

مساهمة التحول الرقمي في تطوير قطاع السياحة والخدمات الفندقية في الجزائر

منصة "نملتيك" لحجز الفنادق عبر الأنترنت نموذجاً

The contribution of digital transformation to the development of the tourism and hotel services sector in Algeria. Namlatic online hotel booking platform as a model

عبد العالي لعور¹، عبد الوهاب بوبعة²

¹ طالب دكتوراه، مخبر المقاولاتية والتنمية السياحية، المركز الجامعي تيبازة، laour.abdelali@cu-tipaza.dz

² أستاذ محاضر، مخبر إدارة التغيير في المؤسسة الجزائرية، المركز الجامعي تيبازة، boubaaa03@gmail.com

القبول: 01 - 10 - 2024

الاستلام: 03 - 07 - 2024

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على التحول الرقمي ومدى مساهمته في تطوير قطاع السياحة والخدمات الفندقية في الجزائر، إضافة إلى الوسائل والأدوات المساعدة على ذلك، لاسيما البرمجيات، التطبيقات والمنصات، ولتحقيق الهدف من الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي وكذا دراسة حالة منصة "نملتيك" لحجز الفنادق عبر الأنترنت في الجزائر.

توصلت الدراسة إلى أن التحول الرقمي أصبح ضرورة ملحة لا مفر منها لمواكبة الاقتصاد الجديد لاسيما في قطاع السياحة، كما أن منصة "نملتيك" لحجز الفنادق عبر الأنترنت في الجزائر، تعتبر أول منصة جزائرية تساهم في دعم قطاع السياحة في الجزائر وخاصة الخدمات الفندقية وتسهل الوصول إليها من طرف السياح.

كلمات مفتاحية: التحول الرقمي، تكنولوجيا المعلومات، السياحة الالكترونية، منصة نملتيك.

تصنيفات JEL : L86 ، O33 ، Z32.

Abstract:

This study aims to shed light on the digital transformation and its contribution to the development of the tourism and hotel services sector in Algeria. It also focuses on the means and tools that facilitate this, especially

software, applications, and platforms. To achieve the study's objective, a descriptive method was adopted, as well as a case study of the " Namlatic hotel booking online platform" in Algeria.

The study found that digital transformation has become a necessity that cannot be ignored in order to keep up with the new economy, especially in the tourism sector. Moreover, the "Namlatic" platform for online hotel booking in Algeria is considered the first Algerian platform that contributes to supporting the tourism sector in Algeria, particularly hotel services, and facilitates access to them by tourists.

Keywords: Digital transformation; information technology; e-tourism; Namlatic platform.

JEL Classification Codes: L86, 033, Z32.

المؤلف المراسل: لعور عبد العالي ، الإيميل: laour.abdelali@cu-tipaza.dz

1. مقدمة:

في ظل ما يعيشه العالم اليوم من تطورات تكنولوجية هائلة خاصة في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والرقمنة في جميع العمليات والأنشطة، والتي تعتبر أحد عوامل نمو اقتصاديات الدول، أصبحت الممارسات الالكترونية والتحول الرقمي أمرا حتميا في كل القطاعات لا سيما قطاع السياحة والخدمات الفندقية في كل بلدان العالم كآلية للتعايش مع معطيات الحياة الرقمية الجديدة، وأحد عوامل القدرة التنافسية للاقتصاديات الحديثة، نظرا لتأثيرها على جل القطاعات والنشاطات وتنميتها.

إن التحول الرقمي في قطاع السياحة والخدمات الفندقية أو ما يعرف بالسياحة الرقمية يعزز الخدمات المقدمة في هذا القطاع ويجعلها أكثر سرعة وسهولة وفاعلية، الأمر الذي يظهر من خلال النمو المتزايد للمؤسسات السياحية التي تتبنى هذا التوجه، خاصة الفندقية منها، هذه الأخيرة أدركت أهمية التحول الرقمي الذي بات ضرورة ملحة لتعزيز المنافسة والاستدامة، فالسياحة الرقمية الجديدة تعتمد على تسليط الضوء على التنوع الذي يحتاجه السائح، وتعريفه بالمناطق السياحية المختلفة وإبراز خصائصها، إضافة إلى إتمام جميع الإجراءات افتراضيا.

- إشكالية الدراسة: مما سبق، نطرح الإشكالية التالية: "كيف يساهم التحول الرقمي في تطوير قطاع السياحة والخدمات الفندقية في الجزائر؟ وما هي الأدوات والوسائل المستخدمة في ذلك؟

- فرضية الدراسة: للتحول الرقمي دور فعال في تطوير قطاع السياحة والخدمات الفندقية في الجزائر لاسيما من خلال الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة، الأدوات والوسائل المتوفرة في ظل هذا التحول على غرار منصة "مملتيك" لحجز الفنادق عبر الانترنت.

- أهداف الدراسة: يمكن إيجاز أهداف البحث في العناصر التالية:

- عرض الإطار العام للتحول الرقمي من حيث المفهوم، الخطوات وأهم التحديات التي تواجه تطبيقه.
- تسليط الضوء على واقع رقمنة القطاع السياحي والخدمات الفندقية في الجزائر وتوضيح أثر التحول الرقمي على القطاع السياحي في الجزائر.
- التعرف على القيمة المضافة التي تقدمها منصة "مملتيك" لحجز الفنادق عبر الانترنت في الجزائر.

- منهجية الدراسة: للإجابة على الإشكالية المطروحة تم الاطلاع على مجموعة من الأدبيات والدراسات السابقة المتعلقة بالتحول الرقمي والرقمنة في قطاع السياحة والخدمات الفندقية، وهذا من أجل تحديد الإطار النظري للدراسة، إضافة لدراسة حالة منصة "مملتيك" لحجز الفنادق عبر الانترنت بالجزائر وأهم الخدمات التي تقدمها.

2. مفاهيم أساسية حول التحول الرقمي

أصبح التحول الرقمي من بين السمات الأساسية للعصر الحالي، ومن أهم التوجهات في جميع القطاعات (Stanislaw, 2020, p. 38) فهو يمثل ظاهرة عالمية تقوم المؤسسات من خلاله بالاستعانة بالتقنيات الرقمية لتحسين عملياتها ومعاملاتها، تعزيزها واستبدالها.

1.2. مفهوم التحول الرقمي ودوافعه

سيتم من خلال هذا العنصر التعرف على مفهوم التحول الرقمي ودوافعه الرئيسية.

1.1.2. مفهوم التحول الرقمي: يركز التحول الرقمي في الأساس على تحسين تجربة الزبون من خلال

إدخال التقنيات الرقمية في تفاعل المؤسسة مع زبائنهم وكيفية عرض خدماتها بالتحول من الطرق التقليدية

إلى الجيل الرقمي الجديد لتخزين المعلومات وتبادلها (MOFFOCK, 2023, p. 528) ، وفيما يلي نستعرض بعض التعاريف للتحول الرقمي:

- يرى (yongzhang & changqi, 2022, p. 02) أن التحول الرقمي هو استخدام تكنولوجيا المعلومات لإجراء تحولات كبيرة في نماذج أعمال المؤسسة، من أجل تحسين تجربة المستخدم وتبسيط إجراءات العمل.

