

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف - المسيلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
مخبر الاستراتيجيات والسياسات الاقتصادية في الجزائر

شهادة مشاركة

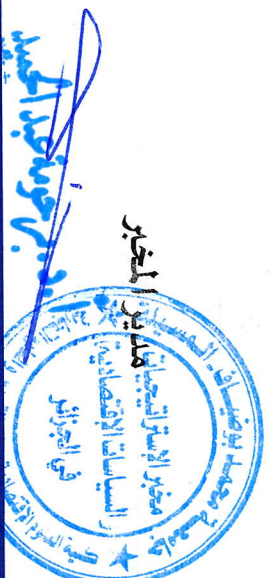
المسيلة في: 2025/12/08

يشهد عميد كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة ورئيس الملتقى الوطني (حضوري وعن بعد) حول:

"دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ترقية القطاع السياحي بالجزائر"

بأن: أ.د. سامية خرخاش، جامعة المسيلة، قد شارك(ت) بالمدخلات الموسومة بعنوان:
"دور أنظمة الحجز الالكتروني في تعزيز القطاع السياحي تجربة قطر نموذجا"

الملتقى (حضوري وعن بعد) المنعقد يوم: 08 ديسمبر 2025 بجامعة محمد بوضياف - المسيلة.



جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
الملتقى الوطني حول:
دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال
في ترقية القطاع السياحي بالجزائر

د. زريق عفيف

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

مخبر الاستراتيجيات والسياسات الاقتصادية في الجزائر

قسم علوم التسيير



قسم علوم التسيير



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



إعداد فرقتي البحث التكويني: (PRFU):

1- آليات تفعيل القطاع السياحي ضمن برنامج الانعاش الاقتصادي

(2020-2024) دراسة حالة ولاية المسيلة؛

2- استراتيجيات الابداع والابتكار باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال

في المؤسسات العاملة بمجال السياحة حالة- ولاية المسيلة.

برنامج الملتقى الوطني (حضورى

وعن بعد)

08 ديسمبر 2025



الملتقى الوطني حول:

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال
في ترقية القطاع السياحي
بالجزائر

رئيس الملتقى: الدكتور عمر زريق
رئيس اللجنة العلمية: البروفيسور توفيق تمار
رئيس اللجنة التنظيمية: البروفيسور فاتح غلاب

برنامج الملتقى الوطني (حضورى وعن بعد) حول:
دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ترقية القطاع السياحي بالجزائر

رابط الجلسة: <https://meet.google.com/cze-ovkn-wmq>

جلسة الافتتاح حضوريا

قراءة آيات من القرآن الكريم؛
الاستماع إلى النشيد الوطني؛
كلمة رئيس الملتقى: الدكتور عمر زروق؛

الكلمة التقديمية لمعيد كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: الأستاذ الدكتور محمد المهدى جعفر؛
كلمة رئيس: مخبر الاستراتيجيات والسياسات الاقتصادية في الجزائر البروفيسور بروحمة عبد المجيد بوعزيز؛
كلمة رئيس قسم علوم التسيير: أحمد الصغير قراروي

كلمة الافتتاح الرسمي للملتقى: رئيس جامعة محمد بوضياف بالمسيلة: الأستاذ الدكتور عمار بودلاعة.

الجلسة الرئيسية 01:

مقرر الجلسة: الاستاذ: بن حليلة أجان

عنوان المداخلة

دور أنظمة الحجز الإلكتروني في تعزيز القطاع السياحي تجزيرة قطر نموذجاً

نموذج الوجهة السياحية الذكية: دراسة مقارنة بين التجربة الاسبانية والتجربة الجزائرية

السياحة الذكية دورس مستفادة من التجارب الدولية وتطبيقها في الجزائر

Adoption des TIC dans le secteur touristique en Algérie : Entre
défaillance infrastructurelle et conscience opérationnelle limitée -
Étude empirique à Bou-Saâda

The Impact of Social Media Marketing on Desert Tourism Destinations in
Algeria: An Applied Study

نموذج اللحة الاستراتيجية الحديثة كأداة لتقييم الموقع الإلكتروني لوكالة تهمقاد للمسفر بيانة

دور أنظمة الحجز الإلكتروني في تعزيز القطاع السياحي تجزيرة قطر نموذجاً

رئيس الجلسة البروفيسور: عيسى قروش

المتدخل

المؤسسة الجامعية

التوقيت

د. محمد روازي

أ.د. حسان بومامية

د. محمد ذهاب

أ.د. خرشاش جميلة

د. كمال بوسفي

د. حميدة زواوي

Dr. Mustapha
ELBAHI
Doctorante, Hadjira
ATALLAOUI

M'SILA University
LAGHOUAT
University

10.15-10.00

Dr. Abdel raouf Messaoudi

Tebessa University

10.30-10.15

أ.د. بن البار موسى

د. حمري أحمد

أ.د. سامية خرشاش

أ.د. نيلة جميع

جامعة المسيلة

10.45-10.30

جامعة المسيلة

11.00-10.45

جامعة المسيلة

11.15-11.00

جامعة المسيلة

11.30-11.15

11.45-11.30

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ترقية القطاع السياحي في الجزائر نحو سياحة ريفية مستدامة	جامعة بسكرة	ط/د سلم بوجيلة	12.00-11.45
مناقشة			
الجلسة الرئيسية 02:			
مقرر الجلسة البروفيسور: فاتح غلاب	المؤسسة الجامعية	المدخل	التوقيت
عنوان المناقشة	جامعة قالة	د. راضية دغان ط/د زينب بوشلحة	12.15-12.00
دور تطبيقات السفر الذكية في ترقية السياحة التقليدية	جامعة المسيلة	د. مصعب بنفار	12.30-12.15
تكنولوجيا المعلومات والاتصال كآلية لتطوير القطاع السياحي في الجزائر: دراسة حالة منطقة التوسع السياحي	M'SILA University.	Lakhdar LOUGLAITHI Ahmed Salmi	12.45-12.30
التحنية الرقمية، مستوى الوعي المهني، وتجارب تطبيقية لتوسيع لقطاع السياحي في الجزائر: دراسة حالة منطقة التوسع السياحي	alger3 University	أ.د. حسان بجيت أ.د. براهيم بلقاة	13.00-12.45
أثر التغيرات السياحية في الاستثمار السياحي بولاية الشلف دراسة حالة منطقة التوسع السياحي	جامعة الشلف	أ.د. بن اعماره نصر الدين ط.د. محمد سباعيني	13.15-13.00
دور الذكاء الاصطناعي في تسويق الخدمات السياحية وسبل تفضيله في السياحة الجزائرية	جامعة المسيلة	أ.د. فطوم بلقي أ.د. اسماء خرغاش	13.30-13.15
دور الوسائط المتعددة في التسويق الرقمي في الجزائر	جامعة المسيلة	د. مراتي عمار د. أميرة معايش	13.45-13.30
واقع السياحة الداخلية في ولاية المسيلة.	جامعة بوج بوعزيز	د. نجاة حجاب د. أم السهد سراي	14.00-13.45
الذكاء الاصطناعي كركيزة أساسية لإدارة السياحة الذكية	جامعة المسيلة	أ.د. فايزة لمراف أ.د. اسماعيل سبتي	14.15-14.00
دور التسويق السياحي عبر الانترنت في تنمية السياحة في المناطق الأثرية اقتصاديا - قلمة بني حاد نموذجيا	جامعة المسيلة	د. عفيفة عبد الرحمان	
مناقشة عامة			

مقرر الجلسة البروفيسور: فاتح غلاب

جامعة قالة

جامعة المسيلة

جامعة الشلف

جامعة بوج بوعزيز

جامعة المسيلة

الجلسة الاولى عن بعد:

مقرر الجلسة البروفيسور: الصالح سري

رئيس الجلسة الدكتور: فاتح مرزوق

رابط الجلسة

<https://meet.google.com/tuh-qxbn-dby>

عنوان الملاحظة	المؤسسة	المتدخل	التوقيت
دور الرقمنة في هندسة السياحة المستدامة	جامعة الجزائر 03	د. بوساق أحمد د. بحري علي	10.15-10.00
واقع الاستثمار السياحي في الجزائر ضمن الخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 - دراسة حالة ولاية عين توشنت-	جامعة الشلف جامعة عين توشنت	د. إلتسام بلخري د. عبد الكرم وهراني	10.30-10.15
تطبيقات التسويق الرقمي في صناعة السياحة ناذج من تجربة السياحة في دوي	جامعة المسيلة	أ.د. عميش سميرة	10.45-10.30
الكفاء الاصطناعي كدخل لتحقيق الاستدامة في السياحة الحضرية دراسة حالة مدينة سدقافورة	جامعة خنشلة	د. شكري عاشوري د. زلياب مرزاد	11.00-10.45
القطاع السياحي الجزائري في ظل الرقمنة دراسة تحليلية	جامعة المسيلة جامعة الوادي جامعة المسيلة	د.توفيق حفصي د. خليفة عززي د. عمار عبد القادر	11.15-11.00
السياحة الإلكترونية في الجزائر: تحليل للمبادرات والمصنات الرقمية الرسمية في الترويج السياحي	جامعة المسيلة	أ.د. عاشور مروة أ.د. عاشوري عبد الناصر	11.30-11.15
الاتلام الرقمي ودوره في عملية التسويق السياحي بالجزائر	جامعة بوعصرح	أ.د. شريف مراد د. زواوي رايح	11.45-11.30
The Role of Artificial Intelligence in Advancing the Tourism Sector	M'SILA University	أ.د. فاتح غلاب أ.د. حجاب عيسى ط./د. سمير معمرى	12.00-11.45
تقييم امكانية تبني نموذج السياحة الذكية في الجزائر في ضوء التحديات الرقمية والتجارب الدولية	جامعة المسيلة	أ.د. عمر بجاري د. لبن عابد	12.15-12.00

12.30-12.15	د. خليفي سامية د. لوجيل بن ناصر د. غربي خليل	جامعة باتنة جامعة بسكرة جامعة الجزائر 3	السياحة الداخلية في الجزائر "تنوع الموارد وتعدد الأشكال"
12.45-12.30	أ.د. نادية بن ورقلة د. سلمة بن ورقلة	جامعة الجلفة	أهمية الطرق التكنولوجية الجديدة في ترقية وتطوير الثقافة السياحية في الجزائر
مناقشات			
الجلسة الثانية عن بعد:			
https://meet.google.com/pwu-myzs-zhq			
رئيس الجلسة: رابط الجلسة:	البروفيسور: نوي نور الدين		
التوقيت	المتدخل	المؤسسة	عنوان الداخلة
10.15-10.00	ط.د. / جلاحي علي ط.د. / جلاحي معروف	الجزائر 03	التبعية المستدامة والتنمية السياحية في ضوء الابتكار والابتعاخ مقارنة تحليلية تكاملية
10.30-10.15	د. طاهري عبد الحليم	جامعة خنشلة	المقومات السياحية في منطقة الأوراس (المواقع الأثرية أمودجا)
10.45-10.30	د.راضية دغان ط.د. زينب بوشلحة	جامعة قالة	دور تطبيقات السفر الذكية في ترقية السياحة الحلال -تجارب دولية
11.00-10.45	د.عبد المجيد بن لطرش	جامعة المسيلة	أتمتة السياحة الواحية - نموذج ذكي لتسيير الوجهات السياحية حالة مدينة بوسعادة نموذجاً
11.15-11.00	د.عمر بوعزيز	جامعة المسيلة	دور الكفاء الاصطناعي في تنمية القطاع السياحي بالجزائر من خلال إدارة وتحليل البيانات السياحية الضخمة
11.30-11.15	ط.د. / دحان زروق	جامعة وهران 2	دور الابتكار والإبداع في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال لترقية القطاع السياحي -دراسة حالة سنغافورة- وإمكانيات توظيفها في الجزائر.
11.45-11.30	أ.د. سعودي بلقاسم أ.د. سعودي عبد الصمد	جامعة المسيلة	تفصيل القطاع السياحي ورفقته ضمن برنامج الانفاش الاقتصادي في الجزائر

مقرر المجلس الأعلى للسياحة
الجزائر

مقرر المجلس الأعلى للسياحة
الجزائر

مقرر المجلس الأعلى للسياحة
الجزائر

مقرر المجلس الأعلى للسياحة
الجزائر

مقرر المجلس الأعلى للسياحة
الجزائر

تحليل الابتكار السياحي في دولتي سنغافورة والترويج: دراسة مقارنة	جامعة الوادي	أ.د. عدنان محيريق د. دريدي بشير د. خلف منى	12.00-11.45
دور استراتيجيات التسويق السياحي في تنمية السياحة	جامعة المسيلة	د. محمد لين بن الطاهر د. نور الدين قدوري	12.15-12.00
دور الترويج الالكتروني في الترويج للسياحة الداخلية في الجزائر	جامعة أم البواقي	أ.د. ساح طلحي د. خلود أمال ط.د. محمد زهير بوطاح	12.30-12.15
البنية التحتية الرقمية للسياحة في الجزائر: دراسة حالة في المنطقة السياحية	جامعة المسيلة	د. تاهي نادية	12.45-12.30
مساهمة التسويق الالكتروني في دم القطاع السياحي وتعزيز جودة الخدمة	جامعة المسيلة	د. محمد الأمين كروش	13.00-12.45
The Role of Information Technology in Advancing the Tourism Sector: From Digital Tourism Marketing to Artificial Intelligence in Enhancing Tourist Experience and Competitiveness	University Ferhat Abbas Setif	Dr. Seddaoui Rabah Dr. Abderrahmane Elkheloufi	13.30-13.15
دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير السياحة الالكترونية في الجزائر: الواقع والتحديات وآفاق المستقبل	المركز الجامعي البيري	د. نبيل بن مرزوق د. زكريا حمري	13.45-13.30
دور البرامج التنبؤية الرقمية في تعزيز مقومات السياحة البيئية في الجزائر	جامعة المسيلة	أ.د. عزالدين عبد الرؤوف د. زريق الدراري	13.30-13.45
تحديات القطاع السياحي في الجزائر	جامعة المسيلة	د. برو هشام د. ديلبي رايح	13.45-13.30
مناقشات			

الجزائر في الاقتصاد الرقمي
 دور التكنولوجيا في تعزيز السياحة
 الجزائر في الاقتصاد الرقمي
 دور التكنولوجيا في تعزيز السياحة
 الجزائر في الاقتصاد الرقمي
 دور التكنولوجيا في تعزيز السياحة

مناقشة عامة

قراءة توصيات الملتقى من طرف رئيس اللجنة العلمية

كلمة ختامية من طرف رئيس اللجنة التنظيمية

كلمة ختامية من طرف رئيس الملتقى



جامعة محمد بوضياف - المسيلة-

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

ملتقى وطني حضوري وعن بعد حول:

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ترقية

القطاع السياحي بالجزائر

يوم 08 ديسمبر 2025

مداخلة بعنوان:

دور أنظمة الحجز الإلكتروني في تعزيز القطاع السياحي

تجربة قطر نموذجاً

The Role of Electronic Booking Systems in Enhancing the Tourism Sector

Qatar's experience as a model

المحور الخامس: الابتكار والابداع في استخدام التكنولوجيا في السياحة: تجارب دولية

¹سامية خرخاش، ²نبيلة جميع

¹جامعة محمد بوضياف المسيلة (الجزائر)، samia.kharkhache@univ-msila.dz

²جامعة محمد بوضياف المسيلة (الجزائر)، nabila.djaidja@univ-msila.dz

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى إبراز أهمية أنظمة الحجز الإلكتروني في تطوير القطاع السياحي وزيادة تنافسيته، مع التركيز على تجربة قطر كنموذج تطبيقي ناجح. علماً أن أنظمة الحجز الإلكتروني ليست مجرد أداة تقنية، بل هي استراتيجية وطنية لتعزيز السياحة، فتجربة قطر تؤكد أن الاستثمار في التكنولوجيا الرقمية يفتح آفاقاً جديدة للنمو الاقتصادي ويعزز من تنافسية الوجهات السياحية على المستوى العالمي.

