عقود السياحة الإلكترونية كآلية لتعزيز السياحة المستدامة في الجزائر

E-tourism Contracts as a Mechanism for Promoting Sustainable Tourism in Algeria

رحوي فاطمة الزهراء *

المدرسة العليا الإدارة الإعمال تلمسان(الجزائر)، fatimaelzohrarahoui@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2025/06/30 تاريخ القبول: 2025/12/06 تاريخ النشر: 2025/12/18

ملخص:

تناولت هذه الدراسة دور عقود السياحة الإلكترونية في دعم السياحة المستدامة في الجزائر، معتمدة على المنهج الوصفي التحليلي، وأبرزت الدراسة أهمية هذه العقود في تحسين قطاع السياحة من خلال تعزيز كفاءة المؤسسات والخدمات السياحية، حيث تساهم في تبسيط العمليات وتوفير الوقت والجهد، مما يدعم ممارسات الاستدامة، كما أشارت إلى أن السياحة الإلكترونية تمثل وسيلة حديثة لتسهيل الوصول إلى الخدمات، مما يعزز من تجربة العملاء ويزيد من رضاهم .

ومع ذلك، نبهت الدراسة إلى تحديات تواجه نجاح تطبيق هذه العقود، وأهمها ضرورة ضمان أمن وحماية البيانات الشخصية للمستخدمين، نظراً لحساسية المعاملات الرقمية، كما شددت على أهمية التحقق من مصداقية الخدمات المقدمة عبر المنصات الرقمية، وذلك لزيادة الثقة بين الأطراف المتعاقدة، وأوضحت أن نجاح هذه العقود يرتبط بفهم القوانين والتشريعات المحلية والدولية المتعلقة بها، مما يسهم في تحقيق توازن بين متطلبات الاستدامة والابتكار الرقمي.

كلمات مفتاحية: عقود السياحة الإلكترونية، السياحة المستدامة، الخدمات السياحية، المنصات الرقمية.

Abstract:

This study examines the role of electronic tourism contracts in promoting sustainable tourism in Algeria, using a descriptive analytical approach. It highlights their contribution to improving the efficiency of tourism institutions and services, simplifying processes, and saving time, all of which support sustainability. Electronic tourism is presented as a modern tool to facilitate service access, enhance customer experience, and boost satisfaction.

However, the study identifies key challenges, such as ensuring data security and protecting users' personal information, given the sensitivity of digital transactions. It also emphasizes verifying the credibility of services on digital platforms to build trust between contracting parties. Success depends on

* المؤلف المرسل.

understanding local and international laws regulating these contracts, ensuring a balance between sustainability and digital innovation.
Keywords: electronic tourism contracts, sustainable tourism, tourism services, digital platforms.

مقدمة:

شهد القطاع السياحي خلال السنوات الأخيرة تطورات جوهرية، نتيجة مباشرة للتغيرات التكنولوجية المتسارعة التي أثرت على مختلف القطاعات الاقتصادية، لا سيما في ظل اعتباره أحد المحركات الحيوية للتبادل التجاري الدولي. وقد أفرز هذا التحول نماذج جديدة في تقديم الخدمات السياحية، كان أبرزها صعود ما يعرف بالسياحة الإلكترونية، التي باتت تمثل ركيزة أساسية في إعادة رسم خريطة العرض السياحي على الصعيد العالمي. إذ لم تعد المنصات الرقمية مجرد أدوات مساعدة، بل أصبحت قناة مركزية لتسويق المنتجات السياحية وتوزيعها، وذلك بفضل قدرتها على توفير باقات متنوعة تشمل خدمات الحجز الفندقي، وتناول الطعام، والتنقل، والأنشطة الترفيهية، فضلا عن خدمات الإرشاد السياحي عبر واجهات إلكترونية توفر للسائح تجربة مرنة، سريعة ومبسطة.

في هذا الإطار، تبرز عقود السياحة الإلكترونية بوصفها صيغة تعاقدية حديثة تنظم العلاقة بين مقدم الخدمة والسائح عبر الوسائط الرقمية، ويتجاوز دور هذه العقود الجانب التقني أو الإجرائي ليشمل بعدا استراتيجيا يتمثل في دعم السياحة المستدامة، فهي تتيح إمكانيات متعددة للحد من الأثر البيئي، والحفاظ على الموروث الطبيعي والثقافي، من خلال ترشيد السلوك السياحي وتوجيهه نحو ممارسات أكثر مسؤولية.

وعليه، فإن هذه العقود تعد أداة واعدة لتعزيز مساهمة السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، خصوصا في الدول الساعية إلى تنويع اقتصادها على غرار الجزائر.

في هذا السياق، جاءت المبادرات التشريعية في الجزائر لتعكس هذا التوجه، حيث أصدر المشرع الجزائري المرسوم التنفيذي رقم 10-186 المحدد لشروط وكيفيات إنشاء وكالات السياحة والأسفار واستغلالها[1]، الذي تضمن ضمن مادته السابعة التزام المؤسسات السياحية باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال كآلية لتعزيز الجاذبية السياحية للجزائر. وقد شمل هذا الإجراء الرقمي إعداد وترويج محتوى إلكتروني يعرف بالمقومات السياحية الوطنية، بهدف ترسيخ حضور الجزائر كوجهة سياحية رقمية منافسة على الساحة الدولية.

وبناءً على ما سبق، تتحدد الإشكالية المحورية لهذا البحث في التساؤل التالي:

إلى أي مدى تساهم عقود السياحة الإلكترونية في دعم السياحة المستدامة في الجزائر؟

وهو ما سيتم الإجابة عليه من خلال المحاور التالية:

المحور الأول: مفهوم السياحة الإلكترونية

يرتبط مفهوم السياحة الإلكترونية بشكل وثيق بمفهوم التجارة الإلكترونية، حيث تعد جميع المعاملات الإلكترونية التي تعتمد على وسائل الاتصال الحديثة امتدادا لمجال التجارة الإلكترونية. وفقا لما نص عليه القانون05/18 [2] المتعلق بالتجارة الإلكترونية، تم تعريف التجارة الإلكترونية بأنها "كل نشاط يضمن توفير أو تقديم سلعة أو خدمة عن بعد لمستهلكها الإلكتروني باستخدام وسائل الاتصال الإلكتروني المختلفة ".

تشمل التجارة الإلكترونية خمسة أنشطة رئيسية تتعلق بمعاملاتها التجارية، تبدأ هذه الأنشطة بالإعلان عن السلع والخدمات التي تقدمها المؤسسة وعرضها إلكترونيا، يليها تبادل المعلومات والتفاعل الرقمي بين مقدمي الخدمات والمستهلكين، كما تتضمن إبرام العقود والصفقات بشكل إلكتروني، تسديد الالتزامات المالية باستخدام وسائل الدفع الرقمي المختلفة، وأخيرا توزيع وتسليم السلع والخدمات مع متابعة العملية، سواء عبر قنوات إلكترونية مباشرة(on-line) أو باستخدام الطرق التقليدية .

هذا التوسع يجعل التجارة الإلكترونية تشمل العديد من الأنشطة، ومنها السياحة الإلكترونية، التي تنبثق منها كفرع متخصص يتعامل مع تقديم الخدمات السياحية وإدارتها رقميا.

أولا: تعريف السياحة الإلكترونية

تتعدد تعريفات السياحة الإلكترونية بناءا على الزاوية التي يتم تناولها من خلالها، حيث تختلف المفاهيم باختلاف السياقات والتطورات التكنولوجية التي أثرت في القطاع السياحي. وفقا لتعريف منظمة الأمم المتحدة للسياحة (المعروفة سابقا بمنظمة السياحة العالمية)، فإن السياحة الإلكترونية تعرف بأنها "الخدمات التي تقدمها تكنولوجيا الإعلام والاتصال بهدف تنفيذ وترويج الخدمات السياحية والفندقية عبر الشبكات المختلفة، سواء المفتوحة أو المغلقة، معتمدة على تقنيات التجارة الإلكترونية الحديثة مثل الهواتف الذكية وغيرها[3] " .