- في حين تطرقت شركة (سيسكو CISCO الإمارات) أكبر شركات الاتصالات والمعلومات بالشرق الأوسط لتعريف التحول الرقمي على نحو أكثر دقة على أنه استخدام التقنيات الرقمية الحديثة المرتبطة بإنترنت الأشياء والذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة والمنصات الرقمية، بهدف ربط الأشياء والأشخاص والعمليات والبيانات معا (مشهور و يوسف، 2021، صفحة 236).

- كما يمكن تعريفه على أنه إحداث تحول جذري في طريقة العمل من خلال الاعتماد على نموذج جديد مبني على التقنيات الرقمية الحديثة في ابتكار المنتجات والخدمات والحصول على فرص لزيادة قيمتها، إضافة إلى توفير قنوات جديدة من العائدات (بوعتلي و سامي، 2022، صفحة 13).

- يرى كل من (henriette, feki, & boughzala, 2016, p. 02) أن التحول الرقمي هو عملية تغيير جذرية أو تدريجية، تبدأ بتبني واستخدام التقنيات الرقمية، ثم تتطور إلى تحول شامل ومدرّس ضمن أعمال المؤسسة من أجل تحقيق إنشاء القيمة.

من خلال هذه التعريفات يتضح أن عملية التحول الرقمي تتطلب وجود نموذج عمل وقدرات تقنية ورقمية، لابتكار منتجات وخدمات إبداعية، بهدف خفض التكلفة والاستحواذ على شريحة أكبر من الزبائن (سلامي و بوشي، 2019، صفحة 948)، فهو لا يقتصر فقط على إجراء تحسينات تدريجية طفيفة، إنما التغيير بشكل جذري في كيفية إنجاز الأمور (MOFFOCK, 2023, p. 528) فالتحول الرقمي للمؤسسات يعني أن هناك حاجة لتطوير وتنفيذ أساليب وتقنيات جديدة للتسيير، حيث تشكل تحدياً جديداً لعلوم الإدارة (Stanislaw, 2020, p. 37) .

2.1.2. دوافع التحول الرقمي:

هناك ثلاث دوافع رئيسية للتحول الرقمي، نوضحها كما يلي (بن سعيد ورديف، 2022، الصفحات 335-336):

- **زيادة التكاليف والضغوطات على الميزانية:** بعد تدهور أسعار البترول أواخر سنة 2014 وتراجع إيرادات الدول الغنية بالبترول، أصبح من الضروري تخفيض الإنفاقات وتوفير التكاليف من خلال تنفيذ العمليات بفعالية أكبر، وقد وجدت مبتهاها باستغلال التكنولوجيا التي توفر حلولاً بأقل التكاليف.
- **متطلبات الزبائن والمواطنين:** في ظل تطور تكنولوجيا المعلومات، زادت المطالبة بتطوير الخدمات الحكومية وتقديم مستويات أرقى منها، وتوفير قنوات تواصل جديدة تستغلها المؤسسات والحكومات لمعرفة متطلبات المواطنين واحتياجاتهم، الأمر الذي أدى إلى حتمية تطوير جانب الرقمنة وترقيته.
- **توجهات الحكومة:** باعتماد الحكومة على أسلوب التخطيط الهرمي من القمة إلى القاعدة في عملية اتخاذ القرارات، ومن أجل الوصول إلى سرعة وفعالية أكبر في تنفيذ خططها، أصبح من الضروري عليها إدراج برامج التحول الرقمي في صياغتها للرؤية الإستراتيجية والخطط الوطنية.

2.2. فوائد التحول الرقمي:

- تتبنى المؤسسات مبادرات التحول الرقمي من أجل تعزيز تجربة الزبائن والحفاظ على قدرتها التنافسية في السوق، وقد وجد هذا التوجه العديد من المؤيدين بسبب الفوائد التي يقدمها، على غرار (bouabdellah & bouabdellah, 2022, p. 73):
- تعزيز الإبداع، إضافة إلى منح المؤسسة الميزة التنافسية التي تحتاجها للتفوق على المنافسين.
 - زيادة رضا الزبائن من خلال تقديم خدمات خاصة وفق احتياجاتهم، مما يساعد المؤسسات على التوسع والانتشار والوصول إلى شريحة أكبر وزيادة الإيرادات.

كذلك يرى (بشير، 2023) أن من بين فوائد التحول الرقمي، القدرة على عرض خدمات ونماذج أعمال جديدة عبر الانترنت والشبكات الاجتماعية، السرعة في تقديم الخدمة للزبائن والاستجابة لاحتياجاتهم من خلال مشاركتهم في عرض الخدمات حسب تفضيلاتهم (إضفاء الطابع الشخصي)، مما يحسن الإنتاجية وجودة العروض المقدمة وتبسيط الإجراءات بالاستعانة بالتقنيات في مختلف المجالات

كأنظمة الدفع الإلكتروني، الأسواق الإلكترونية وغيرها، إضافة إلى تطوير طرق العمل وأنماط القيادة من خلال الإدارة الإلكترونية، التي تمكن من تحقيق مبادئ النزاهة والشفافية (بشير، 2023، صفحة 62). علاوة على ذلك، التحول الرقمي يمكن المؤسسة من جمع وتحليل البيانات واستغلالها في اتخاذ القرارات الرشيدة وتحقيق قيمة مضافة أكبر (bouabdellah & bouabdellah, 2022, p. 74).

3.2. أبعاد التحول الرقمي

للتحول الرقمي عدة أبعاد، وفيما يلي أهم بعدين (henriette, feki, & boughzala, 2016, p. 03):

1.3.2. التقنيات الرقمية: يعد التحول الرقمي في المقام الأول تحولاً نابعاً من تطور التقنيات والتكنولوجيا الجديدة التي تعتمد عليها المؤسسات في سياق عملية تحولها الرقمي، متمثلة في تكنولوجيا الانترنت، تكنولوجيا التحليل وتكنولوجيا الهواتف المحمولة (التقنيات المتنقلة)، وقد تطورت هذه التكنولوجيات المتكاملة في السنوات الأخيرة بفضل التقنيات السحابية.

2.3.2. تجربة المستخدم: يقوم التحول الرقمي بوضع المستخدمين في قلب إستراتيجية المؤسسة، حيث ازدادت طلبات الزبائن فيما يخص جودة الخدمات المقدمة، وينتظرون أن تكون المؤسسة متكيفة وبسرعة مع خصوصية احتياجاتهم المتغيرة، الأمر الذي يمثل بشكل خاص الأجيال الرقمية الجديدة، التي تملك معرفة دقيقة بالتقنيات ولديها قدرة مهمة على مشاركة تجاربها وآرائها عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

ولمواجهة هذه المتطلبات الجديدة، يجب على المؤسسات إعادة النظر في أساليب تعاملها مع خدماتها وتكييفها وفقاً لتوجهات المستهلك، مما يستوجب عليها البدء بتحويل وظيفة التسويق باعتماد أحدث الأدوات والتقنيات لإدارة العلاقة مع الزبون (CRM). إضافة إلى ذلك فإن تجربة المستخدم تتعلق أيضاً بالمستخدمين الداخليين للمؤسسة، فالموظفين الذين يملكون دراية بالتقنيات الجديدة ويستخدمونها يمكنهم ذلك من اعتماد أحدث الابتكارات، لذلك تستثمر المؤسسات في ذلك على غرار الأشياء المتصلة والمنصات، لتغيير طريقة العمل وإيجاد قيمة مضافة من خلال رقمنة وظيفة الموارد البشرية باعتماد تقنيات إدارة العلاقة مع الموظفين (ERM)، التي تهدف إلى ضمان مستوى عالٍ من الخدمة.