أهم النتائج التي تم التوصل إليها هي: أنظمة الحجز الإلكتروني أصبحت العمود الفقري للسياحة الحديثة؛ كما توفر للسائح إمكانية الحجز والدفع بسهولة وشفافية من أي مكان وفي أي وقت؛ وأن المنصات الإلكترونية تتيح مقارنة الأسعار والخدمات، مما يحفز الشركات على تحسين الجودة.

الكلمات المفتاحية: أنظمة الحجز الإلكتروني؛ السياحة الإلكترونية؛ القطاع السياحي؛ تجربة قطر.

Abstract:

This research paper aims to highlight the importance of electronic booking systems in developing the tourism sector and increasing its competitiveness, with a focus on Qatar's experience as a successful applied model. Electronic booking systems are not merely technical tools, but rather a national strategy to promote tourism. Qatar's experience confirms that investment in digital technology opens new horizons for economic growth and enhances the competitiveness of tourist destinations at the global level.

The most significant findings reached are: electronic booking systems have become the backbone of modern tourism; they provide tourists with the ability to book and pay easily and transparently from anywhere and at any time; and electronic platforms allow price and service comparisons, which motivates companies to improve quality.

Keywords: Electronic Booking Systems ;e-tourism; Tourism sector; Qatar experience.

1. مقدمة

شهد القطاع السياحي خلال العقدین الماضیین تحولاً جذرياً بفعل الثورة الرقمية، حيث أصبحت أنظمة الحجز الإلكتروني جزءاً أساسياً من البنية التحتية السياحية الحديثة. هذه الأنظمة لا تقتصر على حجز الفنادق أو تذاكر الطيران، بل تشمل أيضاً الرحلات السياحية والأنشطة الترفيهية وخدمات النقل، مما يجعل تجربة السائح أكثر سهولة ومرونة، إذ أصبح الاعتماد على التكنولوجيا الرقمية ومنصات الحجز الإلكتروني عاملاً رئيسياً في تشكيل اتجاهات السفر واختيار الوجهات وطرق التخطيط للرحلات. ومع زيادة المنافسة العالمية بين الوجهات السياحية، برزت أهمية الخدمات الرقمية في توفير تجربة سفر متكاملة وسلسة.

بفضل التطور المتسارع في منصات الحجز الإلكتروني، أصبحت هذه الأدوات إحدى الركائز التي يمكن للدول اعتمادها لتعزيز الترويج السياحي وتوسيع قاعدة الزوار الدوليين. لذلك، تبحث هذه المداخلة في دور أنظمة الحجز الإلكتروني في تعزيز القطاع السياحي - تجربة قطر نموذجاً، مع تحليل واقع القطاع الرقمي، ودور المنصات العالمية مثل *Booking.com*، *Expedia*، و *Tripadvisor*، إضافة إلى استعراض الخدمات الرقمية الحكومية وتأثيرها على ازدهار القطاع

أولاً: إشكالية البحث

في هذا السياق، تبرز تجربة قطر كنموذج رائد في توظيف التكنولوجيا الرقمية لتعزيز مكانتها السياحية، خاصة في ظل استراتيجيتها الوطنية لتعزيز التنوع الاقتصادي، ونجاحها في إنشاء منظومة إلكترونية متقدمة تشمل التأشيرات الرقمية، والفنادق، والفعاليات، وخدمات الزوار، وكذا استضافتها لكأس العالم 2022 وما تبعه من استثمارات ضخمة في البنية التحتية الرقمية. مما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

كيف ساهمت أنظمة الحجز الإلكتروني في تعزيز القطاع السياحي في دولة قطر؟ وكيف تمكنت هذه الأنظمة أن تواكب التطورات التكنولوجية المتسارعة مع الحفاظ على حماية بيانات المستخدمين وأمن المعلومات؟ وما هي التحديات التي قد تواجه الجزائر في تطبيق نماذج مشابهة لتجربة قطر، خاصة فيما يتعلق بالبنية التحتية الرقمية والاستثمار في التكنولوجيا؟

ثانياً: منهجية البحث

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي من خلال دراسة الظاهرة وتحليل دور أنظمة الحجز الإلكتروني في السياحة، كما تم الاستعانة بدراسات أكاديمية، تقارير دولية حول السياحة الإلكترونية، وتجربة قطر العملية.

2. ماهية أنظمة الحجز الإلكتروني

1.2. تعريف الحجز الإلكتروني

- يُعرّف الحجز الإلكتروني بأنه "إجراء عملية حجز خدمة سياحية—مثل الإقامة الفندقية أو تذاكر السفر أو الجولات السياحية—عبر الإنترنت باستخدام مواقع إلكترونية أو تطبيقات مخصصة، تُمكن المستخدم من اختيار الخدمات والدفع الإلكتروني وإصدار تأكيد فور ي" (Smith, 2020, p. 50).
- كما عرّفه بعض الباحثين بأنه "نظام رقمي يتيح للمستهلك الوصول المباشر إلى قواعد البيانات الخاصة بمزودي الخدمات السياحية، مما يسمح بإتمام الحجز دون وسيط بشري."، ويتضمن الحجز الإلكتروني عدة مكونات منها: الموقع الإلكتروني، قاعدة البيانات الرقمية، بوابات الدفع، ونظام التحقق الآلي (Gretzel, 2014, p. 64).

2.2. تعريف أنظمة الحجز الإلكتروني

أنظمة الحجز الإلكتروني هي منصات أو برامج رقمية تُستخدم عبر الإنترنت لتمكين العملاء من حجز الخدمات السياحية مثل الفنادق، تذاكر الطيران، الرحلات السياحية، وسائل النقل، والأنشطة الترفيهية بشكل مباشر وسريع دون الحاجة إلى وسطاء تقليديين. (سمية، 2019، صفحة 15)

نظام الحجز الإلكتروني Computer Reservation System أو (CRS): هو نظام محوسب يستخدم لتخزين والاستعلام والقيام بعمليات الحجز للسفر. استخدمته في البداية شركات الطيران، ثم امتد فيما بعد لتستخدمه وكالات السفر. (Xiang, 2017, p. 65)

3.2. خصائص الحجز الإلكتروني

يتمس الحجز الإلكتروني بعدة خصائص أساسية تميزه عن الحجز التقليدي، أبرزها (OECD, 2019):

- أ. التفاعلية (Interactivity): توفر الأنظمة الإلكترونية تفاعلاً فورياً بين المستخدم والمنصة، حيث يمكنه تعديل اختياراته والاطلاع على التحديثات في الوقت الحقيقي.
- ب. الفورية (Instantaneity): يتم الحصول على تأكيد الحجز بشكل آلي وفوري دون الحاجة للانتظار.

ج. الشفافية (Transparency): تتيح المنصات مقارنة الأسعار، قراءة تقييمات العملاء، ومعرفة تفاصيل الخدمة بوضوح.

د. الشخصية (Personalization): تعتمد بعض المنصات على الذكاء الاصطناعي لتقديم عروض وخدمات مناسبة لتفضيلات المستخدم.

هـ. إمكانية الوصول (Accessibility): يمكن إجراء الحجز من أي مكان وفي أي وقت، عبر الهاتف أو الحاسوب.

و. التكامل (Integration): تعمل المنصات غالباً بتكامل كامل مع أنظمة الدفع، الخرائط، القوائم الفندقية، ومعلومات شركات الطيران.

4.2. أهمية الحجز الإلكتروني

تكمن أهمية الحجز الإلكتروني في التالي: (Buhalis, 2008, p. 623)

- تسهّل تجربة السائح وتزيد من رضاه؛
- تعزز تنافسية الوجهات السياحية عالمياً؛

- تدعم التحول نحو السياحة الذكية والرقمية؛
- تساهم في تحسين إدارة الموارد لدى الشركات السياحية.