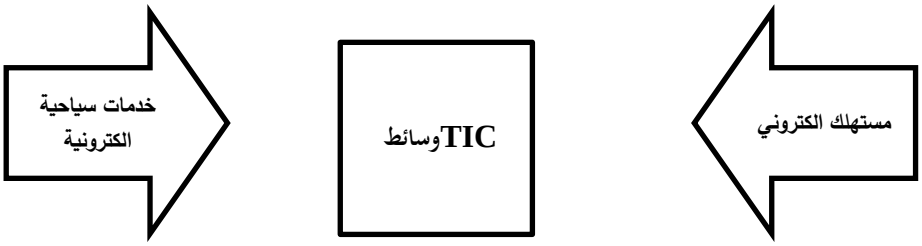
من جهة أخرى، يشير تعريف آخر إلى أن السياحة الإلكترونية "تمثل النمط السياحي الذي يجمع بين العروض السياحية التي تقدمها المؤسسات ورغبات المستهلكين (السياح) الباحثين عن هذه الخدمات، من خلال استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال"[4].

انطلاقا من هذه التعريفات، يمكن فهم السياحة الإلكترونية كنسخة متطورة من السياحة التقليدية، حيث تعتمد بشكل رئيسي على تقديم الخدمات للمستهلكين باستخدام الأدوات الرقمية. تشمل هذه الخدمات حجز الفنادق، شراء تذاكر الطيران، تنظيم الرحلات، والتواصل مع المرشدين السياحيين، وكل ذلك يتم بطريقة إلكترونية توفر الوقت والجهد.

ثانيا: عناصر السياحة الإلكترونية

استنادا إلى التعريفات المختلفة للسياحة الإلكترونية، يمكن تحديد ثلاثة عناصر أساسية تشكل أساس قيام هذا النوع من السياحة:

الشكل01: عناصر السياحة الالكترونية



المصدر: من اعداد الباحثة

–وجود مؤسسة سياحية تقدم خدمات سياحية: يتعين أن تكون هناك مؤسسات سياحية متخصصة في تقديم مجموعة من الخدمات المرتبطة بالسياحة، مثل حجز الفنادق، تنظيم الرحلات، شراء التذاكر، خدمات النقل، والمرشدين السياحيين، وغيرها، تعمل هذه المؤسسات على تزويد المستهلكين بخدمات متنوعة تلبي احتياجاتهم عبر الإنترنت.

–المستهلك عن بعد: يمثل المستهلك العنصر الثاني، حيث يتعامل مع هذه الخدمات عن بعد باستخدام الوسائل الرقمية، يتمكن المستهلك من الوصول إلى هذه الخدمات إلكترونيا من أي مكان وفي أي وقت، مما يوفر له سهولة في الحصول على المعلومات وإتمام المعاملات دون الحاجة للتواجد الشخصي في الأماكن السياحية.

–التكنولوجيا الرقمية كحلقة وصل: العنصر الثالث والأهم هو دور تكنولوجيات الإعلام والاتصال التي تمثل الرابط بين المؤسسة السياحية والمستهلك، هذه التقنيات تتيح للمستهلكين الوصول بسهولة إلى البيانات والمعلومات المتعلقة بالخدمات السياحية المتاحة، مما يعزز من تجربة المستخدم ويسهل عملية اتخاذ القرارات. وتعمل هذه التكنولوجيا على ضمان توفر المعلومات بشكل منتظم ومستمر، مما يتيح للمستهلكين إجراء المعاملات الرقمية دون انقطاع أو مشاكل تقنية .

إذن، تقوم السياحة الإلكترونية على توفير بيئة رقمية متكاملة تربط بين المؤسسات السياحية والمستهلكين، مما يساهم في تسهيل الإجراءات، زيادة الكفاءة، وتقديم تجربة سياحية متميزة للمستخدمين.

ثالثا: خصائص السياحة الإلكترونية

استنادا إلى ما تم تقديمه، يمكن استخلاص العديد من الخصائص التي تميز السياحة الإلكترونية، والتي تلخصها النقاط التالية:[5]

–المعالجة الفورية والدقة في إنجاز المعاملات: تعد السياحة الإلكترونية خدمة مبتكرة ومطورة، حيث تعتمد على تقديم طلبات وخدمات سياحية بسرعة ودقة عالية، فهي توفر إمكانية المعالجة الفورية للطلبات، مما يسهم في تحسين الكفاءة وتقديم خدمات دقيقة وواضحة للعملاء، وبالتالي فهي تحدث نقلة نوعية في كيفية تقديم الخدمات السياحية.

–تبسيط الإجراءات وتخفيض التكاليف: تساهم السياحة الإلكترونية في تبسيط الإجراءات وتقليص التعقيدات المرتبطة بالمعاملات التقليدية، فبفضل استخدام التقنيات الحديثة، يمكن للزبائن إتمام معاملاتهم بسرعة وفعالية، مما يقلل من التكاليف على المؤسسات السياحية ويتيح لهم تقديم خدمات متكاملة وبأسعار منافسة، كما أن الاعتماد على الوسائل التكنولوجية يقلل من الحاجة إلى المرافق التقليدية ويحد من التكاليف الإدارية، مما يوفر ميزانيات ضخمة للمؤسسات.

–المرونة في الزمان والمكان: إحدى السمات البارزة للسياحة الإلكترونية هي عدم التقيد بالزمان والمكان، الخدمات السياحية أصبحت متاحة عبر الإنترنت على مدار الساعة، مما يسمح للمستهلكين بالاستفادة منها في أي وقت ومن أي مكان، كما لا يتطلب الأمر وجود منشآت كبيرة أو بنية تحتية معقدة، حيث يكفي مكان صغير يحتوي على بعض أجهزة الحاسوب والاتصال بالإنترنت لتوفير هذه الخدمات .

من خلال هذه الخصائص، تبرز السياحة الإلكترونية كأداة فعالة لتحسين تجربة العميل وتقليل التكاليف، مما يسهم في تطوير القطاع السياحي بشكل عام.

رابعا: متطلبات تطبيق السياحة الإلكترونية

إن تبني مفهوم السياحة الإلكترونية، مثل أي مشروع حديث أو برنامج جديد، يتطلب دراسة شاملة وتحضير البيئة المناسبة لضمان نجاحه وتحقيق النتائج المرجوة. من دون هذا التحضير المناسب، فإن المشروع قد يواجه الفشل، مما يؤدي إلى خسارة في الوقت والمال والجهد، وبالتالي العودة إلى نقطة البداية .

تعد المؤسسات السياحية جزءا من بيئتها، حيث تتفاعل وتتأثر بالعوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتكنولوجية المحيطة بها. لذلك، يتطلب تطبيق السياحة الإلكترونية في المؤسسات السياحية مراعاة عدة متطلبات أساسية، أبرزها[6] :

–البنية التحتية المتطورة: يتطلب تطبيق السياحة الإلكترونية توافر بنية تحتية حديثة تتضمن شبكات اتصالات سلكية ولاسلكية متقدمة، فضلا عن أنظمة بيانات قادرة على تأمين نقل المعلومات بكفاءة .

–وسائل الإعلام والاتصال: يجب توفير وسائل الإعلام والاتصال الضرورية التي تتيح للمؤسسات السياحية تقديم خدماتها والتواصل مع العملاء بشكل فعال وسلس .

–قواعد البيانات المحدثة: من المهم وجود قواعد بيانات دقيقة تحتوي على كافة المعلومات المتعلقة بالموارد والخدمات السياحية المتاحة، مما يسهم في تسهيل الوصول إلى المعلومات .

–توفر الإنترنت والمواقع الإلكترونية: ينبغي توافر خدمة الإنترنت بشكل مستمر، بالإضافة إلى تنوع المواقع الإلكترونية الخاصة بالمؤسسات السياحية، هذه المواقع تمنح المستهلكين الفرصة للمقارنة بين مختلف الخدمات السياحية الإلكترونية بأقل جهد وأسرع وقت وأقل تكلفة .

–إجراءات الصيانة الدورية: لضمان استمرارية الخدمة المقدمة، يجب أن تكون هناك صيانة دورية لأنظمة التكنولوجيا والموقع الإلكتروني للمؤسسة، لضمان مواكبة أي تطور تقني وتحقيق مستوى عالٍ من الكفاءة .

–التشريعات القانونية: يجب أن تتوافر تشريعات قانونية ونصوص تنظيمية تدعم عمل المؤسسات السياحية، وتمنحها المشروعية والمصداقية اللازمة لضمان حماية حقوق جميع الأطراف المعنية .

–حماية السيبرانية والأمن الإلكتروني: من الضروري تأمين مستوى عال من الحماية الإلكترونية ل المواقع السياحية لضمان سلامة البيانات وحمايتها من أي محاولات اختراق أو عبث قد يؤثر على مصداقية الخدمة المقدمة .