4.2. متطلبات التحول الرقمي وخطواته

هناك العديد من المتطلبات والخطوات التي يجب توفرها في إطار عملية التحول الرقمي، نستعرضها كما يلي:

1.4.2. متطلبات التحول الرقمي

من أجل تطبيق التحول الرقمي يجب توفر مجموعة من المتطلبات المتكاملة، والتي تشمل (قرط ولعشب، 2023، صفحة 240):

- **الموارد البشرية:** تطبيق التحول الرقمي يستوجب توفر الكوادر ذات المؤهلات العلمية والعملية، لاسيما في مجال التقنيات الرقمية، لضمان استغلال البيانات وتحليلها، قصد اتخاذ القرارات بفعالية.
- **العمليات:** مجموعة النشاطات، المهام والإجراءات المترابطة بالمؤسسة لإنتاج السلع والخدمات، ومن أجل تطويرها على الصعيدين الداخلي والخارجي، وجب إرساء نظام تقني فعال لضمان التطبيق الأمثل للتحول الرقمي.
- **التقنيات:** تتطلب عملية التحول الرقمي توفير واستخدام التكنولوجيا الحديثة (التطبيقات الاجتماعية، البيانات الضخمة، الحوسبة السحابية) من خلال أنظمة التشغيل، أجهزة، وبرمجيّات تعمل ضمن البيئة التقنية، إضافة إلى مراكز للمعلومات تضمن الاستغلال الأمثل لموارد المؤسسة وتشغيلها بكفاءة.
- **البيانات:** تقوم المؤسسة بعملية تحليل البيانات بشكل منتظم قصد توفير معلومات وإجراءات كاملة، سليمة وموثوقة، إضافة إلى ذلك تطوير الأدوات المناسبة للبحث عنها، تحليلها والتنبؤ بالمستقبل، كل هذا من خلال متابعتها بشكل آني ضمانا لاستمرارية تدفقها بالشكل الذي يسمح باستغلالها.

2.4.2. خطوات التحول الرقمي

تتم عملية التحول الرقمي عبر عدة خطوات متسلسلة، في هذا الصدد قدمت شركة Amazon web services أهم النماذج المتضمنة هذه الخطوات بالتفصيل، التي تمكن المؤسسة من تطوير طريقة العمل للوصول إلى التحول الرقمي الناجح، ويرتكز على (سلامي و بوشي، 2019، صفحة 952):

- **الخطوة الأولى: تحوّل الرؤية.** يستوجب على المؤسسات تحديد رؤية واضحة كنقطة انطلاق نحو هذا التحول، من خلال إعادة النظر في المنهج المتبع وكيفية تحقيقه بالتقنيات الحديثة، في هذا الإطار تجدر الإشارة إلى أن الجزائر تبنت مشروع الجزائر الالكترونية اعتبارا من سنة 2013 موضحة فيه رؤيتها

للتحول الرقمي في جميع المجالات والسعي إلى عصنة القطاعات دون إهمال الجانب القانوني بإصدار عدة قوانين تعززه على غرار قانون حماية الأشخاص في مجال المعالجة الآلية للمعطيات.

- **الخطوة الثانية: اعتماد ثقافة التغيير.** حيث يعد تبني ثقافة التغيير في بيئة عمل المؤسسة في المراحل الأولى من عملية التحول الرقمي من بين الخطوات الإيجابية المساهمة في نجاح هذه العملية، والذي لا يتحقق إلا باجتماع العوامل التالية (دهيني، لعوج، و خضرة، 2022، الصفحات 723-724):
 - **العنصر البشري:** له أهمية كبيرة في عملية التحول الرقمي باعتباره صانع التميز، لذا يجب على المسيرين تمكين الأفراد وتطوير مهاراتهم تفادياً لأي نقص في الكفاءات يعيق نجاح هذه العملية.
 - **المؤسسة العضوية بدلا من التسلسل الهرمي:** من حيث أساليب التشغيل، وجب اعتماد العضوية أكثر، فالتسلسل الهرمي يصعب تطبيق فكرة روح الفريق مما يعيق عملية التحول الرقمي.
 - **الإدارة بالمعنى والقيم:** تبرز أهميتها في إعطائها قيمة للطاقات الكامنة للمورد البشري وتوظيفها للوصول إلى أعلى المستويات من جودة الأداء، والتي تركز على العلم، الأخلاق العالية والضمير، ما يؤدي إلى الحد من الفساد.

- **الخطوة الثالثة: تغيير نموذج التكلفة.** تساعد الميزانيات المصغرة على دفع عجلة الابتكار من باستحداث عمليات جديدة لتجاوز التحديات التي تواجهها عملية التحول الرقمي، فالخدمات السحابية مثلاً تؤثر إيجابياً في التكلفة بقدرة على تحديث البنية التحتية دون الحاجة إلى استثمارات كبيرة، إضافة إلى السماح بتنفيذ المزيد من المشاريع من خلال استغلال الموارد في أي مكان وزمان وعبر أي جهاز (سلايمي و بوشي، 2019، صفحة 953).

- **الخطوة الرابعة: بدء الأعمال في سحابة.** هناك بعض المؤسسات التي تفضل نقل التراخيص والأعمال الفردية ودمجها في السحابة، بينما هناك أخرى تفضل من البداية مباشرة أعمالها في السحابة، في هذا الصدد تستخدم المؤسسات أنظمة سحابية تتيح لها تحديث البرامج وتأمينها وطرح منتجات في السوق بسرعة وموثوقية أكبر.

- **الخطو الخامسة: تتبع عملية التقدم.** من خلال إنشاء مقاييس لتتبع التقدم في عملية التحول الرقمي وقياسها لضمان القيام بها وفق الخطوات وبشكل متقن، مما يساعد في تحسين عوائد المؤسسة (دهيني، لعوج، و خضرة، 2022، صفحة 724).

5.2. تحديات التحول الرقمي:

- هناك مجموعة من التحديات التي تواجه المؤسسة عند محاولتها إجراء تحول تنظيمي وفق التكنولوجيا الرقمية الجديدة، منها **هيكلية** تشمل العناصر التنظيمية والإدارية التي تعتبر جوهرية في خصائص المؤسسة، إضافة إلى **تحديات ثقافية** المتمثلة في مقاومة الأفراد للتغيير والبيروقراطية والنفور من الابتكار، نذكر أبرز هذه التحديات كما يلي (bouabdellah & bouabdellah, 2022, pp. 75-77):
- **عدم كفاية الدعم الإداري:** عدم إظهار الاهتمام باعتماد التقنيات الرقمية من طرف الإدارة العليا في المنظمة، هذا ما يعيق في النهاية الجهود المبذولة في عملية التحول.
 - **نقص العنصر البشري المؤهل:** تفتقر المنظمات إلى العنصر البشري المؤهل لاستغلال واستخدام التكنولوجيا الرقمية (الأمية الرقمية)، إضافة إلى ذلك عدم قدرة بعض المنظمات على توفير التكوين اللازم لأفرادها حول هذه التقنيات لضمان حد أدنى من المهارات في هذا المجال.
 - **قيود الميزانية:** تمويل مشاريع الرقمنة يعد مشكلا لمعظم المؤسسات في بداية عملية التحول الرقمي خاصة الناشئة منها، كون عملية دمج التقنيات، الحلول الرقمية وتكنولوجيا المعلومات تتطلب استثمارات كبيرة.
 - **رفض العنصر البشري لمشاريع التحول الرقمي (مقاومة التغيير):** بما أن هذه العملية ستحدث تغيرا وتؤثر على كل فرد في المؤسسة، فمن المنطقي أن يخافوا من هذا التحول.
 - **تحدي الأمن السيبراني:** أصبحت مسألة الهجمات السيبرانية تشكل تهديدا أكبر للمنظمات خاصة من الجانب المالي، حيث أصبحت عبارة عن حروب سيبرانية تشكل تهديدا لجميع القطاعات، فزيادة المعاملات الرقمية نتج عنه زيادة في عمليات الاحتيال، على سبيل الذكر برامج الفدية التي يتم من

خلالها تشفير بيانات المستخدم وطلب دفع فدية عن طريق العملات الالكترونية، عليه ظهرت الحاجة إلى مواجهة هذه المخاطر وإيجاد حلول تضمن حماية الأنظمة من كل أشكال الاستغلال غير السليم.

