؤرخ في 14 جمادى الثانية عام 1431 الموافق 28 مايو سنة 2010 والمتضمن تعيين أعضاء الحكومة،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 94 - 215 المؤرخ في 14 صفر عام 1415 الموافق 23 يوليو سنة 1994 الذي يحدد أجهزة الإدارة العامة في الولاية وهيكلها،

- المبادرة بالتحقيقات والدراسات ذات الطابع التقني والاقتصادي والاجتماعي المتعلقة بتقييم الأنشطة الحرفية،
- جمع المعلومات والمعطيات الإحصائية في مجال الصناعة التقليدية وضمان توزيعها،
- تأطير التظاهرات الاقتصادية من أجل ترقية الصناعة التقليدية والحرف وتنشيطها،
- ضمان تنفيذ ميزانية التجهيز والتسيير المسجلة بعنوان الصناعة التقليدية،
- إعداد الحصائل الثلاثية والسنوية لنشاط الصناعة التقليدية.

المادة 3 : تضم مديرية السياحة والصناعة التقليدية ثلاث (3) مصالح :
* مصلحة السياحة،
* مصلحة الصناعة التقليدية،
* مصلحة الإدارة والوسائل.
تضم كل مصلحة مكتبين (2) أو ثلاثة (3) مكاتب.

يحدد تنظيم المصالح بموجب قرار مشترك بين وزير السياحة والصناعة التقليدية والوزير المكلف بالمالية والوزير المكلف بالجماعات المحلية والسلطة المكلفة بالوظيفة العمومية.

المادة 4 : يحول مجموع المستخدمين والممتلكات التابعة لمديريات السياحة بالولاية وكذا المستخدمين والممتلكات المتعلقة بالصناعة التقليدية التابعة لمديريات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة التقليدية إلى مديريات الولاية للسياحة والصناعة التقليدية المنشأة بموجب هذا المرسوم، طبقا للتنظيم المعمول به.

المادة 5 : تلغى جميع الأحكام المتعلقة بالصناعة التقليدية والسياحة المنصوص عليها في المرسومين التنفيذيين رقم 03 - 442 المؤرخ في 5 شوال عام 1424 الموافق 29 نوفمبر سنة 2003 ورقم 05 - 216 المؤرخ في 4 جمادى الأولى عام 1426 الموافق 11 يونيو سنة 2005 والمذكورين أعلاه.

المادة 6 : ينشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حرر بالجزائر في 12 ذى القعدة عام 1431 الموافق 20 أكتوبر سنة 2010.

أحمد أويحيى

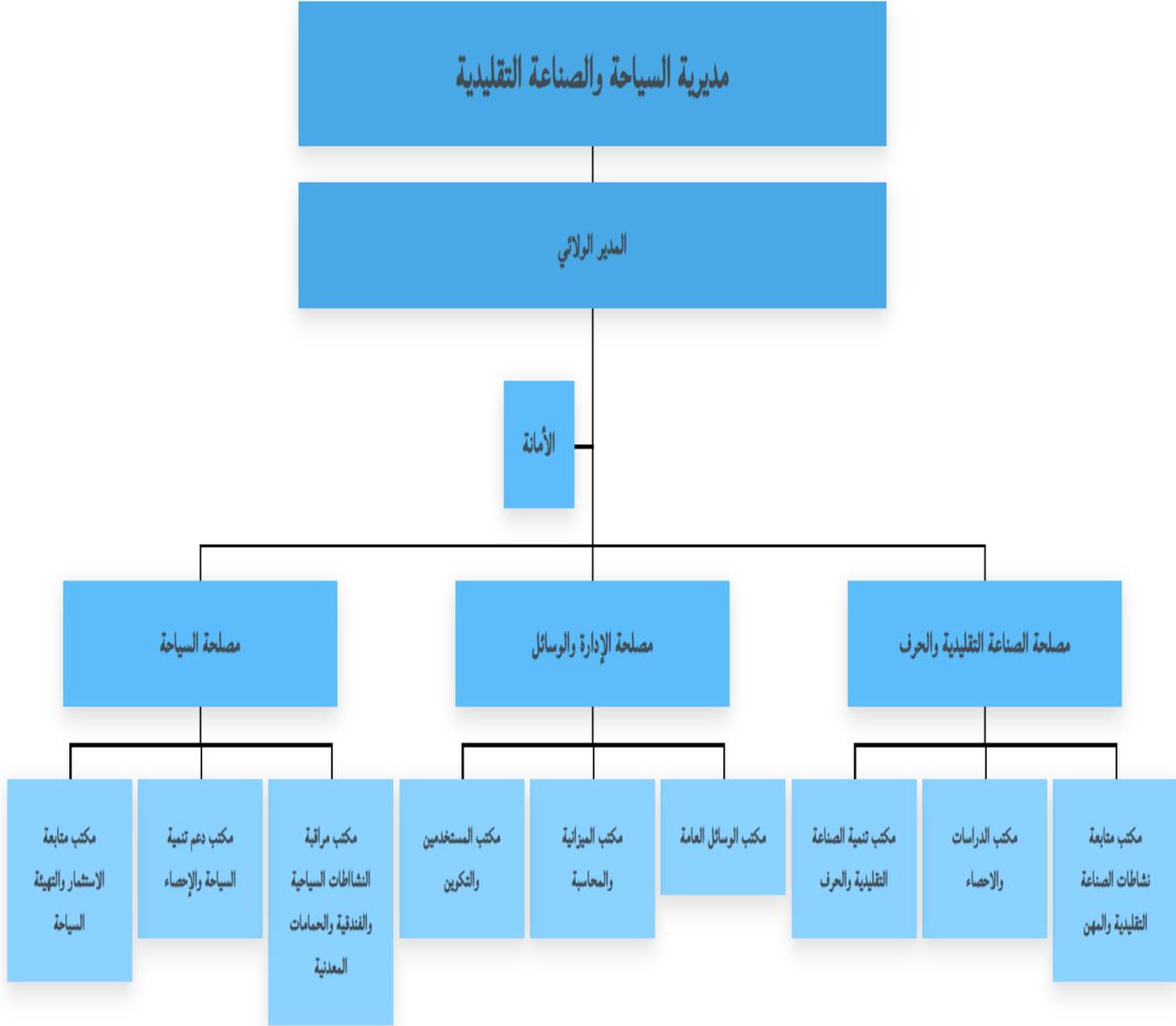
- المساهمة في تحسين الخدمات السياحية،
لا سيما تلك التي لها صلة بالنظافة وحماية الصحة والأمن المرتبطة بالنشاط السياحي،
- السهر على تلبية حاجيات المواطنين وتطلعات السواح في مجال الراحة والاستجمام والترفيه،
- ضمان تنفيذ ميزانيات التجهيز والتسيير في جانبه السياحي،
- ضمان متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان صندوق دعم الاستثمار وترقية وجودة النشاطات السياحية،
- المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل النشاطات السياحية بصناديق الجنوب والهضاب العليا،
- تنشيط وتأطير المصالح الخارجية والفضاءات الوسيطة والحركة الجموعية التي تنشط في السياحة على المستوى المحلي،
- المشاركة، بالاتصال مع القطاعات المعنية، في إعداد وتنفيذ أعمال التكوين وتحسين المستوى وتجديد المعارف وتثمين الموارد البشرية،
- المساهمة في إعداد المخطط السنوي والمتعدد السنوات لتنمية السياحة في الولاية،
- إعداد حصائل النشاطات الثلاثية والسنوية للنشاط السياحي.

2- في مجال الصناعات التقليدية :

- إعداد مخطط عمل سنوي ومتعدد السنوات يتعلق بتطوير نشاطات الصناعة التقليدية ،
- المبادرة بكل إجراء من شأنه خلق جو ملائم للتنمية المستدامة لنشاط الصناعة التقليدية،
- المساهمة في حماية تراث الصناعة التقليدية والحفاظ عليه ورد الاعتبار له،
- السهر على تطبيق واحترام القوانين والتنظيمات والمقاييس والنماذج المتعلقة بالجودة في ميدان الإنتاج وممارسة أنشطة الصناعة التقليدية،
- المشاركة في متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية،
- المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل نشاطات الصناعة التقليدية بصناديق الجنوب والهضاب العليا،
- المشاركة في جهود إدماج نشاطات الصناعة التقليدية في المنظومة الاقتصادية المحلية،
- تدعيم أعمال المنظمات والتجمعات المهنية والجمعيات والفضاءات الوسيطة الناشطة في ميدان الصناعة التقليدية وتنشيطها،

الملحق 04

الهيكل التنظيمي للمصالح الغير مركزية



الملحق رقم 05

الرقم	المؤسسة	عدد الوحدات السياحية
1	مؤسسة التسيير السياحي - وسط	10
2	مؤسسة التسيير الفندقي سلسلة الأوراسي	04
3	مؤسسة التسيير الفندقي سلسلة الجزائر	05
4	مؤسسة التسيير السياحي - شرق	07
5	مؤسسة التسيير السياحي - عنابة	05
6	مؤسسة التسيير السياحي - سيدي فرج	05
7	مؤسسة التسيير السياحي - زرالدة	03
8	مؤسسة التسيير السياحي - تيبازة	04
9	مؤسسة التسيير السياحي الأندلس	02
10	مؤسسة التسيير السياحي - بسكرة	06
11	مؤسسة التسيير السياحي - تمنراست	02
12	مؤسسة التسيير السياحي - غرب	03
13	مؤسسة التسيير السياحي - غرداية	04
14	مؤسسة التسيير السياحي - تلمسان	07
15	مؤسسة التسيير السياحي لمركز المعالجة بمياه البحر - سيدي فرج	02
16	مؤسسة التسيير الحموي - حمام ريغة	01
17	المؤسسة السياحية للقبائل	03
مجموع الوحدات السياحية		73



