

واقع السياحة الإلكترونية في الجزائر و دورها في تحقيق التنمية السياحية المستدامة

The reality of e-tourism in Algeria and its role in achieving
sustainable tourism development

إعداد

د. قهسوري إنصاف

جامعة محمد خيضر بسكرة-الجزائر

Doi: 10.21608/kjao.2021.156235

قبول النشر: ١٩ / ٢ / ٢٠٢١

استلام البحث: ٢ / ٢ / ٢٠٢١

المستخلص:

تهدف الدراسة إلى توضيح واقع السياحة الإلكترونية في الجزائر الذي يسهم للترويج السياحي و يعمل على جذب السياح و دفعهم إلى الموقع السياحي وإقتناء الخدمة السياحية مما يزيد في العائدات التي تؤدي بدورها إلى تنمية القطاع السياحي، وعليه نطرح الإشكالية كيف يمكن أن تساهم السياحة الإلكترونية في تنمية وتطوير القطاع السياحي في الجزائر، وإعتمدنا على المنهج الوصفي والتحليلي لمتغيرات الدراسة. وتوصلنا إلى نتيجة أن تطبيق السياحة الإلكترونية في الجزائر تعاني من مشاكل وإختلالات ونقائص خاصة التحكم في التقنيات الجديدة لإستشراف السوق من طرف القائمين على وكالات السياحة والضعف الكبير في تغلغل تكنولوجيا الإعلام والإتصال بالسياحة ما أفضى إلى العجز في تسويق وجهة الجزائر. وأدى لإنخفاض كبير في التدفقات السياحية البشرية والنقدية مما إنعكس سلبا على مساهمة القطاع السياحي في التنمية الإقتصادية الجزائرية.

الكلمات المفتاحية: سياحة إلكترونية؛ تنمية سياحية مستدامة، سياحة بالجزائر.

Abstract:

The purpose of this study is to clarify the current situation of Electronic Tourism in Algeria, which will help to promote the development of tourism, attract tourists, promote them to enter the tourism website and obtain tourism services, so as to increase their income In the development of tourism, therefore, we put forward a question, how e-tourism can contribute to the development and development of Algerian tourism, and adopt the method of descriptive

and analytical research variables. We have come to the conclusion that there are problems with the application of e-tourism in Algeria, special imbalances and control of new technologies to monitor the market of tourism agencies and significant weaknesses The penetration of media and communication technology in the tourism industry has led to Algeria's marketing deficit. This has led to a decline in tourism flows of large numbers of manpower and cash, reflecting the contribution of tourism to Algeria's economic development.

Keywords: e-tourism; Sustainable tourism development, tourism in Algeria

مقدمة :

تعتبر التكنولوجيا من الأدوات المشاركة في السوق العالمية من توفير الخدمات الأساسية وتعزيز فرص العمل والتنمية المحلية ومن المحركات الاقتصادية بدفع التنمية الاقتصادية والاجتماعية وتعتبر الخدمات السياحة تحتل المرتبة الأولى في التجارة الإلكترونية والتي أتاحت وسط مثاليا للإتصال بين المنتج والمستهلك السياحي مما يعزز إمكانية الوصول إلى أكبر عدد ممكن من السياح ما يزيد المداخل السياحية بالتالي نمو وتطور قطاع السياحة، والواضح جدا أنّ التوجه الحالي في أداء الأعمال التجارية هو من خلال الشبكة العالمية الإنترنت وخصوصا في مجال شركات السياحة والسفر على مستوى العالم ، حيث تعد هذه الشركات الأسرع نموا في مجال التجارة الإلكترونية وتحتل مركز الصدارة ضمن قطاع السياحة والذي يعد هو أيضا من بين القطاعات الاقتصادية الأكثر تقبلا لفكرة تبني التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها.

إشكالية الدراسة :

تسلط هذه الورقة البحثية الضوء على حقيقة و واقع السياحة الإلكترونية وإشكالية ترقية السياحة في الجزائر وأهم التحديات التي تواجهها كما تبحث السبل التي من خلالها يمكنها الحفاظ مكانتها السياحية، والتي تعتبر واعدة وتزايد الإقبال عليها بفعل المقومات السياحية التي تملكها من محميات طبيعية ومنابع حموية ناهيك عن المقومات الحضارية والتاريخية الممتدة لآلاف السنين، وجاءت إشكالية الدراسة كالتالي : **كيف يمكن أن تساهم السياحة الإلكترونية في تنمية وتطوير القطاع السياحي في الجزائر ؟**

منهجية و أسلوب الدراسة :

لتحقيق أهداف البحث إستخدم المنهج الوصفي ، الذي يعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة ويهتم بوصفها وصفا دقيقا وقد تم جمع البيانات والمعلومات، وتم الإستعانة بما متوفر من مراجع ودوريات في تغطية الجانب النظري وتحليل معطيات الدراسة بما يتلائم مع متغيرات البحث.

فرضية الدراسة :

تنطلق الدراسة من فرضية رئيسية مفادها تساهم السياحة الإلكترونية في تطوير القطاع السياحي في الجزائر وتعمل على تحقيق تنمية سياحية مستدامة.

أهداف وأهمية الدراسة :

تهدف الدراسة إلى تبيان واقع السياحة الإلكترونية بالجزائر ولفت إنتباه كل الأطراف الفاعلة في قطاع السياحة الجزائرية إلى ضرورة الإعتداد على الإتصال الإلكتروني في التعريف بالسياحة للمواقع وإيصال صورة الجزائر الحقيقية للسياح الجزائريين والأجانب.

