

مقومات البيئة الرقمية ودورها في تحسين جودة الخدمات السياحية من وجهة نظر أصحاب وموظفي وكالات السياحة والسفر بمدينة جيجل

Components of the digital environment and its role in improving the quality of tourism services from the perspective of owners and employees of tourism and travel agencies in Jijel

كوسية بوجمعة

منال لعروق

مخبر المجتمع الجزائري المعاصر

جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2- (الجزائر)

جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2- (الجزائر)

b.koussa@univ-setif2.dz

ma.larouk@univ-setif2.dz

الملخص:

معلومات المقال

تاريخ الارسال:

2025/05/28

تاريخ القبول:

2025/10/06

الكلمات المفتاحية:

- ✓ جودة الخدمة السياحية :
- ✓ البيئة الرقمية :
- ✓ مقومات البيئة الرقمية:

تهدف الدراسة الى التعرف على دور مقومات البيئة الرقمية في تحسين نوعية الخدمات المقدمة بوكالات السياحة والسفر. حيث تم الاعتماد على تقنية المقابلة، اين تم اجراء مقابلات مع اصحاب وكالات السياحة والاسفار بمدينة جيجل وبعض موظفيها في الفترة الممتدة من (ماي 2022-أكتوبر 2024)، من خلال اتباع منهج تحليل المحتوى والذي يعتبر الانسب للتعامل مع محتوى المقابلات وتوصلت الدراسة الى نتيجة مفادها ان لمقومات البيئة الرقمية دور كبير في تحسين جودة الخدمات السياحية بمدينة جيجل.

Abstract :

Article info

Received

28/05/2025

Accepted

06/10/2025

Keywords:

- ✓ Tourism Service Quality:
- ✓ Digital Environment:
- ✓ Components:

بعد التقارب الذي حصر العالم ضمن فضاء افتراضي صغير يمكن لأفراده التواصل بسهولة وفي وقت قصير، احتلت الرقمنة مكانة مميزة وبارزة في العمل السياحي العالمي وغيّرت الكثير من المفاهيم المرتبطة بالعمل واساليبه، بغية تسهيل عملية التواصل بين الزبون والمؤسسة وجذب عملاء جدد للظفر بمكانة مميزة بالسوق السياحي العالمي وتحقيق موارد أكبر للمؤسسة. لقد ساعد استخدام مختلف البرامج والتطبيقات والبوابات الرقمية في تسهيل عملية ترويج وتسويق مختلف المنتجات والخدمات السياحية وتحسين جودتها، وتوسيع افاق العمل والمنافسة مما جعل عملية تقديم الخدمات في هذا القطاع تتم بسهولة وسلاسة.

لقد أصبح استخدام واستغلال الرقمنة في تقديم الخدمات، أحد التحديات التي تواجهها المؤسسة السياحية الجزائرية سواء على مستوى البيئة الداخلية أو الخارجية للمؤسسة، وبات من الضرورة توفير العديد من المقومات سواء داخل المؤسسة، من خلال تغيير مختلف الوسائل المستخدمة لتتواءم مع التكنولوجيا الرقمية الحديثة وتحسين نوعية الخدمات المقدمة، كالتغطية بالإنترنت وقوة تدفقها، استخدام التطبيقات والبرامج والبوابات الرقمية وكذا فتح حسابات على الشبكة العنكبوتية بالإضافة إلى التواصل مع الزبائن و تسويق منتجاتها والترويج لها وتوفير تطبيقات ووسائل خاصة بالدفع الإلكتروني لتسهيل عملية تقديم الخدمات وحصول العميل السياحي على مختلف الخدمات، كما وجب توفير موارد بشرية مكونة في المجال السياحي ومدربة على استخدامات الرقمنة والذي يساهم بشكل كبير في تحسين العمل بالمؤسسة ويدعم تطبيق الرقمنة بها، أو خارجها بتوفر بنية تحتية مساعدة كتوفر شبكة الانترنت والتغطية الشاملة وقوة تدفقها في محيط المؤسسة والذي يساهم بشكل كبير في تحقيق التحول نحو استخدام الرقمنة. كما يجدر بنا الإشارة إلى أن المقومات سابقة الذكر ليست المقومات الوحيدة التي تؤثر على تطبيق الرقمنة وإنما توجد مقومات أخرى مرتبطة بالمجتمع الذي تستهدفه المؤسسة والذي يعتبر مصدر عملائها وزبائنها، فتوفر ثقافة رقمية مرتبطة بالسياحة لدى أفراد المجتمع المحلي أو الوطني، والذي يظهر من خلال التواصل رقميا مع المؤسسة أو الحصول على مختلف الخدمات عن بعد، وهذا يعتبر عاملا مهما في نجاح تطبيق الرقمنة في المؤسسات السياحية، فالعمل هو الأساس في العمل السياحي كونه الزبون المستقبل للخدمة والموظف المخطط لها أو العميل المستفيد منها.

السؤال الرئيسي: هل لمقومات البيئة الرقمية دور في تحسين جودة الخدمات المقدمة بوكالات السياحة والسفر بالجزائر؟

الأسئلة الفرعية:

السؤال الفرعي الأول: هل لمقومات البيئة الرقمية الداخلية دور في تحسين نوعية الخدمات المقدمة بوكالات السياحة والسفر بالجزائر؟

السؤال الفرعي الثاني: هل لمقومات البيئة الرقمية الخارجية دور في تحسين نوعية الخدمات المقدمة بوكالات السياحة والسفر بمدينة جيجل؟

الفرضيات:

الفرضية الرئيسية:

لمقومات البيئة الرقمية دور في تحسين نوعية الخدمات المقدمة بوكالات السياحة والسفر بمدينة جيجل.

الفرضيات الفرعية:

الفرضية الفرعية الأولى:

لمقومات البيئة الرقمية الداخلية دور في تحسين نوعية الخدمات المقدمة بوكالات السياحة والسفر بمدينة جيجل.

الفرضية الفرعية الثانية:

لمقومات البيئة الرقمية الخارجية دور في تحسين نوعية الخدمات المقدمة بوكالات السياحة والسفر بمدينة جيجل.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الموضوع كون الرقمنة إحدى المواضيع الراهنة حيث أحدثت جدلا واسعا على جميع المستويات . سواء الأكاديمي والبحثي او على المستوى الاجتماعي والاقتصادي والثقافي ، كما تظهر أهمية الموضوع في كون الرقمنة في القطاع السياحي في بداياتها في الجزائر والمعروف ان أي تحول او تغيير يحتاج الى يحتاج توفر مجموعة من المقومات التي تساعد على تحقيقه ، فالتحول الرقمي في المجال السياحي يحتاج الى توفر مجموعة من المقومات سواء على مستوى البيئة الداخلية للمؤسسة وخارجها وهذا ما يؤثر على نوعية الخدمات التي تقدمها المؤسسة السياحية سواء بالإيجاب او السلب .

اهداف الدراسة:

- تهدف الدراسة للتعرف على دور مقومات البيئة الرقمية في تحسين نوعية الخدمات المقدمة بوكالات السياحة والسفر بمدينة جيجل .
- تهدف الدراسة لمعرفة دور مقومات البيئة الرقمية الداخلية في تحسين نوعية الخدمات المقدمة بوكالات السياحة والسفر بمدينة جيجل .
- تهدف الدراسة لمعرفة دور مقومات البيئة الرقمية الخارجية في تحسين نوعية الخدمات المقدمة بوكالات السياحة والسفر بمدينة جيجل .
المنهج: تحليل المحتوى لأنه الانسب للدراسة كوننا بصدد تحليل محتوى المقابلات التي أجريت مع مجموعة من أصحاب وموظفي وكالات السياحة والسفر بمدينة جيجل .

العينة: تم اجراء 9 مقابلات مع أصحاب وموظفي وكالات السياحة والسفر بمدينة جيجل والتي سمحت بإجراء المقابلات معهم.

أدوات جمع البيانات:

تم الاعتماد على تقنية المقابلة لأنها الأنسب لهذا الموضوع، لأنها تساعدنا في معرفة انطباعات أصحاب وموظفي وكالات السياحة والسفر بالولاية حول الرقمنة واستخداماتها. كما تساعد على معرفة آرائهم حول دور مقومات البيئة في تحسين نوعية الخدمات بالإضافة الى استخدام الملاحظة للاطلاع على الشكل الداخلي للمؤسسة وكذا الوسائل المستخدمة في العمل بالوكالة .