5.2. أهم أنظمة الحجز الإلكتروني العالمية

إن أشهر أنظمة الحجز الإلكتروني العالمية تشمل Booking.com، Expedia، و TripAdvisor، وهي منصات رائدة في تسهيل الحجز السياحي، مقارنة الأسعار، وتقديم مراجعات المستخدمين، مما يعزز ثقة العملاء ويزيد من تنافسية الوجهات السياحية؛ تتمثل أهم أنظمة الحجز الإلكتروني العالمية في الآتي: (Van Dijck, 2018, p. 32)

أ. Booking.com

- تأسس عام 1996 ويُعد من أكبر مواقع الحجز الفندقي في العالم.
- يتيح للمستخدمين حجز الفنادق، الشقق، والمنتجعات بسهولة عبر الإنترنت.
- يوفر مقارنات الأسعار، صور الغرف، وتقييمات العملاء، مما يعزز الشفافية ويزيد من ثقة السائح.
- دراسة تحليلية أكدت أن الموقع ساهم بشكل كبير في الترويج للسياحة والسفر عبر الإنترنت، وأصبح نموذجاً يُحتذى به في الأسواق الناشئة

ب. Expedia

- منصة أمريكية تأسست عام 1996، وتُعتبر وكالة سفر إلكترونية عالمية.
- تقدم خدمات حجز الطيران، الفنادق، السيارات، والرحلات السياحية.
- تركز على تجربة المستخدم المريحة من خلال واجهة بسيطة وخيارات متعددة.
- تُستخدم بشكل واسع في السوق الأمريكي وأوروبا اللاتينية، وتُعد منافساً مباشراً لـ Booking.com

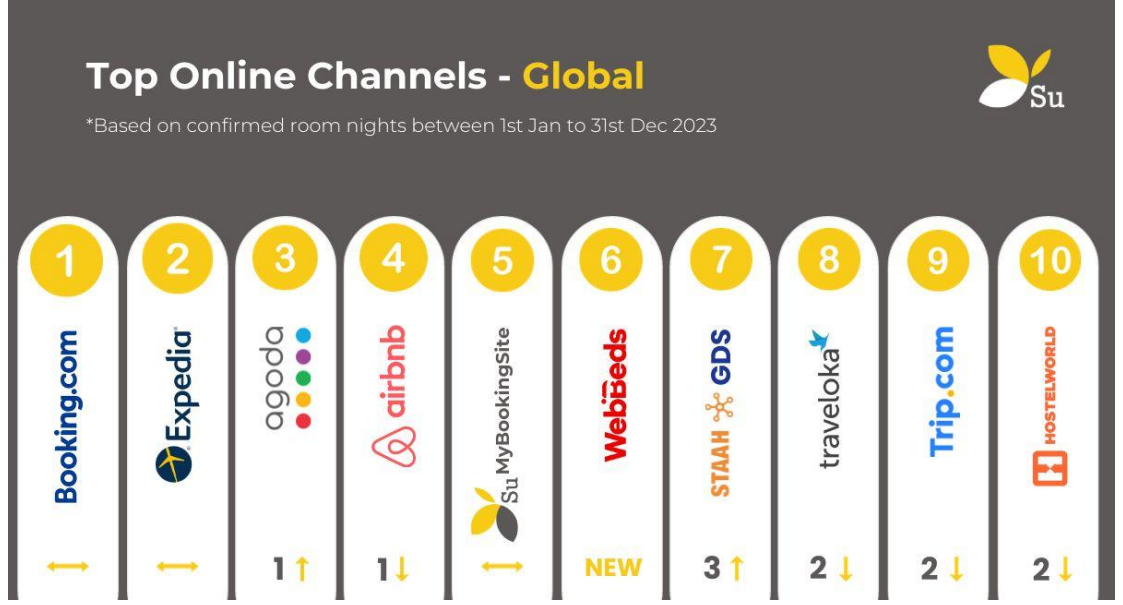
ج. Tripadvisor

- تأسست عام 2000، وتُعد أكبر منصة للمراجعات السياحية في العالم.
- تضم أكثر من 8 ملايين مؤسسة سياحية وأكثر من مليار تعليق ومراجعة من المستخدمين.
- تساعد السياح على تخطيط رحلاتهم بناءً على تجارب حقيقية، مما يعزز الثقة في الوجهات والخدمات.
- متاحة بـ 20 لغة وتغطي أكثر من 40 دولة، مما يجعلها أداة عالمية لتخطيط السفر.

د. أنظمة أخرى بارزة

- **GuestCentric، Cloudbeds، Mews**: أنظمة متخصصة لإدارة حجوزات الفنادق وتوزيع الغرف بشكل ذكي.
- **نظم التوزيع العالمي (GDS)** مثل Amadeus و Sabre تُستخدم من قبل شركات الطيران ووكالات السفر لتوفير الحجوزات عبر الإنترنت.

يُعد Booking.com مثالاً رائداً في نظام الحجز عبر الإنترنت، كما هو موضح في الشكل التالي. احتلت 10 مواقع حجز المرتبة الأولى عالمياً لعام 2023، ونرى أن Booking.com في الصدارة. (Mehor, 2025, p. 380) والشكل التالي يبين أهم منصات الحجز الإلكترونية العالمية :



Source:Su. (2024). the Top 10 booking channels to boost your hotel's revenue. Récupéré sur linkedin: https://www.linkedin.com/posts/su-api_su-

أ. منصة Booking.com

تأسست Booking.com كشركة ناشئة صغيرة في أمستردام عام 1996، ونمت بشكل ملحوظ لتصبح واحدة من المنصات العالمية الرائدة في مجال خدمات السفر الرقمية. يتمثل الهدف الرئيسي لـ Booking.com، التي تعمل كجزء من شركة Booking Holdings Inc. (ناسداك: BKNG)، في تبسيط وتعزيز إمكانية الوصول إلى خدمات السفر للأشخاص حول العالم. (Booking.com، 2024).

تعد منصة Booking.com مثالاً بارزاً على التطور الذي شهدته منصات الحجز الإلكترونية. فقد تأسست عام 1996 في أمستردام، ثم تحولت إلى واحدة من أكبر منصات السفر الرقمية في العالم، حيث توفر أكثر من 28 مليون خيار إقامة، من ضمنها 6.6 مليون عقار فريد، وتدعم 43 لغة. (Booking.com، 2024).

كما صنفت منصة SU-API التابعة لـ LinkedIn، Booking.com في المرتبة الأولى عالمياً بين أفضل منصات الحجز لعام 2023، نظراً لانتشارها الواسع وموثوقيتها العالية. (SU-API، 2024)، ويعود تميز هذه المنصة إلى استخدامها تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة المستخدم، وتحليل سلوك المسافرين، وتوفير توصيات مخصصة. إضافة إلى ذلك، باتت منصات الحجز العالمية جزءاً مهماً في الترويج السياحي للدول؛ إذ يُمكن من خلالها استعراض الوجهات، والفنادق، والفعاليات، ومقاطع الفيديو والصور التي تعزز من جاذبية الدولة لدى السياح الدوليين.

6.2. أنواع الحجز الإلكتروني

يمكن تصنيف الحجز الإلكتروني وفق طبيعة الخدمة أو الجهة التي تقدمها على النحو التالي (Booking.com, 2024):

- أ. الحجز المباشر (**Direct Booking**): يتم من خلال المواقع الرسمية للفنادق أو شركات الطيران.
- ب. الحجز عبر الوسطاء (**Indirect Booking**): ويتم عبر منصات وسيطة مثل Booking.com أو Expedia.
- ج. الحجز عبر تطبيقات الهواتف الذكية: مثل Airbnb أو تطبيقات شركات الطيران.
- د. الحجز عبر شبكات التواصل الاجتماعي: مثل خاصية "احجز الآن" على صفحات الفنادق.
- هـ. الحجز عبر منصات السفر المتكاملة (**OTA – Online Travel Agencies**): وهي المنصات التي تجمع خدمات متعددة: فنادق، رحلات، سيارات، جولات.

7.2. مزايا وعيوب الحجز الإلكتروني

إن أهم مزايا وعيوب الحجز الإلكتروني نوردته في التالي: (UNWTO, 2021, p. 31)

أولا: مزايا الحجز الإلكتروني

أ- بالنسبة للسائح:

- سهولة الوصول إلى المعلومات؛
- إمكانية مقارنة الأسعار والعروض؛
- توفير الوقت والجهد؛
- إمكانية إلغاء أو تعديل الحجز بسهولة؛
- الحصول على تقييمات حقيقية من العملاء السابقين.