–استراتيجية تسويقية شاملة: يتطلب تطبيق السياحة الإلكترونية وضع خطة دعائية وتسويقية قوية للترويج للخدمات السياحية الإلكترونية، مع التركيز على إبراز مزايا هذه الخدمات في توفير الوقت والجهد للسياح .

بتلبية هذه المتطلبات، تصبح السياحة الإلكترونية أداة فعالة لدعم وتعزيز القطاع السياحي، مما يؤدي إلى تقديم خدمات متميزة تلبي احتياجات المستهلكين في العصر الرقمي.

خامسا: تمييز السياحة الإلكترونية عن السياحة الافتراضية

تعرف السياحة الافتراضية بأنها الأنشطة السياحية التي تتيح للمستخدمين زيارة المواقع السياحية المرغوبة عن بعد، دون الحاجة للسفر الفعلي إليها. وتتم هذه الزيارات عبر تقنيات الواقع الافتراضي أو الوسائط الرقمية، مما يسمح للسياح بالتجول في مناطق مختلفة من العالم باستخدام الصوت والصورة، وذلك في حالات قد تمنعهم من التنقل الفعلي، سواء بسبب القيود المادية أو لأسباب أخرى.

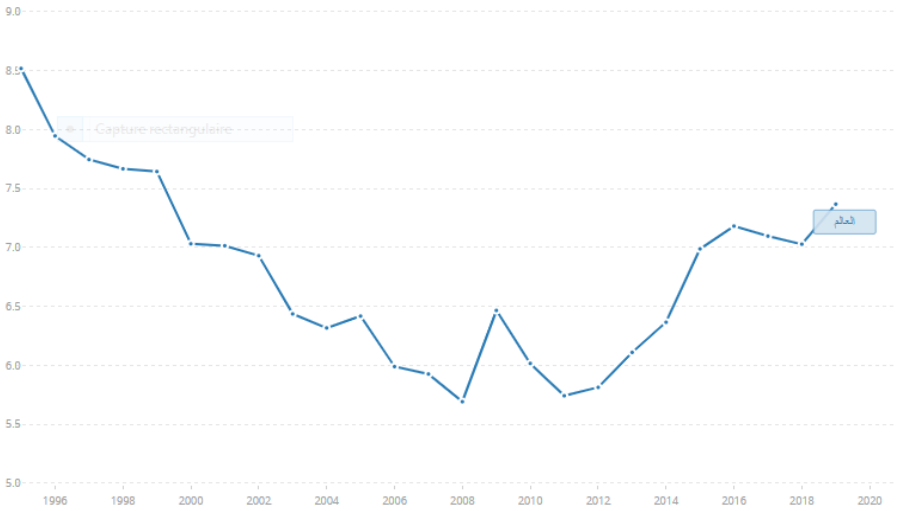
بناءا على ذلك، يمكن القول إن السياحة الافتراضية هي نوع من السياحة الإلكترونية، حيث تشكل جزءا من هذا المجال، ولكنها تركز على تجربة السفر البصرية والسمعية دون التفاعل المادي المباشر مع الأماكن، إذ تختلف السياحة الافتراضية عن السياحة الإلكترونية التقليدية في أن الأخيرة تشمل جميع الأنشطة التي تمكن الأفراد من الحصول على خدمات سياحية بشكل رقمي، مثل حجز الفنادق أو تنظيم الرحلات عبر الإنترنت.

بالمقابل، السياحة الافتراضية تمثل تجربة ترفيهية وتعليمية، تهدف إلى تقديم تجربة بصرية غامرة للمستخدم دون الحاجة للسفر الفعلي، بينما السياحة الإلكترونية تقدم خدمات متكاملة تتيح للسياح التخطيط لرحلاتهم والتفاعل مع مقدمي الخدمات السياحية بشكل مباشر عبر الإنترنت[7].

سادسا: دور السياحة الإلكترونية في النمو الاقتصادي

يعد استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مجالات السياحة الإلكترونية أحد العوامل الرئيسية التي أسهمت في تنشيط حركة السياحة الدولية. فقد أصبح السياح قادرين على استخدام التطبيقات الإلكترونية للقيام بحجوزات الفنادق، شراء التذاكر، تأكيد خدمات الطيران، ترتيب وسائل النقل وتأجير السيارات، بالإضافة إلى الحجز في المطاعم السياحية. هذا التحول الرقمي ساهم بشكل كبير في زيادة تدفق السياح إلى الوجهات المفضلة لهم .

الشكل02 : إيرادات السياحة الدولية (% من إجمالي الصادرات)



المصدر: (worldbank.org، 2022)

بحسب البيانات العالمية، ارتفع عدد السياح الدوليين من 699 مليون سائح في عام 2000 إلى أكثر من مليار سائح في عام 2019، وتشير تقديرات منظمة الأمم المتحدة للسياحة إلى أن هذا الرقم سيصل إلى 6 مليارات سائح في السنوات القادمة، مع زيادة تقدر بحوالي 60% عن المستويات الحالية[8]. هذا النمو الكبير في عدد السياح يعود إلى العوامل التكنولوجية والتسهيلات التي تقدمها السياحة الإلكترونية، التي سهلت الوصول إلى الخدمات السياحية من خلال منصات رقمية.

تعتبر السياحة الإلكترونية أيضا مصدرا رئيسيا لجذب السياح والعملات الأجنبية، حيث تلعب دور الوسيط المثالي بين المنتج السياحي والمستهلك، فقد أصبح من المعتاد أن يعتمد السياح على وسائل الإعلام والاتصال الرقمية

كمصدر رئيسي للحصول على المعلومات وشراء المنتجات السياحية، مما يساهم في زيادة الوصول إلى عدد أكبر من السياح الدوليين وبالتالي زيادة الإيرادات السياحية، خاصة في البلدان النامية .

في عام 2019 بلغت إيرادات السياحة العالمية(من السائحين الوافدين) رقما قياسيا قدره 1.7تريليون دولار أمريكي، وهو ما يعادل نحو 1000 دولار لكل سائح دولي، كما شكلت عائدات السياحة الدولية حوالي 7%من إجمالي الصادرات العالمية وقرابة 28%من صادرات الخدمات التجارية، مما جعل قطاع السياحة يحتل المرتبة الرابعة بين أكبر قطاعات التصدير في العالم بعد الصناعات الكيماوية، والوقود، والسيارات[9].

من المتوقع أن يستمر هذا النمو في السنوات القادمة بفضل تزايد دخل الأسر في مختلف أنحاء العالم، وخاصة في الاقتصادات الناشئة، مما يعزز من الطلب على خدمات السياحة والترفيه، بالإضافة إلى ذلك، فإن الزيادة في النشاط التجاري الدولي، بما في ذلك سفر رجال الأعمال والاستثمار، سيؤدي إلى تحفيز النمو الاقتصادي وتنويع الهياكل الاقتصادية في البلدان المختلفة.

المحور الثاني: عقود السياحة الإلكترونية

تعتبر العقود واحدة من أبرز الآليات القانونية والاقتصادية التي يستخدمها الأفراد لتلبية احتياجاتهم وتنظيم تعاملاتهم التجارية، ومن المعروف أن العقود تتأثر بتطورات المجتمع ومؤثرات البيئة الاقتصادية، حيث تلعب دورا رئيسيا في تحديد الحقوق والواجبات بين الأطراف المتعاقدة. وفي ظل التقدم التكنولوجي السريع، شهدت العقود تطورا ملحوظا، بحيث أصبحت تتداخل مع التكنولوجيا بشكل أكبر، مما أدى إلى ظهور ما يعرف بالعقود الإلكترونية.

تتمثل أهمية العقود في عصر الثورة الرقمية في ارتباطها المباشر بالعالم التكنولوجي الذي يشهد تطورا سريعا في مختلف المجالات، مع ازدهار الإنترنت وظهور منصات التجارة الإلكترونية، أصبح من الضروري أن تتم معالجة وتنظيم هذه العقود في إطار قانوني يتماشى مع تطورات العصر الرقمي، وهذا يتطلب أن تتبنى التشريعات القانونية مفاهيم جديدة تتعلق بالعقود الإلكترونية، حيث يتم إبرام الصفقات وتنفيذها عن بعد باستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة مثل الإنترنت والأنظمة الإلكترونية.

تسعى التشريعات الحديثة إلى وضع إطار قانوني يحكم هذه العقود الإلكترونية ويضمن الحقوق القانونية لجميع الأطراف المتعاقدة، كما توفر الحماية اللازمة للبيانات والمعلومات الشخصية التي يتم تبادلها عبر الشبكات الإلكترونية، وفي هذا السياق، يمكن القول أن العقود الإلكترونية في السياحة أصبحت ضرورة لتسهيل التفاعل بين مقدمي الخدمات السياحية والمستهلكين، مما يعزز من سرعة وكفاءة العمليات السياحية ويحسن من جودة الخدمات المقدمة.