المحور الأول: السياحة الإلكترونية (E-Tourism) خلفية نظرية

يعتبر مفهوم السياحة الإلكترونية من المفاهيم الحديثة في علم السياحة الذي يتداخل ويرتبط ارتباطاً وثيقاً بمفهوم التجارة الإلكترونية، وبدخول عصر الإنترنت إزدادت السياحة الإلكترونية وإكتسبت شكلا جديداً وأهميه أكبر، وظهر ذلك جلياً في زيادة إهتمام الدول بمثل هذا النشاط ومحاولة تنميته والإستفادة منه إلى أقصى درجة ممكنة حتى صارت السياحة في العالم عنواً على عصر التقدم والتطور. (زبير عياش و فاتن باشا، ٢٠١٩)

أولاً : مفهوم السياحة الإلكترونية (E-Tourism)

وهناك مجموعة مفاهيم خاصة بها نوجز أهمها :

١. تعرف السياحة الإلكترونية : بأنها تلك الخدمات التي توفرها تكنولوجيا المعلومات والإتصال بغرض إنجاز وترويج الخدمات السياحية والفندقية عبر مختلف الشبكات المفتوحة والمغلقة، بالإعتماد على مبادئ وأسس التجارة الإلكترونية، وتتعدى في الواقع مفهومها إلى أبعد من ذلك، فهي المستخدمة للأجهزة الإلكترونية الجواله كالهواتف المحمولة والمفكرات الإلكترونية تشمل حتى السياحة المتنقلة/الجواله المحمولة وغيرها، وبذلك فإن تكنولوجيا المعلومات والإتصال تستخدم من طرف جميع شركاء القطاع السياحي من مؤسسات وهيئات وأفراد، وقد تستغل هذه التكنولوجيا في تشييد وإقامة كيانات سياحية يتطلب تشغيلها أيضاً قدرا من المعرفة التكنولوجية لدى روادها، مثل الفنادق الذكية التي تعتمد في بنائها وتشغيلها وإدارتها على تقنيات حديثة. (كواش خالد و قمرأوي نوال، ٢٠١٣، صفحة ٣٤)

٢. تعرف المنظمة الدولية للسياحة الإلكترونية : بأنها تلك الخدمات التي توفرها تكنولوجيا المعلومات والإتصال بغرض إنجاز وترويج الخدمات السياحية والفندقية عبر مختلف

الشبكات المفتوحة والمغلقة بالإعتماد على مبادئ وأسس التجارة الإلكترونية، وتتعدى في الواقع مفهومها إلى أبعد ذلك فهي تشمل السياحة المتنقلة المستخدمة للأجهزة الإلكترونية الجوالة كالهواتف المحمولة والمفكرات الإلكترونية المحمولة وغيرها..وبذلك فإن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تستخدم من طرف جميع شركات القطاع السياحي من مؤسسات وهيئات وأفراد. (بعلي حمزة و بنية محمد، ٢٠١٧، صفحة ٠٦)

٣. فالسياحة الإلكترونية ترتبط بالتجارة الإلكترونية وتشكل القسم الأكبر من حجمها وتسهم فيها بنسبة عالية، وذلك من خلال مجموعة الخدمات السياحية المقدمة عن طريق الإنترنت، وكان أول ظهور للسياحة الإلكترونية مع بداية ظهور خدمة الشبكة العنكبوتية (World Wide Web)، أي تزامنا مع استخدام الإنترنت في سوق التجارة العالمي، وقد ظهر ديكريفتور degriftour.com كأول موقع سياحي سنة ١٩٩٠. (بختي إبراهيم و محمد فوزي، ٢٠١٠)

كما يعود زيادة إنتشار هذا المفهوم وتطبيقاته المختلفة يعود لعدة عوامل لعل أهمها: (بختي إبراهيم و محمد فوزي، ٢٠١٠، صفحة ٢٧٦)

- إرتفاع نسبة إسهام السياحة الإلكترونية في إجمالي التجارة الإلكترونية الدولية؛
- تطوير المنتج السياحي المقدم وظهور أنشطة سياحية جديدة تتفق مع شرائح السائحين المختلفة وذلك من خلال قياسات الرأي التي يمكن من خلالها معرفة التوجهات السياحية الجديدة والخدمات الأساسية والمكملة التي يحتاجها السائحون؛
- زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات السياحية بما يساهم في زيادة مبيعاتها وإيراداتها وأرباحها، وهو ما يعكس في النهاية على زيادة القيمة المضافة للقطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي؛
- إنتشار سريع لوسيلة الأنترنت في العالم و تأمين الثقة في وسائل الدفع عبر الأنترنت؛
- تيسير تقديم المعلومات التي تعتمد عليها السياحة من خلال تأمين المعلومات السياحية المطلوبة على مدار 24 ساعة في اليوم و 7 أيام في الأسبوع ١٥؛
- إمكانية المستهلك السياحي الحصول على جميع البيانات والمعلومات التي يحتاجها عن المنتج السياحي من خلال شبكة الأنترنت؛
- توفر فرص وخيارات متنوعة من حيث مواعيد رحلات الطيران وأنواع الفنادق وأسعارها والدول المقصودة ونوع السياحة المطلوبة سواء كانت تاريخية أو ترفيهية أو غيرها في وقت قصير بدلا من مراجعة مكاتب السفريات؛
- السياحة الإلكترونية تجعل السائح يعيش تجربة السفر من خلال التجول في الأماكن التي يريد السفر إليها بعيدا عن عوامل أخرى ممكن أن تؤثر على إختياره في مكاتب السفريات؛

- كون شيوع استخدام السياحة الإلكترونية دليلاً على تقدم البنية التكنولوجية والخدمات الإلكترونية في البلد المعنى، بما يسهم -ضمن عوامل أخرى- في زيادة الإستثمارات الأجنبية وفي تمتع بنية الأعمال الحكومية والخاصة بالمصدقية في التقارير الدولية.

ثانياً : أهمية السياحة الإلكترونية

- تتبع أهمية السياحة الإلكترونية من المنافع الضخمة التي توفرها سواء لمقدمي الخدمات السياحية أو السائحين والتي تسهم في تجاوز الحواجز التقليدية في المعاملات السياحية النمطية، ومن أهم المنافع : (بعلي حمزة و بنية محمد، ٢٠١٧، صفحة ١١)
- تيسير تقديم المعلومات التي تعتمد عليها صناعة السياحة حيث تنتم الخدمات السياحية بأنها منتجات تتباين فيها المعلومات وبشكل كبير فلا يمكن قياس جودتها إلا بالتجربة، وأنها تعتمد بالأساس على ثقة السائح في جودة الخدمات السياحية التي تقدمها الشركات والمؤسسات السياحية؛
- تخفيض تكاليف الخدمات السياحية المقدمة ومن ثم تمتع المنتج السياحي بميزة مقارنة نتيجة لإنخفاض الأسعار، فمن شأن استخدام السياحة الإلكترونية التقليل من تكاليف التسويق السياحي وتكاليف الإنتاج (تسهيل وتسريع التواصل بين منتج الخدمة السياحية والوسيط)، وتكاليف التوزيع (تسهيل إجراء الصفقات مع شريحة كبيرة من المستهدفين)، فيمكن للسائح تسلم تذاكر الطيران الإلكترونية أو حجز الفنادق من خلال بريده الإلكتروني؛
- سهولة تطوير المنتج السياحي وظهور أنشطة سياحية جديدة تتفق مع شرائح السائحين المختلفة، من خلال قياس الرأي العام التي يمكن من خلالها معرفة التوجهات السياحية الجديدة والخدمات الأساسية والمكملة التي يحتاجها السائحون؛
- زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات السياحية بما يسهم في زيادة مبيعاتها وإيراداتها وأرباحها وهو ما ينعكس في النهاية على زيادة القيمة المضافة للقطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي.