2. المفاهيم:

1. البيئة الرقمية:

"عبارة عن مزيج من الخدمات والأنشطة، التي تكتسي طابع رقمي وفقا للإمكانيات والوسائل المتاحة والتي تتفاعل ضمنها العديد من التقنيات من اجل تغيير ملامح الخدمات المقدمة " (عتيقة، 2013-2014، صفحة 50)
اذن يمكن القول ان البيئة الرقمية عبارة عن مجموعة من الإمكانيات سواء على مستوى الافراد او المجتمع او على مستوى الوسائل المستخدمة في العمل الرقمي او المساعدة عليه ضمن محيط المؤسسة كالبنية الرقمية التحتية ومختلف الوسائل والوسائط الرقمية التي تستخدمها المؤسسة إضافة الى موارد بشرية مؤهلة لاستخدام هاته التقنيات حيث تعمل على دعم نجاح التحول نحو الرقمنة وتحقيق اهداف المؤسسة.

2 **مفهوم مقومات البيئة الرقمية للمؤسسة (مكونات البيئة التحتية الرقمية للمؤسسة):** هي مجموع راس المال الاقتصادي والاجتماعي الذي يدعم التحول نحو تطبيق الرقمنة كأسلوب للعمل ". (نسيمة، 2024، صفحة 65) .

ويمكن تعريفها بأنها مجموع الوسائل والإمكانيات التكنولوجية الرقمية والموارد البشرية المؤهلة والمكونة التي تستخدمها المؤسسة في تصميم الخدمة وعرضها والترويج لها وتسويقها بالإضافة الى الإمكانيات الخارجية للمؤسسة المرتبطة بالبنية التحتية التكنولوجية والقبول الاجتماعي لاستخدامات هاته التكنولوجيا والتي تساعد المؤسسة على تحقيق أهدافها.

3 مفهوم الجودة rinehat: فأشار الى الجودة بانها مجموعة الخصائص التي توجد بمنتهج او خدمة تحقق رضا لزبون وتلبي احتياجاته سواء اكان الزبون هو المتلقي للخدمة مباشرة او مقدم الخدمة او كلاهما. (القيسي، 2013، صفحة 26) يعرفها كروسي (Crosby): "المطابقة للمتطلبات" (عثمان، 2015، صفحة 79) يشير هذين المفهومين الى ان الجودة ترتبط بتوافق معايير الخدمة المقدمة مع المعايير التي حددها الزبون.

4 مفهوم جودة الخدمة:

يرى Disney: "ان جودة الخدمة هي قدرة المنظمة الخدمية على تحقيق رضا وولاء العميل من خلال تقديم خدمة مميزة تشبع احتياجاته ورغباته بأقل تكلفة" (العزب، 2023، صفحة 84). يشير هذا المفهوم الى ان جودة الخدمة ترتبط بقدرة المؤسسة على اشباع رغبات العميل وتحقيق رضاه. يعرفها Christian Meria على "انها القدرة على تلبية حاجات الزبائن وبأقل تكلفة" (مسعداوي، 2014، صفحة 340). يشير مفهوم الجودة الى ضرورة تحقيق الخدمة لمتطلبات الزبون وبأقل التكاليف.

5 الخدمة السياحية: تشير الى:

"انها عبارة عن منتجات لا ملموسة يتم التعامل بها في السوق السياحي تهدف لإشباع حاجات ورغبات الزبون كما تساهم في توفير الراحة والطمأنينة والرعاية للزبون، كما تعمل على تحقيق نوعا من الاستقرار الاقتصادي سواء على مستوى الافراد والمنظمة". (عبدي، 2023، صفحة 207). يشير المفهوم الى اهم صفة تتميز بها الخدمة وهي انها معنوية غير ملموسة كما أشار الى الهدف منها.

6 جودة الخدمة السياحية:

"جميع أنواع الخدمات التي تقدم للسائح مثل الخدمات الفندقية، الاطعام والنقل ووكلاء السفر والذي يظهر من خلال تقديم منتج سياحي على مستوى عال من الجودة ويحقق رضا الزبون" (القرنة، 2019، صفحة 138). كما يمكن تعريفها انها: "معيار لدرجة تطابق أداء الخدمة الفعلي مع التوقعات التي يكونها الزبائن عن هذه الخدمة" (خثير، 2016، صفحة 12).

2.2-المقومات التنظيمية في البيئة الرقمية: (العياط، 2015، الصفحات 26-27)

من أجل تحقيق اهداف المؤسسة السياحية المسطرة وخاصة بعد التحول الرقمي تحتاج الى توفر مجموعة من الإمكانيات المساعدة على ذلك والتي تساهم بشكل كبير في تحسين نوعية الخدمات المقدمة حيث "ان تطبيق الرقمنة يتطلب عدة عناصر كالآتي: -عتاد الحاسوب (Hardwar): ويتمثل في المكونات المادية للحاسوب ونظمه والشبكات والملحقات والتي تدعم العمل باستخدام الرقمنة.

البرمجيات software: والمتمثلة في قواعد البيانات وبرامج البريد الالكتروني والبرامج المحاسبية ونظم إدارة "

1 -مقومات البيئة الرقمية الداخلية التي تساعد في تحسين جودة الخدمات بالمؤسسة السياحية: (العياط، 2015، صفحة 27)

تعتبر من بين المقومات الأساسية التي يقوم عليها العمل في المؤسسة السياحية حيث ان العمل ضمن البيئة الرقمية يتطلب توفر مجموعة من الإمكانيات والمقومات التي تلعب دورا هاما في تحسين نوعية الخدمات:

1-1الانترنت: "الانترنت بتنسيقه المتعدد الوسائط يقدم محفزات لدعم عمل المؤسسة السياحية حيث ان الانترنت يساعد المؤسسة على جلب عمليات عالية الجودة وفعالة" (Md. Sohan Hossain، 2025، صفحة 15)، يعد الاتصال بالانترنت جوهر العمل الرقمي كون مختلف التطبيقات والبرمجيات الرقمية لا تعمل الا ضمن فضاء رقمي أساسه الاتصال بالشبكة العنكبوتية لذلك وجب على

المؤسسة التي تسعى لاستخدام الرقمنة والاستفادة من مختلف تطبيقاتها توفير خط انترنت وجهاز مستقبل لها إضافة الى العرض على اختيار الخط ذو التدفق العالي ، ذلك لأنها تساهم في جعل نوعية الخدمات افضل وتزيد من سرعة وصول العروض الخاصة بالخدمات للزبون، كما تساهم في حصوله على الخدمة في وقت قصير فالانترنت من الوسائل التي تساعد المؤسسة للتواصل بشكل فعال مع زبائنها وبالتالي سير عملية تقديم الخدمات بسهولة وسلاسة مما يساهم في تحسين جودتها .

1-2 توفر أجهزة كمبيوتر: "ان التحول نحو المنظمة الرقمية يتطلب توفير مختلف الوسائل التكنولوجية الحديثة واستغلالها احسن استغلال " (سبي، 2020). حيث ان تغيير البنية التكنولوجية القديمة يساعد على تغيير أسلوب العمل الأسلوب الرقمي حيث ان اغلب الحواسيب والهواتف القديمة تتميز بضعف الأداء مقارنة بالحديثة وأحيانا لا تتماشى مع التكنولوجيا الحديثة لذلك وجب على المؤسسة مراعاة ذلك من خلال اقتناء أجهزة تتناسب مع نوعية هذه التكنولوجيا الرقمية الحديثة. من اجل تحقيق أهدافها وتحسين جودة عملها.

1-3 جهاز الدفع الالكتروني: "وفقا للقانون رقم 14-19 المؤرخ في 11/12/2019 الذي ينص على الزامية امتلاك المتعاملين الاقتصاديين والمؤسسات السياحية ادركت ضرورة ذلك عبر تجهيز هياكلهم لوسائل الدفع الالكتروني". (الطيب، صفحة 2) يساعد هذا الجهاز على تسهيل عملية الدفع على مستوى الوكالات حيث تختصر الجهد على الزبون في الذهاب الى البنك واستخراج الأموال ويسهل عمل الوكالة في ذهابها الى البنك وايداعها. حيث بواسطة البطاقة الذهبية او البنكية يمكن اقتطاع ثمن الخدمة مباشرة من الزبون وايداعها في حساب صاحب الوكالة.

1-4 المورد البشري المؤهل: (سعد، 2017-2018، صفحة 179)

يد عاملة مؤهلة للعمل الرقمي والسياحي: "من اهم أسس نجاح المؤسسة السياحية امتلاكها مورد بشري مؤهل للعمل في القطاع السياحي الذي لها دور في تحسين نوعية الخدمات المقدمة بالمؤسسة، فكفاءة المورد البشري وتكوينه والذي يمتلك القدرة والمهارة العالية في الداء التكنولوجي". (شمطو، 2017، صفحة 74) ، يشير المفهوم الى أهمية المورد البشري في القطاع السياحي حيث ان المورد كونه يمتلك المقومات اللازمة للتفاوض مع الزبون او العميل قدرته على التعامل مع كل أنواع العملاء والذي يتمتع بمهارات عالية؛ كسرعة الاستجابة للعميل والرد عليه في وقت قياسي، أسلوبه اللبق في التعامل مع الزبون، والذي يعتبر عامل مهم في كسب ثقة الزبون وتحقيق رضاه عن نوعية الخدمات المقدمة مما يساهم في جذب عملاء جدد للمؤسسة.