ب- بالنسبة لمقدمي الخدمات:

- تخفيض تكاليف التشغيل؛
- الوصول إلى شريحة واسعة من الزبائن؛
- تحسين إدارة الحجوزات؛
- زيادة المبيعات بفضل التسويق الرقمي.

ثانيا: عيوب الحجز الإلكتروني

- احتمال التعرض للاحتيال الإلكتروني؛
- عدم دقة بعض المعلومات أو التقييمات؛
- اعتماد كامل على توفر الإنترنت؛

- صعوبة استرجاع الأموال أحياناً؛
- مشاكل أمن المعلومات والبيانات الشخصية.

8.2. مراحل عملية الحجز الإلكتروني

- تمر عملية الحجز الإلكتروني بعدة مراحل مترابطة، وهي (Buhalis, 2008, p. 624):
- أ. البحث عن المعلومات يبحث السائح عن الفنادق، الرحلات، أو الخدمات الأخرى.
 - ب. المقارنة: مقارنة الأسعار، الخدمات، التقييمات.
 - ج. الاختيار: اختيار الخدمة المناسبة.
 - د. إدخال البيانات: إدخال المعلومات الشخصية وتواريخ السفر.
 - هـ. الدفع الإلكتروني: استخدام البطاقة البنكية، PayPal، أو وسائل الدفع الرقمية.
 - و. الحصول على تأكيد الحجز: يتم إرسال إيصال إلكتروني عبر البريد أو التطبيق.
 - ز. خدمة ما بعد الحجز: تعديل الحجز، إلغاؤه، أو تقديم شكوى.

3. خدمات القطاع السياحي

عرفت السياحة مفاهيم كثيرة ، حيث تطور مفهوم السياحة بتطور نوعية الخدمات السياحية و تطور وسائل الاتصال ووسائل التنقل ؛ حيث اهتمت المنظمة العالمية للسياحة OMT بتعريف السياحة من خلال السائح: " السائح هو كل زائر مؤقت يقيم في البلد الذي يزوره 24 ساعة على الأقل بحيث أسباب الزيارة" السفر "تكون من أجل الترفيه، الراحة، الصحة، قضاء العطل، الدراسة، الديانة، الرياضة، أو من أجل القيام بأعمال عائلية، حضور مؤتمرات، ندوات علمية، ثقافية . و سياسية . المتجول المتنزه هو كل زائر مؤقت لا تتجاوز مدة إقامته 24 ساعة على الأكثر خارج مقر إقامته المعتادة" (محمد، 2021، صفحة 28)

1.3 مفهوم الخدمة السياحية وخصائصها

أولاً: مفهوم الخدمة السياحية

- عرفت الخدمات السياحية على أنها "مجموعة من الأعمال والنشاطات توفر للسائح الراحة والتسهيلات عند شراء واستهلاك المنتجات السياحية خلال وقت سفرهم أو إقامتهم في المرافق السياحية بعيداً عن مكان سكنهم الأصلي " (ابن،، 2009، صفحة 80)
- عرفت الخدمات السياحية على أنها " منتجات غير ملموسة بطبيعتها هدفها إشباع حاجات ورغبات من يستهلكها من السياح ومحقة مردوداً مادياً لمن يقدمها " (علوان، 2009، صفحة 5)
- عرفت الخدمة السياحية أنها أداء أو فعل يقدمه طرف معين فندق أو شركة سياحية إلى طرف آخر (السائح) ولا يمكن نقل هذه الخدمة بل على السائح أن يأتي إلى منطقة القصد السياحي لإشباع رغبته . (علوان، 2009، صفحة 5)

ثانياً : خصائص الخدمات السياحية

تتميز الخدمات السياحية بمجموعة من الخصائص أهمها : (خالد، 2005، صفحة 153)

- تتميز الخدمات السياحية بكونها خدمات تستهلك بسرعة ولا يمكن تخزينها، فالغرفة الفندقية الغير مشغولة تعتبر عبئ على الفندق ولا يمكن خزنها، والمقاعد الشاغرة في الرحلة تمثل عدم إشغال وتعتبر طاقة مهدورة ؛

- الطلب على الخدمات السياحية طلب غير مستقر ولذلك لسبب الموسمية والظروف الأمنية والسياسية والطبيعية؛
- تتأثر جودة الخدمات السياحية بالمرافق السياحية الهيكلية (الفنادق...) والطبيعية (المقومات الطبيعية) والبشرية.

2.3. مفهوم السياحة الالكترونية، أهميتها ومتطلباتها

أولاً : مفهوم السياحة الالكترونية

يعتبر مفهوم السياحة الإلكترونية من المفاهيم الحديثة في علم السياحة التي تتداخل بشدة مع مفهوم التجارة الإلكترونية، وقد تمكنا من أن نرصد عدة تعريفات لمصطلح السياحة الإلكترونية، أهمها :

-السياحة الإلكترونية هي استخدام التكنولوجيا الحديثة والوسائل الرقمية (مثل الإنترنت والتطبيقات) لتسهيل عمليات السفر والسياحة، بدءاً من البحث عن الوجهات السياحية، مروراً بحجز التذاكر والفنادق، وصولاً إلى تنظيم الأنشطة السياحية بشكل كامل عبر المنصات الإلكترونية.(محزري، 2015، صفحة 122)

- السياحة الإلكترونية هي شكل حديث من السياحة يعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتقديم الخدمات السياحية بشكل رقمي، مما يجعل تجربة السائح أكثر سهولة ومرونة، وظائفها الأساسية:(محزري، 2015، صفحة 124)

- البحث عن الوجهات السياحية عبر الإنترنت.
- الاطلاع على تقييمات وتجارب الآخرين.
- حجز الطيران والفنادق إلكترونياً.
- تنظيم النقل والأنشطة السياحية بشكل مسبق.

ثانياً : أهمية السياحة الالكترونية

تمثل أهمية السياحة الالكترونية في : (مراد، 2021، صفحة 143)

أ. تسهيل الوصول إلى المعلومات والخدمات

- تمكّن السائح من الاطلاع على الوجهات السياحية، الفنادق، والمطاعم عبر الإنترنت بسهولة.
- توفر تقييمات وتجارب الآخرين مما يساعد في اتخاذ قرارات مدروسة.

ب. المرونة في الحجز والدفع

- إمكانية حجز التذاكر والفنادق إلكترونياً في أي وقت ومن أي مكان.
- تسهّل عمليات الدفع عبر الوسائل الرقمية، رغم وجود تحديات في بعض الدول مثل ضعف البنية البنكية.

ج. خفض التكاليف وزيادة المنافسة

- العروض الإلكترونية غالباً ما تكون أقل تكلفة بسبب المنافسة بين المنصات.
- تساعد الشركات الصغيرة والمتوسطة على الوصول إلى أسواق عالمية دون الحاجة إلى مكاتب فعلية.

د. الترويج الفعال للمنتج السياحي

- السياحة الإلكترونية أداة قوية للتسويق الرقمي، حيث يمكن للدول والشركات الترويج لمنتجاتها السياحية عبر المواقع والتطبيقات.
- تساهم في التنمية المستدامة من خلال تعريف السائح بالمنتج السياحي والتأثير على قراراته الشرائية.

هـ. دعم التنمية الاقتصادية والاجتماعية

- تساهم في زيادة عدد السياح وبالتالي دعم الاقتصاد الوطني.

- تعزز فرص العمل في مجالات التكنولوجيا، التسويق، والخدمات السياحية
- السياحية.

و. التحديات المرتبطة بها

- مخاطر الاحتيال الإلكتروني مثل المواقع المزيفة.
- ضعف البنية التحتية الرقمية في بعض الدول النامية، مما يحد من الاستفادة الكاملة.
- الحاجة إلى لغات عالمية مثل الإنجليزية للترويج السياحي بشكل أوسع.

ثالثا: متطلبات السياحة الإلكترونية

تتمثل المتطلبات الأساسية للسياحة الإلكترونية في الآتي : (مراد ص.،، 2024، صفحة 225)

أ. البنية التحتية الرقمية

- ضرورة توفر شبكات إنترنت عالية السرعة تغطي مختلف المناطق السياحية.
- وجود مراكز بيانات آمنة لحماية المعلومات والعمليات الإلكترونية.
- تطوير أنظمة دفع إلكتروني موثوقة لتسهيل عمليات الحجز والدفع.