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

REPUBLIQUE ALGÉRIENNE DÉMOCRATIQUE ET POPULAIRE

Ministère du Tourisme et de l'Artisanat

LE MINISTRE

وزارة السياحة والصناعة التقليدية

الوزير

مقرر رقم 129 مؤرخ في 23 تموز 2021 الموافق يحدد مهام وتنظيم اللجان الفرعية التقنية المكلفة بمتابعة والمصادقة على تنفيذ المشروع المتعلق بالصفقة العمومية رقم 04-21 الخاصة باقتناء وتركيب الحل WAN ووضعه حيز الخدمة لفائدة وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي

إن وزير السياحة والصناعة التقليدية،

- بمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 15-247 المؤرخ في 2 ذي الحجة عام 1436 الموافق 16 سبتمبر 2015، المتضمن تنظيم الصفقات العمومية وتفويضات المرفق العام،
- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 21-281 المؤرخ في 26 ذي القعدة عام 1442 الموافق 7 يوليو 2021 والمتضمن تعيين أعضاء الحكومة،
- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 10-257 المؤرخ في 12 ذي القعدة عام 1431 الموافق 20 أكتوبر سنة 2020 والمتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية وتحديد مهامها وتنظيمها، المعدل والمتمم،
- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 16-05 المؤرخ في 29 ربيع الأول عام 1437 الموافق 10 يناير 2016 والذي يحدد صلاحيات وزير السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي، المعدل والمتمم،
- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 16-06 المؤرخ في 29 ربيع الأول عام 1437 الموافق 10 يناير 2016 والمتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي، المعدل والمتمم،
- وبمقتضى الإرسال رقم 178 المؤرخ في 17 جاتفي 2021، والمتضمن موافقة مجلس الحكومة المنعقد بتاريخ 30 ديسمبر 2020، على إبرام مشاريع صفقات وفق إجراء التراخي البسيط، مع المؤسسة العمومية لدعم وتطوير الرقمنة «EADN»، لرقمنة وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي،
- وبمقتضى الصفقة العمومية رقم 04-21 المؤرخة في 24 ماي 2021، والمتضمنة اقتناء وتركيب ووضع حيز الخدمة الحل WAN لفائدة وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي، لاسيما المواد 8، 11 و12 منها.
- وبناء على أمر بدء الخدمة رقم 04-21 المؤرخ في 31 ماي 2021، والمتعلق بالصفقة العمومية رقم 04-21، المذكورة أعلاه،

يقرر ما يأتي:

المادة الأولى: تطبيقاً لأحكام المواد 8، 11 و12 من الصفحة العمومية رقم 04-21 المؤرخة في 24 ماي 2021، والمذكورة أعلاه، يهدف هذا المقرر إلى تحديد مهام وتنظيم اللجان الفرعية التقنية المكلفة بمتابعة والمصادقة على تنفيذ المشروع المتعلق باقتناء وتركيب الحل WAN ووضعه حيز الخدمة لفائدة وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي، والتي تدعى في صلب النص "اللجان الفرعية".

المادة 2: تنظم اللجان الفرعية، المذكورة في المادة الأولى أعلاه، كما يأتي:

- اللجنة الفرعية للمجال المتعلق بمتابعة وضع نظام خاص بنشاطات قطاع السياحة، يرأسها المدير العام للسياحة،

- اللجنة الفرعية للمجال المتعلق بمتابعة وضع نظام خاص بنشاطات قطاع الصناعة التقليدية يرأسها المدير العام للصناعة التقليدية والحرف،

- اللجنة الفرعية للمجال المتعلق بمتابعة وضع نظام اليقظة الخاص بقطاع السياحة، يرأسها مدير التهيئة السياحية والمحافظة على العقار السياحي ممثل المدير العام للسياحة،

- اللجنة الفرعية للمجال المتعلق بمتابعة وضع نظام الاعلام الجغرافي القطاعي، يرأسها مدير الحمامات المعدنية والنشاطات الحموية ممثل المدير العام للسياحة،

- اللجنة الفرعية للمجال المتعلق بمتابعة وضع نظام التجهيز القطاعي، يرأسها مدير الدراسات الاقتصادية والتخطيط،

- اللجنة الفرعية للمجال المتعلق بمتابعة خدمات الاعلام الآلي، ترأسها مديرة المنظومات الإعلامية والإحصائيات، والتي تشمل:

• تشخيص وضعية نظام المعلوماتي الحالي وتحديد النظام المستهدف.

• وضع البنية التحتية المعلوماتية للإدارة المركزية للوزارة.

• حل الأمني وربط الشبكة المعلوماتية.

• نظام المساعد على اتخاذ القرار.

• بوابة إلكترونية للخدمات الإدارية.

• منصة إنترنت التعاونية (إدارتي).

• نظام تسيير البريد الوارد والصادر.

• نظام لاستحداث وتسيير الاستثمارات الديناميكية الإلكترونية.

• تطبيق خاص بالتواصل المرئي عن بعد.

• نظام لتسيير خدمات الاعلام الآلي وحظيرة المعلوماتية للقطاع.

- اللجنة الفرعية للمجال المتعلق بمتابعة وضع نظام تسيير الأرشيف والوثائق الإدارية، يرأسها مدير التنظيم والشؤون القانونية والوثائق،



- اللّجنة الفرعية للمجال المتعلق بمتابعة وضع منصة رقمية خاصة بميدان التعاون لقطاع السياحة والصناعة التقليدية، ترأسها مديرة الاتصال والتعاون،
- اللّجنة الفرعية للمجال المتعلق بمتابعة الأنظمة المسيرة لنشاطات الإدارة العامة والوسائل، يرأسها مدير الإدارة العامة والوسائل، والتي تشمل:

✓ نظام تسيير الموارد البشرية. RH

- نظام تسيير الميزانية والمحاسبة العمومية.
- نظام تسيير ملفات اللجنة القطاعية للصفقات العمومية.
- نظام التسيير اللوجستيكي.
- بوابة نشر الصفقات العمومية للوزارة.

المادة 3: تتكفل اللجان الفرعية كل فيما يخصها بالمهام الآتية:

- تزويد فرق عمل المتعامل المتعاقد "مؤسسة دعم وتطوير الرقمنة"، بكل المعلومات والوثائق اللازمة لتجسيد المجال المرتبط بنشاطها،
- القيام بفحص وإبداء الرأي في مختلف الأعمال المستلمة من المتعامل المتعاقد ذات الصلة بمراحل إنجاز المجال، في أجل قدره عشرين (20) يوماً تقويمياً، ابتداء من تاريخ استلامها.
- المصادقة على التقارير المرحلية عند استكمال كل مرحلة من مراحل المجال، لتقديمها إلى مصالح مديرية المنظومات الإعلامية والإحصائيات.
- السهر على استكمال المجال، في آجاله الزمنية المحددة في الصيغة المذكورة أعلاه، والمصادقة النهائية على استلامه.

المادة 4: تجتمع اللجان الفرعية بناء على طلب من رئيسها كلما اقتضت الضرورة إلى ذلك.

المادة 5: تتكون اللجان الفرعية على أقل من ثلاثة (3) أعضاء، حسب مجال اختصاصها، ويتولى الرئيس تعيين أعضائها.

المادة 6: يمكن للجان الفرعية الاستعانة بكل شخص من شأنه مساعدتها في أشغالها.

المادة 7: تعد اللجان الفرعية نظامها الداخلي وتصادق عليه، وتضمن كل لجنة فرعية أمانتها التقنية.

المادة 8: ترسل اللجان الفرعية الاقتراحات والآراء والتقارير المرحلية لأعمال المنجزة والمصادق عليها، إلى المديرية المكلفة بالمنظومات الإعلامية.

المادة 9: يكلف مدير الإدارة العامة والوسائل بتوفير كل الوسائل الضرورية قصد تمكين اللجان الفرعية، من أداء مهامها في أحسن الظروف.

المادة 10: ينشر هذا المقرر في التشرة الرسمية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية.

الجزائر، في 23 أفريل 2021



وزير السياحة والصناعة التقليدية
ياسين بجاوي

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'enseignement supérieur
et de la recherche scientifique
Université de Boumerdès Faculté des
Sciences Économiques Commerciales et
des Sciences de Gestion



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة أمحمد بوقرة *بومرداس*

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية

وعلوم التسيير

الموضوع : استبيان للقيام بدراسة ضمن متطلبات إعداد أطروحة دكتوراه بعنوان:

دور الإدارة الإلكترونية في ترقية قطاع السياحة في الجزائر

دراسة استشرافية -

تحت اشراف البروفيسور : شعباني مجيد

من اعداد الطالبة: مزوار منوبة

سيدي الفاضل / سيدي الفاضلة

لإبراز أهمية ودور الإدارة الإلكترونية في النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر، نضع بين ايديكم هذا الاستبيان، وأتمنى من سيادتكم المحترمة الإجابة عنه بكل موضوعية وصنق، وكل اجاباتكم ستكون موضع سرية تامة وأمانة في التحليل ولن تستخدم الا من اجل إتمام البحث العلمي.

أقدر واثمن عاليا مساهمتكم بالإجابة على هذا الاستبيان من اجل استكمال العمل واشكركم مسبقا على تعاونكم ووقتكم الثمين.