1-5 تدريب العاملين على استخدام أحدث البرامج الرقمية السياحية: (Thomas، 2024، صفحة 181) تعتبر كفاءة المورد البشري واحدة من اهم العوامل التي تعمل على تحسين جودة ونوعية الخدمات التي تقدمها المؤسسة السياحية، لدى يعتبر تدريب العاملة على استخدامات البرامج الجديدة للمؤسسة وكذا تأهيلهم لاكتساب المهارات الجديدة وخاصة في ظل التغيرات التي تحدث على المستوى الرقمي حيث تحتاج أي مؤسسة عند استخدام تقنيات رقمية جديدة الى موارد بشرية مؤهلة او مدربة على استخدام هذه التكنولوجيا لدى يعتبر تدريب اليد العاملة و تأهيلها امر بالغ الأهمية وذلك حتى تحقق الاستفادة المرجوة من هذه التكنولوجيا والتي تتميز بسرعة كبيرة في التطور والتغير البرمجيات اما بالتحديثات المتكررة للبرامج او تغييرها الى برامج أكثر تطورا. حيث ان البرمجيات الرقمية تحتاج الى مهارات عالية في الاستخدام والتي تسهل عمل المؤسسة وتسرع من عملية تقديم الخدمات للزبون السياحي.

1-6 الأدوات الرقمية: تحتاج المؤسسة السياحية الى العديد من الأدوات الرقمية من اجل التعامل الزبائن او العملاء. وتعمل هذه الادوات على تدعيم عمل المؤسسات السياحية:

يعرفه ايزموند: Esmond "انه برنامج كمبيوتر مصمم ليعمل على الهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر اللوحي وغيرها من الأجهزة النقلة وهي مصطلح جديد في عالم التقنية، وهو يصف بشكل خاص تلك البرمجيات التي يقدمها مطورو الويب" (القحطاني، 2022). ويمكن تعريفها اجرائيا بانها عبارة عن تطبيقات متاحة للتحميل يمكن للزبون تحميلها على هاتفه او حاسبه الالي سواء المكتبي او المحمول حيث تعمل هذه التطبيقات على توفير مساحة رقمية للمؤسسة لعرض مختلف خدماتها مقابل عائد مادي او هامش من الربح لصاحب هذا التطبيق او المؤسسة المصممة. مقابل عرضه لخدمات المؤسسة واسعارها من اجل مساعدتها في الترويج لخدماتها حيث سهلت التطبيقات للمؤسسة ترويج وتسويق عروضها الترويجية بسهولة وما على الزبون الا تحميل التطبيق او الولوج اليه لمعرفة نوعية الخدمة ومميزاتها وكذا أسعارها. نذكر منها تطبيقات الدفع الالكتروني eccp وبريدي موب اضافة الى تطبيقات حجوزات الفنادق مثل trivago- booking ايضا نذكر تطبيقات تحديد المواقع GPS واخرى.

1-6-2. المنصة الرقمية:

وتعرف على انها " البيئة التفاعلية، التي تقوم بتوظيف جميع التقنيات المرتبطة بالويب، والتي تحتوي على عرض متماسك/متناسق، تقني وتجاري للولوج إلى العالم البعيد، والخدمات التفاعلية والغير تفاعلية، التي يمكن أن تداع أو تقدم عبر الويب، كما يمكن أن تخضع للدفع، ويكون الولوج إليها متاحا " (الجمعي، 2024)

وهي عبارة عن برنامج يحتوي على معلومات حول مختلف العروض الترويجية والاسعار المختلفة لمختلف الخدمات السياحية وتكون هذه المنصات تابعة لوكالات سياحية او توفر مساحات يتم كراءها من طرف وكالات السياحة والسفر وتعمل نفس عمل التطبيقات تعد المنصة اوسع من التطبيق تعتمد عليها كل وكالات السياحة والسفر سواء في التخطيط لرحلاتها او في حجوزات الفنادق وتذاكر السفر وأيضا في تحديد المواعيد للحصول على التأشيرات. ومن بين هذه المنصات سواء الوطنية او العالمية نذكر منها: منصة flayn beds-booking-agooda.

3. مقومات البنية التحتية: تحتاج أي مؤسسة الى مجموعة من المقومات في بيئتها الخارجية التي تساعد في دعم عملها باستخدام الرقمنة ونذكر منها:

1.3 شبكة الانترنت:2(ضيف، 2022 2023، صفحة 102) ونقصد بتوفر شبكة الانترنت في المحيط الخارجي للمؤسسة بمعنى توفر بنية تحتية للانترنت والتي تتمثل في خط الانترنت ADSL هاتف الثابت او خط idoom4g في الجزائر، إضافة الى خطوط الالياف البصرية fibre التي تعتبر خطوطها اقوى من حيث التدفق عن سابقاتها، ان توفر هذه الشبكات على مستوى البيئة المحلية والوطنية يساعد المؤسسة في استخدام الرقمنة كألية عمل ويساعد الزبون على الحصول على مختلف العروض الترويجية واختيار انسبها له.

2.3 بيئة ثقافية:

: تعتبر البيئة الثقافية للمجتمع عاملا هاما في نجاح التحول الرقمي، حيث "بات من الضرورة وجود بيئة ثقافية مهيأة لمثل هذا النوع من التعاملات " (انصاف، 2021، صفحة 66). فإقبال الفرد على استخدام الرقمنة في اقتناؤه لمختلف الخدمات السياحية يساعد كسب ثقافة استخدام الرقمنة.

المقابل 1: مقابلة صاحب وكالة كوكب للأسفار بمدينة جيجل يوم 3 مارس 2024 على الساعة 13 و30 بمقر الوكالة.

- حسب ما اشار اليه صاحب الوكالة في هذه المقابلة الى:

ان الوكالة تعتمد في التواصل مع زبائنها كلا الطريقتين الرقمية والتقليدية حيث تستخدم تطبيق ماسنجر للتواصل مع الزبون كما تتعامل بالهاتف، والحضور الى الوكالة.

اما بالنسبة للدفع فقد أشار الى ان الوكالة تتيح الطريقتين ولكن معظم الزبائن يفضل الطريقة التقليدية وخاصة عندما يتعامل لأول مرة مع الوكالة لكن بالنسبة للزبائن القدامى يتعاملون بالطريقتين.

- اما بالنسبة للمقومات داخل المؤسسة فقد أشار الى ان الوكالة تتوفر على جهاز مستقبل للإنترنت +خط ADSL+ اشتراك الانترنت ذات التدفق العالي +أجهزة كمبيوتر حديثة +يد عمالة مؤهلة في المجال السياحي +خبرة في العمل السياحي قرابة سنة 19 سنة+ اتقان استخدام مختلف التطبيقات المتعلقة بالحجوزات الفنادق والتذاكر السفر وتنظيم الرحلات الداخلية والخارجية وحجز المواعيد وإجراءات الفيزا سواء الالكترونية او تقليدية.

- اما بالنسبة لاستخدام الوكالة التطبيقات رقمية فقد بين ان الوكالة تملك صفحة على موقع فيسبوك وإنستغرام تستخدمهما للترويج لمختلف عروضها وخدماتها وكمنصات بين انهما تتعامل مع منصتي: **ABIMO BOOKING—click Ngo**

- اما عن رايه في الرقمنة فقد اقر بانها سهلت العمل بالنسبة للوكالة بشكل كبير اختصرت عليه الوقت من ناحية الوثائق وخاصة من ناحية إجراءات البنك وإجراءات الفيزا. وتهيئة الملفات كما اختصرت عليه الكثير من الجهود لكن من ناحية الزبون فإقباله على استخدامها في الحصول على الخدمة نسبي ويرجع ذلك الى ظهور بعض الوكالات الوهمية التي احتالت على الكثير من الزبائن ما جعل معظم الزبائن يختار الطريقة التقليدية للحضور الشخصي للوكالة، خاصة بالإضافة الى عدم ثقة الزبون السياحي في البرامج الرقمية وخاصة ما هو مرتبط بالدفع الكتروني والذي قال عنه انه يعود لعدم اتقان استخدام مختلف التطبيقات والبرامج الرقمية.