ب. المنصات والتطبيقات الإلكترونية

- إنشاء مواقع وتطبيقات رسمية للهيئات السياحية والفنادق وشركات الطيران.
- توفير واجهات استخدام سهلة ومتعددة اللغات لتلبية احتياجات السياح الدوليين.
- ربط المنصات السياحية بوسائل التواصل الاجتماعي للترويج والتفاعل المباشر مع العملاء.

ج. الموارد البشرية المؤهلة

- تدريب العاملين في القطاع السياحي على استخدام التكنولوجيا الحديثة.
- تأهيل فرق متخصصة في التسويق الرقمي وإدارة المنصات الإلكترونية.
- تعزيز ثقافة الابتكار لدى المؤسسات السياحية لمواكبة التطورات العالمية.

د. التشريعات والقوانين

- وضع قوانين لحماية المستهلك من الاحتيال الإلكتروني.
- سن تشريعات تنظم عمليات الدفع الإلكتروني وحماية البيانات الشخصية.
- دعم السياسات الحكومية للاستثمار في السياحة الرقمية.

هـ. التسويق الرقمي والترويج

- اعتماد استراتيجيات تسويق عبر الإنترنت تستهدف الأسواق العالمية.
- استخدام تقنيات مثل الواقع الافتراضي والواقع المعزز للترويج للوجهات السياحية.
- الاهتمام بتحسين محركات البحث (SEO) لضمان ظهور المواقع السياحية في نتائج البحث الأولى.

و. التكامل مع القطاعات الأخرى

- ربط السياحة الإلكترونية بقطاع النقل، الفنادق، والمطاعم لتقديم تجربة متكاملة.
- التعاون مع شركات التكنولوجيا لتطوير حلول مبتكرة مثل الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء.

4. الحجز الإلكتروني في تعزيز السياحة في قطر

أصبحت منصات الحجز الإلكتروني جزءًا لا يتجزأ من قطاع السياحة، نظرًا لقدرتها على توفير خيارات متعددة، ومقارنة الأسعار، وعرض تقييمات النزلاء، مما يمكّن المسافر من اتخاذ قرار سريع ومستنير. وتُظهر الدراسات الحديثة أن منصات الحجز باتت تلعب دورًا مهمًا في تعزيز الاستدامة من خلال تسهيل الوصول إلى حلول إقامة صديقة للبيئة، رغم أن دمج الاستدامة ما يزال محدودًا في العديد من هذه المنصات (Study on Online Booking & Sustainability, 2024)، وتؤكد البيانات العالمية أن المنصات الرقمية أصبحت المحرك الرئيسي لحجوزات الفنادق والرحلات، وأن المستخدمين يميلون إلى الثقة بالمعلومات التي تقدمها هذه المواقع نظرًا لشفافيتها وتحديثاتها المستمرة. كما توفر للطرفين—السائح والجهة السياحية—فوائد مباشرة تشمل تحسين الكفاءة التشغيلية، جذب العملاء، ورفع مستوى الشفافية.

1.4. منصات الحجز الإلكترونية العالمية التي تستخدمها دولة قطر

أصبحت دولة قطر مركزاً بارزاً للسياحة والفنون والثقافة، حيث توفّق بين أصالة التراث العربي وحدثة الاتجاهات العالمية، لتقدّم للزائرين من شتى بقاع العالم تجربة فريدة. نظرًا لموقعها الاستراتيجي بين الشرق والغرب، يبعد قرابة الـ 80% من سكان العالم مسافةً لا تتجاوز 6 ساعات من دولة قطر، ويسمح لمواطني أكثر من 95 دولة دخول دولة قطر من دون تأشيرة.. كما تحافظ الخطوط الجوية القطرية ومطار حمد الدولي على مكانتهما بين أفضل شركات الطيران والمطارات في العالم.

تواصل السياحة في دولة قطر تحقيق نمو ملحوظ، حيث استقطبت البلاد أكثر من 5 ملايين زائر في عام 2024، ليصبح القطاع مساهمًا بنسبة 8% من الناتج المحلي الإجمالي، في دلالة واضحة على متانته ودوره المحوري في تنويع الاقتصاد الوطني. ويجسد هذا الإنجاز نجاح قطر في تثبيت مكانتها كوجهة عالمية بارزة. وفي الإطار ذاته، يرسخ قطاع سياحة الرحلات البحرية حضوره كمحور رئيسي متممًا، إذ يستقبل ميناء الدوحة كبرى شركات الرحلات البحرية الدولية مثل إم إس سي كروزز (MSC Cruises) وكوستا كروزز (Costa Cruises) وتي يو آي ماين شيف (TUI Mein Schiff) وإيميرالد (Emerald) وسيلفر سي (Silversea) وتعكس الزيادة المستمرة في أعداد الوافدين سنويًا تصاعد مكانة دولة قطر كمركز محوري للرحلات البحرية في المنطقة (https://imo.gov.qa/ar/priorities/tourism, n.d.)

تشير البيانات إلى أن Booking.com هي منصة الحجز الأولى عالميًا، وتوفر:

- أكثر من 28 مليون خيار إقامة
- دعمًا بـ 43 لغة
- خدمات حجز متعددة مدججة (الإقامة، السيارات، الرحلات...)
- خرائط وتقييمات ومراجعات معتمدة

وهي أداة محورية يستخدمها ملايين المسافرين الذين يزورون قطر سنويًا.

ب. البوابة الرقمية الرسمية Visit Qatar

توفر المنصة:

- معلومات شاملة عن الفعاليات والمعالم
- أدوات تخطيط رحلة
- ارتباطًا مباشرًا بمنصات الحجز
- دعمًا متعدد اللغات
- محتوى تفاعلي من صور وفيديوهات

ج. منصة Hayya للتأشيرات والحجوزات

وتُعد من أكثر المنصات تطورًا في المنطقة، إذ تدمج:

- الحجز
- التأشيرات
- تسجيل الفنادق
- خدمات النقل
- إدارة الفعاليات

د. منصات الطيران والفنادق القطرية

مثل Qatar Airways و Katara Hospitality، التي تقدم أنظمة حجز إلكترونية فعالة.

2.4. الاداء السياحي في دولة قطر

تُعد السياحة أحد القطاعات الأساسية في استراتيجية دولة قطر للتنويع الاقتصادي. وتلعب قطر للسياحة و Visit Qatar دورًا محوريًا في تطوير هذا القطاع من خلال التخطيط الاستراتيجي والتسويق وإدارة التراخيص السياحية. وخلال السنوات الأخيرة، شهد القطاع نموًا كبيرًا، حيث استقبلت الدولة أكثر من 5 ملايين زائر في عام 2024، مساهمةً بنسبة 8% من الناتج المحلي الإجمالي. (Qatar Tourism, 2024) كما بلغ عدد الزوار في النصف الأول من عام 2025 نحو 2.6 مليون زائر، وبلغ معدل الإشغال الفندقي 71% (Visit Qatar, 2025). ويُعزى هذا النمو إلى عوامل متعددة تشمل:

- أ. الموقع الجغرافي الاستراتيجي، حيث يبعد 80% من سكان العالم أقل من 6 ساعات طيران عن قطر.
- ب. البنية التحتية المتطورة مثل مطار حمد الدولي والخطوط الجوية القطرية التي تصدر قوائم الأفضل عالميًا.
- ج. الفعاليات الرياضية والثقافية الكبرى مثل بطولة كأس العالم FIFA قطر 2022، وسباقات فورمولا 1، ومعرض الدوحة للمجوهرات والساعات.

د. تطوير المشاريع السياحية والعمرانية مثل مشيرب، وميناء الميناء، وأبراج كتارا، ومتاحف قطر العالمية.