■ البنية التحتية وخدمات الانترنت: تمثل الأداة الداعمة للتحول الرقمي، ويمكن التحدي في عدم استفادة الجميع منها بالقدر نفسه، سواء بين الدول وداخل الدولة نفسها من حيث الربط، الانتشار التكلفة ونوع الخدمات، وذلك لارتفاع تكاليف الاتصال بالانترنت مقارنة بالدخل، إضافة إلى سرعة التدفق التي تؤثر على كفاءة الخدمات الرقمية المقدمة (شحادة، 2022، الصفحات 72-73).

■ البيروقراطية والنفور من الابتكار: على الرغم من حقيقة أن البيروقراطية تساعد على مركزية السلطة واتخاذ القرار، من خلال اللوائح التنظيمية المحددة للأدوار والمسؤوليات، إلا أنها قد لا تناسب المؤسسة في إطار عملية التحول الرقمي واعتمادها على التقنيات الجديدة التي تقترح فرصا لتحسين مختلف العمليات والإجراءات، ونتيجة لذلك فهي تعرقل عن غير قصد الابتكار بجعل المنظمة أقل مرونة وكفاءة في عملياتها (bouabdellah & bouabdellah, 2022, p. 77).

3. التحول الرقمي في قطاع السياحة والخدمات الفندقية

يعتبر قطاع السياحة من بين القطاعات الهامة القادرة على تنمية اقتصاديات الدول، أين زاد الاهتمام به وتطويره مؤخرا بالاستعانة بالتكنولوجيا والرقمنة لابتكار وتحديد المنتجات والخدمات المعروضة لاسيما الفندقية منها، حيث أدرك المسيرين القائمين على قطاع السياحة في الجزائر أن رقمنة النشاطات السياحية والفندقية لا يعد خيارا وإنما ضرورة حتمية، لتعزيز تنافسية العروض داخليا وخارجيا، أين نلمس إرادة حقيقية من طرفهم في تجسيد هذا المشروع (أحسن و نايت ابراهيم، 2023، صفحة 151).

1.1. الفوائد التي يحققها التحول الرقمي في قطاع السياحة:

يعود التحول الرقمي بمجموعة من الفوائد على قطاع السياحة، من خلال التحول من الطرق التقليدية إلى الطرق المبتكرة والجاذبة للترويج لوجهات السياحة داخليا أو خارجيا بتبني التكنولوجيات الحديثة في هذا المجال، كالمنصات الرقمية التي يلتقي فيها الطلب والعرض على الخدمات السياحية مع توفير إمكانية إتمام جميع المعاملات إلكترونيا، إضافة إلى الوصول إلى تحقيق الاستدامة في التنمية السياحية

حيث أن استخدام التكنولوجيا الرقمية في الاستثمارات السياحية ودعمها من شأنه تحقيق أعلى العوائد الاقتصادية مع تقليل التأثيرات السلبية على البيئة في نفس الوقت.

كذلك مساعدة السائح في التخطيط لإجازته عن بعد افتراضيا من خلال توفير له كل المعلومات اللازمة عن الوجهات السياحية لاسيما باستخدام البيانات الضخمة لتحديد المواقع الجغرافية واستخدام التقنيات الرقمية كنظارات الواقع الافتراضي، بصمة العين ودليل الإرشاد السياحي الرقمي المتعدد اللغات وغيرها، الأمر من شأنه تطوير وتنويع المنتجات والعروض السياحية وإيصالها إلى شريحة أكبر من السياح إضافة إلى توفير تصميمات للمنشآت السياحية باستخدام الذكاء الاصطناعي لتلبية احتياجاتهم وفق آرائهم ومتطلباتهم، والحصول على صورة رقمية شاملة ومتكاملة لإدارة المواقع الأثرية والتراثية بما يضمن تطويرها واستدامتها (مشهور و يوسف، 2021، صفحة 239).

2.3. أدوات التحول الرقمي في قطاع السياحة:

هناك بعض الوسائل والأدوات المهمة التي يتم استخدامها والاعتماد عليها في إطار التحول الرقمي في قطاع السياحة، نذكر منها (بن رقية، 2021، الصفحات 94-95):

- **الانترنت:** بانتشار الانترنت وزيادة عدد مستخدميها تحولت كيفية الوصول إلى العروض السياحية من الطرق التقليدية إلى استخدام السياح للتطبيقات والخدمات الجديدة التي توفرها.
- **المواقع الالكترونية:** عوضت الخدمات المقدمة عبر المواقع الالكترونية للمؤسسات عناء تنقل السائح إلى المكاتب السياحية، حيث يسمح التصفح الرقمي بتوفير الوقت والجهد والحصول على معلومات حول وسائل النقل، شركات الطيران، مواعيد الرحلات والفنادق المتوفرة وغيرها.
- **البريد الالكتروني:** من بين أهم خدمات التواصل عبر الانترنت، يسمح بنقل الرسائل بمختلف صورها آنيا من المواقع السياحية بسهولة وسرعة، متجاوزا المسافات والحواجز.
- **تقنية النشر المتزامن البسيط:** أهم وسيلة تساعد المؤسسة على نشر مستجداها، كما تسهل على السائح معرفة كل جديد في عالم السياحة من أخبار فور نشرها دون عناء البحث عليها.
- **المدونات:** تمكن السائح من تسجيل الآراء وتبادل التجارب حول جودة الخدمات السياحية.

- الشبكات الاجتماعية: تتيح لمستخدميها إنشاء صفحات للتعريف بالمناطق والخدمات السياحية التي يتم من خلالها التفاعل حولها، كما تمكن من مشاركة التجارب.
- خدمة الهاتف المحمول الذكية المزودة بخدمة الأنترنت: من خلال التطبيقات والمنصات المستحدثة خصيصاً لذلك، والتي تساعد السائح على اتخاذ قراراته السياحية وإتمام الإجراءات بشكل سريع وآني.
- تقنية الواقع المعزز: تعتبر من بين أهم التطبيقات التي تستعمل في التوجه الرقمي للسياحة، حيث تعمل على دعم الواقع الحقيقي بزيارات افتراضية للمواقع السياحية، بهدف دعم وتحسين تفاعل المستخدم (محسن و بلحيمر، 2023، صفحة 178).

