الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عباس لغرور خنشلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية
تخصص: اقتصاد نقدي ومالي

Ministry of Higher Education and Scientific Research
Abbas Laghrour University of Khenchela
Faculty of Economice, Commercial and Management Sciences

Department of Economics
Specialization : Banking and Monetary Economy

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي بعنوان:

التنمية السياحية في ظل التحول الرقمي

-دراسة حالة مديرية السياحة لولاية -خنشلة

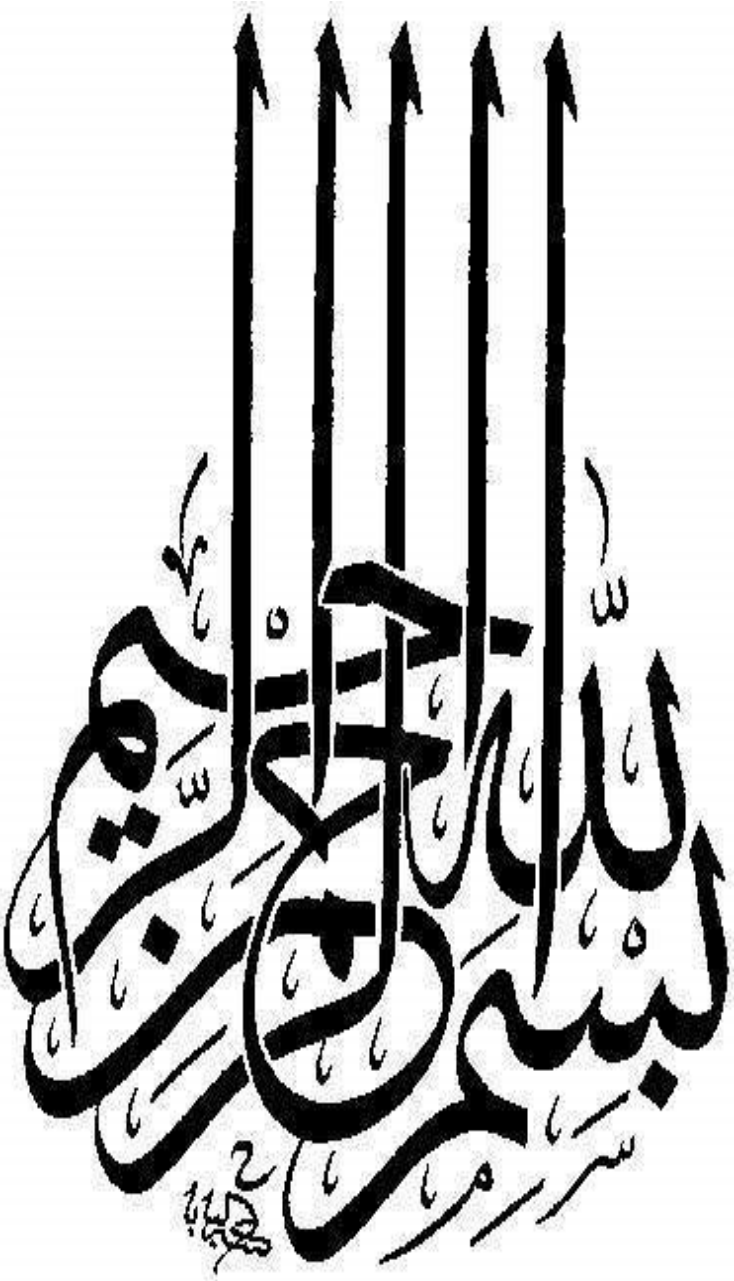
إعداد الطالبين:
مشكان سادات
فاروق بن مزهود

إشراف الأستاذة:
هاجر بريطل

أعضاء لجنة المناقشة

الاستاذ	الرتبة	الجامعة الاصلية	الصفة
سهيلة بغنة	أستاذ محاضر صنف ب	جامعة عباس لغرور -خنشلة-	رئيسا
هاجر بريطل	أستاذ محاضر صنف أ	جامعة عباس لغرور -خنشلة-	مشرفا
ريم ثوامرية	أستاذ محاضر صنف ب	جامعة عباس لغرور -خنشلة-	مناقشا

السنة الجامعية: 2024-2025


بسم الله الرحمن الرحيم

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

{يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ}

سورة المجادلة: الآية 11.