السنة الدراسية 2023/2022

ملاحظة: كل الأسئلة في هذا الاستبيان موجهة الى مدير الوكالة

المحور الأول : محور البيانات الشخصية

1. الجنس

ذكر انثى

2. السن

31_21 41_32 51_42 52 فما فوق

3. المستوى التعليمي

ليسانس ماجستير معاهد عليا للسياحة دكتوراه

4. سنوات الخبرة في القطاع السياحي

5_0 10_6 15_11 20_16 21 سنة فما فوق

5. عمر الوكالة (سنوات عملها في السوق)

3_0 7_4 11_8 15_12 19_16 20 سنة فما فوق

6. كيف تم انشاء وكالتكم

بالطريقة التقليدية باستخدام الطريقة الالكترونية الموفرة عبر بوابة الخدمة العمومية السياحية

7. قدرة التحكم في المعدات والبرامج الالكترونية

ضعيفة حسنة جيدة

8. مصدر التحكم في المعدات والبرامج الالكترونية

مكتسبات قبلية من أيام الدراسة دورات تكوينية متخصصة تعلم ذاتي

المحور الثاني : واقع تطبيق الإدارة الالكترونية في الوكالات السياحية (أجب على العبارات التالية
بوضع علامة x في الخانة المناسبة)

الرقم	العبرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غ/موافق بشدة
عتاد الحاسوب						
1	تتوفر الوكالة على حواسيب حديثة وفي حالة جيدة					
2	تتوفر الوكالة على كافة الأجهزة الملحقة من imprimant, scanner, fax, لاتمام عمل الحواسيب					
3	تتوفر الوكالة على العدد الكافي للحواسيب (كل موظف بحاسوب) الذي يساعد في إتمام اعمالها					
4	تسهر الوكالة على القيام بصيانة دورية للعتاد الالكتروني					
5	توفر أجهزة الحاسوب المستعملة معالجة سريعة ودقيقة للبيانات					
البرامج والتطبيقات						
6	تستخدم الوكالة برامج متخصصة في تسيير شؤونها الداخلية(برامج أجور ، برامج محاسبة، برامج أرشيف)					
7	توفر الوكالة نظم تشغيل أصلية ومعالجة أصلية للمعلومات مناسبة للحواسيب المتوفرة (Word, Excel, Windows,)					
8	تملك الوكالة نظام للحجز الالكتروني لمنتجاتها					
9	تتيح الوكالة إمكانية الدفع الالكتروني لزيائنها					
10	تستخدم الوكالة تطبيقات وأنظمة الدفع الالكتروني مع مختلف المتعاملين(فنادق, شركات النقل, ...)					
11	تقوم الوكالة بتحديث برمجياتها وانظمتها بانتظام					
12	تستخدم الوكالة برامج لضمان حماية وأمن المعلومات ومنع اختراق نظم الحجز والدفع الالكتروني					
13	تفكر الوكالة في تطوير تطبيقات تساهم في تدعيم سياحة الجوال (M. Tourisme					
شبكات الاتصال وفعالية استخدامها						
14	تتوفر الوكالة على اشتراك انترنت عالي التدفق					
15	تملك الوكالة شبكة داخلية لتبادل المعلومات وتوفيرها في الوقت الحقيقي intranet					
16	ترتبط الوكالة بجميع الأطراف الذين تتعامل معهم بشبكة خارجية extranet					
17	تملك الوكالة موقع الكتروني محين ويحوي جميع المعلومات والخدمات التي توفرها					
18	تملك الوكالة حسابات على مختلف منصات التواصل الاجتماعي(الفاييس، التويتتر، انستغرام...)					
19	تستخدم الوكالة موقعها الالكتروني ومختلف حساباتها على مواقع التواصل الاجتماعي من أجل الترويج لمنتجاتها					
20	تستخدم الوكالة حساباتها على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع عملائها					

					تمتلك الوكالة ايميل نشيط تستخدمه في التواصل مع عملائها واتمام بيع الخدمة وتحويل الوثائق	21
					تتعامل الوكالة مع مختلف مقدمي الخدمات السياحية (مكاتب تأجير السيارات، مطاعم، شركات نقل، فنادق،) عن طريق الأنترنت	22
					يتواصل عمال الوكالة مع بعضهم البعض باستخدام الأنترنت (مسنجر، فايبر، انستغرام.....)	23
					تستعمل الوكالة موقعها الالكتروني ومختلف حساباتها في منصات التواصل الاجتماعي كأداة يقظة ومتابعة لعملائها، منافسيها، ومختلف الفاعلين في قطاع السياحة	24
صناع المعرفة						
					هناك إرادة ودعم من قبل مسؤولي الوكالة لتطبيق مدخل الإدارة الالكترونية	25
					يتمتع موظفي الوكالة بكفاءة وفعالية في مجال العمل الالكتروني	26
					تهتم الوكالة بتوظيف ذوي الخبرة والكفاءة في مجال البرمجيات والتطبيقات الخاصة بالسياحة	27
					تتوفر الوكالة على اختصاصين في امن المعلومات	28
					تهتم الوكالة بالقيام بدورات تكوينية للعمال في مجال الإدارة الالكترونية	29
					تتوفر الوكالة على عمال قادرين على تطوير البرمجيات المستخدمة في العمل	30
					هناك عمال في الوكالة قادرين على تسيير موقع الوكالة وتحديثه بكفاءة	31

المحور الثالث: مساهمة الإدارة الالكترونية للوكالات السياحية في ترقية السياحة في الجزائر

الرقم	العبرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
المساهمة في التعريف بوجهة الجزائر السياحية						
1	تعمل الوكالة من خلال موقعها الالكتروني ومختلف حساباتها على مواقع التواصل الاجتماعي على التعريف بالمواقع السياحية للجزائر					
2	تحرص الوكالة على تطوير منتجات سياحية جديدة تساهم في ترغيب الأجانب والمحليين بالجزائر كوجهة سياحية					
3	تحرص الوكالة دائما على اعداد مسارات سياحية جديدة وعرضها على مواقعها ومختلف حساباتها على مواقع التواصل بغية الترويج للسياحة الداخلية					
4	تسهل الوصول الى اعداد كبيرة من الزبائن لم يكن الوصول اليهم متاح قبلا					
5	تساهم في الرفع من عدد السواح الخارجيين منهم خاصة					

الرفع من جودة الخدمة المقدمة من طرف الوكالة					
1					تساهم في تقديم الخدمة بشكل صحيح
2					تساهم في تقديم الخدمة في المواعيد المحددة لها
3					تسرع في انتهاء المعاملات
4					تجعل الرد على استفسارات الزبائن واسئلتهم يكون في الوقت الحقيقي
5					تسهل عملية اعداد بحوث التسويق لمعرفة احتياجات الزبائن
6					مستوى التكنولوجيا المعتمد في الوكالة يساهم في كسب الزبائن وولائهم ورفع مستوى رضاهم
7					تبني السياحة الالكترونية يعطي شعورا بالثقة والأمان للزبون في الخدمة المقدمة ومقدمها
8					تساهم في تخفيض الأسعار وجعلها أكثر تنافسية
تسريع عملية التواصل مع الأطراف الفاعلة					
1					تسهل وتسرع عملية التواصل مع الوزارة الوصية بمختلف هياكلها خاصة بعد انشاء موقع بوابة الخدمة العمومية السياحية
2					تساهم في اشراك جميع الفاعلين في القطاع السياحي في عملية تخطيط وتنشيط السياحة الوطنية
3					تسرع عملية انتقال المعلومة بين مختلف الفاعلين في القطاع السياحي
4					تسهل عملية التعاون بين مختلف الوكالات السياحية

المحور الرابع: معوقات الإدارة الالكترونية من وجهة نظر الوكالات السياحية

ضع علامة X في الخانة المناسبة

الرقم	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
معوقات إدارية						
1	عدم الاقتناع بضرورة تبني الإدارة الالكترونية					
2	ضعف التخطيط والتنسيق من أجل تطبيق الإدارة الالكترونية					
3	غموض المفهوم وعدم وضوح الرؤية المستقبلية لتطبيق الإدارة الالكترونية					
معوقات بشرية						
1	عدم توفر الوكالة على عمال أكفاء للتطبيق الإداري الإلكتروني					
2	عزوف العمال عن استخدام التكنولوجيا الالكترونية خوفا من الوقوع في الأخطاء					
3	عدم وجود رغبة لدى عمال الوكالة للتكوين والتدريب في مجال الإدارة الالكترونية					
4	ضعف المهارات اللغوية خاصة الإنجليزية ما يصعب المعاملات الالكترونية على العمال					
5	قلة الثقة في التعاملات الالكترونية لدى الزبائن					
معوقات مالية						

					9	غلاء أسعار عتاد الإدارة الالكترونية (حواسيب، طابعات، فاكسالخ)
					10	ارتفاع تكلفة انشاء موقع الكتروني وادارته
					11	غلاء أسعار البرمجيات والتطبيقات المختلفة التي تستخدم في الإدارة الالكترونية
					12	عدم وجود ميزانية كافية لتطبيق الإدارة الالكترونية
معوقات تقنية						
					13	ضعف مستوى البنية التحتية اللازمة لتطبيق الإدارة الالكترونية
					14	ضعف سرعة تدفق الانترنت
					15	قلة كفاءة أجهزة الحاسوب المتوفرة في الوكالة
					16	ضعف الصيانة والمتابعة للأجهزة والبرمجيات
معوقات قانونية وأمنية						
					17	عدم وجود إطار قانوني شامل يحكم التجارة الالكترونية
					18	عدم وجود قوانين توطر وتحمي عمليات الدفع الالكتروني
					19	الخوف من اختراق أنظمة الحجز والدفع الالكتروني
					20	عدم توفر الوكالة على خبراء في امن المعلومات للتصدي لعمليات الاختراق