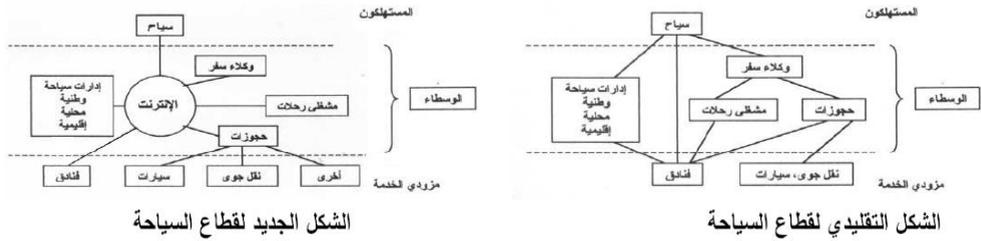
ثالثاً : المتطلبات الأساسية لتطوير السياحة الإلكترونية

- غيرت السياحة الإلكترونية الهيكل التقليدي لقطاع السياحة والتي أثرت بشكل أساسي على القطاع العام والخاص العاملين في النشاط السياحي وتعمل السياحة الإلكترونية على تحقيق تقدم وتطور مستمر في صناعة السياحة لما تنتم به من ديناميكية، (حاوشين إبتسام و بن بايرة ريمة ، ٢٠٢٠)
- ويلزم توافر عدد من الركائز والمقومات الأساسية لنمو وإزدهار السياحة الإلكترونية لعل أهمها :

السياسات الإقتصادية الملائمة: تنمو السياحة الإلكترونية في إطار سياسات الحرية الإقتصادية خاصة القطاع السياحي الخاص وعليه يجب إتباع سياسات إقتصادية داعمة من

حرية التنقل والتخفيف من الأعباء الضريبية على السلع التي تم تبادلها بهذا الأسلوب، وعقد الإتفاقيات الثنائية والإقليمية والإنضمام إلى الإتفاقيات الدولية المتعددة الأطراف التي تعالج قضايا السياحة الإلكترونية مع مراعاة المصالح الوطنية وتحرير الخدمات في مجال الإتصالات (محمد العقاب، ٢٠١٦، صفحة ٢١)

الشكل (٠١): مقارنة بين الشكل التقليدي والشكل الجديد لقطاع السياحة



الشكل الجديد لقطاع السياحة

الشكل التقليدي لقطاع السياحة

رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإقتصاد جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، ٢٠١٤، ص ٤٩.

الموارد البشرية : يلعب دور رئيسي في تنمية وتطوير **E-Tourism** لإعتمادها بشكل كبير على الإبداع والمعرفة والإبتكار في أساليبها و وسائلها وفي جوانبها التنظيمية المختلفة، وأيضا جوانبها المادية وغير المادية المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والإتصالات (هند حامد، ٢٠٠٩، صفحة ٨٥)

تطوير الإدارة الإلكترونية: يُركز على دور الإدارة الإلكترونية في القطاع السياحي من تنظيم وإنجاز الأعمال وإتمام التعاملات بسرعة ما يحقق إقتصاد للنفقات وتعظيم الإستفادة من الوقت، والمطلوب هو قوة إستخدام الأنترنت في تبادل البيانات والمعلومات وإنهاء التعاملات جزءا متكاملا في إستراتيجية الإدارة لدى الشركات السياحية بالبلد الذي يريد أن يطور الإدارة الإلكترونية (سلالي بو بكر، ٢٠١٤، صفحة ٤٩)

. وجود إطار قانوني محدد على المستويين المحلي والدولي : تعتبر السياحة الإلكترونية جزء لا يتجزأ من التجارة الدولية التي تعمل بالإتفاقية العامة لتحرير التجارة في الخدمات بمنطقة التجارة العالمية، ما جعل معظم الدول تدرج الخدمات السياحية في جداول إلتزاماته الملحقة بالإتفاقية العامة لتحرير التجارة في الخدمات بهدف تحرير التدريجي للقطاع السياحي لتحقيق أهداف التنمية وجذب الإستثمار الأجنبي خاصة من خلال المتطلبات القانونية لتنشيط السياحة وخاصة الأطر القانونية الخاصة بـ **E-Tourism** (السعيد بن لخضر و صورية شني ، ٢٠١٨، صفحة ٢٣٢)

- التقدم في مجال بنية تكنولوجيا المعلومات: تتعلق هذه المتطلبات بحالة البنية التقنية الموجودة، وكيفية تطويرها وإستثمار الموجود منها في مجال السياحة الإلكترونية.
- ويشمل ذلك ما يلي: (زبير عياش و فاتن باشا ، ٢٠١٩ ، صفحة ١٦٩)
- تنمية البنية الأساسية لوسائل الإتصال والمعلوماتية الحديثة لإتاحة فرصة أوسع للإتصال بخدمات الإنترنت سواء في دولة المنتج السياحي أو الدول المستهدفة بالتسويق السياحي؛
 - تشجيع ظهور الوسيط الإلكتروني Intermediary في قطاع السياحة، وهذا من خلال العمل على تشجيع إقامة شبكة من المواقع الإلكترونية الموازية لجميع العاملين في قطاع السياحة - سواء مجال الفنادق، وخطوط الطيران، ووكالات السفر والمرشدين السياحيين، وغيرها من قطاعات العمل السياحي. ويتم ذلك بالتعاون مع الوسطاء التقليديين في مجال السياحة فكلاهما مكمل للآخر؛
 - خلق أنماط جديدة من المؤسسات والهيئات الخاصة بتنشيط السياحة والتي تعتمد في عملها على المواقع الإلكترونية المتقدمة على شبكة الإنترنت، وتوفير الدعم الفني والمعلوماتي لهذه المواقع. ويلزم أن يتم تصميم هذه المواقع وفق المعايير العالمية المتعارف عليها، وذلك حتى يمكن لها التنافس مع غيرها من المواقع السياحية المنافسة في الدول الأخرى.