صدق الله العظيم

الشكر والعرفان

من لم يشكر الناس لم يشكر الله

نشكر في بادئ البدء الأستاذة هاجر بريطل على كل جهدها ومساعدتها لنا في إتمام هذا العمل

أتوجه بالشكر الخالص إلى كل من ساعدني من قريب او من بعيد على إتمام هذا العمل.

"والشكر موصول لكل من علمنا حرفًا، ولكل أساتذتنا الكرام الذين كانوا خير سند ودعم لنا".

أشكر الطاقم الإداري لكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

كما لا يفوتنا شكر الطقم الإداري لمديرية السياحة بولاية خنشلة

وشكر خاص لمختار همامي

إهداء

إلى من لا يضاهيهما أحد في الكون

إلى من أمرنا الله ببرهما

أبي وأمي الغاليان

إلى سندي في الحياة أخوتي

إلى زميلي في هذا العمل فاروق

إلى كل من كان له يد في إتمام هذا العمل

أهديكم جميعا ثمرة

جهدي

سادات

إهداء

أهدي ثمرة جهدي هذه إلى:

من وضعني في الأمام وربني وعلمني الصواب

إلى والدي العزيز

إلى من علمتني الصمود والأمل

أعظم وأحن إنسانة في الوجود

أمي الحبيبة

إلى من شاركني في إنجاز هذا العمل زميلي

سادات مشكان

إلى كل من ساهم في إتمام هذا العمل من بعيد او من قريب

فاروق

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

المحتويات	الصفحة
البسملة	/
الآية القرآنية	/
الشكر والعرفان	/
الإهداء	/
الإهداء2	/
فهرس المحتويات	**II**
فهرس الجداول والأشكال	**v**
مقدمة	**أ–و**
الفصل الأول: الإطار النظري للسياحة التنمية السياحية	
المبحث الأول: مفاهيم حول السياحة	03
المطلب الأول: اساسيات حول السياحة	03
المطلب الثاني: أنواع وابعاد السياحة	08
المطلب الثالث: السياحة الحديثة ومكوناتها	16
المبحث الثاني: الإطار النظري للتنمية السياحية	20
المطلب الأول: مفهوم ومراحل التنمية السياحية	20
المطلب الثاني: عناصر وأشكال التنمية السياحية	23
المطلب الثالث: عوامل نجاح التنمية وأهدافها	25
المبحث الثالث: واقع قطاع السياحة في الجزائر	28
المطلب الأول: مقومات السياحة في الجزائر	28
المطلب الثاني: استراتيجيات التنمية السياحية في الجزائر	32
المطلب الثالث: السياحية في الجزائر وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية	36
الفصل الثاني: الإطار النظري للتحول الرقمي	
المبحث الأول: ماهية التحول الرقمي	44
المطلب الأول: مفهوم وخصائص التحول الرقمي	44

المطلب الثاني: اشكال واهداف التحول الرقمي	47
المطلب الثالث: وسائل ومتطلبات التحول الرقمي	50
المبحث الثاني: مرتكزات التحول الرقمي	54
المطلب الأول: الخطوات الأساسية للتحول الرقمي	54
المطلب الثاني: ابعاد التحول الرقمي	56
المطلب الثالث: تحديات ومعوقات التحول الرقمي	57
المبحث الثالث: التحول الرقمي في القطاع السياحي	60
المطلب الأول: الفوائد التي يحققها التحول الرقمي في قطاع السياحة	60
المطلب الثاني: أبرز تقنيات التحول الرقمي في قطاع السياحة	61
المطلب الثالث: خطط رقمنة قطاع السياحة في الجزائر	62
الفصل الثالث: دراسة حالة مديرية السياحة لولاية خنشلة	
المبحث الأول: دراسة تحليلية للسياحة في ولاية خنشلة	68
المطلب الأول: المقومات السياحية لمدينة خنشلة	68
المطلب الثاني: الحركة السياحية للوافدين لولاية خنشلة	73
المطلب الثالث: المشاريع السياحية في ولاية خنشلة	74
المبحث الثاني: تقديم مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية خنشلة	76
المطلب الأول: تعريف مديرية السياحة لولاية خنشلة	76
المطلب الثاني: تحليل الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة	76
المطلب الثالث: استراتيجية المديرية لتنمية و ترقية السياحة بالولاية:	79
المبحث الثالث: عرض النتائج وتحليلها	80
المطلب الأول: الإطار المنهجي للدراسة	80
المطلب الثاني: عرض النتائج وتحليلها	84
المطلب الثالث: دراسة الارتباط بين المتغيرين	99
خاتمة	106
قائمة المراجع	B
الملاحق	/
الملخص	/