نظرا لهذه التحديات والفرص التي تتيحها العقود الإلكترونية، أصبح من المهم أن تستمر التشريعات في تحديث قوانينها لتواكب هذا التحول الرقمي، بما يضمن تحقيق العدالة وحماية حقوق الأفراد في إطار اقتصاد عالمي يعتمده بشكل متزايد على التكنولوجيا.

أولا: تعريف عقود السياحة الإلكترونية

يعرف العقد الإلكتروني في السياحة بأنه "العقد الذي يتم فيه تقديم العروض السياحية من قبل مقدم الخدمة (شركة السياحة) عبر الوسائل الإلكترونية، ويعقب ذلك قبول من قبل متلقي الخدمة (السائح) باستخدام نفس الوسائل، بهدف إتمام الصفقة السياحية المتفق عليها"[10].

كما يعرفه الفقهاء بأنه "عقد يتضمن تبادل الرسائل والمعلومات بين شركة سياحية من خلال نماذج وصيغ مُعدة مسبقًا ومعالجة إلكترونيًا، مما يؤدي إلى التزامات تعاقدية بين الطرفين. وبذلك، هو اتفاق يجمع بين الإيجاب والقبول عبر شبكة الإنترنت باستخدام وسائل سمعية ومرئية، وبفضل التفاعل بين الموجب والقابل"[11].

من خلال هذه التعريفات، يمكن تحديد ثلاث عناصر رئيسية تشكل العقد الإلكتروني السياحي :

–أطراف العقد: يشمل ذلك المنتج السياحي والمستهلك السياحي .

–القناة: وهي الوسيلة التي يتم من خلالها التواصل، والتي تتمثل في شبكة الإنترنت .

–المحل: وهو مجموع الالتزامات التي ينشئها العقد بين الأطراف.

ثانيا: خصائص عقود السياحة الإلكترونية

تتميز عقود السياحة الإلكترونية بمجموعة من الخصائص التي تجعلها فريدة مقارنة بالعقود التقليدية :

الشكل01: خصائص عقد السياحة الإلكترونية

المصدر: من إعداد الباحثة

–الرضائية عن بعد: يتم إبرام هذه العقود من خلال توافق إرادتي السائح ومقدم الخدمة السياحية إلكترونيا، دون الحاجة إلى لقاء مادي مباشر بين الطرفين، يعد هذا النوع من العقود جزءا من العقود الفورية، حيث يتم الاتفاق بشكل سريع عبر الوسائل الرقمية.[12]

–الإلزام: في إطار هذه العقود، يلتزم الوكيل السياحي الإلكتروني بتقديم الخدمات المتفق عليها، مقابل التزام السائح بدفع المقابل المالي إلكترونيا، والذي أصبح بديلا للنقد التقليدي[13] .

–عقد إذعان: المقصود بعقد الإذعان هو العقد الذي ينفرد فيه الموجب تحت ضغط حاجة إلى التعاقد بوضع الشروط فيقبل الموجه له[14] ،يشبه عقد السياحة الإلكترونية عقود الإذعان، حيث يضع مقدم الخدمة الشروط بشكل محدد عبر منصته الإلكترونية، وعلى السائح الموافقة عليها عن طريق اختيار الخيارات المتاحة دون إمكانية تعديلها . [15]

–عقد تجاري واستهلاكي: نظرا لكون السياحة الإلكترونية جزءا من التجارة الإلكترونية، فإن عقودها تصنف ضمن العقود التجارية التي تربط بين مقدم الخدمة (تاجر أو وكيل سياحي) والمستهلك (السائح). ولذلك، تخضع هذه العقود للقوانين المتعلقة بحماية المستهلك[16].

–الإثبات الإلكتروني: يعتمد إثبات العقود السياحية الإلكترونية على الوثائق والتوقيعات الإلكترونية، كما هو منصوص عليه في القانون رقم 15-04 المتعلق بالمعاملات الإلكترونية في الجزائر[17].

ثالثا: إبرام عقد السياحة الإلكتروني

يعتبر عقد السياحة الإلكتروني، كغيره من العقود، عقدا يتطلب توافر أركانه الأساسية وإرادة الأطراف، إلا أن إبرامه يتم عن بعد عبر الوسائل الإلكترونية الحديثة، ما يتيح سرعة ومرونة في التعاقد. وقد جاء قانون التجارة الإلكترونية الجزائري رقم 18-05 لسنة 2018[18] ليعرف العقد الإلكتروني في مادته السادسة، لكنه لم يوضح تفصيلا كيفية التعبير عن الإرادة إلكترونيا، تاركا ذلك للقواعد العامة المنصوص عليها في القانون المدني.

1 الإيجاب الإلكتروني

–تعريفه: عرف الفقه الإيجاب الإلكتروني بأنه "تعبير جازم عن الإرادة يتم عن بعد باستخدام وسائل الاتصال الحديثة سواء كانت مسموعة أو مرئية، ويشمل جميع العناصر الجوهرية للعقد ليصبح قابلا للقبول"[19].

–صور الإيجاب: يمكن أن يتخذ الإيجاب في عقد السياحة الإلكتروني أشكالاً متعددة، فقد يتم عن طريق المراسلة الإلكترونية، أو من خلال مواقع وكالات السياحة والسفر الإلكترونية، أو عبر التفاعل المباشر بين السائح ووكالة السياحة والسفر على الإنترنت. وسنستعرض فيما يلي هذه الصور المختلفة للإيجاب[20].

*المراسلة الإلكترونية (البريد الإلكتروني).

*مواقع الوكالات السياحية الإلكترونية.

*التفاعل المباشر عبر الأنترنت (الدردشة أو الفيديو).

*الإعلانات الإلكترونية.

–سقوط الإيجاب :يظل الإيجاب في عقد السياحة الإلكتروني منتجا لآثاره ما دام السائح لم يعبر بعد عن قبوله، غير أنه لا يمكن أن يبقى قائما إلى أجل غير محدد، إذ توجد حالات ينقضي فيها هذا الإيجاب بانتهاء المدة، حيث يسقط الإيجاب بانقضاء الأجل المحدد له أو بمرور مدة معقولة وفقا لطبيعة المعاملة الإلكترونية، ويعد القبول الصادر بعد انتهائها إيجابا جديدا ، أو بالعدول عن الإيجاب إذ يمكن لوكالة السياحة والسفر التراجع عن عرضها الإلكتروني قبل صدور القبول، خصوصا عند تغير أسعار الخدمات، أو برفض الإيجاب من قبل السائح، سواء بعدم الرد أو بتصنيف العروض الإلكترونية ضمن الرسائل غير المرغوب فيها، وأخيرا في حالة الخلل الفني، يسقط الإيجاب إذا اختفى نهائيا بسبب عطل في الشبكة، أما إذا كان اختفاؤه مؤقتا فعاد لاحقا، فإنه يبقى صالحا للقبول.[21].

2 القبول الإلكتروني

–تعريفه :إرادة الطرف الثاني التي تقترن بالإيجاب لإتمام العقد، ويكون إلكترونيا[22].

–شروطه: ما أن القبول يعد الإرادة الثانية التي لا يكتمل العقد إلا باقترانها بالإيجاب، فإنه يجب أن تتوافر فيه مجموعة من الشروط ليعتد به قانونا، كما تتعدد الأساليب التي يمكن من خلالها التعبير عنه، وسيتم توضيح ذلك فيما يلي[23]:

*يجب أن يكون متطابقا مع الإيجاب.

*يصدر بينما الإيجاب ما زال قائما.

*يمكن التعبير عنه عبر البريد الإلكتروني أو المنصات الإلكترونية.

–صوره: يمكن أن يتم قبول السائح إلكترونيا عبر البريد الإلكتروني من خلال رسالة بيانات تعبر صراحة عن القبول وتطابق الإيجاب، كما يعد العقد قائما إذا تم الاتفاق على العناصر الجوهرية وتأجيل التفاصيل الثانوية دون اشتراط البطلان، أما عبر وسائل التواصل الاجتماعي، فتستخدم وكالات السياحة صفحاتها الرسمية على المنصات مثل فيسبوك لعرض برامجها وخدماتها، مما يتيح للسائح الاطلاع والتواصل السريع لإتمام العقد إلكترونيا بوضوح وشفافية.