3.4. الأماكن والمرافق السياحية البارزة في قطر

تقدم قطر مجموعة واسعة من المعالم والمرافق التي تبرز بين التراث والحداثة، ومنها:

- أبراج كتارا في لوسيل
- المسرح اليوناني الروماني في كتارا
- حي الميناء في ميناء الدوحة
- سوق واقف ومركز الفنار
- مكتبة قطر الوطنية
- متحف الفن الإسلامي
- متحف قطر الوطني
- مشروع مشيرب المستدام

- ساحة الاحتفالات في المدينة التعليمية.

4.4. احصائيات حول السياحة في قطر للنصف الاول من سنة 2025

بلغ عدد الزوار الدوليين لدولة قطر 2.6 مليون في النصف الأول من عام 2025، وقد شكّل الزوار القادمون من دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النسبة الأكبر من إجمالي هذا العدد، يلي ذلك الزوار القادمون من الدول الأوروبية. ومن ضمن العدد الإجمالي للزوار، وصل 57% منهم جواً، بينما وصل 33% منهم عن طريق البر، و9% عبر البحر. وقد بلغ متوسط الإشغال الكامل للسوق للنصف الأول من عام 2025 نحو 71%، كما بلغ عدد الليالي الفندقية المباعة 5.23 مليون ليلة. وقد اعلنت قطر للسياحة أن 3.5 مليون زاروا دولة قطر خلال الأشهر التسعة الأولى من العام الجاري بارتفاع بنسبة 2.2% مقارنة بالفترة نفسها من العام الماضي.

وواصلت دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية تصدر قائمة الأسواق المصدرة للزوار بنسبة 36% من إجمالي الوافدين، تلتها أوروبا بنسبة 25% ثم آسيا وأوقيانوسيا بنسبة 22%. وأضاف أن الربع الثالث من العام الجاري شهد ارتفاعاً ملحوظاً في عدد الزوار من الصين بزيادة نسبتها 37%، وأستراليا بزيادة نسبتها 31% (<https://www.qatartourism.com/ar/news-and-media/sector-statistics>, <https://www.qatartourism.com/ar/news-and-media/sector-statistics>)

زاد عدد الغرف الفندقية إلى 240,411 مفتاح بنهاية يونيو 2025. بلغ متوسط نسبة الإشغال في السوق ككل 71% خلال النصف الأول من عام 2025 مما يمثل ارتفاعاً، بمقدار نقطتين مئوية مقارنة بالنصف الأول من عام 2024. وصل الطلب على الغرف إلى 23.5 مليون ليلة إشغال خلال النصف الأول من عام 2025 مسجلاً ارتفاعاً بنسبة 7% مقارنة بالفترة ذاتها من عام 2024.

5.4. دور الحجز الإلكتروني في ترقية السياحة في قطر

تمثل دور الحجز الإلكتروني لتعزيز السياحة في قطر في التالي :

أ. تسهيل حجوزات الإقامة والسفر

تلعب المنصات الإلكترونية دوراً محورياً في تعريف الزوار بقطاع الفنادق في قطر، إذ تستعرض الفنادق والخدمات والأسعار باللغات العالمية، مما يساهم في زيادة الحجوزات الدولية. ويعتمد أغلب زوار قطر على المواقع العالمية مثل Booking.com، Agoda، Expedia، وغيرها.

ب. تسهيل تجربة الدخول إلى الدولة - منصة هيا

أطلقت قطر منذ عام 2022 منصة التأشيرات الإلكترونية "هيا"، التي تطورت لتصبح منظومة رقمية متكاملة. وقد نجحت في معالجة أكثر من 2 مليون طلب دخول منذ عام 2023 حتى سبتمبر 2025. (Hayya, 2025) ويساهم هذا النظام في تبسيط الإجراءات للمسافرين، مما يزيد من جاذبية قطر كوجهة سهلة الوصول.

ج. الخدمات الإلكترونية الحكومية في السياحة

تقدم قطر للسياحة منظومة متكاملة من الخدمات الإلكترونية التي تشمل:

- تراخيص المنشآت الفندقية
- تراخيص الفعاليات

- تراخيص تنظيم الأنشطة
 - خدمات متابعة العمليات التشغيلية
- وهذه الخدمات تُسهم في تعزيز الاستثمار السياحي، وتشجيع افتتاح فنادق ومرافق جديدة ذات مستويات عالمية (Qatar Tourism, 2024).

د. الترويج الرقمي عبر منصات Visit Qatar

تعتمد Visit Qatar على حملات تسويق إلكتروني عالمية مثل حملة "ادهش نفسك"، وتستهدف أسواقًا دولية عدة. وتشمل هذه الحملات:

- الترويج للفعاليات
- عرض الشواطئ والمواقع الثقافية
- استعراض الفنادق والمطاعم
- تعزيز صورة قطر كوجهة سياحية عائلية وتجارية

هذه الحملات الرقمية أثبتت فعاليتها في جذب الزوار وزيادة الوعي العالمي حول قطر. (Visit Qatar, 2025).

هـ. دعم السياحة البحرية عبر الحجز الإلكتروني

شهدت قطر ارتفاعًا ملحوظًا في سياحة الرحلات البحرية، حيث استقبل ميناء الدوحة 87 باخرة في موسم 2024/2025، بزيادة 19%، واستقبل 360 ألف زائر بحري. (Qatar Tourism, 2024)

ويعتمد أغلب هذه الشركات البحرية العالمية في حجوزاتها على منصات إلكترونية، مما يعزز من دور التكنولوجيا في نمو هذا القطاع.

6.4. أثر انظمة الحجز الإلكتروني على الاقتصاد القطري

ساهمت انظمة الحجز الإلكتروني في تعزيز القطاع السياحي وبالتالي لها اثر على الاقتصاد القطري من خلال:

أ. زيادة الإيرادات السياحية

وصلت مساهمة القطاع السياحي إلى 55 مليار ريال قطري في 2024 وزيادة 14% مقارنة بعام 2023 ويرتبط هذا النمو مباشرة بنجاح الحملات الرقمية وازدهار منصات الحجز.

ب. توفير فرص عمل جديدة

ازدهار السياحة الإلكترونية يعزز:

- وظائف تقنية
- وظائف في الضيافة
- خدمات لوجستية
- التسويق الرقمي
- إدارة البيانات

ج. جاذبية الاستثمار من خلال:

- تشجيع بناء الفنادق الجديدة

- دعم الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا
- تعزيز ريادة الأعمال السياحية.

7.4. الحجز الإلكتروني كرافعة لتعزيز الاستدامة في السياحة القطرية

أوضحت إحدى الدراسات الحديثة أن منصات الحجز ما تزال تفتقر إلى دمج كافٍ لمعايير الاستدامة، رغم تزايد الطلب على الإقامة الصديقة للبيئة. (Study on Online Booking & Sustainability, 2024) ومع ذلك، تواجه قطر فرصة كبيرة لتعزيز الاستدامة عبر:

- أ. إدراج مؤشرات الاستدامة في الفنادق عبر المنصات الدولية.
 - ب. تطوير علامة "السياحة الخضراء في قطر".
 - ج. التعاون مع Booking.com لتفعيل خيارات الحجز الصديق للبيئة.
- وبما أن قطر تقدم مشاريع مستدامة مثل مشيرب ومدينة لوسيل، فإن دمج هذه المشاريع في منصات الحجز يمكن أن يعزز مكانة الدولة كوجهة سياحية مسؤولة عالميًا.

5. تحديات تطبيق الحجز الإلكتروني في الجزائر

رغم التقدم الملحوظ في رقمنة القطاعات ومن بينها قطاع السياحة، لا يزال تطبيق الحجز الإلكتروني في الجزائر يواجه عدة عقبات، أهمها:

- أ. ضعف البنية التحتية الرقمية
- ضعف تغطية الإنترنت في بعض المناطق وعدم استقرار التدفق.
- ب. محدودية الدفع الإلكتروني
- عدم انتشار استعمال البطاقات البنكية الدولية، وتأخر تطبيق الدفع الإلكتروني الشامل.
- ج. ضعف رقمنة المؤسسات السياحية وعدد كبير من الفنادق يعمل خارج المنصات الإلكترونية.
 - د. نقص الثقة لدى المستهلك وتخوف من عمليات الاحتيال أو فشل الحجز.
 - هـ. غياب منصات محلية قوية والاعتماد على منصات أجنبية يزيد التكاليف ويضعف تنافسية السوق المحلي.
 - و. محدودية الجانب التكويني وقلة التدريب في مجالات التسويق الرقمي وإدارة الحجوزات

6. الدروس المستفادة من تجربة قطر

من خلال عرض التجربة القطرية في استخدام أنظمة الحجز الإلكتروني لتعزيز القطاع السياحي يمكن الاستفادة منها في الجزائر لتعزيز السياحة وتطويرها وذلك باتباع ما يلي:

- إنشاء منصة وطنية موحدة للحجوزات السياحية.
- رقمنة الفنادق والوكالات وجعل الحجز والدفع إلكترونياً.
- ربط التأشيرة بالسياحة الإلكترونية لتسهيل دخول السياح.
- إنشاء تطبيق وطني ذكي يقدم:
 - حجوزات
 - خرائط
 - فعاليات
 - نصائح سياحية
- استخدام نموذج قطر في السياحة الرياضية لجذب فعاليات كبرى.