الملحق رقم 8

توزيع وكالات السياحة والاسفار حسب الولايات للثلاثي الأول لسنة 2022

الولايات	الوكالات السياحية الام		الفروع		المجموع	
	عدد	مناصب الشغل	عدد	مناصب الشغل	عدد الوكالات	%
أدرار	23	46	3	6	26	0,60
الشلف	33	150	17	34	50	1,15
الاغواط	17	51	9	18	26	0,60
أم البواقي	52	103	11	25	63	1,44
باتنة	78	274	18	32	96	2,20
بجاية	62	128	18	43	80	1,83
بسكرة	43	86	15	30	58	1,33
بشار	6	20	10	12	16	0,37
البلدية	96	152	31	62	127	2,91
البويرة	37	131	3	6	40	0,92
تامنغست	93	237	2	11	95	2,18
تبسة	51	110	4	8	55	1,26
تلمسان	101	214	27	54	128	2,93
تيارت	26	52	10	20	36	0,82
تيزي وزو	81	192	6	12	87	1,99
الجزائر	1139	4151	142	284	1281	29,35
الخالفة	27	78	12	24	39	0,89
حيجل	48	110	6	13	54	1,24
سطيف	193	401	41	82	234	5,36
سعيدة	14	41	6	9	20	0,46
سكيكدة	34	84	15	43	49	1,12
سيدي بلعباس	53	144	9	24	62	1,42
عناية	129	218	6	19	135	3,09
قالمة	41	83	9	18	50	1,15
قسنطينة	142	331	21	53	163	3,74
المدية	26	43	19	39	45	1,03
مستغانم	57	143	11	36	68	1,56
المسيلة	37	137	15	46	52	1,19
معسكر	39	78	12	24	51	1,17
ورقاة	43	127	7	16	50	1,15
وهران	265	523	68	132	333	7,63
البيض	15	39	5	14	20	0,46
اليزي	10	18	0	0	10	0,23
برج بوعريش	82	153	20	41	102	2,34
بومرداس	56	131	8	38	64	1,47
الطارف	15	33	5	12	20	0,46

9	0,05	2	0	0	9	2	تندوف
31	0,27	12	8	3	23	9	تيسمسيلت
124	1,42	62	17	9	107	53	الوادي
48	0,53	23	23	14	25	9	خنشلة
65	0,78	34	16	8	49	26	سوق أهراس
139	1,28	56	15	6	124	50	تيزازة
110	1,15	50	27	15	83	35	مبابة
97	0,87	38	12	5	85	33	عين الدفلى
28	0,32	14	9	5	19	9	النعامه
84	0,71	31	15	5	69	26	عين تيموشنت
103	0,71	31	19	7	84	24	غرداية
144	0,96	42	36	13	108	29	غليزان
26	0,21	9	8	2	18	7	تيميمون
2	0,02	1	0	0	2	1	برج باجي مختار
8	0,09	4	4	2	4	2	أولاد جلال
5	0,02	1	0	0	5	1	بني عباس
8	0,11	5	0	0	8	5	عين صالح
0	0,00	0	0	0	0	0	إن قزام
22	0,30	13	0	0	22	13	توقرت
90	1,03	45	0	0	90	45	جانت
7	0,09	4	1	1	6	3	المغير
4	0,05	2	0	0	4	2	المنيعه
11506	100,00%	4364	1550	716	9956	3648	المجموع

RELIABILITY

/VARIABLES=م4س1 م4س2 م4س3 م4س4 م4س5 م4س6 م4س7 م4س8 م4س9 م4س10 م4س11 م4س12 م4س13 م4س14 م4س15
 م4س16 م4س17 م4س18 م4س19 م4س20
 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
 /MODEL=ALPHA.

Remarques

Résultat obtenu		18-Mar-2023 12:05:55
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\hpn\OneDrive\Documents\ملف التحليل نتائج spss\نتائج المذكرة\الدكتوراه مشروع الصحيحة.sav
	Filtrer	<aucune>
	Poids	<aucune>
	Scinder fichier	<aucune>
	N de lignes dans le fichier de travail	115
	Entrée de la matrice	
Gestion des valeurs manquantes	Définition de valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme manquantes.
	Observations prises en compte	Les statistiques reposent sur l'ensemble des observations dotées de données valides pour toutes les variables dans la procédure.
Syntaxe		RELIABILITY /VARIABLES=م4س1 م4س2 م4س3 م4س4 م4س5 م4س6 م4س7 م4س8 م4س9 م4س10 م4س11 م4س12 م4س13 م4س14 م4س15 م4س16 م4س17 م4س18 م4س19 م4س20 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Ressources	Temps de processeur	00 00:00:00.000
	Temps écoulé	00 00:00:00.000

C:\Users\hpn\OneDrive\Documents\ملف التحليل نتائج spss\نتائج المذكرة\الدكتوراه مشروع الصحيحة.sav

Echelle : TOUTES LES VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	115	100.0
	Exclus ^a	0	.0
	Total	115	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.910	20

RELIABILITY

/VARIABLES=م2س1 م2س2 م2س3 م2س4 م2س5
 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
 /MODEL=ALPHA.

Fiabilité

Remarques

Résultat obtenu		18-Mar-2023 12:20:13
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\hpn\OneDrive\Documents\ملف التحليل نتائج spss\نتائج المذكرة\الدكتوراه مشروع الصحيحة.sav
	Filtrer	<aucune>
	Poids	<aucune>
	Scinder fichier	<aucune>

	N de lignes dans le fichier de travail	115
	Entrée de la matrice	
Gestion des valeurs manquantes	Définition de valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme manquantes.
	Observations prises en compte	Les statistiques reposent sur l'ensemble des observations dotées de données valides pour toutes les variables dans la procédure.
Syntaxe		RELIABILITY /VARIABLES=م2س1 م2س2 م2س3 م2س4 م2س5 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Ressources	Temps de processeur	00 00:00:00.000
	Temps écoulé	00 00:00:00.000

C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف\المذكرة\الدكتوراه مشروع\نتائج spss\التحليل نتائج\المصححة.sav

Echelle : TOUTES LES VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Observations Valide	115	100.0
Exclus ^a	0	.0
Total	115	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.779	5

RELIABILITY

```
/VARIABLES=م2س6 م2س7 م2س8 م2س9 م2س10 م2س11 م2س12 م2س13
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Remarques

Résultat obtenu		18-Mar-2023 12:21:31
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف\التحليل نتائج\المذكرة\الدكتوراه مشروع\نتائج spss\التحليل نتائج\المصححة.sav
	Filtrer	<aucune>
	Poids	<aucune>
	Scinder fichier	<aucune>
	N de lignes dans le fichier de travail	115
	Entrée de la matrice	
Gestion des valeurs manquantes	Définition de valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme manquantes.
	Observations prises en compte	Les statistiques reposent sur l'ensemble des observations dotées de données valides pour toutes les variables dans la procédure.

Syntaxe		RELIABILITY /VARIABLES=م2س6 م2س7 م2س8 م2س9 م2س10 م2س11 م2س12 م2س13 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Ressources	Temps de processeur	00 00:00:00.000
	Temps écoulé	00 00:00:00.000

Echelle : TOUTES LES VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	115	100.0
	Exclus ^a	0	.0
	Total	115	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.723	8

RELIABILITY

/VARIABLES=م2س7 م2س8 م2س9 م2س10 م2س11 م2س12 م2س13 م2س14 م2س15 م2س16 م2س17 م2س18 م2س19 م2س20
م2س21 م2س22 م2س23 م2س24
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

Remarques

Résultat obtenu		18-Mar-2023 13:31:18
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\hpl\OneDrive\Documents\ملف التحليل نتائج spss\نتائج المنكراه مشروع الصحیحة.sav
	Filtrer	<aucune>
	Poids	<aucune>
	Scinder fichier	<aucune>
	N de lignes dans le fichier de travail	115
	Entrée de la matrice	
Gestion des valeurs manquantes	Définition de valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme manquantes.
	Observations prises en compte	Les statistiques reposent sur l'ensemble des observations dotées de données valides pour toutes les variables dans la procédure.
Syntaxe		RELIABILITY /VARIABLES=م2س7 م2س8 م2س9 م2س10 م2س11 م2س12 م2س13 م2س14 م2س15 م2س16 م2س17 م2س18 م2س19 م2س20 م2س21 م2س22 م2س23 م2س24 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Ressources	Temps de processeur	00 00:00:00.000
	Temps écoulé	00 00:00:00.000

RELIABILITY

/VARIABLES=م2س14 م2س15 م2س16 م2س17 م2س18 م2س19 م2س20 م2س21 م2س22 م2س23 م2س24
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA.

Fiabilité

		Remarques	
Résultat obtenu			18-Mar-2023 13:33:41
Commentaires			
Entrée	Données	C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف التحليل نتائج spss\نتائج المذكرة\الدكتوراه مشروع الصحيحة.sav	
	Filtrer	<aucune>	
	Poids	<aucune>	
	Scinder fichier	<aucune>	
	N de lignes dans le fichier de travail		115
	Entrée de la matrice		
Gestion des valeurs manquantes	Définition de valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme manquantes.	
	Observations prises en compte	Les statistiques reposent sur l'ensemble des observations dotées de données valides pour toutes les variables dans la procédure.	
Syntaxe		RELIABILITY /VARIABLES=م2س14 م2س15 م2س16 م2س17 م2س18 م2س19 م2س20 م2س21 م2س22 م2س23 م2س24 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.	
Ressources	Temps de processeur		00 00:00:00.000
	Temps écoulé		00 00:00:00.000

C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف التحليل نتائج spss\نتائج المذكرة\الدكتوراه مشروع الصحيحة.sav

Echelle : TOUTES LES VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	115	100.0
	Exclus ^a	0	.0
	Total	115	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.777	11

RELIABILITY
/VARIABLES=م2س25 م2س26 م2س27 م2س28 م2س29 م2س30 م2س31
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

Fiabilité

Remarques

Résultat obtenu		18-Mar-2023 13:35:33
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف التحليل نتائج spss\نتائج المنكزة\الدكتوراه مشروع الصحيحة.sav
	Filtrer	<aucune>
	Poids	<aucune>
	Scinder fichier	<aucune>
	N de lignes dans le fichier de travail	115
Gestion des valeurs manquantes	Entrée de la matrice	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme manquantes.
	Définition de valeur manquante	Les statistiques reposent sur l'ensemble des observations dotées de données valides pour toutes les variables dans la procédure.
	Observations prises en compte	RELIABILITY /VARIABLES=م2س25 م2س26 م2س27 م2س28 م2س29 م2س30 م2س31 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Syntaxe		
Ressources	Temps de processeur	00 00:00:00.000
	Temps écoulé	00 00:00:00.000

C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف التحليل نتائج spss\نتائج المنكزة\الدكتوراه مشروع الصحيحة.sav

Echelle : TOUTES LES VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	115	100.0
	Exclus ^a	0	.0
	Total	115	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.815	7

RELIABILITY