3 مجلس العقد الإلكتروني

في العقد التقليدي، يجتمع الطرفان في وقت ومكان واحد بهدف إبرام العقد، حيث يتم التواصل بينهما بشكل مباشر دون وسائط، فيسمع كل واحد منهما الآخر بوضوح ودون انقطاع. أما في العقد الإلكتروني، فلا يتحقق هذا اللقاء الفعلي بسبب اعتماد التعاقد على الوسائل التقنية الحديثة، مما يجعل مجلس العقد الإلكتروني يتميز بخصوصية تختلف تماما عن تلك التي تميز مجلس العقد التقليدي

–تعريفه :الإطار الزماني والمكاني الافتراضي الذي يجمع الأطراف لتبادل الإيجاب والقبول[24].

–أقسامه: ينقسم إلى[25]:

*مجلس حقيقي: حضور فعلي للأطراف

*مجلس افتراضي: الأطراف غير حاضرة فعليا لكن الإرادة متاحة إلكترونيا.

رابعا: أنواع عقود السياحة الإلكترونية

تتعدد أنواع عقود السياحة الإلكترونية لتشمل مختلف التعاملات المرتبطة بالخدمات السياحية عبر الإنترنت، ويمكن تصنيفها إلى ما يلي:[26]

–عقود حجوزات السفر والإقامة: تشمل الاتفاقيات التي تبرم بين السياح ومقدمي خدمات السفر أو الفنادق عبر منصات الحجز الإلكترونية. تتضمن هذه العقود تفاصيل مثل أسعار الحجز، تواريخ الإقامة، سياسات الإلغاء، وشروط إضافية مرتبطة بالخدمة .

–عقود الجولات السياحية والأنشطة الترفيهية: تختص بالحجوزات المتعلقة بالجولات السياحية والأنشطة المختلفة. تشتمل هذه العقود على معلومات حول البرامج السياحية المتاحة، تكاليفها، إلى جانب الشروط والأحكام المرتبطة بها .

–عقود التسويق والشراكة: تغطي الاتفاقيات المبرمة بين الشركات السياحية ومنصات التسويق الرقمي أو وكلائها المعتمدين. تهدف هذه العقود إلى تحديد شروط التعاون في مجالات الترويج الإلكتروني لخدمات السياحة .

–عقود التوريد والتشغيل: تتعلق بالعقود الموقعة بين الشركات السياحية ومزودي الخدمات مثل شركات النقل وغيرها. تهدف هذه العقود إلى تأمين المواد والخدمات الضرورية لضمان استمرارية عمل الشركات السياحية .

تسهم هذه الأنواع من العقود في تحسين كفاءة العمليات السياحية وتعزيز التكامل بين الأطراف المشاركة في هذا القطاع.

رابعا: أهمية التعاقد الإلكتروني في المجال السياحي

التعاقد الإلكتروني يقدم مجموعة من المزايا التي تسهم في تحسين التجربة السياحية وتسهيل العمليات المتعلقة بها، ومنها [27]:

–توفير وسيلة مريحة وسريعة لإنجاز الحجوزات وإبرام العقود، مما يتيح الوصول إلى الخدمات السياحية بسهولة وفي أي وقت أو مكان .

–تقليص الحاجة إلى اللقاءات المباشرة أو التفاوض التقليدي، مما يؤدي إلى توفير الوقت والجهد لجميع الأطراف المعنية .

-تعزيز مستوى الشفافية والتوثيق، من خلال إنشاء سجلات إلكترونية تسهل عمليات المراجعة وتقلل من احتمالية نشوب النزاعات .

- تمكين إدارة أكثر فعالية للحجوزات والمدفوعات، بالإضافة إلى تسهيل التواصل بين الأطراف، مما يرفع من كفاءة العمليات التشغيلية.

خامسا: دور عقود السياحة الإلكترونية في تعزيز السياحة المستدامة

تساهم عقود السياحة الإلكترونية بشكل فعال في تحقيق مبادئ السياحة المستدامة، مستفيدة من التكنولوجيا الرقمية لتطوير الخدمات والمنصات السياحية بطرق تراعي البيئة وتدعم المجتمعات المحلية. ومن أبرز أدوار هذه العقود ما يلي :[28]

-تصميم برمجيات مستدامة: تشجع عقود السياحة الإلكترونية على تطوير تطبيقات وبرمجيات للحجز والتخطيط السياحي تراعي الاستدامة، من خلال تقليل استهلاك الطاقة والموارد الطبيعية. هذا يسهم في تخطيط وتنظيم الرحلات بشكل صديق للبيئة.

-الحد من التأثيرات السلبية: تدعم هذه العقود استخدام تقنيات حديثة مثل المنصات الخضراء وأساليب التخزين الإلكتروني الفعالة، مما يقلل من الأثر البيئي والبشري على الوجهات السياحية المضيفة[29].

-تعزيز الممارسات المستدامة: تروج عقود السياحة الإلكترونية للمشروعات والمبادرات التي تركز على الحفاظ على البيئة، مثل السياحة الخضراء والممارسات التي تدعم الاستدامة الاقتصادية والاجتماعية.

-التوعية البيئية: تمكن المنصات الإلكترونية من نشر معلومات شاملة حول أهمية السياحة المستدامة، مع تقديم إرشادات حول تقليل تأثيرات السفر على البيئة، مما يعزز وعي السياح بأهمية تبني ممارسات صديقة للبيئة .

-التفاعل المجتمعي: تعمل هذه العقود على تحقيق توزيع عادل للعوائد الاقتصادية بين مقدمي الخدمات السياحية والمجتمعات المحلية، من خلال دعم المشاريع المستدامة التي تدعم هذه المجتمعات وتساهم في تنميتها .

رغم إمكاناتها الكبيرة، تواجه عقود السياحة الإلكترونية عدة تحديات، منها[30]:

-التحديات التقنية: يتطلب هذا النوع من العقود أنظمة حماية متطورة لضمان أمن البيانات الشخصية والتجارية لأطراف التعاقد .

-التحديات الأخلاقية: يجب ضمان الشفافية والمصداقية لتجنب الممارسات غير القانونية مثل الاحتيال الرقمي .

-التحديات القانونية: تنشأ إشكاليات بسبب التفاوت في التشريعات المتعلقة بالعقود الرقمية بين الدول، مما يتطلب فهما دقيقا للقوانين الوطنية والدولية ذات الصلة .

بصورة شاملة، تمثل عقود السياحة الإلكترونية نموذجا مبتكرا يجمع بين التكنولوجيا والالتزام بالاستدامة، مما يوفر حلولا سياحية فعالة من خلال تطوير منصات صديقة للبيئة، ودعم التعليم والتوعية بالممارسات المستدامة، وتسخير

التكنولوجيا لتعزيز التجربة السياحية، تسهم هذه العقود في تحقيق سياحة أكثر استدامة واحتراما للبيئة والمجتمعات المحلية.

سادسا: بعض التجارب العربية في مجال اعتماد عقود السياحة الإلكترونية

شهدت العديد من الدول العربية تطورات ملحوظة في اعتماد عقود السياحة الإلكترونية كوسيلة لتحسين الأداء السياحي ودعم الاستدامة، مع تفاوت مستوى التقدم بين الدول، فيما يلي استعراض لتجارب الجزائر، مصر، والإمارات :

– **الجزائر**: بدأت الجزائر خطواتها نحو تبني عقود السياحة الإلكترونية مع إصدار المرسوم التنفيذي رقم 10-186[31] المحدد لشروط وكيفيات إنشاء وكالات السياحة والأسفار واستغلالها، بهدف تحديث القطاع السياحي وتحقيق التحول الرقمي الذي يواكب التطورات العالمية. ومع ذلك، لا تزال هذه الجهود بعيدة عن تحقيق الأهداف المرجوة، حيث تواجه تحديات كبيرة تؤثر على قدرتها على الاستفادة الكاملة من إمكانيات السياحة الإلكترونية.

تشير تقارير المنتدى الاقتصادي العالمي لتقنية المعلومات (NRI)إلى أن الجزائر تحتل مراكز متأخرة بين الدول العربية في اعتماد التكنولوجيا الرقمية في السياحة. فقد أظهرت دراسة حديثة أن جاهزية البنية التحتية الرقمية في الجزائر لا تتجاوز 35%، مقارنة بمتوسط يبلغ حوالي 70% في الدول العربية مثل الإمارات وقطر، التي تعتبر رائدة في هذا المجال، هذا التراجع يمكن أن يعزى إلى عدة أسباب رئيسية تعوق تطوير السياحة الإلكترونية في البلاد[32].