انطوت هذه المقابلة على انه بالرغم من ان الوكالة خطت خطوات كبيرة نحو الرقمنة وذلك بتوفير مختلف المقومات المساعدة على استغلالها في العمل الا انما تواجه بعض العراقيل وخاصة المرتبطة بالبيئة الاجتماعية أي اقبال الزبون على التعامل رقميا مع الوكالة يعد عائقا امام تطبيق الرقمنة ، حيث الفئة العريضة من المجتمع تفضل استخدام الأسلوب التقليدي ؛والذي يرجعه صاحب الوكالة الى ضعف ثقافة الاستخدام لدى الزبون وضعف الثقة في الوكالات السياحية .والذي سببته الاستخدامات السيئة لبعض الأشخاص الذين يستغلون الفضاء الرقمي للاحتيال على الزبائن والذي أدى تفضيل الزبون للطريقة التقليدية في التعامل والتي يراها افضل لأنه يعتبرها امنة له . كما ان الاقبال على استخدام الدفع الالكتروني شبه منعدم فالجميع تقريبا يفضل استخدام الأسلوب التقليدي في الدفع أيضا بعض المقومات المتعلقة بالبنية التحتية والتي تتمثل في الانقطاعات المرتبطة بالكهرباء وأيضا الانترنت وضعف التدفق في البيئة المحلية للولاية إضافة الى خصوصية المجتمع المحلي كما أشار ان الرقمنة سهلت عمل الوكالة بشكل كبير من حيث إجراءات السفر فالمنصات الرقمية سهلت عملية الحجوزات أيضا من ناحية معالجة ملفات الفيزا والعمره والحج كما سهلت عمل الوكالة من حيث جلبها للزبائن من خارج الوطن كون الوكالة الوحيدة التي تنظم هذا النوع من الرحلات من خارج الى داخل الوطن كونها سهلت تواصلها مع زبائنها من خارج الوطن إضافة الى الحجوزات والملفات اللازمة لتأمين دخولهم للوطن .

المقابلة رقم 2: وكالة ولادعيسي ترافل يوم 9 ماي 2022 بمقر الوكالة على الساعة 10 صباحا:

بالنسبة لكيفية تعامل المؤسسة مع زبائنها أجاب انها: تتعامل بالطريقتين الرقمية والتقليدية باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي: ماسنجر، والحضور الى الوكالة

- بالنسبة للدفع الوكالة تتيح الطريقتين معظم الزبائن يفضل الطريقة التقليدية وخاصة الذي يتعامل لأول مرة مع الوكالة لكن بالنسبة للزبائن الدائمين يتعاملون بالطريقة الرقمية.

بالنسبة للوسائل المساعدة على تطبيق الرقمنة فقد أشار انها تتوفر المؤسسة على جهاز مستقبل للأنترنت خط ADSL+اشتراك الانترنت ذات التدفق العالي+أجهزة كمبيوتر حديثة+يد عمالة مؤهلة في المجال السياحي+خبرة في العمل السياحي قرابة 4سنوات+اتقان استخدام مختلف التطبيقات المتعلقة بالحجوزات الفنادق والتذاكر السفر وتنظيم الرحلات الداخلية والخارجية وحجز المواعيد وإجراءات الفيزا سواء الالكترونية او تقليدية. توفر أيضا تطبيقات تحديد المواقع وتطبيقات الدفع الالكتروني وجهاز الدفع الالكتروني

-اما عن كيفية ترويج الوكالة لخدماتها فأجاب انها تمتلك صفحة على موقع فيسبوك يتم فيها عرض مختلف الخدمات التي تقدمها الوكالة وخدماتها.

--اما بالنسبة لاستخدام الوكالة التطبيقات رقمية فأجاب انها تستخدم المنصات التالية:

BOOKING-flayn beds -May go-Timgad

اما بالنسبة للترويج فأجاب انه يتم عبر الانترنت: باستخدام تطبيقي فيسبوك وانستغرام.

-اما عن رأيه في الرقمنة: فأجاب ان الرقمنة سهلت العمل بالنسبة الوكالة بشكل كبير اختصرت لنا الوقت من ناحية الوثائق وخاصة من ناحية إجراءات البنك والفيزا وقللت من التنقلات وأسعار الترويج، لكن لاتزال الرقمنة في بدايتها وعدم ثقة الزبون في استخداماتها بسبب ما ينتشر من اشاعات وظهور بعض الشركات الوهمية في الفضاء الرقمي كذا عدم اتقان الزبائن وخاصة كبار السن لمختلف التطبيقات الرقمية.

اسفرت هذه المقابلة على انه بالرغم من توفر المقومات التنظيمية الداخلية للوكالة التي تساعد على استخدام الرقمنة في عملها. سعيها منها الى تحسين نوعية خدماتها الا ان مقومات البيئة الخارجية تعمل على إعاقة او ابطاء تفعيل هذا الأسلوب فقد أشار صاحب الوكالة الى ان الرقمنة ساهمت بشكل كبير في تحسين العمل وتقليل الجهد المبذول خاصة من ناحية الاجراءات التي تقوم بها الوكالة في معالجة الملفات الخاصة بالزبائن، اشارصاحب الوكالة ساهمت التطبيقات الرقمية في تسهيل العملية بشكل كبير، بحكم ان الوكالة عملت في فترتين مختلفتين قبل وبعد الرقمنة، الا ان اقبال الزبون على استخدام هذه التقنية يبقى محدود. وخاصة بالنسبة للزبائن الجدد للوكالة حيث يرى بانها ناتجة عن ظهور بعض الوكالات الوهمية التي كبدت الكثير من الزبائن وحتى وكالات السياحة والسفر خسائر كبيرة ، ان عدم امان المواقع أدى الى بناء صورة سيئة في ذهن الزبون حول الرقمنة بالإضافة الى اعتماد الوكالات على الترويج في مواقع التواصل والتي يعتبرها الكثير غير موثوقة. مما سبق يمكن القول ان مقومات البيئة الرقمية ساعدت على تحسين إجراءات العمل داخل الوكالة الا ان نجاحها في احداث نقلة في هذا قطاع يبقى مرتبط بالثقافة الرقمية لدى الزبون وتقبله لهذا الأسلوب من العمل.

المقابلة رقم 3وكالة المريح للسياحة والاسفار فرع جيجل يوم26ماي 2024على الساعة 11و2.

- عن كيفية تعامل الوكالة مع زبائنها أجاب انها تستخدم الطريقتين التقليدية والحديثة .
- بالنسبة لأسلوب الدفع أشار الى ان معظم الزبائن يفضلون الطريقة التقليدية وخاصة الذي يتعامل لأول مرة مع الوكالة لكن بالنسبة للزبائن القدامى يتعاملون بالطريقتين الرقمية والتقليدية لكن على العموم يمكن القول معظمهم يفضل الطريقة التقليدية.
- بالنسبة للوسائل المساعدة على تطبيق الرقمنة فقد أشار انها تتوفر المؤسسة على جهاز مستقبل للانترنت +خط ADSL+اشتراك الانترنت ذات التدفق العالي +أجهزة كمبيوتر حديثة +يد عمالة مؤهلة في المجال السياحي +خبرة في العمل السياحي قرابة 4سنوات +اتقان استخدام مختلف التطبيقات المتعلقة بالحجوزات الفنادق والتذاكر السفر وتنظيم الرحلات الداخلية والخارجية وحجز المواعيد وإجراءات الفيزا سواء الالكترونية او تقليدية. توفر أيضا تطبيقات تحديد المواقع وتطبيقات الدفع الالكتروني وجهاز الدفع الالكتروني
- اما بالنسبة للتطبيقات التي تمتلكها الوكالة نعم تمتلك صفحة على موقع فيسبوك +انستغرام.
- اما بالنسبة لاستخدام الوكالة التطبيقات رقمية أجاب بان الوكالة تستخدم المنصات التالية: **flayn bedes-BOOKIN-TLS**.
- بالنسبة عن رايه في الرقمنة اشار الى ان الرقمنة سهلت العمل بالنسبة الوكالة بشكل كبير واختصرت لنا الوقت من ناحية الوثائق وخاصة من ناحية إجراءات البنك والفيزا.... الغ، لكن مع عدم الثقة في مواقع التواصل أضافه الى عدم اتقان استخدامات التطبيقات الرقمية تبقى الرقمنة واستخداماتها محدودة حيث ان معظم الزبائن لا يثقون في العمل عن بعد ويعتبرون العمل الرقمي غير امن .

بالرغم من ان الوكالة خطط خطوات كبيرة نحو الرقمنة وذلك بتوفير مختلف المقومات المساعدة على استغلالها في العمل. الا انها تواجه بعض العراقيل خاصة على مستوى البنية التحتية حيث أشار صاحب الوكالة ان الانقطاعات في شبكة الانترنت وضعف قوتها تؤثر على عمل المؤسسة بالرغم من ان انها تختار دائما العروض ذات التدفق العالي، والعروض الخاصة بالمؤسسات، بالإضافة الى الانقطاعات التي تمس التيار الكهربائي تعمل على إعاقة العمل والتي تضع المؤسسة في حرج مع زبائنها، إضافة الى عدم اقبال الزبائن على استخدام مختلف التطبيقات الرقمية وتفضيله الذهاب بصفة شخصية الى الوكالة. والذي يمكن تفسيره بعدم ثقة الزبون في مختلف التطبيقات الرقمية او عدم اتقانه لاستخدامات هذه التطبيقات وخاصة فئة كبار السن كون الاقبال كبير من الزبائن نحو الحج والعمرة، كم أشار صاحب الوكالة وبعض موظفيه الى ان معظم الزبائن يفضلون الدفع يد بيد اي الطريقة التقليدية. ويمكن القول ان الرقمنة سهلت عمل الوكالة بشكل كبير من ناحية الإجراءات الا انها لا تلقى اقبالا من طرف الزبون كونها أسلوب جديد في العمل السياحي.