قائمة الأشكال

قائمة الجداول والاشكال

أولا: قائمة الجداول

رقم	العنوان	الصفحة
01	الحمامات المستغلة على مستوى ولاية خنشلة	70
02	القدرة الاستيعابية للفنادق المنتشرة عبر إقليم ولاية خنشلة.	71
03	أهم الفنادق المنتشرة عبر إقليم ولاية خنشلة	72
04	حركة السياح على الفنادق بولاية خنشلة خلال سنة 2024	73
05	عدد السياح المتوافدين الى الحمامات المعدنية خلال سنة2024	74
06	تفاصيل المشاريع قيد الإنجاز	75
07	معامل ألفا كرونباخ لقياس مدى ثبات وصدق الاستبيان	81
08	اختبار فرضية إتباع البيانات للتوزيع الطبيعي	82
09	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	84
10	توزيع أفراد العينة حسب العمر	85
11	توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي	86
12	توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة	87
13	مقياس ليكرت الخماسي	88
14	قيم المتوسطات الحسابية الخاصة بمقياس لكارت الخماسي	88
15	عبارات البعد الاقتصادي	89
16	عبارات البعد الاجتماعي	90
17	عبارات البعد الثقافي	91
18	عبارات البعد السياسي	92
19	تأثير التنمية السياحية على استخدام التقنيات الرقمية	94
20	تأثير التنمية السياحية على الاستراتيجية الرقمية	95
21	تأثير التنمية السياحية على القدرة التنبؤية والتحليلية	96
22	تأثير التنمية السياحية على رقمنة العملاء وعلاقاتهم	97

23	تأثير التنمية السياحية على ثقافة المنظمة والأفراد	98
24	اختبار استقلالية المتغيرين	99
25	اختبار التوزيع الطبيعي للمتغيرات	100
26	ارتباط بيرسون بين المتغيرين	100
27	اختبار ت ستودنت للفرضية الاولى	101
28	اختبار ت ستودنت للفرضية الثانية	102
29	اختبار ت ستودنت للفرضية الثالثة	102

ثانيا: قائمة الأشكال

رقم	العنوان	الصفحة
01	الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية خشلة	77
02	التوزيع الطبيعي للمتغيرين	83
03	دائرة نسبية لتوزيع أفراد العينة حسب الجنس	84
04	دائرة نسبية لتوزيع أفراد العينة حسب العمر	85
05	دائرة نسبية لتوزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي	86
06	دائرة نسبية لتوزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة	87

ملخص

نهدف من خلال هذه الدراسة لمعرفة تأثير التحول الرقمي على التنمية السياحية، فأخترنا مديرية السياحة لولاية خنشلة لتكون مقر للدراسة الميدانية، ولتحقيق هذه الهدف قمنا بانتهاج المنهج الوصفي التحليلي لأنه المناسب لوصف المفاهيم المتعلقة بمتغيري الدراسة، وتحليل البيانات والمعلومات التطبيقية.

ومن أهم النتائج التي توصلنا إليها: التحول الرقمي له دور في تحسين تجربة السياح من خلال تسهيل الوصول إلى المعلومات السياحية عبر الأنترنت؛ زاد اهتمام القطاع السياحي بالرقمنة، من خلال اعتماده على تقنيات حديثة منها المنصات الإلكترونية وغيرها؛ هناك علاقة طردية بين كل من التنمية السياحية ورقمنة العملاء، إذ أن رقمنة العلاقة مع العملاء تحسن من التجربة السياحية؛ الثقافة التنظيمية وقدرة الأفراد على تبني التحول الرقمي تؤثر بشكل كبير على تطوير القطاع السياحي؛ استخدام استراتيجيات رقمية فعّالة يعزز من تنشيط ودعم القطاع السياحي؛ هناك علاقة طردية بين التنمية السياحية وثقافة المنظمة والأفراد؛ استخدام تقنيات مثل المنصات الإلكترونية والذكاء الاصطناعي يُحسن من الخدمات السياحية ويدعم التنمية السياحية؛ التحول الرقمي يسمح للمنظمات السياحية بتقديم خدمات مخصصة أكثر للسياح بناءً على البيانات الشخصية التي يتم جمعها؛

الكلمات المفتاحية: التنمية السياحية، التحول الرقمي، التقنيات الرقمية، رقمنة العملاء.