3.3. السياحة الرقمية والسياحة الجواله:

من بين المفاهيم المرتبطة بعملية التحول الرقمي في قطاع السياحة نجد مفهومين جديدين كما يلي:

1.3.3. السياحة الرقمية ومزاياها:

- يرتبط مفهوم السياحة الرقمية أو كما يعرف كذلك بالسياحة الالكترونية أو السياحة 2.0 بدعم السياحة من خلال الأدوات الرقمية، الأمر الذي من شأنه تحسين الخدمة المقدمة للسائح وتلبية احتياجاته من جهة، وتحقيق القدرة التنافسية للمؤسسات السياحية من جهة أخرى في القطاع الذي تنشط فيه (MOFFOCK, 2023, p. 525)، كما يمكن تعريف السياحة الرقمية كما يلي:
- وفقاً لمنظمة السياحة العالمية، تمثل السياحة الرقمية شكل جديد من السياحة تقدم للسائح فرصة السفر افتراضياً والحصول على تجربة ونظرة عامة عن رحلته المحتملة من خلال مجموعة من العروض المقدمة إلكترونياً بالإضافة إلى مشاركة آرائه وتجربته مع السياح مستخدمي الأنترنت الآخرين (hadibi, 2023, p. 118).
 - كما يرى (عبادي و زهواني، 2019، صفحة 152) أن السياحة الرقمية تمثل نمط سياحي جديد مبتكر تبنى معاملاته أساساً على التفاعل القائم بين السائح، مقدم الخدمة السياحية والمؤسسات السياحية فيما بينها، مباشرة باستخدام التكنولوجيا للوصول إلى تسهيلات وخدمات أكثر فعالية.

من خلال ما سبق، فإن السياحة الرقمية لها أهمية كبيرة بالنظر إلى ما توفره من مزايا وفوائد سواء للسائح من خلال إمكانية إطلاعهم على مختلف الخدمات والعروض المقدمة في أي مكان وزمان، بتفاعله المباشر مع مقدمي الخدمات السياحية، مقارنة جودة الخدمات واتخاذ القرار بكل سهولة وفي وقت قياسي (محسن وبلحيمر، 2023، صفحة 176). كذلك، معايشة تجربة السفر من خلال الجولات الافتراضية للوجهات السياحية المحتملة (أحسن و نايت ابراهيم، 2023، صفحة 148)، والاستفادة من آراء وتجارب السياح عبر شبكات التواصل الاجتماعي (hadibi, 2023, p. 120)، أما بالنسبة للمؤسسات السياحية تمثل وسيلة فعالة للوصول إلى الأسواق المستهدفة لترويج خدماتها بالتفاعل مباشرة مع السياح دون وسطاء، ما يسهل عرض وتوزيع خدماتهم آتيا، توفير المعلومات المرتبطة بها وتحسينها بتكلفة منخفضة جدا ومجانبة في بعض الأحيان، مما يساهم في خفض تكاليفها وأسعارها (محسن وبلحيمر، 2023، صفحة 176)، إضافة إلى ذلك، التمكن من معرفة التوجهات الجديدة للسياح عن طريق ردود أفعالهم، وتقييماتهم للخدمات المقدمة (أحسن و نايت ابراهيم، 2023، صفحة 149)، كما تساعد المؤسسات السياحية في عملية اليقظة، سواء المعلوماتية لرصد ما تم كتابته حول المؤسسة، أو اليقظة التنافسية للإطلاع على ما تم نشره حول المنافسين (hadibi, 2023, p. 120).

2.3.3. السياحة الجواله ومزاياها:

إضافة إلى السياحة الرقمية، أصبحت السياحة الجواله تشكل تحولا في مجال السياحة خلال السنوات الأخيرة، وتعتمد السياحة الجواله أو السياحة عبر الهواتف المحمول "Mobile Tourism" على التفاعل (تلقي وإرسال) بين مقدم الخدمة السياحية والسائح عن طريق نظام اتصال لاسلكي، عبر التطبيقات المحمولة على الهواتف الذكية، الأجهزة الالكترونية المتصلة أو المواقع الالكترونية سريعة الاستجابة، هدفها الأساسي توفير المعلومات الآنية اللازمة للسائح ومرافقته قبل، أثناء وبعد تجربته السياحية.

توفر السياحة الجواله العديد من المزايا أهمها: توفير المعلومات السياحية وجعلها في متناول المستخدم أثناء تنقلاته، الأمر الذي يمكنه من البحث والإطلاع على العروض السياحية المختلفة، سواء

المتعلقة بالنقل أو الإيواء مع اتمام عمليات الحجز حتى وهو مسافر، إضافة إلى تفاعله ومشاركته لتجربته وتقييمه للخدمات بمجرد الاستفادة منها (محسن و بلحيمر، 2023، صفحة 177).

4.3. صعوبات التحول الرقمي للقطاع السياحي

في ظل عملية التحول الرقمي، يواجه قطاع السياحة والخدمات الفندقية عدة مصاعب في التحول إلى نمط السياحة الرقمية بالنظر إلى التطور المتسارع للتقنيات وتكلفتها المرتفعة، إضافة إلى عدة مشاكل أخرى على غرار طبيعة القرى والمدن السياحية التي تفتقر للتكنولوجيا ومقومات المدن الذكية فأغلبها منعزلة وبعيدة عن التقنيات الحديثة، فأصبحت تشكل مرآد لاستقبال السياح فقط وغياب وظيفتها كفضاء حيوي للإبداع والابتكار لضمان النشاط والاستدامة، إضافة إلى عدم تناسب البنية التحتية والهيكلة التنظيمي للمؤسسات السياحية مع عملية التحول الرقمي، هذا الأخير وفي إطار تطويره للأعمال السياحية يسعى إلى إحداث تغييرات جذرية في بنيتها التحتية ونماذج أعمالها، مما يستوجب عليها إعادة النظر في هيكلها التنظيمي وفق المتطلبات الرقمية الحديثة (مشهور و يوسف، 2021، صفحة 240).

كذلك ضعف محتوى التطبيقات السياحية الذكية المتوفرة، التي لا تفي بالغرض، كونها إما غير تفاعلية، تضم معلومات غير كافية وصور غير احترافية وأغلبها تستعمل لغة واحدة، ما يصعب استغلالها وهنا نتكلم عن ارتفاع كالف تصميم وإنشاء المواقع الالكترونية السياحية، الذي يستوجب توفر الكفاءات اللازمة من الخبراء لتطوير مواقع قادرة على تحقيق ميزة تنافسية بجذب انتباه السياح. تجدر الإشارة إلى مشكل غياب الثقة في أسلوب الدفع الالكتروني الذي يعد أهم ما يعيق استغلال المواقع الالكترونية السياحية، بالنظر إلى الاختراقات التي قد يتعرض لها النظام، الأمر الذي يمثل تحديا ويستوجب مضاعفة الجهود لتطويره، إضافة إلى أمن المواقع لحماية البيانات الخصوصية للسياح في إطار استغلال التطبيقات والمواقع الالكترونية السياحية.

5.3. واقع رقمنة القطاع السياحي في الجزائر

للجزائر العديد من المؤهلات السياحية سواء الطبيعية، التاريخية أو الثقافية، خاصة وأنها تعد أكبر دولة مساحة في إفريقيا، وتحوز على شريط ساحلي يقدر بأكثر من 1200 كلم، إلا أنه وبالرغم من هذه المزايا يبقى القطاع السياحي بعيدا عن المستوى المطلوب في ظل المنافسة الحادة.