المقابلة رقم 4: رتاج للسياحة والاسفار فرع جيجل يوم 26 اكتوبر 2024 على الساعة 13 و9د.

- بالنسبة لأسلوب التعامل مع الزبائن أجاب صاحب الوكالة ان الوكالة تتيح الطريقتين للتعامل مع الزبون ماسنجر، كما تتعامل بالهاتف، والحضور الى الوكالة.
- اما بالنسبة للدفع الوكالة تتيح الطريقتين معظم الزبائن يفضل الطريقة التقليدية وخاصة الذي يتعامل لأول مرة مع الوكالة لكن بالنسبة للزبائن القدامى يتعاملون بالطريقة.
- بالنسبة للوسائل المساعدة على تطبيق الرقمنة أجاب ان الوكالة تتوفر على جهاز مستقبل للانترنت +خط ADSL+اشتراك الانترنت ذات التدفق العالي +أجهزة كمبيوتر حديثة +يد عمالة مؤهلة في المجال السياحي +خبرة في العمل السياحي قرابة 20سنة +اتقان استخدام مختلف التطبيقات المتعلقة بالحجوزات الفنادق والتذاكر السفر وتنظيم الرحلات الداخلية والخارجية وحجز المواعيد وإجراءات الفيزا سواء الالكترونية او تقليدية+ جهاز الدفع الالكتروني.
- اما عن امتلاك الوكالة صفحات رقمية أجاب انها: تمتلك صفحة على موقع فيسبوك وانستغرام، تستخدمهما في عرض مختلف خدماتها، كما تستخدم تطبيقات تحديد المواقع **gps+google earth+ google maps**.
- اما عن التطبيقات التي تتعامل معها الوكالة في عملها سواء على المستوى الوطني او الدولي فأجاب: ان الوكالة تتعامل مع تطبيقات **bls+agooda+BOOKING**
- بالنسبة للترويج أشار الى انها تعتمد على صفحة فيسبوك للترويج لمختلف خدماتها.

- بالنسبة لرايه حول الرقمنة فأجاب قائلا ان الرقمنة سهلت العمل بالنسبة الوكالة بشكل كبير اختصرت لنا الوقت من ناحية الوثائق وخاصة من ناحية إجراءات البنك والفيزا.....الغ، الا ان الزبون السياحي المحلي او الوطني لا يزال يختار الطريقة التقليدية في الحصول على الخدمات وخاصة من ناحية الدفع باستثناء فئة الشباب والفئات المثقفة حسيه اما كبار السن فهم يفضلون الطريقة التقليدية .

الملاحظ على ان الوكالة وفرت مختلف المقومات التنظيمية الداخلية والوسائل المساعدة على استخدام أسلوب الرقمنة في تقديم الخدمات للزبون لكن يبقى المقومات الرقمية الخارجية كضعف الانترنت المرتبطة بخط ADSL تؤثر على عمل المؤسسة ، أيضا خوف الزبون من استخدام التطبيقات الرقمية في التعامل مع الوكالة وعدم اقباله عليها يحد من العمل بها، أيضا عدم الثقة في أساليب الدفع الالكتروني وظهور الوكالات الوهمية في الفضاء الرقمي جعل توجه الزبون نحو الحضور الشخصي فقط . كما اشار صاحب الوكالة الى ان مختلف البوابات الرقمية والتطبيقات سهلت العمل بشكل كبير كونه قديم في العمل السياحي وتعامل بالطريقتين الرقمية والتقليدية في العمل . وخاصة من ناحية الإجراءات الخاصة بالملفات والتأشيرات وحجز المواعيد فقد قللت من الجهد والوقت المبذولين في ذلك أشار أيضا الى ان الفئات الأكثر ميلا لاستخدام أساليب الرقمية في العمل هم فئة الموظفين الذين وصفهم بالفئة المثقفة ؛ إضافة الى الشباب . كما أشار الى الاقبال محتشم للمجتمع المحلي نحو السياحة بصفة عامة. والذي ارجعه الى أسباب مادية في غالب الأحيان كما أشار الى ان اكثر أنواع السياحة اقبال داخل الولاية نحو السياحة الدينية الحج والعمرة.

المقابلة 5: رقم وكالة نجم الشمال للسياحة والاسفار جيجل يوم 22 اكتوبر 2024 على الساعة 13 و 28د.

- عن كيفية تعامل الوكالة مع الزبون يتعامل اجاب انها: تعتمد على الطريقتين التقليدية والرقمية باستخدام تطبيق ماسنجر او الهاتف، او الحضور الى الوكالة.

- اما بالنسبة للدفع الوكالة تتيح الطريقتين التقليدية والرقمية اما وأشار ان اغلب الزبائن يفضل الطريقة التقليدية.

- بالنسبة الطريقة التي يفضلها الزبون في التعامل مع الوكالة فأجاب ان: معظم الزبائن يفضل الطريقة التقليدية وخاصة الذي يتعامل لأول مرة مع الوكالة لكن بالنسبة للزبائن القدامى يتعاملون بالطريقتين

- اما عن المقومات الرقمية التي تساعد على العمل عن بعد فأجاب ان الوكالة تتوفر: على جهاز مستقبل للانترنت +خط ADSL+اشترك الانترنت ذات التدفق العالي +أجهزة كمبيوتر حديثة +يد عمالة مؤهلة في المجال السياحي والتقني +خبرة في العمل السياحي 4سنوات +اتقان استخدام مختلف التطبيقات المتعلقة بالحجوزات الفنادق والتذاكر السفر وتنظيم الرحلات الداخلية والخارجية وحجز المواعيد وإجراءات الفيزا سواء الالكترونية او تقليدية.

- اما امتلاك الوكالة على صفحات رقمية للترويج لمختلف الخدمات الي تقدمها فأجاب ب: نعم تمتلك صفحة على موقع فيسبوك +انستغرام +غوغل. كما تستخدم تطبيقات تحديد المواقع google maps + google earth +gps.

- عن كيفية ترويج الوكالة للخدمات عبر الانترنت أجاب انها تستخدم تطبيقات: فيسبوك -انستغرام وغوغل كم يعتمد على الأسلوب التقليدي الكلمة المنقولة أي الاعتماد على الزبائن وما ينقلونه من انطباعات حول الخدمات المقدمة لهم.

- عن رأيه في الرقمنة في العمل السياحي اجاب ان الرقمنة سهلت العمل بالنسبة الوكالة بشكل كبير اختصرت لنا الوقت من ناحية الوثائق وخاصة من ناحية إجراءات البنك وإجراءات الفيزا.

بالرغم من ان الوكالة خطط خطوات كبيرة نحو الرقمنة وذلك بتوفير مختلف المقومات المساعدة على استغلالها في العمل .الا انها تواجه بعض العراقيل وخاصة المرتبطة بالعنصر البشري أي اقبال الزبون على التعامل رقميا مع الوكالة والذي يعد عائقا امام تطبيق الرقمنة . حيث الفئة العريضة من المجتمع تفضل استخدام الأسلوب التقليدي والذي يرجعه صاحب الوكالة الى ضعف ثقافة الاستخدام لدى الزبون وضعف الثقة في الوكالات السياحية. والذي سببته الاستخدامات السيئة لبعض الأشخاص الذين يستغلون الفضاء الرقمي للاحتيال على الزبائن والذي أدى تفضيل الزبون للطريقة التقليدية في التعامل والتي يراها أفضل. لأنه يعتبرها امنة له كما ان الاقبال على استخدام الدفع الالكتروني شبه منعدم فالجميع تقريبا يفضل استخدام الأسلوب التقليدي في الدفع أيضا بعض المقومات المتعلقة بالبنية التحتية والتي تتمثل في الانقطاعات المرتبطة بالكهرباء وأيضا الانترنت وضعف التدفق يشير صاحب الوكالة الى ان عدم توجه الوكالة لاستخدام بعض المنصات

الوطنية راجع الى عدم تواصلها مع الوكالة إضافة الى انه أشار الى ان المنصتين التي يتعامل معها قدمت الكثير من التسهيلات له خاصة في بداية عمله كوكالة أيضا أشار الى تركيز الوكالة على الحج والعمرة لأنها الأكثر اقبالا من طرف الزبائن المحليين. المقابلة رقم 6: وكالة سيدي فرج للسياحة والاسفار مع صاحبة الوكالة يوم 3 أكتوبر 2024 على الساعة 11 و 24د.