Abstract

This study aims to understand the impact of digital transformation on tourism development. We chose the Directorate of Tourism in Khenchela Province as the field study site. To achieve this goal, we adopted the descriptive-analytical method, as it is suitable for describing the concepts related to the study variables and analyzing empirical data and information.

Among the most important findings we reached are: digital transformation plays a role in improving the tourist experience by facilitating access to tourism information online; there has been increased interest in digitization within the tourism sector, through the adoption of modern technologies such as electronic platforms and others; there is a positive correlation between tourism development and customer digitization, as digitizing customer relations enhances the tourism experience; organizational culture and the ability of individuals to adopt digital transformation significantly affect the development of the tourism sector; using effective digital strategies promotes and supports tourism; there is a positive relationship between tourism development and the culture of the organization and individuals; the use of technologies such as electronic platforms and artificial intelligence improves tourism services and supports tourism development; digital transformation allows tourism organizations to provide more personalized services to tourists based on the personal data collected.

Keywords: Tourism development, digital transformation, digital technologies, customer digitization.

مقدمة

تعتبر السياحة ركيزة أساسية في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية في مختلف دول العالم، باعتبارها قطاعا متعدد الأبعاد يسهم في خلق الثروة، تنويع مصادر الدخل، ورفع مستوى معيشة السكان، وقد أصبحت السياحة الحديثة تعتمد بشكل كبير على التكنولوجيا والابتكار، مما أدى إلى بروز مفهوم التحول الرقمي في السياحة، وهو ما غير من طبيعة التفاعل بين الفاعلين في القطاع السياحي من جهة، والسياح من جهة أخرى.

من جهة أخرى تعتبر التقنيات الحديثة المرجع الأساسي للسائح، إذ ان الوجهات السياحية أصبحت تعرض عبر الإنترنت، بالإضافة إلى توفير الحجوزات والخدمات عن بعد، وتحسين جودة تجربة السائح عبر أدوات رقمية ذكية، كما أن التحول الرقمي ساعد الإدارات والهيئات السياحية على اتخاذ قرارات أكثر فعالية بناء على البيانات الضخمة وتحليل سلوك السائحين.

ومن هذا التحول الذي شهده قطاع السياحة أصبح أمرا جد ضروري على الجزائر الانخراط في هذا التوجه العالمي، من خلال رقمنة القطاع السياحي وتحديث آليات التسيير والترويج، بما يتماشى مع أهداف التنمية المستدامة والرؤية الاقتصادية الجديدة للبلاد، وتعتبر ولاية خنشلة نموذجا جديرًا بالدراسة في هذا المجال، نظرًا لما تمتلكه من مقومات سياحية متنوعة.

وقد أدركت مديرية السياحة لولاية خنشلة أهمية التحول الرقمي في تنشيط الحركة السياحية، فشرعت في تنفيذ عدد من المبادرات الرامية إلى رقمنة المعلومات السياحية، وتسهيل الوصول إليها عبر منصات إلكترونية، إلى جانب دعم الفاعلين المحليين في استخدام أدوات التسويق الرقمي، والعمل على تطوير البنية التحتية الرقمية التي تواكب تطلعات السياح المحليين والأجانب.

أولا: طرح الإشكالية

مما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

كيف يساهم التحول الرقمي في تحقيق التنمية السياحية بولاية خنشلة؟

وهذا السؤال الرئيسي ينقسم إلى جملة من الأسئلة الفرعية نوردها كما يلي:

1. هل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التنمية السياحية واستخدام التقنيات الرقمية؟
2. هل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التنمية السياحية والاستراتيجية الرقمية؟
3. هل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التنمية السياحية ورقمنة العملاء وعلاقاتهم؟
4. هل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التنمية السياحية وثقافة المنظمة والأفراد؟

ثانيا: فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية: التحول الرقمي يساهم بشكل إيجابي في تحقيق التنمية السياحية في ولاية خنشلة.