```

/VARIABLES=م2س1 م2س2 م2س3 م2س4 م2س5 م2س6 م2س7 م2س8 م2س9 م2س10 م2س11 م2س12 م2س13 م2س14 م2س15
م2س16 م2س17 م2س18 م2س19 م2س20
م2س21 م2س22 م2س23 م2س24 م2س25 م2س26 م2س27 م2س28 م2س29 م2س30 م2س31
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

```

Fiabilité

Remarques

Résultat obtenu	18-Mar-2023 13:36:40
Commentaires	

Entrée	Données	C:\Users\hpl\OneDrive\Documents\ملف التحليل نتائج spss نتائج المذكرة الدكتوراه مشروع الصحيحة.sav	
	Filtrer	<aucune>	
	Poids	<aucune>	
	Scinder fichier	<aucune>	
	N de lignes dans le fichier de travail		115
Gestion des valeurs manquantes	Entrée de la matrice	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme manquantes.	
	Définition de valeur manquante	Les statistiques reposent sur l'ensemble des observations dotées de données valides pour toutes les variables dans la procédure.	
	Observations prises en compte	RELIABILITY /VARIABLES=م2س1 م2س2 م2س3 م2س4 م2س5 م2س6 م2س7 م2س8 م2س9 م2س10 م2س11 م2س12 م2س13 م2س14 م2س15 م2س16 م2س17 م2س18 م2س19 م2س20 م2س21 م2س22 م2س23 م2س24 م2س25 م2س26 م2س27 م2س28 م2س29 م2س30 م2س31 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.	
Ressources	Temps de processeur		00 00:00:00.000
	Temps écoulé		00 00:00:00.000

C:\Users\hpl\OneDrive\Documents\ملف التحليل نتائج spss نتائج المذكرة الدكتوراه مشروع الصحيحة.sav

Echelle : TOUTES LES VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	115	100.0
	Exclus ^a	0	.0
	Total	115	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.896	31

RELIABILITY

/VARIABLES=م3س1 م3س2 م3س3 م3س4 م3س5
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

Fiabilité

Remarques

Résultat obtenu		18-Mar-2023 15:02:18
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\hpl\OneDrive\Documents\ملف التحليل نتائج spss نتائج المذكرة الدكتوراه مشروع الصحيحة.sav
	Filtrer	<aucune>

Syntaxe	Observations prises en compte	Les statistiques reposent sur l'ensemble des observations dotées de données valides pour toutes les variables dans la procédure. RELIABILITY /VARIABLES=م3س6 م3س7 م3س8 م3س9 م3س10 م3س11 م3س12 م3س13 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Ressources	Temps de processeur	00 00:00:00.000
	Temps écoulé	00 00:00:00.003

C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف المشروع الدكتوراه\المذكرة\نتائج\spss\التحليل نتائج الصحيحة.sav

Echelle : TOUTES LES VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	115	100.0
	Exclus ^a	0	.0
	Total	115	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.809	8

```
RELIABILITY
/VARIABLES=م3س14 م3س15 م3س16 م3س17
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Fiabilité

Remarques

Résultat obtenu		18-Mar-2023 15:04:22
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف التحليل نتائج\spss\نتائج المذكرة الدكتوراه مشروع الصحيحة.sav
	Filtrer	<aucune>
	Poids	<aucune>
	Scinder fichier	<aucune>
	N de lignes dans le fichier de travail	115
Gestion des valeurs manquantes	Entrée de la matrice	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme manquantes.
	Définition de valeur manquante	
	Observations prises en compte	Les statistiques reposent sur l'ensemble des observations dotées de données valides pour toutes les variables dans la procédure.

Syntaxe		RELIABILITY /VARIABLES=م3س14 م3س15 م3س16 م3س17 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Ressources	Temps de processeur Temps écoulé	00 00:00:00.016 00 00:00:00.003

C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف الصحيح التحليل نتائج\spss\نتائج\المذكرة\الدكتوراه مشروع ملف.sav

Echelle : TOUTES LES VARIABLES

		N	%
Observations	Valide	115	100.0
	Exclus ^a	0	.0
	Total	115	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.876	4

```
RELIABILITY
/VARIABLES=م3س1 م3س2 م3س3 م3س4 م3س5 م3س6 م3س7 م3س8 م3س9 م3س10 م3س11 م3س12 م3س13 م3س14 م3س15
م3س16 م3س17
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Fiabilité

Remarques		18-Mar-2023 15:05:14
Résultat obtenu		
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف الصحيح التحليل نتائج\spss\نتائج\المذكرة\الدكتوراه مشروع ملف.sav
	Filtrer	<aucune>
	Poids	<aucune>
	Scinder fichier	<aucune>
	N de lignes dans le fichier de travail	115
	Entrée de la matrice	
Gestion des valeurs manquantes	Définition de valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme manquantes.
	Observations prises en compte	Les statistiques reposent sur l'ensemble des observations dotées de données valides pour toutes les variables dans la procédure.
Syntaxe		RELIABILITY /VARIABLES=م3س1 م3س2 م3س3 م3س4 م3س5 م3س6 م3س7 م3س8 م3س9 م3س10 م3س11 م3س12 م3س13 م3س14 م3س15 م3س16 م3س17 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.

Ressources	Temps de processeur	00 00:00:00.016
	Temps écoulé	00 00:00:00.004

C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف المشروع الدكتوراه\المذكرة\نتائج spss\التحليل نتائج\المصححة.sav

Echelle : TOUTES LES VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	115	100.0
	Exclus ^a	0	.0
	Total	115	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.902	17

RELIABILITY

```

/VARIABLES=م4س1 م4س2 م4س3
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

```

Fiabilité

Remarques

		18-Mar-2023 15:22:40
Résultat obtenu		
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف المشروع الدكتوراه\المذكرة\نتائج spss\التحليل نتائج\المصححة.sav
	Filtrer	<aucune>
	Poids	<aucune>
	Scinder fichier	<aucune>
	N de lignes dans le fichier de travail	115
	Entrée de la matrice	
Gestion des valeurs manquantes	Définition de valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme manquantes.
	Observations prises en compte	Les statistiques reposent sur l'ensemble des observations dotées de données valides pour toutes les variables dans la procédure.
Syntaxe		RELIABILITY /VARIABLES=م4س1 م4س2 م4س3 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Ressources	Temps de processeur	00 00:00:00.015
	Temps écoulé	00 00:00:00.005

C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف المشروع الدكتوراه\المذكرة\نتائج spss\التحليل نتائج\المصححة.sav

Echelle : TOUTES LES VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	115	100.0
	Exclus ^a	0	.0
	Total	115	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.807	3

RELIABILITY

/VARIABLES=م4س4 م4س5 م4س6 م4س7 م4س8
 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
 /MODEL=ALPHA.

Fiabilité

Remarques

		18-Mar-2023 15:23:51
Résultat obtenu		
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\hpl\OneDrive\Documents\ملف التحليل نتائج spss\نتائج المذكرة\الدكتوراه مشروع الصحيحة.sav
	Filtrer	<aucune>
	Poids	<aucune>
	Scinder fichier	<aucune>
	N de lignes dans le fichier de travail	115
	Entrée de la matrice	
Gestion des valeurs manquantes	Définition de valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme manquantes.
	Observations prises en compte	Les statistiques reposent sur l'ensemble des observations dotées de données valides pour toutes les variables dans la procédure.
Syntaxe		RELIABILITY /VARIABLES=م4س4 م4س5 م4س6 م4س7 م4س8 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Ressources	Temps de processeur	00 00:00:00.000
	Temps écoulé	00 00:00:00.007

C:\Users\hpl\OneDrive\Documents\ملف التحليل نتائج spss\نتائج المذكرة\الدكتوراه مشروع الصحيحة.sav

Echelle : TOUTES LES VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	115	100.0

Exclus ^a	0	.0
Total	115	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.813	5

RELIABILITY

/VARIABLES=م4س9 م4س10 م4س11 م4س12 م4س13
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

Fiabilité

Remarques		18-Mar-2023 15:24:52
Résultat obtenu		
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف التحليل نتائج spss\نتائج المذكرة\الدكتوراه مشروع الصحيحة.sav
	Filtrer	<aucune>
	Poids	<aucune>
	Scinder fichier	<aucune>
	N de lignes dans le fichier de travail	115
	Entrée de la matrice	
Gestion des valeurs manquantes	Définition de valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme manquantes.
	Observations prises en compte	Les statistiques reposent sur l'ensemble des observations dotées de données valides pour toutes les variables dans la procédure.
Syntaxe		RELIABILITY /VARIABLES=م4س9 م4س10 م4س11 م4س12 م4س13 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Ressources	Temps de processeur	00 00:00:00.000
	Temps écoulé	00 00:00:00.005

C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف التحليل نتائج spss\نتائج المذكرة\الدكتوراه مشروع الصحيحة.sav

RELIABILITY

/VARIABLES=م4س14 م4س15 م4س16 م4س17
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

Fiabilité

Remarques		18-Mar-2023 15:26:07
Résultat obtenu		
Commentaires		

Entrée	Données	C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف التحليل نتائج spss\نتائج المذكرة\الدكتوراه مشروع الصحيحة.sav	
	Filtrer	<aucune>	
	Poids	<aucune>	
	Scinder fichier	<aucune>	
	N de lignes dans le fichier de travail		115
Gestion des valeurs manquantes	Entrée de la matrice	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme manquantes.	
	Définition de valeur manquante	Les statistiques reposent sur l'ensemble des observations dotées de données valides pour toutes les variables dans la procédure.	
	Observations prises en compte	RELIABILITY /VARIABLES=م4س14 م4س15 م4س16 م4س17 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.	
Syntaxe			
Ressources	Temps de processeur		00 00:00:00.000
	Temps écoulé		00 00:00:00.002

C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف التحليل نتائج spss\نتائج المذكرة\الدكتوراه مشروع الصحيحة.sav

Echelle : TOUTES LES VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	115	100.0
	Exclus ^a	0	.0
	Total	115	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.755	4

RELIABILITY
/VARIABLES=م4س9 م4س10 م4س11 م4س12
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

Fiabilité

Remarques

Résultat obtenu		18-Mar-2023 15:33:37
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف التحليل نتائج spss\نتائج المذكرة\الدكتوراه مشروع الصحيحة.sav
	Filtrer	<aucune>
	Poids	<aucune>
	Scinder fichier	<aucune>
	N de lignes dans le fichier de travail	115

Gestion des valeurs manquantes	Entrée de la matrice Définition de valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme manquantes.
Syntaxe	Observations prises en compte	Les statistiques reposent sur l'ensemble des observations dotées de données valides pour toutes les variables dans la procédure. RELIABILITY /VARIABLES=م4س9 م4س10 م4س11 م4س12 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Ressources	Temps de processeur Temps écoulé	00 00:00:00.000 00 00:00:00.000

C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف المشروع الدكتوراه\المذكرة\نتائج spss\التحليل نتائج الصحيحة.sav

Echelle : TOUTES LES VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	115	100.0
	Exclus ^a	0	.0
	Total	115	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.904	4

RELIABILITY

/VARIABLES=م4س13 م4س14 م4س15 م4س16
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

Fiabilité

Remarques

Résultat obtenu		18-Mar-2023 15:34:32
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف المشروع الدكتوراه\المذكرة\نتائج spss\التحليل نتائج الصحيحة.sav
	Filtrer	<aucune>
	Poids	<aucune>
	Scinder fichier	<aucune>
	N de lignes dans le fichier de travail	115
Gestion des valeurs manquantes	Entrée de la matrice Définition de valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme manquantes.
	Observations prises en compte	Les statistiques reposent sur l'ensemble des observations dotées de données valides pour toutes les variables dans la procédure.

Syntaxe		RELIABILITY /VARIABLES=م4س13 م4س14 م4س15 م4س16 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Ressources	Temps de processeur Temps écoulé	00 00:00:00.000 00 00:00:00.001

C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف التحليل نتائج spss\المذكرة\الدكتوراه مشروع ملف.sav

Echelle : TOUTES LES VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	115	100.0
	Exclus ^a	0	.0
	Total	115	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.789	4