عن كيفية التعامل مع الزبون أجابت انها تتعامل بالطريقتين التقليدية والرقمية وذلك عن طريق استخدام تطبيق ماسنجر كما تتعامل بالهاتف، والحضور الشخصي الى الوكالة.

اما بالنسبة للدفع فأشار الى ان الوكالة تتيح الطريقتين لكن معظم الزبائن يفضل الطريقة التقليدية وخاصة الذي يتعامل لأول مرة مع الوكالة لكن بالنسبة للزبائن القدامى يتعاملون بالطريقتين.

اما عن توفر المؤسسة على مقومات رقمية تساعد على العمل عن بعد: فأجابت بان الوكالة تتوفر على جهاز مستقبل للانترنت +خط ADSL+اشتراك الانترنت ذات التدفق العالي +أجهزة كمبيوتر حديثة +يد عمالة مؤهلة في المجال السياحي +خبرة في العمل السياحي قرابة 4 سنوات+اقتان استخدام مختلف التطبيقات المتعلقة بالحجوزات الفنادق والتذاكر السفر وتنظيم الرحلات الداخلية والخارجية وحجز المواعيد وإجراءات الفيزا سواء الالكترونية او تقليدية.

عن الصفحات الرقمية المستخدمة في الترويج للترويج لمختلف الخدمات الي تقدمها الوكالة فأشار الى انها تمتلك صفحة على تطبيق فيسبوك وانستغرام، تستخدم تطبيقات تحديد المواقع +google maps+ google earth+gps.

- اما عن التطبيقات التي تتعامل معها الوكالة في عملها سواء على المستوى الوطني او الدولي فقالت انها تستخدم منصتي: فندق +ticket. كما اشارت انها تروج للخدمات عبر الانترنت: باستخدام تطبيق فيسبوك وانستغرام والكلمة المنقولة والتي تقصد بها ما ينقله الزبائن من انطباعات عن خدماتها لزبائن اخرين.

اما عن رأيه في الرقمنة في العمل السياحي فأجاب ان الرقمنة سهلت العمل بالنسبة للوكالة بشكل كبير اختصرت لنا الوقت من ناحية الوثائق وخاصة من ناحية إجراءات البنك وإجراءات الفيزا.....الغ

اسفرت هذه المقابلة عن انه بالرغم من ان الوكالة خطت خطوات كبيرة نحو الرقمنة وذلك بتوفير مختلف المقومات المساعدة على استغلالها في العمل الا انها تواجه بعض العراقيل، وخاصة المرتبطة بالعنصر البشري أي اقبال الزبون على التعامل رقميا مع الوكالة.والذي يعد عائقا امام تطبيق الرقمنة حيث الفئة العريضة من المجتمع تفضل استخدام الأسلوب التقليدي. والذي ترجعه ع صاحب صاحب الوكالة الى ضعف ثقافة الاستخدام لدى الزبون وضعف الثقة في الوكالات السياحية .والذي سببته الاستخدامات السيئة لبعض الأشخاص الذين يستغلون الفضاء الرقمي للاحتيال على الزبائن والذي أدى تفضيل الزبون للطريقة التقليدية في التعامل والتي يراها افضل، أيضا اشارت صاحبة الوكالة الى انها تتعامل مع الزبائن لأول مرة بالحضور الشخصي للوكالة وارجعت ذلك الى بعض التصرفات التي يقوم بها بعض العملاء والتي تسبب خسائر كبيرة للوكالة لأنها تعتبرها طريقة امنة تحفظ حقوق الطرفين كما تراها افضل بالنسبة لتقديم وشرح تفاصيل الخدمة بشكل افضل ، كما ان الاقبال على استخدام الدفع الالكتروني شبه منعدم فالجميع تقريبا يفضل استخدام الأسلوب التقليدي في الدفع. أيضا بعض المقومات المتعلقة بالبنية التحتية والتي تتمثل في الانقطاعات في الانترنت وضعف التدفق الى تركيز الوكالة على الحج والعمرة لأنها الأكثر اقبالا من طرف الزبائن المحليين.

مقابلة 7: مقابلة مع موظفة بوكالة اشال ترافل: يوم 7 مارس 2024 الساعة 10 صباحا:

-عن كيفية تعامل الوكالة مع الزبون اجابت انها يتعامل بالطريقتين التقليدية والرقمية وذلك عن طريق تطبيق ماسنجر كما تتعامل بالهاتف والحضور الى الوكالة

-بالنسبة للدفع الوكالة تتيح الطريقتين الرقمية والتقليدية وأشارت الى ان الزبون يفضل الطريقة التقليدية.

- اما عن الطريقة التي يفضلها الزبون في التعامل مع الوكالة معظم الزبائن يفضل الطريقة التقليدية وخاصة الذي يتعامل لأول مرة مع الوكالة لكن بالنسبة للزبائن القدامى يتعاملون بالطريقة.

- عن التطبيقات والمنصات الرقمية التي تستخدمها الوكالة في عملها سواء على المستوى الوطني او الدولي فأجاب ان تستخدم منصات -palma bicha-ecro. بالإضافة الى انها تستخدم تطبيقات تحديد المواقع: gps + google earth+ google maps.

- عن كيفية ترويج الوكالة للخدمات عبر الانترنت اجاب انها: تستخدم تطبيق فيسبوك وانستغرام.

- اما عن رايه في الرقمنة فأجاب: ان الرقمنة سهلت العمل بالنسبة الوكالة بشكل كبير اختصرت لنا الوقت من ناحية الوثائق وخاصة من ناحية إجراءات البنك وإجراءات الفيزا. وثمينة الملفات حيث اختصرت علينا الكثير من الجهود لكن من ناحية الزبون فإقباله على استخدامها في الحصول على الخدمة نسبي ويرجع ذلك ظهور بعض الوكالات الوهمية التي احتالت على الكثير من الزبائن ما جعل معظم الزبائن يختار الطريقة التقليدية بالحضور الشخصي للوكالة، خاصة بالإضافة الى عدم ثقة الزبون السياحي في البرامج الرقمية وخاصة ما هو مرتبط بالدفع الالكتروني او يعود لعدم اتقان استخدام مختلف التطبيقات والبرامج الرقمية.

اسفرت هذه المقابلة عن انه بالرغم من ان الوكالة خطط خطوات كبيرة نحو الرقمنة وذلك بتوفير مختلف المقومات المساعدة على استغلالها في العمل والمتعلقة بتوفير مختلف الوسائل التكنولوجية الحديثة مثل اجهزة كمبيوتر واجهزة مستقبلية للانترنت كما انها تملك يد عمالة مؤهلة للعمل السياحي والرقمنة الا انها تواجه بعض العراقيل وخاصة المرتبطة بالبيئة الاجتماعية حيث ان اقبال الزبون على التعامل رقميا مع الوكالة يعد عائقا امام تطبيق الرقمنة حيث الفئة العريضة من المجتمع تفضل استخدام الأسلوب التقليدي، والذي يرجعه موظفي الوكالة الى ضعف ثقافة الاستخدام لدى الزبون وضعف الثقة في الوكالات السياحية. كون الرقمنة في بداية تطبيقها في الجزائر وكون الزبون لا يزال يتخوف من استخدامها والذي أدى تفضيل الزبون للطريقة التقليدية في التعامل والتي يراها افضل، أيضا اشارت موظفة بالوكالة انها تعتبرها طريقة امنة تحفظ حقوق الطرفين كما تراها افضل بالنسبة لتقديم وشرح تفاصيل الخدمة بشكل افضل، كما ان الاقبال على استخدام الدفع الالكتروني شبه منعدم فالجميع تقريبا يفضل استخدام الأسلوب التقليدي في الدفع.

المقابلة 8: وكالة فاردي للسياحة والاسفار جيجل 7مارس 2024 على الساعة 12 و51د:

عن كيفية التعامل مع الزبون فأجاب: ان الوكالة تتعامل بالطريقتين التقليدية والرقمية حيث تستخدم تطبيق ماسنجر، وبالهاتف، والحضور الى الوكالة.

- اما عن الدفع فأجاب ان الوكالة تتيح الطريقتين التقليدية والرقمية والزبون في غالب الأحيان يفضل الرقمية

- عن الطريقة التي يفضلها الزبون في التعامل مع الوكالة أجاب: ان معظم الزبائن يفضل الطريقة التقليدية وخاصة الذي يتعامل لأول مرة مع الوكالة لكن بالنسبة للزبائن القدامى يتعاملون بالطريقتين.