الفرضية الأولى: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التنمية السياحية واستخدام التقنيات الرقمية.

الفرضية الثانية: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التنمية السياحية والاستراتيجية الرقمية.

الفرضية الثالثة: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التنمية السياحية والاستراتيجية الرقمية.

الفرضية الرابعة: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التنمية السياحية وثقافة المنظمة والافراد.

ثالثا: أسباب اختيار الموضوع

1. الرغبة في معرفة واقع السياحة بولاية خنشلة، وتحديد أهم محطاتها؛
2. وجود إمكانيات سياحية في ولاية خنشلة هائلة، إلا أنها ليست ولاية سياحية، الرغبة في الكشف عن الأسباب؛
3. قلة الدراسات الرابطة بين تنمية السياحة والتحول الرقمي؛
4. الرغبة في الاطلاع على الجانب النظري للتحول الرقمي؛
5. التغيرات والتطورات التكنولوجية وكيف تساهم في القطاع السياحي.

رابعا: أهمية الموضوع

يمكن إبراز أهمية الدراسة من خلال النقاط التالية:

1. تعود أهمية الموضوع إلى أهمية المتغيرات في حد ذاتها، فالتحول الرقمي بات أمر ضروري في جل المجالات، وكذا التنمية السياحية موضوع جد مهم؛
2. اعتبار السياحة وتنميتها أحد أهم القطاعات التي لها تأثير كبير على اقتصاديات الدول؛
3. موضوع مناقشة التنمية السياحية له أهمية كبيرة، حيث أصبحت نهجا وأسلوبا لأغلب الدول؛
4. التحول الرقمي أصبح أسلوب تعتمده كل الإدارات، لاعتباره مقدمة للإدارة الرقمية؛
5. تأثير التحول الرقمي على النشاط السياحي في مديرية خنشلة.

خامسا: أهداف الموضوع

1. تحليل دور التحول الرقمي في دعم التنمية السياحية بولاية خنشلة؛
2. قياس العلاقة بين استخدام التقنيات الرقمية والتنمية السياحية؛
3. دراسة أثر الاستراتيجيات الرقمية على تنشيط الحركة السياحية في ولاية خنشلة؛
4. استكشاف مدى تأثير رقمنة العلاقة مع العملاء والسياح في تحقيق التنمية السياحية؛
5. تحليل دور ثقافة المنظمة والأفراد في تبني التحول الرقمي داخل مديرية السياحة؛
6. تحديد التحديات والمعوقات التي تواجه رقمنة القطاع السياحي في ولاية خنشلة؛

سادسا: حدود الدراسة

الحدود المكانية: مديرية السياحة لولاية خنشلة

الحدود الزمانية:03 أفريل -23 افريل 2025.

سابعا: منهج الدراسة

بغية تحقيق الأهداف المنشودة من هذه الدراسة، وبغية الوصول إلى النتائج المراد الوصول إليها، قمنا باستخدام مختلف الأساليب والطرق لتوضيح ما إذا كانت هناك علاقة بين التنمية السياحية والتحول الرقمي بصفة عامة، وفي مديرية السياحة لولاية خنشلة بصفة خاصة، ومن أجل معالجة إشكالية الدراسة اعتمدنا المنهج الوصفي في الجانب النظري حيث أننا نرى أنه الأسلوب الأنسب لإبراز المفاهيم النظرية المتعلقة بمتغيرات الدراسة (التنمية السياحية، والتحول الرقمي)، واعتمدنا على المنهج التحليلي في الجانب التطبيقي لتحليل البيانات والمعلومات لإظهار تبني المديرية للتحول الرقمي، وما إذا كان يساهم في التنمية السياحية.

ثامنا: الدراسات السابقة

1. دراسة درناني إيمان، **دور المعاملات الرقمية وتطبيقات الدفع الإلكتروني في تنمية السياحة بالجزائر،** الملتقى الدولي الافتراضي: البيانات الضخمة والاقتصاد الرقمي كآلية لتحقيق الإقلاع الاقتصادي في الدول النامية " الفرص، التحديات والأفاق"، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2022.