في هذا الخصوص، التعريف بالعروض السياحية المتوفرة في الجزائر يستلزم بالضرورة الاعتماد على التقنيات الحديثة لتكنولوجيا المعلومات لاسيما المواقع الالكترونية، البوابات والمنصات، نستعرض أهمها كما يلي (أحسن و نايت ابراهيم، 2023، الصفحات 151-152):

- موقع وزارة السياحة والصناعات التقليدية <https://www.mta.gov.dz>: يمثل نظرة شاملة عن قطاع السياحة في الجزائر، يتضمن مختلف المعلومات حول القطاع ويعرف بالمقومات السياحية بالجزائر، إضافة إلى عرض مختلف الخدمات الالكترونية المقدمة على غرار:
 - بوابة الخدمات العمومية لقطاع السياحة <https://portail.mta.gov.dz>: وضعتها الوزارة خصيصا لمختلف الفاعلين في قطاع السياحة بهدف ترقية وتسهيل تقديم الخدمات العمومية لسبع نشاطات في قطاع السياحة ومتابعة الاستفسارات، الطلبات والشكاوي.
 - بوابة "مسارات الجزائر السياحية" <https://algeriatours.dz>: في إطار برنامج رقمنة قطاع السياحة والصناعات التقليدية 2021-2024 وتنفيذا لمخطط عمل القطاع فيما يتعلق بترقية وجهة الجزائر واستحداث مسارات سياحية، تم تطوير وإطلاق هذه البوابة التي تسهل للسائح اختيار الوجهة والمسار الملائم لهم بالجزائر، وتتضمن البوابة حاليا 380 مسارا سياحيا.
 - بوابة الترويج السياحي الجزائري <https://visitalgeria.com>: هي بوابة الكترونية تهدف إلى الترويج للوجهة السياحية الجزائرية، وأهم المقاصد المتوفرة بثلاث لغات، إضافة إلى وكالات السياحة والأسعار والفنادق والمطاعم المصنفة، و إبراز فن الطبخ و ثراء الصناعة التقليدية.
- موقع الديوان الوطني للسياحة <https://www.onatdz.com>: يتولى مهمة الترويج للجزائر كوجهة سياحية من خلال تقديم معلومات شاملة عن السياحة، كما يتولى الديوان الوطني للسياحة مهمة الوصاية والرقابة على الهيئات التي تقوم بالنشاط السياحي، على غرار وكالات السياحة والسفر.
- البوابة الالكترونية <https://www.adresse-algerie.com>: تمثل دليل سياحي تتضمن آلاف من مقدمي الخدمات السياحية، تساعد السائح على دراسة العروض المقدمة من طرف وكالات السفر، الفنادق والمطاعم في 58 ولاية بالجزائر، كذلك الترويج لنشاط مختلف المؤسسات السياحية.

4. منصة "مملتيك" لحجز الفنادق عبر الأنترنت

يواجه قطاع السياحة والخدمات الفندقية في الجزائر عدة مشاكل وصعوبات منها تلك التي يتلقاها المسافرين والسياح متمثلة في عدم توفر خريطة للفنادق الجزائرية، عدم القدرة على الحجز عن بعد أو الدفع الكترونياً، إضافة إلى غياب التفاعل بين المسافر والفندق الكترونياً للتعبير عن الاحتياجات وتلبيتها، أما فيما يتعلق بالصعوبات التي تواجهها الفنادق تتمثل في غياب الإعلام والاتصال وعدم وضوح صورتها في القطاع الذي تنشط فيه، إضافة إلى عدم توفرها على كفاءات في ميدان الرقمنة ما نتج عنه عدم وجود تجديد وابتكارات في نموذج أعمالها (الاعتماد على الطرق التقليدية في العمل).

إن الصعوبات سالفة الذكر تؤثر سلباً على الاقتصاد الوطني من خلال الخسائر المالية التي يتعرض لها قطاع السياحة، خاصة ما تعلق الأمر بالفنادق بسبب عدم اكتمال الحجوزات (حجوزات موسمية فقط)، إضافة إلى صعوبة التعامل مع الاتجاهات الجديدة للجيل الجديد من السياح (الجيل الرقمي)، في هذا الشأن وفي إطار تعزيز رقمنة قطاع السياحة والخدمات الفندقية في الجزائر، تم إنشاء منصة رقمية جديدة لحجز الفنادق عبر الأنترنت تحت تسمية "NAMLATIC"، تتيح للزبون حجز غرفة على مستوى الفندق الذي يختاره بطريقة آلية، آمنة ودون وسيط مع تأكيد فوري للعملية (reporters).

1.4. تقديم عام لمنصة "نملتيك":

تعتبر "نملتيك" أول منصة جزائرية لحجز الفنادق عبر الأنترنت، تأسست من طرف خبير في هندسة تكنولوجيا المعلومات والذكاء الاصطناعي "عمارة أمعوز"، الرئيس التنفيذي للشركة، الذي قرر إطلاق هذا النوع من المشاريع الرقمية تلبية لمتطلبات السوق الجزائري تحت شعار "معاً لرقمنة المستقبل" (م. رجاء، 2021)، حيث تعتبر شركة تكنولوجيا قامت بتطوير حل رقمي مخصص حصرياً للسياحة في الجزائر تهدف إلى المساهمة في تطوير وتحسين عملية السفر في البلاد من خلال التكنولوجيا الرقمية باستخدام نظام الحجز عبر الأنترنت، وسائل مختلفة للدفع والعمل على تعزيز السياحة من خلال وسائل الإعلام الرقمية.

2.4. نشأة مشروع منصة "نملتيك"

من خلال الإطلاع على الإحصائيات المتعلقة بحجوزات الفنادق عبر الأنترنت في العالم، يستخدم 93% من الزبائن الأنترنت للبحث عن فندق، حيث أن 87% من الحجوزات تتم عبر الأنترنت

(ق.مصطفى، 2021)، كما أن 97% من السياح يطلعون على آراء المستخدمين للمنصات قبل الحجز (louali, 2022).

بالنسبة للزبائن سواء من داخل الوطن أو خارجه، عملية حجز غرفة في فندق بالجزائر ليس بالأمر السهل، في البداية يجب العثور على فندق، الاتصال به لتحديد نوع الغرفة والخدمات المطلوبة، التأكد من التوافر والحصول على معلومات إضافية، وأخيرا يتطلب الأمر انتقال الزبون فعليا للدفع نقدا مقابل الحجز، بالتالي فإن حجز غرفة في فندق بالجزائر يمثل تحديا حقيقيا (reporters).

عليه أكد الرئيس التنفيذي للشركة أن فكرة تأسيس "نملتيك" جاءت بعد الصعوبات التي تم مواجهتها في رحلة البحث عن مكان للإقامة بميزانية معقولة داخل الوطن (م، رجاء، 2021)، حيث أنت "نملتيك" للاستجابة لكل هذه المشاكل والعراقيل التي تواجه سواء السائح في معاملاته أو الفنادق في تقديم عروضها، وتسعى إلى المساهمة في تحسين سيورة السفر عبر الوسائط الرقمية (reporters).

بدأ العمل على تصميم منصة "نملتيك" في ديسمبر 2018، وكانت النسخة الأولى للمنصة جاهزة في ديسمبر 2020، ولكن استحال إطلاقها آنذاك بسبب جائحة كورونا، وتأجل الأمر إلى غاية جانفي 2021، أين تم الإطلاق الرسمي للمنصة، هذه الأخيرة تمكن المستخدم من العثور على المعلومات اللازمة حول الفنادق في الجزائر والحجز دون التحرك من مكانك (marouf araibi, 2022).