أحد أبرز التحديات هو ضعف البنية التحتية الرقمية. لا تزال شبكات الإنترنت غير متاحة بشكل كاف في العديد من المناطق السياحية، إذ تحتل الجزائر المرتبة 115 عالميا في سرعة الإنترنت وفقا لتقرير Speedtest Global Indexلعام 2023. كما أن الاستثمارات في تحديث البنية التحتية الرقمية لا تزال محدودة مقارنة بالاحتياجات الفعلية[33].

إلى جانب ذلك، يعتبر نقص أجهزة الأمن السيبراني عائقا رئيسيا أمام تنفيذ المعاملات الرقمية وتأمينها. وفقا لتقرير الاتحاد الدولي للاتصالات (ITU) لعام 2022، تحتل الجزائر المرتبة 140 عالميا في مؤشر الأمن السيبراني، مما يعكس حاجة ملحة لتعزيز القدرات التقنية وضمان أمان التعاملات الإلكترونية. هذا النقص يثني العديد من السياح عن استخدام المنصات الرقمية لإجراء الحجوزات أو الدفع الإلكتروني[34].

كما أن محدودية الوصول إلى الخدمات السياحية الرقمية تعد مشكلة أخرى تواجه السياحة الإلكترونية في الجزائر، تشير الإحصائيات إلى أن 60% من الشركات السياحية الصغيرة والمتوسطة في الجزائر لا توفر خدماتها عبر الإنترنت، بينما يعتمد السياح في الدول المجاورة مثل المغرب وتونس بشكل كبير على التطبيقات والمنصات الرقمية

في تخطيط رحلاتهم، علاوة على ذلك، فإن صعوبة الدفع الإلكتروني تعد عائقا رئيسيا، حيث إن 80% من التعاملات السياحية في الجزائر لا تزال تتم نقدا، مما يضعف من تنافسية القطاع على المستوى الإقليمي والدولي.

ورغم هذه التحديات، توجد فرص هائلة للنهوض بالسياحة الإلكترونية في الجزائر إذا ما تم استغلال الإمكانيات المتاحة بشكل فعال، يمكن للجزائر بفضل تنوعها الطبيعي والثقافي أن تصبح وجهة سياحية رقمية متميزة إذا ما ركزت على تحسين بنيتها التحتية، وتعزيز الأمن السيبراني، وتمكين المؤسسات السياحية من تبني الحلول الرقمية المتطورة.

–مصر : تعد السياحة واحدة من أهم ركائز الاقتصاد المصري، حيث تسهم بشكل كبير في الناتج المحلي الإجمالي وتوفر ملايين فرص العمل.

ومع التحول العالمي نحو الرقمنة، اعتمدت مصر على السياحة الإلكترونية كاستراتيجية لتعزيز القطاع وجعله أكثر تنافسية وجاذبية للسياح، هذا التحول لم يقتصر فقط على تحسين الخدمات المقدمة، بل شمل أيضا تطوير البنية التحتية الرقمية لخلق تجربة سياحية متميزة.

أحد أبرز الجوانب في هذا التحول هو الاعتماد على المنصات الإلكترونية لتسويق الخدمات السياحية، حيث أصبح بإمكان السياح حجز الفنادق وشراء تذاكر الطيران بسهولة عبر الإنترنت، تشير الإحصائيات إلى أن 60% من الحجوزات السياحية في مصر تتم حاليا عبر الإنترنت، مما يعكس الاعتماد المتزايد على التكنولوجيا الرقمية، بالإضافة إلى ذلك، تم إطلاق دلائل رقمية توفر معلومات شاملة عن المواقع الأثرية والمعالم السياحية، مع خرائط تفاعلية وإرشادات تسهل التنقل، وهو ما يهدف إلى تحسين تجربة السائحين[35].

في إطار الترويج للسياحة المصرية على المستوى العالمي، أطلقت مصر منصة "Experience Egypt" التي تتيح للسياح الاطلاع على المعالم المصرية من خلال محتوى تفاعلي مبتكر يضم الصور والفيديوهات عالية الجودة، كما توفر المنصة خدمات حجز مباشرة وخيارات تواصل مع مقدمي الخدمات السياحية. هذه الجهود انعكست إيجابا على أداء القطاع، حيث ارتفع عدد زوار المواقع السياحية الإلكترونية إلى أكثر من 15 مليون زائر سنويا منذ عام 2020، مع نمو سنوي بنسبة 20% في القطاع[36].

لضمان نجاح هذه الاستراتيجية، استثمرت مصر في تحسين جودة الإنترنت في المناطق السياحية، مع التركيز على تدريب العاملين في القطاع على استخدام الأدوات الرقمية، كما عقدت شراكات مع شركات تقنية عالمية لتعزيز ظهور المعالم المصرية على المنصات الدولية وزيادة جاذبيتها للسياح.

رغم التقدم الكبير، لا تزال هناك تحديات تواجه السياحة الإلكترونية في مصر، مثل الحاجة إلى تأمين البيانات وزيادة وعي الشركات بأهمية التحول الرقمي. ومع ذلك، تسعى الحكومة لتحقيق زيادة في الإيرادات السياحية

الإلكترونية بنسبة 50% بحلول عام 2030، مع استقطاب ما لا يقل عن 20 مليون سائح سنويا[37]. يمثل هذا التحول خطوة كبيرة نحو تعزيز مكانة مصر كوجهة سياحية عالمية تلبي تطلعات السياح في العصر الرقمي.

– الإمارات: تعد الإمارات العربية المتحدة نموذجا عالميا رائدا في مجال السياحة الإلكترونية، حيث حققت إنجازات ملحوظة جعلتها تتبوأ مكانة متقدمة على الصعيد الدولي. وفقا لتصنيف عالمي، تحتل الإمارات المركز الأولى عالميا سنة 2024 في توفير المعلومات السياحية، وهو ما يعكس التزامها بتطوير بنية تحتية رقمية حديثة وداعمة لهذا القطاع الحيوي، ومن أبرز معالم هذه البنية، "مدينة دبي للإنترنت"، التي تضم أكثر من 450 شركة تعمل في مجالي السياحة والتكنولوجيا، مما يعزز التكامل بين الابتكار الرقمي والخدمات السياحية [38].

كما أن توفير خدمات دفع إلكتروني شاملة يعتبر من العوامل الرئيسية التي ساهمت في تعزيز قطاع السياحة الإلكترونية، وبفضل هذه البنية المتطورة، تشير الإحصائيات إلى أن أكثر من 90% من المعاملات السياحية في الإمارات تتم عبر القنوات الإلكترونية، مما يعكس تحولا جوهريا نحو الرقمنة، إلى جانب ذلك ساهمت السياحة الإلكترونية بنسبة ملحوظة بلغت 09% من الناتج المحلي الإجمالي لدولة الإمارات في عام 2022، مما يؤكد دورها المحوري في دعم الاقتصاد الوطني[39].

ولتعزيز تنافسيتها، تقدم الإمارات حوافز مشجعة للشركات والمؤسسات العاملة في قطاع السياحة. على سبيل المثال، تعفى الشركات العاملة في "مدينة دبي للسياحة" من الضرائب، كما تحصل الشركات الموجودة في المناطق الحرة على معاملة تفضيلية، مما يحفز الابتكار والاستثمار في هذا المجال .

على الصعيد العربي، تمثل الإمارات قمة التقدم في السياحة الإلكترونية مقارنة بدول المنطقة، ففي حين تبذل مصر جهودا كبيرة لتطوير منصاتها الرقمية وتحسين الخدمات المقدمة للسياح، لا تزال الجزائر تواجه تحديات كبيرة تحول دون تحقيق التكامل في هذا القطاع، ما يدعو إلى الحاجة لتبني حلول مبتكرة. وتظهر التجارب المختلفة بين الدول العربية الفجوة في القدرات الرقمية وأثرها على تعزيز السياحة الإلكترونية كرافد اقتصادي مهم.

دوليا، تواكب الإمارات التوجهات العالمية في رقمنة السياحة، حيث تشير تقارير منظمة السياحة العالمية إلى أن 73% من السياح يعتمدون على المنصات الإلكترونية للتخطيط لرحلاتهم، ما يجعل الابتكار في هذا المجال ضرورة اقتصادية واستراتيجية. وتستفيد الإمارات من هذا الاتجاه بفضل استثماراتها المستدامة في التكنولوجيا وتسهيل الإجراءات للسياح، مما يعزز مكانتها كوجهة مفضلة للسياحة الرقمية[40].