```
RELIABILITY
/VARIABLES=م4س17 م4س18 م4س19 م4س20
/SCALE ('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Fiabilité

Remarques

Résultat obtenu		18-Mar-2023 15:35:07
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف التحليل نتائج spss\المذكرة\الدكتوراه مشروع ملف.sav
	Filtrer	<aucune>
	Poids	<aucune>
	Scinder fichier	<aucune>
	N de lignes dans le fichier de travail	115
	Entrée de la matrice	
Gestion des valeurs manquantes	Définition de valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme manquantes.
	Observations prises en compte	Les statistiques reposent sur l'ensemble des observations dotées de données valides pour toutes les variables dans la procédure.
Syntaxe		RELIABILITY /VARIABLES=م4س17 م4س18 م4س19 م4س20 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Ressources	Temps de processeur Temps écoulé	00 00:00:00.000 00 00:00:00.004

Echelle : TOUTES LES VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	115	100.0
	Exclus ^a	0	.0
	Total	115	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.892	4

RELIABILITY

```

/VARIABLES=م4س1 م4س2 م4س3 م4س4 م4س5 م4س6 م4س7 م4س8 م4س9 م4س10 م4س11 م4س12 م4س13 م4س14 م4س15
م4س16 م4س17 م4س18 م4س19 م4س20
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
    
```

Fiabilité

Remarques

Résultat obtenu		18-Mar-2023 15:35:44
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف المشروع الدكتوراه\المذكرة\نتائجspss\التحليل نتائج\المصحيحة.sav
	Filtrer	<aucune>
	Poids	<aucune>
	Scinder fichier	<aucune>
	N de lignes dans le fichier de travail	115
	Entrée de la matrice	
Gestion des valeurs manquantes	Définition de valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme manquantes.
	Observations prises en compte	Les statistiques reposent sur l'ensemble des observations dotées de données valides pour toutes les variables dans la procédure.
Syntaxe		RELIABILITY /VARIABLES=م4س1 م4س2 م4س3 م4س4 م4س5 م4س6 م4س7 م4س8 م4س9 م4س10 م4س11 م4س12 م4س13 م4س14 م4س15 م4س16 م4س17 م4س18 م4س19 م4س20 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Ressources	Temps de processeur	00 00:00:00.000
	Temps écoulé	00 00:00:00.009

Echelle : TOUTES LES VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	115	100.0
	Exclus ^a	0	.0
	Total	115	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.910	20

RELIABILITY

```

/VARIABLES=م2س1 م2س2 م2س3 م2س4 م2س5 م2س6 م2س7 م2س8 م2س9 م2س10 م2س11 م2س12 م2س13 م2س14 م2س15
م2س16 م2س17 م2س18 م2س19 م2س20
م2س21 م2س22 م2س23 م2س24 م2س25 م2س26 م2س27 م2س28 م2س29 م2س30 م2س31 م3س1 م3س2 م3س3 م3س4 م3س5
م3س6 م3س7 م3س8 م3س9 م3س10 م3س11
م3س12 م3س13 م3س14 م3س15 م3س16 م3س17 م4س1 م4س2 م4س3 م4س4 م4س5 م4س6 م4س7 م4س8 م4س9 م4س10 م4س11
م4س12 م4س13 م4س14 م4س15 م4س16
م4س17 م4س18 م4س19 م4س20
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
    
```

Fiabilité

Remarques

		19-Mar-2023 13:01:08
Résultat obtenu		
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\hpl\OneDrive\Documents\ملف التحليل نتائج spss\نتائج المنكراه الدكتور مشروع الصححة.sav
	Filtrer	<aucune>
	Poids	<aucune>
	Scinder fichier	<aucune>
	N de lignes dans le fichier de travail	115
	Entrée de la matrice	
Gestion des valeurs manquantes	Définition de valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme manquantes.
	Observations prises en compte	Les statistiques reposent sur l'ensemble des observations dotées de données valides pour toutes les variables dans la procédure.

Syntaxe	RELIABILITY /VARIABLES=م2س1 م2س2 م2س3 م2س4 م2س5 م2س6 م2س7 م2س8 م2س9 م2س10 م2س11 م2س12 م2س13 م2س14 م2س15 م2س16 م2س17 م2س18 م2س19 م2س20 م2س21 م2س22 م2س23 م2س24 م2س25 م2س26 م2س27 م2س28 م2س29 م2س30 م2س31 م3س1 م3س2 م3س3 م3س4 م3س5 م3س6 م3س7 م3س8 م3س9 م3س10 م3س11 م3س12 م3س13 م3س14 م3س15 م3س16 م4س1 م4س2 م4س3 م4س4 م4س5 م4س6 م4س7 م4س8 م4س9 م4س10 م4س11 م4س12 م4س13 م4س14 م4س15 م4س16 م4س17 م4س18 م4س19 م4س20 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Ressources	Temps de processeur 00 00:00:00.000 Temps écoulé 00 00:00:00.000

C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف مشروع الدكتوراه\المذكرة\نتائج spss\التحليل نتائج الصحيحة.sav

Echelle : TOUTES LES VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	115	100.0
	Exclus ^a	0	.0
	Total	115	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.926	68

GET

FILE='C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف مشروع الدكتوراه\المذكرة\نتائج spss\التحليل نتائج الصحيحة.sav'.
DATASET NAME Ensemble_de_données1 WINDOW=FRONT.
FREQUENCIES VARIABLES=الجنس المستويات التعليمية الخبرة عمرا لوكالة الخبرة عمر الس1م6 الس1م7 الس1م8
/ORDER=ANALYSIS.

Effectifs

Remarques		05-Apr-2023 13:46:12
Résultat obtenu		
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف مشروع الدكتوراه\المذكرة\نتائج spss\التحليل نتائج الصحيحة.sav
	Ensemble de données actif	Ensemble_de_données1
	Filtrer	<aucune>
	Poids	<aucune>
	Scinder fichier	<aucune>
	N de lignes dans le fichier de travail	115

Gestion des valeurs manquantes	Définition des valeurs manquantes	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme manquantes.
Syntaxe	Observations prises en compte	Les statistiques sont basées sur toutes les observations dotées de données valides FREQUENCIES VARIABLES=السن الجنس س1م7س1م6س1م عمرالوكالة الخبرة المستوياتعليمي /ORDER=ANALYSIS.
Ressources	Temps de processeur	00 00:00:00.000
	Temps écoulé	00 00:00:00.001

[Ensemble_de_données1] C:\Users\hp\OneDrive\Documents\مشروع ملف
.sav. الصحيحة التحليل نتائج\spss\نتائج\المذكرة\الدكتوراه

Statistiques

		الجنس	السن	المستوى التعليمي	سنوات الخبرة في القطاع السياحي	عمر الوكالة (سنوات عملها في السوق)
N	Valide	115	115	115	115	115
	Manquante	0	0	0	0	0

Statistiques

		كيف تم انشاء وكالتكم	قدرة التحكم في المعدات والبرامج الالكترونية	مصدر التحكم في المعدات والبرامج الالكترونية
N	Valide	115	115	115
	Manquante	0	0	0

Tableau de fréquences

الجنس

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	82	71.3	71.3	71.3
	أنثى	33	28.7	28.7	100.0
Total		115	100.0	100.0	