- عن المقومات الرقمية التي تساعد على العمل عن بعد بمعنى الوسائل التكنولوجية التي تتواجد بالوكالة أجاب ب: نعم تتوفر المؤسسة على جهاز مستقبل للانترنت خط ADSL+ اشتراك الانترنت ذات التدفق العالي +أجهزة كمبيوتر حديثة +يد عمالة مؤهلة في المجال السياحي +اتقان استخدام مختلف التطبيقات المتعلقة بالحجوزات الفنادق والتذاكر السفر وتنظيم الرحلات الداخلية والخارجية وحجز المواعيد وإجراءات الفيزا سواء الالكترونية او تقليدية.

- عن كيفية ترويج الوكالة لمختلف خدماتها فأجاب انها: تمتلك صفحة على موقع فيسبوك.

- بالنسبة للتطبيقات والمنصات التي تستخدمها الوكالة في عملها سواء على المستوى الوطني او الدولي فأجاب انها: تستخدم - booking flayn beds- abimo booking-may go-Agoda gps +Google earth+ google maps. كما انها تستخدم تطبيقات تحديد المواقع

- عن كيفية ترويج الوكالة للخدمات عبر الانترنت فأجاب انها تستخدم تطبيق فيسبوك وانستغرام.

- عن رأيه في الرقمنة في العمل السياحي اجاب ان: الرقمنة سهلت العمل بالنسبة الوكالة بشكل كبير اختصرت لنا الوقت من ناحية الوثائق وخاصة من ناحية إجراءات البنك وإجراءات الفيزا. وثمينة الملفات حيث اختصرت علينا الكثير من الجهود لكن من ناحية الزبون فإقباله على استخدامها

في الحصول على الخدمة نسي ويرجع ذلك ظهور بعض الوكالات الوهمية التي احتالت على الكثير من الزبائن ما جعل معظم الزبائن يختار الطريقة التقليدية بالحضور الشخصي للوكالة، خاصة بالإضافة الى عدم ثقة الزبون السياحي في البرامج الرقمية وخاصة ما هو مرتبط بالدفع الالكتروني او يعود لعدم اتقان استخدام مختلف التطبيقات والبرامج الرقمية.

اسفرت هذه المقابلة عن انه بالرغم من ان الوكالة خطط خطوات كبيرة نحو الرقمنة وذلك بتوفير مختلف المقومات المساعدة على استغلالها في العمل الا انها تواجه بعض العراقيل، وخاصة المرتبطة بالعنصر البشري أي اقبال الزبون على التعامل رقميا مع الوكالة يعد عائقا امام تطبيق الرقمنة حيث الفئة العريضة من المجتمع تفضل استخدام الأسلوب التقليدي والذي يرجعه صاحب الوكالة الى ضعف ثقافة الاستخدام لدى الزبون وضعف الثقة في الوكالات السياحية والذي سببته الاستخدامات السيئة لبعض الأشخاص الذين يستغلون الفضاء الرقمي للاحتيال على الزبائن، والذي أدى تفضيل الزبون للطريقة التقليدية في التعامل والتي يراها افضل وكثر امانا لحفظ حقوقه، أيضا اشار صاحب الوكالة الى انها تتعامل مع الزبائن لأول مرة بالحضور الشخصي للوكالة ، كما يراها افضل بالنسبة لتقديم وشرح تفاصيل الخدمة بشكل افضل ،مختلف له كما ان الاقبال على استخدام الدفع الالكتروني شبه المنعدم فالجميع تقريبا يفضل استخدام الأسلوب التقليدي في الدفع .

مقابلة رقم 9: وكالة لوفلي تريب للسياحة والاسفار يوم 6مارس 2024 الساعة 13 و24د.

عن كيفية تعامل الوكالة مع الزبون اجاب ان الوكالة تستخدم الطريقتين التقليدية والرقمية حيث يتعامل بالطريقتين: رقمية كاستخدام تطبيق ماسنجر، كما تتعامل بالهاتف، والحضور الى الوكالة.

بالنسبة للدفع اجاب ان الوكالة تتيح الطريقتين التقليدية والرقمية لكن معظم الزبائن يفضلون التقليدية.

عن الطريقة التي يفضلها الزبون في التعامل مع الوكالة: معظم الزبائن يفضل الطريقة التقليدية وخاصة الذي يتعامل لأول مرة مع الوكالة لكن بالنسبة للزبائن القدامى يتعاملون بالطريقة.

عن المقومات الرقمية التي تساعد على العمل عن بعد بمعنى الوسائل التكنولوجية التي تتواجد بالوكالة اجاب بنعم تتوفر المؤسسة على جهاز مستقبل للأترنت +خط ADSL+اشترك الانترنت ذات التدفق العالي +أجهزة كمبيوتر حديثة +يد عمالة مؤهلة في المجال السياحي +اتقان استخدام مختلف التطبيقات المتعلقة بالحجوزات الفنادق والتذاكر السفر وتنظيم الرحلات الداخلية والخارجية وحجز المواعيد وإجراءات الفيزا سواء الالكترونية او تقليدية.

- عن كيفية ترويج الوكالة لمختلف خدماتها اجاب انها: تمتلك صفحة على موقع فيسبوك وهي التي تستخدم لترويج خدماتها.

-عن التطبيقات والمنصات التي تستخدمها الوكالة في عملها سواء على المستوى الوطني او الدولي اجاب انها تستخدم:

_abimoo boking - Tunisia beds-book thoorooms - iPro booking - clickn go- كما تستخدم تطبيقات تحديد المواقع **gps +google earth+ google maps**.

-عن كيفية ترويج الوكالة للخدمات عبر الانترنت اجاب: الوكالة تستخدم تطبيق: انستغرام-واتساب للتواصل مع الزبائن والفيسبوك للترويج للخدمات.

-اما عن رأيه في الرقمنة في العمل السياحي فأجاب: ان الرقمنة سهلت العمل بالنسبة الوكالة بشكل كبير اختصرت لنا الوقت من ناحية الوثائق وخاصة من ناحية إجراءات البنك وإجراءات الفيزا وثيقة الملفات ،حيث اختصرت علينا الكثير من المجهودات . لكن من ناحية الزبون فأقباله على استخدامها في الحصول على الخدمة نسي، ويرجع ذلك ظهور بعض الوكالات الوهمية التي احتالت على الكثير من الزبائن مما جعل معظم الزبائن يختار الطريقة التقليدية بالحضور الشخصي للوكالة، بالإضافة الى عدم ثقة الزبون السياحي في البرامج الرقمية وخاصة ما هو مرتبط بالدفع الالكتروني وذلك لعدم اتقان مختلف التطبيقات والبرامج الرقمية.

اسفرت هذه المقابلة عن انه بالرغم من ان الوكالة خطط خطوات كبيرة نحو الرقمنة وذلك بتوفير مختلف المقومات المساعدة على استغلالها في العمل الا انها تواجه بعض العراقيل، وخاصة المرتبطة بالعنصر البشري أي اقبال الزبون على التعامل رقميا مع الوكالة يعد عائقا امام تطبيق الرقمنة حيث الفئة العريضة من المجتمع تفضل استخدام الأسلوب التقليدي والذي يرجعه صاحب الوكالة الى ضعف ثقافة الاستخدام

لدى الزبون وضعف الثقة في الوكالات السياحية والذي سببته الاستخدامات السيئة لبعض الأشخاص الذين يستغلون الفضاء الرقمي للاحتيال على الزبائن والذي أدى تفضيل الزبون للطريقة التقليدية في التعامل والتي يراها افضل أشار صاحب الوكالة الى وجود الكثير من الصعوبات التي تواجه الوكالة السياحية وخاصة من ناحية تصريف العملة مازالت الادارة الجزائرية تطلب الأوراق والمصادقة على الأوراق من طرف الوكالات السياحية، أشار أيضا الى ضعف الثقافة السياحية والرقمية لدى اصحاب الفنادق سواء على المستوى المحلي او الوطني بالإضافة ارتفاع كبير في الأسعار مقارنة بالدول أخرى مثل تونس وتركيا . حيث ان سعر رحلات الداخلية اعلى منه للرحلات الخارجية وأيضا في الخدمات المقدمة بها ، مما يدفع الزبون السياحي الى تفضيل الوجهة الخارجية أيضا غياب ثقافة السياحة لدى المجتمع المحلي أيضا أشار لبعض العراقيل التي تواجه الوكالة للسياحية اثناء جلبها لسياح أجنب بالنسبة للرقمنة أشار انها لاتزال في بداياتها وتحتاج الى وقت طويل حتى تترسخ هذه الثقافة لدى افراد المجتمع سواء المحلي او الوطني.