المحور الثاني: دور السياحة الإلكترونية في تحقيق التنمية السياحية المستدامة

يتأثر النشاط السياحي تأثيرا كبيرا بتكنولوجيا المعلومات، وتعد تكنولوجيا المعلومات اليوم هي العمود الفقري والركيزة الأساسية للسياح حيث أن توافر المعلومات يتوقف عليه إتخاذ قرار السفر فيجد أنه متى توافرت المعلومات الوافية عن المقاصد السياحية وعن الخدمات والتسهيلات المتوافرة فإن الحركة السياحية تزداد إلى هذه المقاصد، وبالفعل نجد أن تكنولوجيا المعلومات قد دخلت إلى الكثير من القطاعات السياحية منها: الشركات السياحية، الفنادق، شركات الطيران. وهو ما يؤكد أن السياحة صناعة كثيفة المعلومات. (كردودي سهام و صبيحي شهباز ، ٢٠١٩)

أولا: تعريف التنمية السياحية المستدامة

تعرف التنمية السياحية المستدامة والمتوازنة بأنها: تنمية يبدأ تنفيذها بعد دراسة علمية ومخططة داخل إطار التخطيط المتكامل للتنمية الاقتصادية والاجتماعية داخل الدولة ككل أو داخل إقليم من الدولة تتجمع فيه مقومات التنمية السياحية من عناصر جذب طبيعية وحضارية. (حاوشين إبتسام و بن بايرة ريمة ، ٢٠٢٠ ، صفحة ٣١١)

وقد نبهت منظمة السياحة العالمية الحكومات والهيئات والمؤسسات بأهمية إستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال في قطاع السياحة والفندقة، فأصبحت تكنولوجيا المعلومات والإتصال اللبنة الأساسية للتنمية السياحية، ولم تعد خيارا بالنسبة للقائمين على القطاع، بل

حتمية تفرضها الأوضاع الاقتصادية الراهنة لتطوير وتنمية القطاع السياحي، ولا يمكن بأي حال من الأحوال إعتبار السياحة الإلكترونية هي منافسة للسياحة التقليدية، بل هي مكملتها وضرورية من أجل تطوير قطاع السياحة، وينبع هذا التكامل من خلال: (كردودي سهام و صبيحي شهيناز ، ٢٠١٩، صفحة ١٢)

- اعتماد الخدمات السياحية بمختلف أنواعها بشكل كبير على تداول المعلومات السياحية، المتصفة بالتباين، وبالتالي يصعب قياس جودتها إلا بعد التجربة، ولذلك تعد الإنترنت الوسط المناسب لها، فهي تقلل من حدة هذا التباين عن طريق الزيارة التخيلية/الإفتراضية للخدمة السياحية بحيث تمكن الزائر من التعرف على المعالم والمناطق السياحية بكل سهولة ويسر، من خلال صورة تفاعلية مرئية تخيلية للموقع والإطلاع على البيانات والمعلومات التفصيلية للمناطق السياحية المراد زيارتها، وأيضاً تمكن السائح من تخطيط ووضع برنامج لرحلته وإختيار المناطق التي يرغب في زيارتها، وترتيب مواعيد زيارته لها حتى يتسنى له مشاهدة أكبر عدد ممكن من المعالم السياحية، وتخصيص ميزانية تقريبية لنفقاته.
 - يؤدي إستخدام السياحة الإلكترونية إلى تخفيض تكلفة إنتاج الخدمة السياحية، حيث تساهم من جهة في رفع الترويج السياحي، ومن جهة أخرى تعمل التكنولوجيا على تخفيض التكاليف، خصوصاً تلك المتعلقة بالإتصال، الإتصال المباشر بالوسطاء والسياح وتلك المتعلقة بالتوزيع، طالب الخدمة هو من يسعى لإقتنائها، مما يقلص تكاليف طباعة المطبوعات والدوريات السياحية، بالإضافة إلى خفض حجم العمالة الزائد ورفع قدرات العاملين وتدريبهم على إستخدام الحاسب الآلي والإنترنت والتطبيقات والبرامج المختلفة.
 - التوسع في إستخدام التكنولوجيا قد يؤدي إلى ظهور إحتياجات كامنة لم تكن موجودة من قبل، مما يدفع بالعاملين بالقطاع السياحي بتطوير منتجات جديدة ومتنوعة تلبي هذه الإحتياجات الكامنة، وأيضاً هذا التوسع يؤدي إلى تحسين الخدمة المقدمة، وتوسيع قاعدة الزبائن، والرفع من القدرة التنافسية للمؤسس السياحي، ويضفي عليها حالة من المصداقية وجودة الخدمة، مما ينعكس إيجاباً على دخل القطاع السياحي إجمالاً.
- وبالتالي تتجلى أهمية السياحة الإلكترونية لتحقيق التنمية السياحية المستدامة في تداخلها مع مسار العملية السياحية من التخطيط إلى التعاقد مروراً بالحجز والتسويق والترويج. وتبين الغتجاهات المستقبلية للسياحة الإلكترونية، تغييرات جذرية ستطرأ على القطاع من خلال بواذر بدأت تلوح في الأفق، كالأستعانة بالحجوزات المباشرة عبر الإنترنت بدلاً من وكالات الأسفار ومكاتب الطيران، ترويج المنتج السياحي من خلال الهواتف الذكية والأجهزة التفاعلية. وكذلك، اللجوء إلى الأفلام الترويجية عبر الإنترنت، والتي تدخل السائح في تجربة حية بالمنطقة التي يود زيارتها.

المحور الثالث : واقع استخدام السياحة الإلكترونية في القطاع السياحي الجزائري
فألبرغم من إمتلاك الجزائر لمؤهلات سياحية هائلة ومتنوعة (ثروة طبيعية، مادية، تراث حضاري وثقافي ثمين) إلا أنها لم تحقق الأهداف المرجوة منها في صناعة السياحة، حيث نصيب الجزائر من السياحة العالمية لا يتعدى ١% وتتواجد ضمن الرتب الأخيرة عالميا ضمن أضعف الوجهات السياحية.