السن

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	من 21-31	29	25.2	25.2	25.2
	من 32-41	61	53.0	53.0	78.3
	من 42-51	19	16.5	16.5	94.8
	52 سنة فما فوق	6	5.2	5.2	100.0
Total		115	100.0	100.0	

المستوى التعليمي

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ليسانس	42	36.5	36.5	36.5
	ماستر	37	32.2	32.2	68.7
	خريج معاهد عليا للسياحة	21	18.3	18.3	87.0
	ماجستير	5	4.3	4.3	91.3
	دكتوراه	6	5.2	5.2	96.5
	خريج مدارس عليا للسياحة	4	3.5	3.5	100.0
Total		115	100.0	100.0	

سنوات الخبرة في القطاع السياحي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	39	33.9	33.9	33.9
من 0-5	52	45.2	45.2	79.1
من 6-10	13	11.3	11.3	90.4
من 11-15	7	6.1	6.1	96.5
من 16-20	4	3.5	3.5	100.0
Total	115	100.0	100.0	

عمر الوكالة (سنوات عملها في السوق)

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	27	23.5	23.5	23.5
من 0-3	51	44.3	44.3	67.8
من 4-7	16	13.9	13.9	81.7
من 8-11	11	9.6	9.6	91.3
من 12-15	5	4.3	4.3	95.7
من 16-19	5	4.3	4.3	100.0
20 سنة فما فوق				
Total	115	100.0	100.0	

كيف تم انشاء وكالتكم

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	82	71.3	71.3	71.3
بالطريقة التقليدية	33	28.7	28.7	100.0
باستخدام الطريقة الالكترونية الموفرة عبر بوابة الخدمة العمومية السياحية				
Total	115	100.0	100.0	

قدرة التحكم في المعدات والبرامج الالكترونية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	68	59.1	59.1	59.1
جيدة	44	38.3	38.3	97.4
حسنة	3	2.6	2.6	100.0
ضعيفة				
Total	115	100.0	100.0	

مصدر التحكم في المعدات والبرامج الالكترونية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	7	6.1	6.1	6.1
مكتسبات قبلية	29	25.2	25.2	31.3
تعلم ذاتي	9	7.8	7.8	39.1
دورات تكوينية	29	25.2	25.2	64.3
مكتسبات قبلية،تعلم ذاتي	12	10.4	10.4	74.8
مكتسبات قبلية،دورات تكوينية	16	13.9	13.9	88.7
تعلم ذاتي،دورات تكوينية	13	11.3	11.3	100.0
مكتسبات قبلية،تعلم ذاتي،دورات تكوينية				
Total	115	100.0	100.0	

DESCRIPTIVES VARIABLES=م3س1م3م3س2م3م3س3م3س4م3س5م3س6م3س7م3س8م3س9م3س10م3س11م3س12م3س13م3س14م3س15م3س16م3س17م3س18
 1مج3مج 2مج3مج 3مج 3مج3مج 2مج3مج
 /STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.

Descriptives

Remarques

Résultat obtenu Commentaires	05-Apr-2023 14:25:19
---------------------------------	----------------------

تملك الوكالة موقع الكتروني محين ويحوي جميع المعلومات والخدمات التي توفرها	115	1.00	5.00	3.4174	1.16214
تملك الوكالة حسابات على مختلف منصات التواصل الاجتماعي (الفايس، التويتز، انستغرام...)	115	3.00	5.00	4.5826	.56168
تستخدم الوكالة موقعها الالكتروني ومختلف حساباتها على مواقع التواصل الاجتماعي من أجل الترويج لمنتجاتها	115	1.00	5.00	4.4261	.83834
تستخدم الوكالة حساباتها على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع عملائها	115	2.00	5.00	4.4261	.74998
تمتلك الوكالة ايمائيل نشيط تستخدمه في التواصل مع عملائها واتمام بيع الخدمة وتحويل الوثائق	115	3.00	5.00	4.6957	.49866
تتعامل الوكالة مع مختلف مقدمي الخدمات السياحية (مكاتب تأجير السيارات، مطاعم، شركات نقل، فنادق،) عن طريق الانترنت	115	2.00	5.00	4.2783	.75566
يتواصل عمال الوكالة مع بعضهم البعض باستخدام الانترنت (مسنجر، فايبر، انستغرام....)	115	3.00	5.00	4.6261	.53739
تستخدم الوكالة موقعها الالكتروني ومختلف منصات التواصل الاجتماعي كأداة يقضة ومتابعة لمناسبتها	115	2.00	5.00	4.3130	.83103
هناك إرادة ودعم من قبل مسؤولي الوكالة لتطبيق مدخل الإدارة الالكترونية	115	2.00	5.00	4.2522	.75908
يتمتع موظفي الوكالة بكفاءة وفعالية في مجال العمل الالكتروني	115	2.00	5.00	4.1391	.69946
تهتم الوكالة بتوظيف ذوي الخبرة والكفاءة في مجال البرمجيات والتطبيقات الخاصة بالسياحة	115	1.00	5.00	3.9565	.99465
تتوفر الوكالة على اختصاصيين في امن المعلومات	115	1.00	5.00	3.3304	1.10598
تهتم الوكالة بالقيام بدورات تكوينية للعمال في مجال الإدارة الالكترونية	115	1.00	5.00	3.6609	1.07513
تتوفر الوكالة على عمال قادرين على تطوير البرمجيات المستخدمة في العمل	115	1.00	5.00	3.5304	1.11073
هناك عمال في الوكالة قادرين على تسيير موقع الوكالة وتحديثه بكفاءة	115	1.00	5.00	3.9652	.96364
مح2مح1	115	3.00	5.00	4.5843	.46728
متوسط محور البرمجيات	115	1.75	5.00	4.0348	.57510
متوسط محور الشبكات	115	3.45	5.00	4.2158	.46440
متوسط بعد صناع المعرفة	115	2.00	5.00	3.8335	.66870
متوسط المحور الثاني	115	2.96	5.00	4.1671	.43415
N valide (listwise)	115				

DESCRIPTIVES VARIABLES=م3س1م3س2م3س3م3س4م3س5م3س6م3س7م3س8م3س9م3س10م3س11م3س12م3س13م3س14
 1مح3مح 3مح3مح 2مح3مح 3مح
 /STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.

Remarques

Résultat obtenu		05-Apr-2023 14:28:10
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\h\p\OneDrive\Documents\ملف التحليل نتائج\نتائج\المذكورة\الكتره مشروع الساص الصحيحة
	Ensemble de données actif	Ensemble_de_données1
	Filtrer	<aucune>
	Poids	<aucune>
	Scinder fichier	<aucune>
	N de lignes dans le fichier de travail	115
Gestion des valeurs manquantes	Définition des valeurs manquantes	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme manquantes.
	Observations prises en compte	Toutes les données non manquantes sont utilisées.

Syntaxe	DESCRIPTIVES VARIABLES=م3س1 م3س2 م3س3 م3س4 م3س5 م3س6 م3س7 م3س8 م3س9 م3س10 م3س11 م3س12 م3س13 م3س14 م3س15 م3س16 م3س17 م3س18 م3س19 م3س20 م3س21 م3س22 م3س23 م3س24 م3س25 م3س26 م3س27 م3س28 م3س29 م3س30 م3س31 م3س32 م3س33 م3س34 م3س35 م3س36 م3س37 م3س38 م3س39 م3س40 م3س41 م3س42 م3س43 م3س44 م3س45 م3س46 م3س47 م3س48 م3س49 م3س50 م3س51 م3س52 م3س53 م3س54 م3س55 م3س56 م3س57 م3س58 م3س59 م3س60 م3س61 م3س62 م3س63 م3س64 م3س65 م3س66 م3س67 م3س68 م3س69 م3س70 م3س71 م3س72 م3س73 م3س74 م3س75 م3س76 م3س77 م3س78 م3س79 م3س80 م3س81 م3س82 م3س83 م3س84 م3س85 م3س86 م3س87 م3س88 م3س89 م3س90 م3س91 م3س92 م3س93 م3س94 م3س95 م3س96 م3س97 م3س98 م3س99 م3س100	
Ressources	Temps de processeur	00 00:00:00.000
	Temps écoulé	00 00:00:00.001

DESCRIPTIVES VARIABLES=م4س1 م4س2 م4س3 م4س4 م4س5 م4س6 م4س7 م4س8 م4س9 م4س10 م4س11 م4س12 م4س13 م4س14 م4س15 م4س16 م4س17 م4س18 م4س19 م4س20 م4س21 م4س22 م4س23 م4س24 م4س25 م4س26 م4س27 م4س28 م4س29 م4س30 م4س31 م4س32 م4س33 م4س34 م4س35 م4س36 م4س37 م4س38 م4س39 م4س40 م4س41 م4س42 م4س43 م4س44 م4س45 م4س46 م4س47 م4س48 م4س49 م4س50 م4س51 م4س52 م4س53 م4س54 م4س55 م4س56 م4س57 م4س58 م4س59 م4س60 م4س61 م4س62 م4س63 م4س64 م4س65 م4س66 م4س67 م4س68 م4س69 م4س70 م4س71 م4س72 م4س73 م4س74 م4س75 م4س76 م4س77 م4س78 م4س79 م4س80 م4س81 م4س82 م4س83 م4س84 م4س85 م4س86 م4س87 م4س88 م4س89 م4س90 م4س91 م4س92 م4س93 م4س94 م4س95 م4س96 م4س97 م4س98 م4س99 م4س100