يؤكد الرئيس التنفيذي على مساعي النجاح بقوله: "نسعى لأن تكون نملتيك رائدة من خلال دعمها للسياحة بشكل خاص في التحول الرقمي، وتقديم مساعدة قيمة للفنادق الجزائرية لإعادة تفعيل خدماتها، إبراز واجهتها، واستغلال إمكاناتها بشكل أفضل مع الالتزام بوضع التكنولوجيا الرقمية في خدمة الجميع، متجاوزة بذلك محدودية الوقت والوسائل بفضل الكفاءات التي تمتلكها (محي الدين، 2021).

3.4. مزايا وخدمات "نملتيك":

تميز "نملتيك" بواجهة ذات تصميم ديناميكي، بمجرد زيارة المستخدم للمنصة يلفت انتباهه الخلفية التي تعرض المناظر الطبيعية المتنوعة للجزائر ما ينقله إلى عالم من الهدوء والمغامرة، كما تتضمن واجهتها

الرئيسية العناصر التالية: شعار المؤسسة، خيارات التسجيل/أو تسجيل الدخول، إضافة إلى تحديد اللغة حيث يمكن للمستخدم الاختيار بين العربية، الانجليزية والفرنسية لضمان تجربة حجز مريحة.

بتوفر المنصة على مختلف الأجهزة المتصلة بالانترنت، بإمكانك الحجز في أي مكان وفي أي وقت ببضع نقرات فقط، وبفضل الخدمة التي تقدمها على مدار 07 أيام في الأسبوع و24 ساعة في اليوم، لن تحتاج بعد الآن إلى التنقل لتأكيد حجزك، كل ما عليك فعله هو حزم حقائبك والبدء في المغامرة نحو مختلف الوجهات السياحية في الجزائر (voyagerdz)، ومن بين أهم الخدمات التي تقدمها منصة "مملتيك" نجد (ق. مصطفى، 2021):

- تطوير عملية حجز الفنادق بشكل رقمي مع توفير خريطة واسعة للفنادق في الجزائر بحوالي 250 فندق في أكثر من 40 ولاية، تأكيد الحجز بشكل فوري مع إمكانية إلغاء الحجز في أي وقت ودون عواقب مالية، كما تقترح "مملتيك" على مستخدميها من السياح والمؤسسات الفندقية خيار الدفع المسبق 25% لتأكيد الحجز وتنظيم الإقامة بشكل آمن لكلا الطرفين، وبهدف تفعيل استخدام المنصة وجعلها متاحة على نطاق واسع، تسهل "مملتيك" استعمالها من طرف المستخدمين، تكييفها مع مختلف الأجهزة المحمولة والهواتف الذكية التي تعمل بأنظمة IOS و ANDROID، حيث وفرت تطبيقين على Googleplay و Appstore ذي استجابة سريعة وآنية، تم إطلاقهما في جويلية 2021 لتمكين المستخدمين من الوصول إلى محتوى المنصة في ظرف زمني قصير، اكتشاف الخدمات والعروض المتاحة آنيا مع مرونة الاستخدام (بن رابح، 2023، صفحة 168).
- وفي إطار تشجيع السياحة بالجزائر والترويج لها، تقترح "مملتيك" خدمة موجهة للمؤسسات الفندقية بمرافقتها ودعمها من خلال عملية الرقمنة بالإضافة إلى تقديم برنامج تدريبي حصري لهذه المؤسسات.
- كما توفر المنصة اختيار العملة المفضلة لإجراء الحجز إضافة إلى أربع (04) طرق للدفع سواء ببطاقة CIB والبطاقة الذهبية، البطاقات المصرفية الدولية، التحويل المصرفي أو نقدا على مستوى الفندق (marouf araibi, 2022).

- كذلك، تمكن "نملتيك" من إنشاء حساب بشكل فوري وآمن إما لتسجيل وكالة، شركة أو فندق أو من للإطلاع على الحساب الشخصي بالمنصة والحجوزات والإطلاع على قائمة الوجهات المفضلة.
- 4.4. جديد مؤسسة "نملتيك":

بعد دراسة ومناقشة احتياجات 11 شركة جزائرية في سبتمبر وأكتوبر 2021 من طرف الرئيس التنفيذي ومجموعة مطورين، تم في شهر ماي 2022 تطوير وإطلاق حل جديد للشركات الجزائرية وهو "Namlatiс Business"، حيث تقوم الشركات بإنشاء حساب على منصة "نملتيك" كشركة وليس كمستخدم بسيط، ثم تقوم بإيداع مختلف الوثائق والمستندات الخاصة بها، وبعد التحقق منها يتم منح الشركة الدعم الكامل لتلبية جميع احتياجاتها في مجال حجوزات الفنادق، ولجعل هذه الأعمال رقمية، تم تطوير "Namlatiс Wallet" أو ما يعرف بـ "المحفظة"، من خلال إيداع مبلغ مالي في بنك "نملتيك" الخاص بالشركة، الأمر الذي يسمح لها بالحجز 7/7 و 24/24، حيث يتم خصم المبالغ في كل مرة من الحساب الخاص بها (louali, 2022).

5. آفاق "نملتيك":

تسعى "نملتيك" خلال السنتين القادمتين إلى تغطية كامل الأراضي الوطنية وتوفير خارطة أوسع من الفنادق، بمحاولة الوصول إلى 1000 فندق متاح على المنصة، مع العمل على توفير أفضل الأسعار للسائح بالجزائر (louali, 2022)، كما تتطلع إلى رقمنة حلول وخدمات جديدة على غرار حجز تذاكر الطيران عبر الانترنت لشركات الطيران الوطنية والدولية، حجز العقارات (الشقق والمنازل)، وكذلك التعاون مع شركات تأجير السيارات لتوفير تأجير سيارات بأسعار معقولة.

من خلال رقمنة هذه الخدمات، تتطلع "نملتيك" إلى تسهيل الحياة للجميع، بالإبتكار المستمر والتكيف مع التطورات التكنولوجية واحتياجات الزبائن المتغيرة وتقديم خدمات عالية الجودة، مع التركيز على تجربة المستخدم وموثوقية وأمن المعاملات للبقاء في طليعة صناعة السياحة الرقمية (namlatiс, namlatiс hotel booking, 2024).

5. خاتمة

حاولنا من خلال هذه الورقة البحثية دراسة موضوع ذو أهمية بالغة، كون التحول الرقمي أصبح من الأساسيات وركيزة من الركائز الواجب على المؤسسات تبنيها لما له من مساهمة في تعزيز الاقتصاد وتحويله من اقتصاد تقليدي إلى اقتصاد رقمي، حيث رسمت الجزائر معالمها لتفعيل رقمنة بعض من قطاعاتها، لا سيما قطاع السياحة والخدمات الفندقية.