أولا : آليات تطوير القطاع السياحي باستخدام السياحة الإلكترونية في الإقتصاد الجزائري
إنّ الجزائر تتطلع بأن تكون قطبا سياحيا قادرة على التنافس الإقليمي بمنتجات سياحية عصرية وجذابة والإعتماد على التكنولوجيا الحديثة ووسائل الإتصال المتطورة لذا تبنت إستراتيجية سياحية من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية مع تطبيق قواعد الإستدامة.

وقد تم تحديد مجموعة من الآليات والبرامج لتهيئة القطاع السياحي الإلكتروني الجزائري : (بعلي حمزة وبنية محمد، ٢٠١٧، الصفحات ١١-١٢)
١.التسجيل في محركات البحث : يتم التسجيل داخل مواقع المؤسسات السياحية والتي تتضمن كافة المعلومات السياحية بما فيها من عرض لخدمات التسويق السياحي وعرض المقاصد السياحية المميزة، وتنظيم الرحلات وحجز تذاكر الطيران وإبراز طرق الدفع الإلكتروني؛

٢.الإعلان عبر المواقع السياحية : الإعلان على العديد من المواقع السياحية والمدونات المتعلقة بالسياحة إضافة للمجلات على الأنترنت وتقديم معلومات حول السفر، وبعدها إشهار الموقع في محركات البحث على أساس الكلمات الرئيسية الطريقة المثالية للإعلان عن أنواع خاصة من المنتجات السياحية؛

٣.إستخدام الرسائل الإخبارية : يتم بتقديم العروض الجديدة عن طريق الرسائل النصية والبريد الإلكتروني والتغريدات عبر تويتر حيث يتم إرسال رسائل بالأماكن السياحية؛

٤.إستخدام مواقع ذات ترافيك عالي : الغرف التجارية والسياحية تجد أنّ هناك إمكانية لربط الموقع الخاص بك مع المواقع الأخرى وهو يعدّ محاولة لتطوير المنتجات والخدمات السياحية إذا كانت المواقع مجانية، وإذا كانت تحتاج لرسوم الدفع فلا بد من ذلك لكي يتم تحقيق العديد من المبيعات السياحية من خلال التسويق الإلكتروني بتحديد السوق السياحي والموارد والمنافسين.

ثانيا : مكانة السياحة الإلكترونية في الإقتصاد الجزائري

تعتبر السياحة الإلكترونية في الجزائر ضعيفة وبسيطة باعتبار أنّ استخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال في القطاع السياحي بالجزائر لا يزال متأخرا فقد بلغ السياح إلى الجزائر ٢٠١٨ حوالي ٢٦٥٧٠٠٠ مسافر، كما بلغ في بداية ٢٠٢٠ عدد المسافرين حوالي ٢٤٠٠٠٠٠، وبلغت مساهمة قطاع السياحة ٢٠١٩ في الناتج المحلي الخام (خارج

(المحروقات): ١,٨% أما عدد الاسرة وصل حوالي ١٢٥ ٦٧٦ وعدد وكالات السياحة و الأسفار بلغ ٩٤٢٢٠١٩. (ww.mtatf.gov.dz/?page_id=3684، ٢٠٢٠-١١-٠٩) كما صنف تقرير للمنتدى الإقتصادي العالمي لدافوس لسنة ٢٠١٧ الجزائر ضمن البلدان الإفريقية الأقل تنافسية في المجال السياحي حيث جاءت في الترتيب ١١٨ عالميا، ضمن ١٣٦ دولة شملتها الدراسة، ويشير التقرير الجديد إلى أن مؤشرات الأمن والنظافة والصحة جاءت بالنسبة للجزائر في مراتب متدنية تتعلق على التوالي بالمرتبتين ٨١ و ٨٩ عالميا .

وعلى مستوى شمال إفريقيا، جاءت الجزائر في المرتبة الرابعة بعد المغرب و مصر وتونس وإحتل المغرب المرتبة الـ ٦٥ عالميا ، فيما حلت مصر في الصف الـ ٧٤، وتونس في المرتبة ٨٧ ، وأشار التقرير إلى تصنيف بعض الدول بمراكز متدنية في مؤشرات الأمن، بينما تصنف دول أخرى بالمنطقة ذاتها ضمن أكثر ١٠ إقتصادات أمناً مثل الإمارات وقطر وعمان، في حين توجد فروقات صارخة في بيئة الأعمال، و جهوزية تكنولوجيا الإتصالات والمعلومات، وجودة البنية التحتية بين بلدان المنطقة.

(ww.mtatf.gov.dz/?page_id=3684، ٢٠٢٠-١١-٠٩)

وكانت المنظمة العالمية للسياحة، قد ادرجت قطاع السياحة في الجزائر كأحد الدعائم الأساسية للنهوض بالإقتصاد الوطني وخلق تنمية مستدامة، نظرا للإمكانيات والموارد التي تتوفر عليها، وأشادت في تقريرها، بإطلاق الجزائر لأول برنامج يخص تعزيز القدرات الإحصائية الإقليمية، مؤكدة أن الحكومة الجزائرية أبدت إلتزامها لخلق سياحة جد تنافسية،

وذكر تقرير للمنظمة العالمية للسياحة، أن برنامج تعزيز القدرات الإحصائية الذي أطلقته الجزائر، يهدف إلى تسهيل تطوير الإحصاءات السياحية بما يتماشى مع معايير الأمم المتحدة على المستوى الإقليمي، والتنفيذ التدريجي لمشروع الإحصاء الفرعي للقطاع، الممتد على مدار ثلاث سنوات ٢٠١٧-٢٠١٩، كما يهدف إلى معالجة الوظائف الإدارية للسياحة الوطنية، ومكاتب الإحصاء وحتى البنوك ومصالح الهجرة. (الجزيرة أونلاين، ٢٠٢٠)

قامت الجزائر نحو إدماج التكنولوجيات الحديثة والاتصال في تنمية السياحة المستدامة، من خلال وضع مخطط لتدعيم إستخدام تكنولوجيا المعلومات عبر تفعيل السياحة الإلكترونية من خلال ثلاث مراحل : (موقع وزارة السياحة، ٢٠٢٠)

- الأولى: ربط إدارات السياحة الوطنية إلكترونيا والتنسيق فيما بينها بشأن عرض المعلومات، وإتحالة الجزائر إلكترونيا إلى الشركات السياحية التي تعتمد السياحة الإلكترونية كأسلوب تسويقي لعروضها السياحية.