الخاتمة:

عقود السياحة الإلكترونية تمثل تحولا جوهريا وأساسا في تطوير قطاع السياحة الحديث، حيث تتيح للمؤسسات السياحية التأقلم مع التحديات البيئية والاجتماعية والاقتصادية التي يفرضها عصر التكنولوجيا المتقدمة،

مع تزايد الاعتماد على الحلول الرقمية والتكنولوجية، أصبحت هذه العقود وسيلة فعالة لتحقيق التوازن بين تحسين تجربة السفر وضمان حماية الموارد الطبيعية والمواقع السياحية للأجيال المقبلة .

تسهم عقود السياحة الإلكترونية في دعم السياحة المستدامة بطرق متعددة، بدءا من إنشاء منصات رقمية ذات طابع بيئي، مرورا بتعزيز الوعي والمعرفة بالقضايا البيئية، ووصولا إلى تعزيز التعاون في مبادرات الحفاظ على الموارد البيئية من خلال تطبيق مبادئ الاستدامة في مختلف جوانب الأنشطة المرتبطة بالسياحة الإلكترونية، يمكن تحقيق أهداف بيئية واجتماعية واقتصادية تعود بالنفع على قطاع السياحة. هذا النهج يسهم في تقديم خدمات سياحية عالية الجودة مع تقليل التأثير السلبي على البيئة.

إن إدماج مبادئ الاستدامة في مراحل صياغة وتنفيذ عقود السياحة الإلكترونية لا يعزز فقط تجربة السفر، بل يساهم أيضا في بناء مستقبل مستدام للسياحة. هذا النموذج يمكن أن يكون مثالا يحتذى به على المستوى الدولي، حيث يدعم جودة الحياة ويحافظ على الموارد الطبيعية والمواقع السياحية لصالح الأجيال القادمة ومن أجل تعزيز هذا الدور وتحقيق السياحة المستدامة في الجزائر، يمكن تبني مجموعة من الإجراءات العملية:

تفعيل التعاون بين القطاعين العام والخاص :إشراك القطاع الخاص في وضع القواعد والنظم اللازمة وخلق مناخ محفز للحوار والتنسيق.

1-دعم الشركات في التحول الرقمي: توفير برامج تدريبية ومساندة مباشرة أو غير مباشرة لاعتماد الحلول الرقمية.

2-زيادة المخصصات المالية: الاستثمار في البنية التكنولوجية وصناعة المحتوى الرقمي لتعزيز تجربة السياحة المستدامة.

3-تطوير البنية التحتية التقنية :إنشاء مراكز معلومات وتحسين شبكات الاتصالات لتغطية جميع المناطق السياحية.

4-تمكين النفاذ إلى المعلومات والمعرفة :دعم البحث والتطوير وتشجيع المؤسسات على توفير المعلومات الرقمية الرسمية وتوعية العاملين بالقوانين المتعلقة بالبيانات.

5-تعزيز الإعلام والتوعية :تنظيم ندوات وورش عمل وبرامج إعلامية تستهدف جميع فئات السياح وأصحاب المصلحة.

6-تطوير الإطار التشريعي :تعديل أو وضع نصوص قانونية لتواكب متطلبات السياحة الإلكترونية وتحمي حقوق جميع الأطراف.

بهذه الإجراءات، يصبح من الممكن دمج مبادئ الاستدامة بشكل فعال في قطاع السياحة الإلكتروني، ما يسهم في تقديم خدمات سياحية عالية الجودة مع تقليل التأثيرات السلبية على البيئة، ويضع الجزائر في مصاف الدول الرائدة في السياحة المستدامة.

قائمة المراجع:

(1)- **الكتب :**

-أسامة أبو الحسن مجاهد، خصوصية التعاقد عبر الأنترنت، دار النهضة العربية، مصر،2000.

-أيمن إبراهيم العشماوي ، مجلس العقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، دار النهضة العربية، القاهرة، سنة 2009.

-باسل مروان ، القطاع السياحي في ظل العولمة ، دار الهناء للنشر ، لبنان ، 2008.

-سامح عبد الواحد التهامي، التعاقد عبر الأنترنت (دراسة مقارنة)، دار الكتب القانونية، مصر، سنة 2008.

-سمير حامد عبد العزيز الجمال، التعاقد عبر تقنيات الاتصال الحديثة (دراسة مقارنة)، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، سنة 2006، ص 1.

-عبد الرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت،2000.

- عبد الفتاح محمود كيلاني، المسؤولية المدنية الناشئة عن المعاملات الإلكترونية عبر الإنترنت، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية ، سنة 2011.

-مصطفى أحمد أبو عمر، ومجلس العقد في إطار التعاقد عبر الأنترنت (دراسة مقارنة)، الكتاب الجامعي، مطبعة طنطا، سنة 2008.

- Hossein, B. Electronic Commerce Principles and Practice. USA: Academic Press. (2002).

(2)-**الرسائل والأطروحات الجامعية:**

-العيشي عبد الرحمان ، ركن الرضا في العقد الإلكتروني ، أطروحة دكتوراه علوم ، تخصص قانون خاص ، كلية الحقوق جامعة للجزائر1 ، سنة ،2017 .

-بوبكر سلالي، آفاق السياحة الإلكترونية على ضوء تجربة تونس والأردن -مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية -جامعة الحاج لخضر باتنة،2013.

- قطاف إسماعيل، العقود الإلكترونية وحماية المستهلك، رسالة ماجيستير في العلوم القانونية و الإدارية -جامعة الجزائر01، 2013 .

-مرو عبد الفتاح علي يونس، جوانب قانونية للتعاقد الإلكتروني في إطار القانون المدني (دراسة مقارنة)، رسالة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق عين شمس، القاهرة، سنة 2008.

(3)-**المقالات:**

- سرمد عبد الجبار هداب الخيرالله، السياحة الافتراضية و تكنولوجيا المعلومات و دورها في تحقيق تنمية سياحية مستدامة، مجلة العراقية للعلوم الإدارية، كلية الإدارة و الاقتصاد/ جامعة كربلاء، 2017.

- سليمة بوعوينة، متطلبات تفعيل التسويق السياحي الإلكتروني لتنمية السياحة في الجزائر، مجلة جديد الاقتصاد للجمعية الوطنية للاقتصاديين الجزائريين، المجلد 11، العدد01، ديسمبر 2016.

- زينة غانم العبيدي، عقد السياحة الإلكتروني (دراسة تحليلية مقارنة) مجلة جامعة تكريت للعلوم القانونية والسياسية ،2016.

- Erdem Baydeniz : Blockchain Technology in Tourism: Pioneering Sustainable and Collaborative TravelExperiences, Journal of Tourism, Vol. 10, No. 1, 2024, pp. 1-12.

-Koliouska, Christiana, & Andreopoulou Zacharoula, E-Tourism for Sustainable Development through Alternative Tourism Activities, Sustainability, MDPI. Vol. 15, No. 11, 2023, p03.
- Advancing Sustainable Development Goals in the Industry 4.0 Era, Sustainability, MDPI, Vol. 17, No. 8, 2025.

(4)-أعمال ملتقى أو مؤتمر:

-ياسر احمد بدر، حماية السائح في عقود السياحة الإلكترونية، المؤتمر العلمي الثالث حول السياحة والقانون، كلية الحقوق – جامعة طنطا،(26/27 04 ,2016).

(5)-الوثائق القانونية :

- قانون رقم 05/18 المؤرخ في 24 شعبان 1439 الموافق ل 10 مايو 2010 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر، ع 28 الصادرة في 30 شعبان 1439 الموافق ل 16 مايو 2018.
- قانون رقم 15-04 مؤرخ في 11 ربيع الثاني عام 1436 الموافق أول فبراير سنة 2015 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكتروني، ج ر، ع06، لسنة 2015.
- مرسوم تنفيذي رقم 10 - 186 مؤرخ في 2 شعبان عام 1431 الموافق 14 يوليو سنة 2010 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 2000 - 48 المؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1420 الموافق أول مارس سنة 2000 الذي يحدد شروط وكيفيات إنشاء وكالات السياحة والأسفار واستغلالها، ج ر، ع 44، لسنة 2010.