تهدف الدراسة إلى إبراز أهمية إدخال المعلومات الرقمية وتقنيات الاتصال لتحفيز قطاع السياحة في الجزائر، خصوصًا في ظل وجود توجه جاد من قبل صانعي القرار في هذا القطاع لتبني نظم التكنولوجيا الرقمية في الترويج السياحي، كما تسعى الدراسة لمواكبة آخر التطورات التكنولوجية في مجال المعلومات الرقمية، بالتوازي مع إصدار قوانين التجارة الإلكترونية وقوانين الاتصالات والبريد التي تم تكييفها بما يتناسب مع هذه المستجدات، بالإضافة إلى

استعراض ما تقدمه مؤسسة اتصالات الجزائر من خدمات في هذا الإطار، مما يساهم في تطوير وعصرنة قطاع السياحة في البلاد.

2. دراسة محسن إيهاب، بلحيمر براهيم، **التحول الرقمي للقطاع السياحي في الجزائر**، مجلة البصائر للبحوث في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المجلد02، العدد01، 2023.

تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على واقع التحول الرقمي في القطاع السياحي الجزائري، حيث تهدف إلى إبراز العلاقة القائمة بين السياحة والاتصال الرقمي واستراتيجياته المتنوعة، بالإضافة إلى استعراض الوضع الحالي للسياحة الرقمية في الجزائر، وفهم بوادر نشأتها وتطورها، من خلال الاعتماد على المنهج الوصفي لتحليل هذه الظاهرة.

ورغم الجهود التي تبذلتها الدولة الجزائرية عبر وضع خطط واستراتيجيات واستثمارها في تطوير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، إلا أن عملية التحول الرقمي في القطاع السياحي لا تزال تواجه تحديات، وما زالت بعيدة عن تحقيق الأهداف المرجوة منها.

3. دراسة زمورة جمال، **دور التحول الرقمي في تحسين أداء المنظمات العمومية**، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2023-2024.

تناولت هذه **الدراسة** دور التحول الرقمي في تحسين أداء منظمات القطاع العمومي، مع التركيز على قطاع الصحة العمومية في الجزائر، الذي يعاني من تحديات كبيرة مثل ضعف الوصول إلى الرعاية الصحية وتفاوت جودة الخدمات وسوء إدارة الموارد، وقد قام الباحث باختيار ولاية باتنة كمجال للدراسة الميدانية، باستخدام منهجية مختلطة جمعت بين التحليل الكمي) باستخدام برنامج (SPSS والتحليل النوعي) باستخدام(NVivo ، من خلال مقابلات ميدانية وملاحظات داخل المرافق الصحية.

كما تهدف الأطروحة إلى تحليل كيف يمكن للتحول الرقمي، كعملية دمج للتكنولوجيا الرقمية في جميع جوانب المنظمة، أن يسهم في تعزيز الأداء المؤسسي. وقد بينت النتائج أن التحول الرقمي يوفر فرصًا مهمة لتحسين جودة الخدمات الصحية، كفاءتها، وإمكانية الوصول إليها، كما يواجه في المقابل تحديات تتعلق بالبنية التحتية، والثقافة التنظيمية، والمهارات الرقمية، وأمن المعلومات.

4. دراسة بوعبد الله حسان، **التحول الرقمي وأثره على النمو الاقتصادي لدول المغرب العربي**، أطروحة دكتوراه في اقتصاد كمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2024-2025.

تهدف هذه الدراسة إلى قياس الأثر المباشر وغير المباشر للتحول الرقمي على النمو الاقتصادي في دول المغرب العربي، وذلك خلال الفترة الممتدة من عام 1990 إلى عام 2020. ولتحقيق هذا الهدف، تم توظيف منهج بيانات السلاسل الزمنية المقطعية (Panel Data) لما يوفره من دقة في تحليل التغيرات عبر الزمن وبين الدول.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج المهمة، أبرزها وجود تأثير مباشر موجب للتحول الرقمي على النمو الاقتصادي في دول المغرب العربي، حيث أظهرت النتائج أن ارتفاع مؤشر التحول الرقمي بمقدار 10 وحدات يؤدي إلى زيادة معدل النمو الاقتصادي بنسبة 0.31.%

وعلاوة على التأثير المباشر، كشفت الدراسة عن وجود تأثير غير مباشر للتحول الرقمي على النمو الاقتصادي من خلال عدة قنوات، حيث يغلب على هذا التأثير الطابع الإيجابي. ويختلف هذا الأثر باختلاف القنوات التي يمر عبرها، ومن أهمها: الاستثمار، التنمية البشرية، الصادرات، البطالة، الدخل – الاستهلاك، الدخل – التنمية البشرية، الدخل – البطالة، الاستهلاك – الصادرات، والبطالة – التنمية البشرية.