ومن خلال دراستنا لمساهمة التحول الرقمي في تطوير قطاع السياحة والخدمات الفندقية في الجزائر بتسليط الضوء على منصة مملتيك لحجز الفنادق عبر الأنترنت والخدمات التي تقدمها للرفع من جودة الخدمات المقدمة والاستفادة منها سواء بالنسبة للمؤسسات أو السياح توصلنا إلى النقاط التالية:

- التحول الرقمي أصبح ضرورة ملحة لا مفر منها لمواكبة الاقتصاد الجديد.
- هناك بداية تحول رقمي فعلي في الجزائر نلمسه من خلال مساعي الحكومات والمؤسسات لتجسيده بعدما أدركت جيدا أنه أصبح ضرورة وليس خيارا.
- تمتلك الجزائر مؤهلات ونقاط قوة في قطاع السياحة والخدمات الفندقية تعوّل عليها للنهوض بالاقتصاد الوطني من خلال الاستثمار في رقمنة هذا القطاع والخدمات التي يوفرها.
- تلعب منصة "مملتيك" دورا مهما في تطوير وتعزيز قطاع السياحة والخدمات الفندقية في الجزائر.
- بناء على نتائج الدراسة، يمكن أن نقدم الاقتراحات والتوصيات التالية:
- العمل على تطوير وتحسين الخدمات السياحية المقدمة من طرف المؤسسات السياحية من خلال الاعتماد على التكنولوجيا الرقمية.
- تأسيس المؤسسات السياحية لاسيما الفندقية بضرورة استخدام تكنولوجيا المعلومات لتعزيز خدماتها.
- الاهتمام أكثر بتطوير المواقع الالكترونية السياحية والمنصات للرفع من قدرة جذب السياح وتسهيل الإجراءات عليهم.
- الاهتمام بالتحول نحو السياحة الذكية التي تعتمد في خدماتها على تقنيات التحول الرقمي.

6. قائمة المراجع

- 1- أحلام محي الدين. (11 06 2021). يسهر عليها خبراء في التكنولوجيا، مملتيك، أول منصة للحجز في الفنادق في الجزائر. تاريخ الاسترداد 29 04 2023، من <https://www.el-massa.com/dz> / elmassa

- 2- إيهاب محسن، و إبراهيم بلحيمر. (2023). التحول الرقمي للقطاع السياحي في الجزائر. مجلة البصائر للبحوث في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 169-185.
- 3- جازية بن رايح. (2023). المنصات الرقمية كآلية لتفعيل استراتيجية تسويقية مستدامة للمنتج السياحي في الجزائر، منصة ثملتيك نموذجاً. مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، 158-172.
- 4- جميلة سلامي، و يوسف بوشي. (2019). التحول الرقمي بين الضرورة والمخاطر. مجلة العلوم القانونية والسياسية، 944-967.
- 5- حسنية بن رقية. (2021). صعوبات التحول إلى السياحة الذكية في الجزائر. مجلة تطوير العلوم الاجتماعية، 90-102.
- 6- سعد دهيني، زواوي لعوج، و بلفكرون خضرة. (2022). ملامح التحول الرقمي لقاع التجارة في الجزائر. مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية، 719-739.
- 7- عبد الحميد بشير. (12 مارس، 2023). أثر التحول الرقمي على ممارسات إدارة الموارد البشرية في منظمات الأعمال، دراسة حالة اتصالات الجزائر. أطروحة دكتوراه. تبسة، تبسة، الجزائر: جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي.
- 8- ق. مصطفى. (28 09، 2021). ثملتيك شركة تكنولوجية أنشأت وفعلت حلاً رقمياً مخصص للسياحة في الجزائر. تاريخ الاسترداد 04 2023، 30، من <https://elhiwar.dz/featured/202687> elhiwar:
- 9- لخضر بن سعيد، و مصطفى رديف. (2022). حتمية التحول الرقمي في الجزائر وآفاقها في ظل تداعيات أزمة كورونا. مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، 332-342.
- 10- م. رجاء. (31 11، 2021). ثملتيك شركة ناشئة لحجز الفنادق عبر الإنترنت. تاريخ الاسترداد 04 30، 2023، من: www.google.com/amp/s/www.horizons.dz/arabe/archives/amp/18742
- 11- محمد بوعتلي، و ليلية سامي. (2022). واقع المنصات الرقمية وتأثيرها على التنمية المستدامة في الجزائر. مجلة المدير: عدد خاص بالملتقى الدولي حول اقتصاد المنصات الرقمية- فرص وتحديات، 38-09.
- 12- محمد عبادي، و عبد الرزاق زهواني. (2019). تجليات التحول الرقمي ودوره في تفعيل السياحة الداخلية، اتصالات الجزائر نموذجاً. مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، 146-162.
- 13- مها شحادة، (2022). تأثير أبعاد التحول الرقمي في النضج الرقمي للمصارف الإسلامية. مجلة جامعة القاسمية للاقتصاد، 53-106.
- 14- ناصر قرقط، و سهام لعشب. (2023). التحول الرقمي وأثره على أداء الموارد البشرية-دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر. مجلة الاقتصاد والبيئة، 234-255.
- 15- نحلة مشهور، و سماح يوسف. (2021). تأثير التحول الرقمي على القدرة التنافسية والقيمة المضافة للقطاع السياحي. مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، 233-271.
- 16- مينة أحسن، و بوسعد نايت إبراهيم. (2023). تعزيز خبرة العملاء في السياحة الالكترونية، تجربة الجزائر. مجلة المالية والأسواق، 141-158.
- 17- Bouabdellah, m., & bouabdellah, h. (2022). digital tranformation challenges. algerian journal of economy and finance , 69-90.
- 18- Hadibi, s. (2023). la contribution de la communication digitale dans la promotion du produit touristique algerien. these doctorat en science commerciales option marketing touristique et hotelier . khemis meliana, ain defla, algerie: université djilali bounaama.
- 19- Henriette, e., feki, m., & boughzala, i. (2016). digital transformation challengies. MCIS 2016 proceedings-33 , 01-07.
- 20- Louali, h. (2022, 06 29). M.Amara amaouz, CEO et co-fondateur de namlatic: nous proposons une solution de réservation pour les entreprise depuis le mois de mai. Consulté le 05 11, 2023, sur algerieinvest: <https://algerieinvest.dz/m-mamara-amaouz-ceo-etco-fondateur-de-namlatic-nous-proposons-une-solution-de-réservation-pour-les-entreprise-depuis-le-mois-de-mai/>
- 21- Marouf araibi, y. (2022, 03 21). namlatic, la plateforme qui s'occupe de vos vacances en algerie. Consulté le 13 05, 2023, sur myalgeria: <https://myalgeria.com/algeie-namlatic>
- 22- MOFFOCK, N. (2023). digital transformation and AI in tourism: trends, challenges and successful experiences. economic studies , 522-545.
- 23- Namlatic. (2023). Consulté le 05 15, 2023, sur <https://hotel.namlatic.com/>
- 24- Namlatic. (2024). namlatic hotel booking. Consulté le 03 12, 2024, sur namlatic: <https://hotel.namlatic.com/fr/about>

- 25- Reporters. (s.d.). namlatic, la nouvelle plateforme de reservation en ligne. Consulté le 03 17, 2024, sur reporters: <https://www.reporters.dz/hotellerie>
- 26- Stanislaw, L. (2020). Digital transformation and innovativeness of enterprises. optimum economic studies , 36-46.
- 27- Voyagerdz. (s.d.). reservez votre hotel en ligne avec namlatic. Consulté le 03 15, 2024, sur voyagerdz: <https://voyagerdz.com/hotels-en-algerie/>
- 28- Yongzhang, p., & changqi, t. (2022). can digital transformation promote entreprise performance? from the perspective of public policy and innovation. jornal of innovation & knowledge , 1-8.