تحليل النتائج في ضوء الفرضيات:

تحليل النتائج في ضوء الفرضية الاولى:

نتيجة للإجابات التي تلقيناه من خلال المقابلات والملاحظة التي تم اجراءها لمختلف الوكالات التي تم اجراء المقابلات مع أصحابها تحصلنا على النتائج التالية:

للمقومات التنظيمية الداخلية للمؤسسة دور في تحسين نوعية الخدمات: حيث أجمعت مختلف الإجابات التي تلقيناه من أصحاب وكالات السياحة والسفر التي تم اجراء المقابلات معها إضافة الى الملاحظات التي اجريناه على هذه الوكالات على ان هذه الوكالات وفرت مختلف الوسائل التكنولوجية المساعدة على العمل الرقمي ،فقد وفرت أجهزة كمبيوتر حديثة بالإضافة الى ان معظم موظفي هذه الوكالات لهم شهادات جامعية ولهم تكوين على استخدام مختلف التقنيات الرقمية بالإضافة الى ان كل هذه الوكالات لها تعامل مع تطبيقات رقمية عالمية ووطنية او منصات من اجل تقديم مختلف خدماتها لزبائنها. بالإضافة الى ان معظم هذه الوكالات تستخدم تطبيقات تحديد المواقع لتسهيل وصول الزبون اليها إضافة الى ان معظمها يستخدم جهاز الدفع الالكتروني.

مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضية الثانية:

لمقومات البيئة الخارجية للوكالات دور في تحسين نوعية الخدمات بوكالات السياحة والسفر لمدينة جيجل. حيث أجمعت معظم الوكالات السياحية الى ان انقطاعات شبكة الانترنت والكهرباء يؤثر بشكل كبير على عمل الوكالات ،إضافة الى ذهنية المجتمع المحلي وخصوصيته ،حيث اقباله على ان العمل بالرقمنة يبقى محدود ومرتبط بفئات معينة مثل الشباب والموظفين ،بالإضافة الى كون الفئات العريضة للمجتمع المحلي تميل نحو السياحة الدينية وخاصة كبار السن والذين يفضلون الطريقة التقليدية . إضافة الى عدم امان الفضاء الرقمي وظهور بعض الحسابات الوهمية التي تنتحل صفة وكالات سياحية ،والتي راح ضحيتها العديد من الزبائن والذي جعل الزبون السياحي يستخدم الطريقة التقليدية اثناء حصوله على الخدمات ،مما سبق يمكن القول ان لمقومات البيئة الرقمية دور كبير في تحسين جودة الخدمة السياحية بوكالات السياحة والسفر لمدينة جيجل.

4. خاتمة:

وفي الاخير يمكن القول ان تحقيق التحول الرقمي في القطاع السياحي وخاصة لدى وكالات السياحة والسفر مرتبط بمدى توفر مجموعة من المقومات التي تعمل على تسهيل عملية التحول بسلاسة ،سواء كانت هذه المقومات ضمن البيئة الداخلية للمؤسسة او الخارجية لها ، حيث ان وكالات السياحة رغم سعيها الى استخدام الرقمنة كأسلوب للعمل داخلها ،وتوفيرها لمختلف التقنيات والوسائل الرقمية، الا ان الجاهزية الرقمية لاتزال تحتاج الى تحسين خاصة من حيث نوعية التغطية بالشبكة عالية التدفق وتحديد شبكة الكهرباء، بالإضافة البيئة الاجتماعية وتقبلها للرقمنة كأسلوب للحصول على الخدمات، ورفع الثقة في مختلف التطبيقات والوسائط الرقمية التي تستخدمها وكالات

السياحة والسفر للتواصل مع الزبون، وتقديم خدماتها له من خلال سن قوانين في الجانب الرقمي لحماية الزبون ومحاربة الوكالات الوهمية، والتي بنت صورة سلبية لدى مستخدم حول هذه التقنيات الرقمية .

5. قائمة المراجع: طريقة (APA)

• المؤلفات:

- جمعة اسماعيل العياط. (2015). الإدارة الكترونية *E-management*. الاردن : دار أجد للنشر والتوزيع.
- سمير خليل شتمو. (2017). إدارة وكالات السياحة والسفر . العراق : دار الكتب العراقية بغداد.
- ماجد عيسى القرنة. (2019). الاتجاهات الحديثة في الإدارة السياحية. الاردن : الرنيم للنشر والتوزيع.
- محمد خثير. (2016). إدارة الجودة بالمنظمة مدخل نظري وتطبيقي (المجلد ط1). الجزائر: جسور للنشر والتوزيع.
- مدحت محمد العزب. (2023). المفاهيم الاساسية في ادارة الخدمات الصحية. سليل الفراغة.
- مزمل علي عثمان. (2015). إدارة الجودة الشاملة (المجلد 1). مكتبة الرشد.
- هناء محمود القيسي. (2013). فلسفة ادارة الجودة في التربية والتعليم العالي (الاساليب والممارسات). عمان، الاردن : دارالمناهج للنشر والتوزيع.
- يوسف مسعداوي. (2014). اساسيات في ادارة المؤسسات (المجلد ط2). الجزائر: دارهومة للنشر والتوزيع.

• الأطروحات:

- بلمداني سعد. (2017-2018). اثر التكنولوجيا الحديثة على السياحة لدى الشباب المغاربي (دراسة ميدانية بتونس والمغرب والجزائر). الجزائر : جامعة الجزائر 2.
- عبد الغني ضيف. (2022 2023). دور وكالات السياحة والأسفار في ترقية السياحة الداخلية بالجزائر دراسة ميدانية على عينة من الوكالات . الجلفة : جامعة الجلفة .
- لحواطي عتيقة. (2013-2014). استرجاع المعلومات العلمية والتقنية في ظل البيئة الرقمية ودوره في دعم الاتصال العلمي بين الباحثين . الجزائر: جامعة قسنطينة.

• المقالات:

- Gkilias Thomas 19). January, 2024. (Challenges and Trends of Digital Innovation :in the Tourism Sector Contemporary Literature Review .*Open Journal of Business and Management*.190-179 الصفحات ،
- Piash Sheikh, Polin Islam Md. Sohan Hossain 30). January, 2025. (The Role of Social Media Marketing in the Tourism and Hospitality Industry: A study .*American Journal of Tourism*.14-23 الصفحات ،
- امال عهدي. (ديسمبر، 2023). اثر المنصات الرقمية في تحسين اداء الخدمة السياحية. مجلة دراسات في الاقتصاد وادارة الاعمال، الصفحات 220-201.
- بوطاروس نسرين، حجام الجمعي. (جوان ، 2024). المنصات الرقمية الاعلامية بين تحدي الواقع والتطلع للمستقبل. مجلة الاعلام والمجتمع، صفحة 248.
- جبيل سمير ، لحضاري نسيم. (17 جويلية، 2024). اسهامات البنية التحتية للمؤسسة في تحقيق التنمية المستدامة في الجزائر. مجلة معهد العلوم الاقتصادية، الصفحات 84-63.

عبد الحكيم عمارية، رشيدة سبتي. (26 4, 2020). مستقبل الاتصال التنظيمي في ظل البيئة الرقمية -افاق وتحديات-. المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والانسانية ، الصفحات 386-401.

قصوري انصاف. (مارس، 2021). واقع السياحة الالكترونية في الجزائر ودورها في تحقيق التنمية السياحية المستدامة. المجلة العربية لعلوم السياحة والضيافة والأثار، الصفحات 53-70.

هند منصور عبد الرحمن رفيدة القحطاني. (يناير، 2022). دور التطبيقات الرقمية عبر الاجهزة اللوحية في تنمية مهارات مادة العلوم لطبيعية لدى طالبات المرحلة الابتدائية من وجهة نظر المعلمات. مجلة كلية التربية، الصفحات 132-154.

• المداخلات:

بن حراث العربي، مزوري الطيب. (بلا تاريخ). دور وسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات السياحية. دراسة عينة من الوكالات السياحية لولاية غيليزان. الملتقى الدولي: تحديات الاقتصاد الجزائري مع مطلع الالفية الثالثة: الرقمنة والاقتصاد الموازي (الصفحات من 1-21). غيليزان: جامعة ام البواقي؛

6. ملاحق:

دليل المقابلة :

1	كيف تتعامل الوكالة مع الزبون؟
2	ماهي الطريقة التي يفضلها الزبون في التعامل مع الوكالة؟
3	ماهي طريقة الدفع التي يفضلها الزبون؟
4	هل تتوفر المؤسسة على مقومات رقمية تساعد على العمل عن بعد؟ بمعنى الوسائل التكنولوجية التي تتواجد بالوكالة والمساعدة على تطبيق الرقمنة بها؟
5	كيف تروج الوكالة لمختلف لخدماتها؟
6	ماهي التطبيقات التي تستخدمها الوكالة في عملها سواء على المستوى الوطني او الدولي؟
7	كيف تروج الوكالة للخدمات؟
8	ما رأيك في الرقمنة في العمل السياحي؟