- وتتمثل المرحلة الثانية: في إيجاد البنية التي تمكن المؤسسات السياحية في الجزائر من إتمام الصفقات التجارية وتسوية المبالغ المالية المترتبة عليها، فضلا عن تمكين السائح من شراء العروض ودفع قيمتها إلكترونيا.
 - ويتم في المرحلة الأخيرة تطبيق السياحة الإلكترونية المتكاملة حيث يتمكن القطاع السياحي بأكمله من الإستفادة من خدمات التجارة الإلكترونية في مجال السياحة وإنهاء المعاملات المالية إلكترونيا والتنسيق فيما بينهم، علاوة على ربط السياحة الإلكترونية مع بقية الأنشطة التجارية والإقتصادية في البلدان المختلفة. وفي هذا الإطار قامت الجزائر بإنشاء موقع للوزارة للتعريف بالمواقع السياحية بالجزائر بالإضافة إلى إنشاء مواقع إلكترونية خاصة بمديريات السياحة في عدد من ولايات الوطن.
- والجزائر حاليا لا تتوفر إلا على عدد محدود جدا من المواقع السياحية الإلكترونية، وهي لا تساهم إلا بشكل محدود في التعريف بالعرض السياحي وتلبية الطلب المحلي منه. وإذا قمنا بعرض المواقع السياحية الجزائرية على شبكة الإنترنت نجد بعضها ينتمي إلى القطاع العام والبعض الآخر ملكا للقطاع الخاص، فالموقع الذي أنشأته وزارة السياحة والصناعات التقليدية www.matta.gov.dz/index.php/ar يتضمن على العديد من البيانات الخاصة بالقطاع السياحي في الجزائر وذلك لتعريف الزائر بالمقومات السياحية في الجزائر، كما يحتوي على قائمة الشركات السياحية المعتمدة، (محمد يدو وسمية بخاري، ٢٠١٧، صفحة ٢٧٨) والبوابة الإلكترونية الرائدة المسماة "الجزائر سياحة www.algeriantourism.com" والتي تعمل على الإتصال والحجز مع مختلف وكالات السفر والخطوط الجوية والفنادق، ويعرض كافة المعلومات المتعلقة بالرحلات التي تنظم إلى الأماكن السياحية في الجزائر، كما يعرض موقع الديوان الوطني للسياحة www.onat.dz معلومات سياحية حول الأماكن السياحية المصنفة من طرف اليونسكو وغيرها ويحتوي على عناوين لوكالات سياحية جزائرية وغيرها من المؤسسات السياحية في البلاد من فنادق ومطاعم، مخيمات، متاحف وحظائر سياحية، إلا أن الموقع يخلو من الديناميكية والتفاعلية المطلوبة في مثل هذه المواقع ويفتقر إلى الربط بمختلف الفاعلين في قطاع السياحة خصوصا الفنادق ووكالات السفر، ويجد المتصفح لموقع الديوان الوطني الجزائري للسياحة بأنه لا يختلف كثيرا عن سابقه (إيدير معاش، ٢٠١٦، صفحة ١٠٣).
- ثالثا: أسباب ضعف استخدام السياحة الإلكترونية في تنمية السياحة المستدامة بالجزائر
- من خلال عرضنا لواقع استخدام السياحة الإلكترونية يتضح أن البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجال الخدمات السياحية بالجزائر لازالت بعيدة كل البعد عن إندماجها في الإقتصاد الجديد وإستخدامها لتطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ويرجع ذلك لعدة نقائص ومعوقات تقف أمام إندماجها. فما تحوز عليه الجزائر من مقومات لا يؤهلها

- للقيام بالخدمات الإلكترونية السياحية وتطبيقات التجارة الإلكترونية. وذلك بسبب : (كردودي سهام و صبيحي شهيناز ، ٢٠١٩)
- **عدم القدرة على تحمل التكاليف:** إنَّ ارتفاع تكلفتها واحد من أهم الأسباب التي أدت إلى ضعف تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال وخدمات الإنترنت في القطاع السياحي، حيث تركت الأوضاع الإقتصادية والقيود المالية المفروضة على القطاع السياحي في الجزائر الكثير من المنشآت السياحية دون تمويل، لتلبية إحتياجات وإحداث تغييرات تنظيمية على مستوى بنية وهيكلة وثقافة المؤسسات والهيئات السياحية التي تكون صعبة وتحتاج إلى وقت لتأمينها وإنجازها، ناهيك عن تمويل تكاليف الرقمنة والحوسبة.
 - **قلة الخبرة وعدم توفر الموارد البشرية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات السياحية:** نظرا لأن الجزائر تفتقر إلى الكفاءات والكوادر المتخصصة والمؤهلة لتطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في القطاع السياحي، مع نقص الوعي بقيمته، وهو ما أدى بالشركات والمؤسسات والهيئات السياحية إلى استخدامها للطرق التقليدية.
 - **قلة الأجهزة والمعدات الخاصة بإدخال نظام المعلومات السياحي:** تعاني إدارات مختلف المؤسسات والهيئات السياحية والفندقية في الجزائر من قلة الأجهزة والحواسيب الضرورية لإستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال (محمد يدو و سمية بخاري، ٢٠١٧، صفحة ٢٧٧).
 - **ضعف البنية التحتية للمعلومات السياحية:** الجزائر كغيرها من دول العالم الثالث تفتقر إلى البنية التحتية الأساسية لتكنولوجيا المعلومات، وإلى سياسات الحوسبة والسياسات الوطنية للمعلومات، مما أدى إلى إنخفاض مستوى تكيف المعلومات السياحية في القطاع السياحي وفقا لما تمليه الظروف.
 - **غياب الإطار القانوني والتشريعي والأخلاقي والدستوري:** فغياب الإطار التشريعي والقانوني المنظم لتكنولوجيا المعلومات والاتصال أدى ذلك إلى التأثير سلبا على تنمية السياحية في الجزائر.
 - **ضعف البنية التحتية للإتصالات:** رغم قيام الجزائر بداية بتطوير خدمات الإنترنت وذلك بإختيار العديد من الشركاء الأجانب ومنهم المجموعة الألمانية التي عملت على توظيف أحر التكنولوجيا المعتمدة في أوروبا لتدعيم قدرات الشبكة الجزائرية التي لا تزال تعاني منا لنقص، وهذا ما يساعد على توفير خدمة تتوافق وقدرات الإستعمال الفعال للإنترنت، كما عملت مؤسسة إتصالات الجزائر على تدارك التأخير الكبير فيما يخص البنية التحتية للإتصالات، ووفرت عمودا فقريا وطنيا من الألياف الضوئية، يسمح بالربط بين شمال البلاد وجنوبها لجل تلبية إحتياجات كل من مزودي خدمات الإنترنت