7. الخاتمة

إن أنظمة الحجز الإلكتروني أصبحت العمود الفقري للسياحة الحديثة، فهي تعزز من تنافسية الوجهات السياحية، وتزيد من رضا العملاء، وتفتح آفاقاً جديدة للنمو الاقتصادي. تجربة قطر تؤكد أن الاستثمار في البنية التحتية الرقمية ليس خياراً، بل ضرورة استراتيجية لكل دولة تسعى لتطوير قطاعها السياحي. ومع ذلك، يبقى التحدي الأكبر في تعزيز الأمن السيبراني، وتضيق الفجوة الرقمية، وبناء ثقة أكبر في أنظمة الدفع الإلكتروني لضمان استدامة هذا التحول؛ يُظهر تحليل الدور الذي يلعبه الحجز الإلكتروني في تعزيز السياحة في دولة قطر أن هذه التقنية أصبحت حجر الزاوية في تطوير القطاع. فمع الاعتماد المتزايد على المنصات الرقمية عالمياً، استطاعت قطر أن توظف التكنولوجيا بفعالية في جذب الزوار، وتسهيل دخولهم، وتعزيز تجربتهم السياحية. وقد ساهمت منصات الحجز العالمية، إلى جانب الخدمات الإلكترونية الحكومية ومنصة هيا، في رفع معدلات الزوار وتحسين كفاءة القطاع.

ومع استمرار تنفيذ استراتيجية السياحة 2030، تبرز الحاجة إلى تعزيز التكامل بين الحجز الإلكتروني والاستدامة، ودعم المنصات الإلكترونية المحلية، وتطوير حملات تسويقية رقمية مبتكرة. وبهذا، تمتلك قطر كل المقومات التي تمكّنها من مواصلة صعودها كوجهة عالمية رائدة في مجال السياحة.

مثل الحجز الإلكتروني عنصراً محورياً في تعزيز السياحة في دولة قطر، حيث ساهم في تحسين تجربة الزائر، وزيادة الإشغال الفندقية، وتطوير الخدمات الحكومية، وجذب الزوار من مختلف أنحاء العالم. كما أتاح للدولة القدرة على إدارة تدفقات الزوار بكفاءة، وتعزيز جاذبية القطاع، وتحقيق نمو اقتصادي مستدام. ومع استمرار قطر في تنفيذ استراتيجياتها الطموحة — مثل خطة التنوع السياحي 2030 — سيبقى الحجز الإلكتروني ركيزة أساسية في تطوير قطاع سياحة حديث ومتطور يعتمد على الابتكار والتحول الرقمي كقوة محركة لمستقبله.

أهم النتائج والتوصيات التي توصلت إليها هذه الدراسة نوردتها في التالي:

أولاً : النتائج

- من خلال تسهيل الوصول إلى الخدمات السياحية، أصبح السائح قادراً على الحجز بسهولة عبر الإنترنت؛
- زيادة الشفافية والمنافسة، أصبحت المنصات الإلكترونية تتيح مقارنة الأسعار والخدمات، مما يحفز الشركات على تحسين الجودة؛
- تحسين رضا العملاء أدى إلى سرعة الحجز والدفع الإلكتروني مما يعزز الثقة ويجعل التجربة السياحية أكثر راحة؛
- فتح أسواق جديدة بفضل السياحة الإلكترونية مما مكنت الشركات المحلية من الوصول إلى عملاء عالميين؛
- ارتفاع رضا العملاء بفضل سرعة وسهولة الحجز؛
- تعزيز مكانة الوجهات السياحية في السوق العالمية؛
- دعم الاستدامة عبر تقليل الاعتماد على الوسائل التقليدية.

ثانياً : التوصيات

- ✓ ضرورة تطوير منصة وطنية موحدة للحجز السياحي؛
- ✓ إدراج مؤشرات الاستدامة في كل المنشآت الفندقية؛
- ✓ دعم الشركات القطرية الناشئة في قطاع السفر الرقمي؛
- ✓ تعزيز الربط بين منصات الحجز وبين فعاليات الدولة؛
- ✓ إنشاء مركز بيانات سياحي موحد لتحليل سلوك الزوار؛
- ✓ استمرار حملات التسويق الرقمي الموجهة للأسواق العالمية؛
- ✓ تحسين التكامل بين حجوزات الفنادق والطيران والنقل داخل الدولة؛
- ✓ ضرورة تطوير خدمات الميٹافيرس والواقع المعزز لعرض الوجهات.

أولا :المراجع العربية

- أبو زيد، محمد. (2021). *السياحة الإلكترونية ودورها في تنمية القطاع السياحي*. مصر: مجلة الاقتصاد الرقمي، جامعة القاهرة.
- برنجي ايمن،. (2009). الخدمات السياحية وأثرها على سلوك المستهلك. جامعة احمد بومقرة.
- بلاطة، مبارك، كواش خالد. (2005). سوق الخدمات السياحية. مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 0.
- حديد نوفيل وصارة محرزى. (2015). السياحة الإلكترونية: مفهومها وأدواتها. *دفاتر البحوث العلمية*، العدد 2.
- خليفة، سمية. (2019). أثر أنظمة الحجز الإلكتروني على رضا السياح. مجلة البحوث الإدارية، جامعة الجزائر.
- صاولي مراد. (2024). اتجاهات السياحة الإلكترونية في الجزائر: آفاق وتحديات. مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، الجزائر، 207-221.
- ماضوي عبد العزيز ، أهداد مراد. (2021). دور السياحة الإلكترونية في التنمية المستدامة للمنتج السياحي وترويجه. مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 12، العدد 4.
- نوفل عبد الرضا علوان. (2009). اثر تنوع وتطوير الخدمات الفندقية على الإيرادات في صناعة الفنادق العراقية. مجلة الإدارة و الاقتصاد.

ثانيا : المراجع الأجنبية

- Booking.com. (2024). *About Booking.com*. Retrieved from : Retrieved from <https://www.booking.com/>
- Buhalis, D. &. (2008). *Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet*. . Tourism Management.
- Gretzel, U. &. (2014). *Online travel review study: Role and impact of online travel reviews*. Austin, . USA: TX: Laboratory for Intelligent Systems in Tourism.
- <https://imo.gov.qa/ar/priorities/tourism>. (n.d.). Retrieved from <https://imo.gov.qa/ar/priorities/tourism>.
- <https://www.qatartourism.com/ar/news-and-media/sector-statistics>. (<https://www.qatartourism.com/ar/news-and-media/sector-statistics>).
- Mehor, N. K. (2025). r Brand awareness in the online hotel booking system Booking.com and making a booking decision. *Journal of El-Maqrizi for Economic and Financial Studies Volume: 9/ N°: 1*, 378-399.
- OECD. (2019). *Digital transformation in tourism*. . paris: OECD Publishing.
- Smith, J. (2020). *Digital booking systems and tourism transformation*. London: Routledge.
- UNWTO, W. T. (2021). *Tourism and Digital Transformation*. Madrid:: Madrid: UNWTO.
- Van Dijck, J. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. USA: Oxford University Press.
- Xiang, Z. D. (2017). *A comparative analysis of major online review platforms: Implications for social media analytics in hospitality and tourism*. *Tourism Management*. Madrid.