Descriptives

Remarques		
Résultat obtenu	05-Apr-2023 14:29:54	
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف التحليل نتائج spss المنكرة الدكتوراه مشروع الصحيحة.sav
	Ensemble de données actif	Ensemble_de_données1
	Filtrer	<aucune>
	Poids	<aucune>
	Scinder fichier	<aucune>
	N de lignes dans le fichier de travail	115
Gestion des valeurs manquantes	Définition des valeurs manquantes	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme manquantes.
	Observations prises en compte	Toutes les données non manquantes sont utilisées.
Syntaxe	DESCRIPTIVES VARIABLES=م4س1 م4س2 م4س3 م4س4 م4س5 م4س6 م4س7 م4س8 م4س9 م4س10 م4س11 م4س12 م4س13 م4س14 م4س15 م4س16 م4س17 م4س18 م4س19 م4س20 م4س21 م4س22 م4س23 م4س24 م4س25 م4س26 م4س27 م4س28 م4س29 م4س30 م4س31 م4س32 م4س33 م4س34 م4س35 م4س36 م4س37 م4س38 م4س39 م4س40 م4س41 م4س42 م4س43 م4س44 م4س45 م4س46 م4س47 م4س48 م4س49 م4س50 م4س51 م4س52 م4س53 م4س54 م4س55 م4س56 م4س57 م4س58 م4س59 م4س60 م4س61 م4س62 م4س63 م4س64 م4س65 م4س66 م4س67 م4س68 م4س69 م4س70 م4س71 م4س72 م4س73 م4س74 م4س75 م4س76 م4س77 م4س78 م4س79 م4س80 م4س81 م4س82 م4س83 م4س84 م4س85 م4س86 م4س87 م4س88 م4س89 م4س90 م4س91 م4س92 م4س93 م4س94 م4س95 م4س96 م4س97 م4س98 م4س99 م4س100	
Ressources	Temps de processeur	00 00:00:00.000
	Temps écoulé	00 00:00:00.002

[Ensemble_de_données1] C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف التحليل نتائج spss المنكرة الدكتوراه مشروع الصحيحة.sav

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
م4س1	115	1.00	5.00	2.6783	1.19610
م4س2	115	1.00	5.00	3.3826	1.18160
م4س3	115	1.00	5.00	3.4000	1.04125
م4س4	115	1.00	5.00	2.7304	1.03722
م4س5	115	1.00	5.00	2.7043	1.12370
م4س6	115	1.00	5.00	2.4261	1.00926
م4س7	115	1.00	5.00	3.2435	1.21822
م4س8	115	1.00	5.00	3.5826	1.13155
م4س9	115	1.00	5.00	3.4957	1.20215
م4س10	115	1.00	5.00	3.6957	1.16358
م4س11	115	1.00	5.00	3.7739	1.11655
م4س12	115	1.00	5.00	3.5217	1.16489
م4س13	115	1.00	5.00	3.6348	.97630

م4س14	115	1.00	5.00	3.9304	1.12173
م4س15	115	1.00	5.00	2.7565	1.12851
م4س16	115	1.00	5.00	2.9652	1.12336
م4س17	115	1.00	5.00	3.9478	.98980
م4س18	115	1.00	5.00	3.9217	.97466
م4س19	115	1.00	5.00	3.8522	1.08614
م4س20	115	1.00	5.00	3.8087	1.06701
متوسط محور المعوقات الادارية	115	1.00	5.00	3.1536	.96960
متوسط بعد معوقات بشرية	115	1.00	5.00	2.9374	.83660
متوسط بعد معوقات مالية	115	1.00	5.00	3.6217	1.02350
متوسط بعد معوقات تقنية	115	1.00	5.00	3.3217	.85248
متوسط بعد معوقات قانونية	115	1.00	5.00	3.8826	.89609
متوسط المحور الرابع	115	1.05	5.00	3.3834	.67349
N valide (listwise)	115				

Corrélations

Remarques			05-Apr-2023 13:55:38
Résultat obtenu			
Commentaires			
Entrée	Données	C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف التحليل نتائج spss\المنذرة\الدكتوراه مشروع الصحيحة.sav	
	Ensemble de données actif	Ensemble_de_données1	
	Filtrer	<aucune>	
	Poids	<aucune>	
	Scinder fichier	<aucune>	
	N de lignes dans le fichier de travail		115
Traitement valeurs manquantes	Définition de manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme manquantes.	
	Observations utilisées	Les statistiques pour chaque paire de variables sont basées sur toutes les observations comportant des données valides pour cette paire.	
Syntaxe		CORRELATIONS /VARIABLES=مج3 مج2 /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.	
Ressources	Temps de processeur		00 00:00:00.000
	Temps écoulé		00 00:00:00.012

[Ensemble_de_données1] C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف التحليل نتائج spss\المنذرة\الدكتوراه مشروع الصحيحة.sav

Corrélations

		متوسط المحور الثالث	متوسط المحور الثاني
متوسط المحور الثالث	Corrélation de Pearson	1	.589**
	Sig. (bilatérale)		.000
	N	115	115
متوسط المحور الثاني	Corrélation de Pearson	.589**	1
	Sig. (bilatérale)	.000	
	N	115	115

** La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

CORRELATIONS

/VARIABLES=مج3 مج4 مج1مج2مج2مج3مج2مج1مج2مج2
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

Corrélations

Remarques		05-Apr-2023 13:56:43
Résultat obtenu		

Commentaires			
Entrée	Données	C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف التحليل نتائج spss\المنذرة\الدكتوراه مشروع الصحيحة.sav	
	Ensemble de données actif	Ensemble_de_données1	
	Filtrer	<aucune>	
	Poids	<aucune>	
	Scinder fichier	<aucune>	
	N de lignes dans le fichier de travail		115
Traitement valeurs manquantes	Définition de manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme manquantes.	
	Observations utilisées	Les statistiques pour chaque paire de variables sont basées sur toutes les observations comportant des données valides pour cette paire.	
Syntaxe		CORRELATIONS /VARIABLES=مح2مح1 مح2مح3 مح3مح4مح1 /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.	
Ressources	Temps de processeur		00 00:00:00.000
	Temps écoulé		00 00:00:00.009

[Ensemble_de_données1] C:\Users\hp\OneDrive\Documents\ملف التحليل نتائج spss\المنذرة\الدكتوراه مشروع الصحيحة.sav

Corrélations

		مح2مح1	متوسط محور البرمجيات	متوسط محور الشبكات
مح2مح1	Corrélation de Pearson	1	.595**	.512**
	Sig. (bilatérale)		.000	.000
	N	115	115	115
متوسط محور البرمجيات	Corrélation de Pearson	.595**	1	.546**
	Sig. (bilatérale)	.000		.000
	N	115	115	115
متوسط محور الشبكات	Corrélation de Pearson	.512**	.546**	1
	Sig. (bilatérale)	.000	.000	
	N	115	115	115
متوسط بعد صناع المعرفة	Corrélation de Pearson	.381**	.520**	.535**
	Sig. (bilatérale)	.000	.000	.000
	N	115	115	115
متوسط المحور الثالث	Corrélation de Pearson	.292**	.334**	.589**
	Sig. (bilatérale)	.002	.000	.000
	N	115	115	115

Corrélations

		متوسط بعد صناع المعرفة	متوسط المحور الثالث
مح2مح1	Corrélation de Pearson	.381**	.292**
	Sig. (bilatérale)	.000	.002
	N	115	115
متوسط محور البرمجيات	Corrélation de Pearson	.520**	.334**
	Sig. (bilatérale)	.000	.000
	N	115	115
متوسط محور الشبكات	Corrélation de Pearson	.535**	.589**
	Sig. (bilatérale)	.000	.000
	N	115	115
متوسط بعد صناع المعرفة	Corrélation de Pearson	1	.629**
	Sig. (bilatérale)		.000
	N	115	115
متوسط المحور الثالث	Corrélation de Pearson	.629**	1
	Sig. (bilatérale)	.000	
	N	115	115

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

CORRELATIONS

/VARIABLES=مج2 مج3مج1 مج3مج2 مج3مج3
 /PRINT=TWOTAIL NOSIG
 /MISSING=PAIRWISE.

Corrélations

Remarques		05-Apr-2023 13:58:00
Résultat obtenu		
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\hpl\OneDrive\Documents\ملف التحليل نتائج spss\نتائج المنكرة\الدكتوراه مشروع الصحيحة.sav
	Ensemble de données actif	Ensemble_de_données1
	Filtrer	<aucune>
	Poids	<aucune>
	Scinder fichier	<aucune>
	N de lignes dans le fichier de travail	115
Traitement valeurs manquantes	Définition de manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques pour chaque paire de variables sont basées sur toutes les observations comportant des données valides pour cette paire.
Syntaxe		CORRELATIONS /VARIABLES=مج2 مج3مج1 مج3مج2 مج3مج3 /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Ressources	Temps de processeur	00 00:00:00.000
	Temps écoulé	00 00:00:00.017

[Ensemble_de_données1] C:\Users\hpl\OneDrive\Documents\ملف التحليل نتائج spss\نتائج المنكرة\الدكتوراه مشروع الصحيحة.sav

Corrélations

		متوسط بعد المساهمة في تعريف بوجية الجزائر السياحية	متوسط بعد الرفع من جودة الخدمة السياحية المقدمة
متوسط المحور الثاني	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	1 .508** 115	.480** .000 115
متوسط بعد المساهمة في تعريف بوجية الجزائر السياحية	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	.508** .000 115	1 .540** 115
متوسط بعد الرفع من جودة الخدمة السياحية المقدمة	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	.480** .000 115	1 .540** 115
متوسط بعد تسريع عملية التواصل مع الاطراف الفاعلة	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	.455** .000 115	.467** .000 115

Corrélations

		متوسط بعد تسريع عملية التواصل مع الاطراف الفاعلة
متوسط المحور الثاني	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	.455** .000 115

متوسط بعد المساهمة في تعريف بوجهة الجزائر السياحية	Corrélation de Pearson	.475**
	Sig. (bilatérale)	.000
	N	115
متوسط بعد الرفع من جودة الخدمة السياحية المقدمة	Corrélation de Pearson	.467**
	Sig. (bilatérale)	.000
	N	115
متوسط بعد تسريع عملية التواصل مع الاطراف الفاعلة	Corrélation de Pearson	1
	Sig. (bilatérale)	
	N	115

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).