والبنوك والمؤسسات، (عباس لحرمر و عمار طهرات، ٢٠١٨، صفحة ٤٢) ويتكون العمود الفقري من الأجزاء التالية:

- ✓ العمود الفقري الشمالي وتبلغ قدرته ٢,٥ Gbit/s، وهو عملي منذ سبتمبر ٢٠٠٢.
 - ✓ العمود الفقري الشمالي وتبلغ قدرته ١٠ Gbit/s، وهو عملي منذ جوان ٢٠٠٤.
 - ✓ العمود الفقري الشمالي وتبلغ قدرته ٥,٢ Gbit/s، وهو عملي منذ مارس ٢٠٠٥.
- الجدول رقم (٠٣): مستخدمي الانترنت في الجزائر ما بين ٢٠١٢-٢٠١٦

السنة	٢٠١٢	٢٠١٣	٢٠١٤	٢٠١٥	٢٠١٦
نسبة مستخدمي الانترنت (%) (من عدد السكان)	١٥,٢٣	١٦,٥٠	٢٥	٣٨,٢٠	-
مستخدمي الانترنت لكل مليون شخص	١,٣١	١,٥٧	١,٩٨	٢,٥٥	٣,٦٢

المصدر: مفيدة نادي، "تقييم أثر البيئة المستحدثة على نمو القطاع السياحي من أجل تحقيق التنمية السياحية المستدامة -حالي القطاع السياحي في الجزائر-"، أطروحة دكتوراه في العلوم، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، ٢٠١٧/٢٠١٨، ص ١٣٨

يتبين من الجدول أن نسبة استخدام الإنترنت ارتفعت من ١٥,٢٣% سنة ٢٠١٢ لتصل إلى ٣٨,٢٠% من إجمالي عدد السكان في ٢٠١٥، وعدد مستخدمي الإنترنت لكل مليون شخص ارتفع من ١,٣١ في ٢٠١٢ لتصبح ٣,٦٢ في ٢٠١٦.

المحور الرابع: سبل تفعيل السياحة الإلكترونية للمساهمة في تحقيق التنمية السياحية المستدامة بالجزائر

تتخذ الدولة إجراءات وأعمال الدعم وتقدم المساعدات وتمنح الإمتيازات المالية والجبائية النوعية الخاصة بترقية الإستثمار السياحي قصد تشجيع التنمية السريعة والمستدامة للسياحة وإستحداث آثار إيجابية على الإقتصاد الوطني، وعليه يجب على الجزائر لتفعيل السياحة الإلكترونية لتحقيق التنمية السياحية المستدامة أن: (كردودي سهام و صبيحي شهيناز، ٢٠١٩)

أ-وجود أدنى من استخدام التجارة الإلكترونية في المعاملات المختلفة : ويكون ذلك بإتخاذ الجزائر لمجموعة من الإجراءات الضرورية لفتح المجال لتطوير التجارة الإلكترونية وهي:

- ضرورة الإصلاح البنكي الجزائري من خلال تحديث وسائل الدفع الإلكتروني، والتوسع في استخدام بطاقات الائتمان وتعويضها للنقد؛
- ضرورة توفير بيئة قانونية وتشريعية ملائمة للتجارة الإلكترونية والعمل على وضع أنظمة فنية لتأمين وضمان سرية المعاملات الإلكترونية؛

- فتح المجال أمام المستثمرين في مجال التكنولوجيا والاتصالات لتوفير خدمات ذات جودة عالية.
- ب-توافر بيئة ثقافية : من الضروري لتطبيق السياحة الإلكترونية والمعاملات المرتبطة بها وجود بيئة ثقافية مهياة لمثل هذا النوع من التعاملات، من خلال خلق وعي لدى المجتمع لتقبل فكرة التجارة الإلكترونية في المجال السياحي، فعدم المضي في تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في السياحة سيلحق ذلك ضرر بالهيئات الحكومية والخاصة التي يقاوم فيها الموظفين الحاليين نظم العمل الجديدة ويمكنه الخدمات المقدمة كنتيجة لعدم إلمامهم بالمهارات اللازمة لسوق العمل أو بسبب الإجراءات الروتينية والبيروقراطية المعوقة التي يلعب فيها موظفو الخدمة العامة أدورًا سيادية على من حولهم. وهذا ما يدفع إلى ضرورة بناء إستراتيجية جديدة لهؤلاء الوسطاء التقليديين تؤهلهم للحاق بالسياحة الإلكترونية، وذلك من خلال القيام بحملات تحسيسية وتوعية البرامج التدريبية التي تهدف للتوعية بأهمية الوعي بالتجارة الإلكترونية وإرتباط السياحة الإلكترونية بها، وتزويدهم بالمهارات اللازمة لذلك وهو ما يساهم في تنمية السياحة المستدامة بالجزائر. (كواش خالد و قمرابي نوال، ٢٠١٣، صفحة ٤٦)
- تنمية البنية الأساسية لوسائل الإتصال والمعلوماتية الحديثة لإتاحة فرصة أوسع للإتصال بخدمات الإنترنت سواء في دولة المنتج السياحي أو الدول المستهدفة بالتسويق السياحي؛
- تشجيع ظهور الوسيط الإلكتروني في القطاع السياحي، وهذا من خلال العمل على تشجيع إقامة شبكة من المواقع الإلكترونية الموازية لجميع العاملين في قطاع السياحة، سواء في مجال الفنادق، خطوط الطيران، ووكالات السفر، والمرشدين السياحيين،..
- خلق أنماط جديدة من المؤسسات والهيئات الخاصة بتنشيط السياحة والتي تعتمد في عملها على المواقع الإلكترونية المتقدمة على شبكة الإنترنت، وتوفير الدعم الفني والمعلوماتي لهذه المواقع وتصمم هذه المواقع وفق المعايير العالمية المتعارف عليها وذلك حتى يمكن لها التنافس مع غيرها من المواقع السياحية التنافسية في الدول الأخرى.