(6)المواقع الإلكترونية:

-https://www.untourism.int/fr/le-tourisme-mondial-consolide-sa-croissance-en-2019 تمّ التصفّح في 2024/07/17 الساعة 15:35د
-https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.XP.ZS تمّ التصفّح في 2024/07/17 الساعة 16:10د
https://networkreadinessindex.org/nri-2024-edition-press-release/ تمّ التصفّح في 2024/07/17 الساعة 10:25د
-https://www.speedtest.net/global-index/algeria تمّ التصفّح في 2024/07/18 الساعة 20:11د
-https://ncsi.ega.ee/country/dz_2022 تمّ التصفّح في 2024/07/18 الساعة 10:00د
-https://roadgenius.com/statistics/tourism/egyp تمّ التصفّح في 2024/07/19 الساعة 18:15د
-https://www.experienceegypt.eg/?utm_source=chatgpt.com تمّ التصفّح في 2024/07/20 الساعة 11:18د
-https://www.dailynewsegypt.com/2025/06/10/egypt-targets-30-million-tourists-by-2031-under-new-investment-plan تمّ التصفّح في 2025/07/19 الساعة 12:30د
-https://www.moet.gov.ae/-/uae-tops-mena-region-and-climbs-seven-places-globally-in-wef-s-tourism-travel-development-index-2024 تمّ التصفّح في 2024/07/19 الساعة 19:45د
-https://www.moet.gov.ae/en/-/tourism-sector-indicators-in-2020-1 تمّ التصفّح في 2024/07/19 الساعة 11:45د
-https://traveltrade.today/tourism-news/uae-tourism/70-of-uae-outbound-travelers-say-digital-payments-integral-to-secure-and-rewarding-travel-experience تمّ التصفّح في 2024/07/19 الساعة 18:15د

التهميش:

1 مرسوم تنفيذي رقم 10 – 186 مؤرخ في 2 شعبان عام 1431 الموافق 14 يوليو سنة 2010 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 2000 – 48 المؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1420 الموافق أول مارس سنة 2000 الذي يحدد شروط وكيفيات إنشاء وكالات السياحة والأسفار واستغلالها، ج ر، ع 44، لسنة 2010.

2 قانون رقم 05/18 المؤرخ في 24 شعبان 1439 الموافق ل 10 مايو 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر، العدد 28، لسنة2018.

3 Hossein, B. Electronic Commerce Principles and Practice. USA: Academic Press. (2002), p06.

4 باسل مروان ، القطاع السياحي في ظل العولمة ، دار الهناء للنشر ، لبنان ، 2008، ص20.

5 بوبكر سلالي، آفاق السياحة الإلكترونية على ضوء تجربة تونس والأردن –مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية .–جامعة الحاج لخضر باتنة،2013،ص33.

6 سليمة بوعوينة، متطلبات تفعيل التسويق السياحي الإلكتروني لتنمية السياحة في الجزائر، مجلة جديد الاقتصاد للجمعية الوطنية للاقتصاديين الجزائريين، المجلد 11، العدد01، ديسمبر 2016،ص64..

7 سرمد عبد الجبار هداب الخيرالله، السياحة الافتراضية و تكنولوجيا المعلومات و دورها في تحقيق تنمية سياحية مستدامة، مجلة العراقية للعلوم الإدارية، كلية الإدارة و الاقتصاد/ جامعة كربلاء، 2017،ص252

8 https://www.untourism.int/fr/le-tourisme-mondial-consolide-sa-croissance-en-2019 تمّ التصفّح في 2024/07/17 الساعة 15:35د

9 https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.XP.ZS تمّ التصفّح في 2024/07/17 الساعة 16:10د

10 ياسر احمد بدر، حماية السائح في عقود السياحة الإلكترونية، المؤتمر العلمي الثالث حول السياحة والقانون، كلية الحقوق – جامعة طنطا،(26/27 04 2016)ص06.

11 أسامة أبو الحسن مجاهد، خصوصية التعاقد عبر الأنترنت، دار النهضة العربية، مصر،2000، ص30.

12 ياسر احمد بدر، المرجع السابق، ص12.

13 أسامة أبو الحسن مجاهد، المرجع السابق، ص 41.

14 عبد الرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت،2000.

15 قطاف إسماعيل، العقود الإلكترونية وحماية المستهلك، رسالة ماجيستير في العلوم القانونية و الإدارية –جامعة الجزائر01، 2013 .

16 زينة غانم العبيدي، عقد السياحة الإلكتروني (دراسة تحليلية مقارنة)، مجلة جامعة تكريت للعلوم القانونية والسياسية، 2016،ص 2015.

17 قانون رقم 15-04 مؤرخ في 11 ربيع الثاني عام 1436 الموافق أول فبراير سنة 2015 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكتروني، ج ر، ع06، لسنة 2015.

18 قانون رقم 05/18 المؤرخ في 24 شعبان 1439 الموافق ل 10 مايو 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر، العدد 28، لسنة2018.

19 سمير حامد عبد العزيز الجمال، التعاقد عبر تقنيات الاتصال الحديثة (دراسة مقارنة)، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، سنة 2006، ص .1

20 مرو عبد الفتاح علي يونس، جوانب قانونية للتعاقد الإلكتروني في إطار القانون المدني (دراسة مقارنة)، رسالة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق عين شمس، القاهرة، سنة 2008، ص264.

21 العيشي عبد الرحمان ، ركن الرضا في العقد الإلكتروني ، أطروحة دكتوراه علوم ، تخصص قانون خاص ، كلية الحقوق جامعة للجزائر1 ، سنة ،2017 ص 150.

22 عبد الفتاح محمود كيلاني، المسؤولية المدنية الناشئة عن المعاملات الإلكترونية عبر الإنترنت، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية ، سنة 2011، ص39.

23 سامح عبد الواحد التهامي، التعاقد عبر الأنترنت (دراسة مقارنة)، دار الكتب القانونية، مصر، سنة 2008، ص18.

24 مصطفى أحمد أبو عمر، ومجلس العقد في إطار التعاقد عبر الأنترنت (دراسة مقارنة)، الكتاب الجامعي، مطبعة طنطا، سنة 2008، ص68.

25 أيمن إبراهيم العشماوي ، مجلس العقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، دار النهضة العربية، القاهرة، سنة 2009،ص 39.

26 زينة غانم العبيدي، المرجع السابق، ص 2020.

27 أسامة أبو الحسن مجاهد، المرجع السابق، ص 50.

[28] Koliouska, Christiana, & Andreopoulou Zacharoula, E-Tourism for Sustainable Development through Alternative Tourism Activities, Sustainability, MDPI. Vol. 15, No. 11, 2023, p03.

[29] Advancing Sustainable Development Goals in the Industry 4.0 Era, Sustainability, MDPI, Vol. 17, No. 8, 2025.

[30] Erdem Baydeniz : Blockchain Technology in Tourism: Pioneering Sustainable and Collaborative TravelExperiences, Journal of Tourism, Vol. 10, No. 1, 2024, pp. 1-12.

31 مرسوم تنفيذي رقم 10 – 186 مؤرخ في 2 شعبان عام 1431 الموافق 14 يوليو سنة 2010 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 2000 – 48 المؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1420 الموافق أول مارس سنة 2000 الذي يحدد شروط وكيفيات إنشاء وكالات السياحة والأسفار واستغلالها، ج ر، ع 44، لسنة 2010.

32 https://networkreadinessindex.org/nri-2024-edition-press-release/ تمّ التصفّح في 2024/07/17 الساعة 10:25د

33 https://www.speedtest.net/global-index/algeria تمّ التصفّح في 2024/07/18 الساعة 20:11د

34 https://ncsi.ega.ee/country/dz_2022 تمّ التصفّح في 2024/07/18 الساعة 10:00د

35 https://roadgenius.com/statistics/tourism/egyp تمّ التصفّح في 2024/07/19 الساعة 18:15د

36 https://www.experienceegypt.eg/?utm_source=chatgpt.com تمّ التصفّح في 2024/07/20 الساعة 11:18د

37 https://www.dailynewsegypt.com/2025/06/10/egypt-targets-30-million-tourists-by-2031-under-new-investment-plan تمّ التصفّح في 2025/07/19 الساعة 12:30د

[38] https://www.moet.gov.ae/-/uae-tops-mena-region-and-climbs-seven-places-globally-in-wef-s-tourism-travel-development-index-2024 تمّ التصفّح في 2024/07/19 الساعة 19:45د

[39] https://www.moet.gov.ae/en/-/tourism-sector-indicators-in-2020-1 تمّ التصفّح في 2024/07/19 الساعة 11:45د

[40] https://traveltrade.today/tourism-news/uae-tourism/70-of-uae-outbound-travelers-say-digital-payments-integral-to-secure-and-rewarding-travel-experience تمّ التصفّح في 2024/07/19 الساعة 18:15د