الخاتمة :

إن التجربة السياحية الجزائرية في مجال السياحة الإلكترونية المستدامة بالرغم من تنوع النصوص والإجراءات ووجود الإرادة السياسية والأموال المرصودة إلا أنّ يعكس عدة مشاكل وإختلالات ونقائص خاصة التحكم في التقنيات الجديدة لإستشراف السوق من طرف القائمين على وكالات السياحة والضعف الكبير في تغلغل تكنولوجيا الإعلام والاتصال بالسياحة ما أفضى إلى العجز في تسويق وجهة الجزائر ، كما توضح بأن السياحة الإلكترونية يمكن أن تصبح إحدى الأدوات الفاعلة التي يمكن أن تحقق التنمية السياحة

- المستدامة، وعدم إهتمام الجزائر بالسياحة الإلكترونية لم يمكنها من من الوصول إلى قاعدة أكبر من المستهلكين، ما أدى إلى انخفاض كبير في التدفقات السياحية البشرية والنقدية مما انعكس سلبا على مساهمة القطاع السياحي في التنمية الإقتصادية الجزائرية.
- وعليه من خلال الدراسة نتوصل إلى جملة من التوصيات نوردها فيما يلي :
١. يجب على السلطات الجزائرية أن تسطر خطة واضحة لتنمية القطاع السياحي وتعمل على تطبيق مبادئ التنمية المستدامة وتعتبره ضمن أولويات القطاعات التنموية التي تدر بالثروة خارج قطاع المحروقات؛
 ٢. العمل على تجديد في القطاع البنكي وتحديث الخدمات المالية الإلكترونية؛
 ٣. ضرورة وضع إستراتيجيات مدروسة لتطوير السياحة مع التركيز على أهمية السياحة الإلكترونية إنطلاقا من الإمكانيات البشرية والمادية والقيم الحضارية والثقافية المتاحة؛
 ٤. الإعتدال على ذوي الكفاءات والخبرة في التسيير السياحي لتجسيدها وإنجاح آفاقها تماشيا مع المتغيرات التكنولوجية؛
 ٥. تكثيف الجهود التسويقية وحشد الخبرات المناسبة لتوسيع الإستثمارات السياحية في مجال التسويق السياحي وزيادة تدعيم المبادرات الهادفة إلى الوصول لأجود الخدمات بالمجال السياح
 ٦. تشجيع الجانب التكنولوجي والإلكتروني والتعريف أكثر بالسياحة الإلكترونية وترسيخها قانونيا.

المراجع :

ww.mtatf.gov.dz/?page_id=3684. (٢٠٢٠-١١-٠٩).

ww.mtatf.gov.dz/?page_id=3684.

الجزيرة أونلاين. (٢٠٢٠، ١٢، ٠٢). www.eldjazaironline.net/Accueil. تم الاسترداد من مقال الجزائر في المرتبة ١١٨ في مؤشر السياحة.

السعيد بن لخضر، و صورية شني. (جوان، ٢٠١٨). الإعتماد على التكنولوجيا الحديثة لتحقيق السياحة الرقمية وواقعها في السياحة الجزائرية. مجلة آفاق علوم الإدارة والإقتصاد.

إيدير معاش. (٢٠١٦). واقع السياحة الإلكترونية في الجزائر. مجلة الدراسات الإفريقية. بختي إبراهيم، و شعوبي محمد فوزي. (٢٠١٠). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة. مجلة الباحث.

بعلي حمزة، و بنية محمد. (٢٦-٢٧ أكتوبر، ٢٠١٧). أهمية السياحة الإلكترونية كآلية لتنشيط الخدمات السياحية في الجزائر. (جامعة ٠٨ ماي ١٩٤٥، المحرر) الملتقى الدولي الثاني: المقاولاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي.

حوشين إيتسام، و بن بايرة ريمة. (٢٠٢٠). إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الجزائر: دراسة تحليلية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ٢٠٢٥. مجلة المناجمنت والإقتصاد.

زبير عياش، و فاتن باشا. (مارس، ٢٠١٩). إمكانية السياحة المحلية بالجزائر من منظور التكنولوجيا: بين الواقع والمأمول. (جامعة قلمة للعلوم الإجتماعية والإنسانية، المحرر) مجلة حوليات.

سلالي بو بكر. (٢٠١٤). آفاق السياحة الإلكترونية على ضوء تجربة تونس والأردن. تأليف رسالة ماجستير غير منشورة. الجزائر: كلية الإقتصاد جامعة الحاج لخضر باتنة.

عباس لحم، و عمار طهرات. (٢٠١٨). واقع تكنولوجيا المعلومات واقتصاد في الجزائر وسبل إندماجها في الإقتصاد الجديد. مجلة الإقتصاد والمالية.

كردودي سهام، و صبيحي شهنياز. (نوفمبر، ٢٠١٩). السياحة الإلكترونية في الجزائر ودورها في التنمية المستدامة. (جامعة محمد خيضر بسكرة، المحرر) يوم دراسي: الإستراتيجية التسويقية ودورها في تحسين أداء المنظمات في القطاع السياحي.

كواش خالد، و قمرابي نوال. (جانفي، ٢٠١٣). دور السياحة الإلكترونية في تنمية القطاع السياحي في الجزائر (بالرجوع إلى تجارب بعض الدول العربية). مجلة علوم الإقتصاد والتسيير والتجارة.

- محمد العقاب . (٢٠١٦). الأنترنت وعصر ثورة المعلومات . الجزائر : دار هومة للطباعة والنشر، طبعة الثانية.
- محمد يدو ، و سمية بخاري. (جوان ، ٢٠١٧). نظام المعلومات السياحي كآلية لترويج الخدمات السياحية: دراسة تحليلية لحالة الجزائر (٢٠٠٠-٢٠٢٥). مجلة دراسات .
- موقع وزارة السياحة. (٢٠٢٠ ، ١٠ ٢٠). www.matta.gov.dz/index.php/ar/. تم الاسترداد من موقع وزارة السياحة والصناعات التقليدية الجزائرية .
- مفيدة نادي، (٢٠١٧/٢٠١٨) "تقييم أثر البيئة المستحدثة على نمو القطاع السياحي من أجل تحقيق التنمية السياحية المستدامة -حالي القطاع السياحي في الجزائر-"، أطروحة دكتوراه في العلوم، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، غير منشورة، جامعة حسيبة بن بوعلی الشلف، الجزائر.
- هند حامد. (٢٠٠٩). تأليف تقييم دور التجارة الإلكترونية في الشركات السياحية، رسالة ماجستير غير منشورة . مصر : كلية السياحة والفنادق .