الفجوة البحثية:

رغم تنوع الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين التحول الرقمي وقطاعات مختلفة كالسياحة، الصحة، والاقتصاد، إلا أن هناك فجوة معرفية واضحة تتمثل في:

1. ركزت الدراسات السابقة على أثر التحول الرقمي في ترويج السياحة أو تحليل واقع السياحة الرقمية فقط (مثل دراستي درناني إيمان ومحسن إيهاب؛ ولم تتناول أي من الدراسات العلاقة الشمولية والمترابطة بين التحول الرقمي وأبعاد التنمية السياحية الأربعة (الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، السياسية) كما فعلت دراستنا الحالية؛
2. دراستنا الحالية تميزت بتفصيل ابعاد التحول الرقمي: (استخدام التقنيات، الاستراتيجية، القدرة التنبؤية، رقمنة العملاء، الثقافة التنظيمية)، وهو أمر لم يتم تحليله بهذا الشكل الدقيق في الدراسات السابقة.
3. معظم البحوث تناولت التحول الرقمي كعامل منفصل دون الربط المنهجي بينه وبين أبعاد التنمية في القطاع السياحي؛
4. دراستنا الحالية هي من الدراسات القليلة التي تجمع بين البعدين وتربطهما في إطار تنموي شامل.

تاسعا: هيكل الدراسة

تم تقسيم الدراسة إلى ثلاث فصول كما يلي:

الفصل الأول بعنوان الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية، تم فيه التطرق إلى مفاهيم حول السياحة، انطلاقا من اساسيات حول السياحة ، أنواع وابعاد السياحة، والسياحة الحديثة ومكوناتها، كما تطرقنا إلى الإطار النظري للتنمية السياحية من خلال عرض مفهوم ومراحل التنمية السياحية، عناصر وأشكال التنمية السياحية، وعوامل نجاح التنمية وأهدافها، أيضا تطرقنا إلى واقع قطاع السياحة في الجزائر، انطلاقا من عرض مقومات السياحة في الجزائر، استراتيجيات التنمية السياحية في الجزائر، والسياحية في الجزائر وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

أما الفصل الثاني كان عنوانه الإطار النظري للتحول الرقمي، والذي حاولنا فيه الإلمام بماهية التحول الرقمي، فقدمنا مفهوم وخصائص التحول الرقمي، بالإضافة على اشكال واهداف التحول الرقمي، وسائل ومتطلبات التحول الرقمي، اما ومرتكزات التحول الرقمي، فعرضنا فيها الخطوات الأساسية للتحول الرقمي ومختلف ابعاده ، وكذا تحديات ومعوقات التحول الرقمي، وفي الأخير عرضنا التحول الرقمي في القطاع السياحي، من خلال هذه العناصر: الفوائد التي يحققها التحول الرقمي في قطاع السياحة، أبرز تقنيات التحول الرقمي في قطاع السياحة، خطط رقمنة قطاع السياحة في الجزائر.

لنصل إلى الجانب التطبيقي، فكانت الدراسة الميدانية بمديرية السياحة لولاية خنشلة، من خلالها قمنا بدراسة تحليلية لسياحة في ولاية خنشلة فعرضنا المقومات السياحية لها، الحركة السياحية للوافدين لولاية خنشلة، واهم المشاريع السياحية في ولاية خنشلة، ثم قدمنا مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية خنشلة، من خلال التعريف بها، تحليل الهيكل التنظيمي للمديرية، استراتيجية المديرية لتنمية و ترقية السياحة بالولاية، وفي الأخير عرض النتائج وتحليلها، بدايتا من الإطار المنهجي للدراسة، إلى عرض النتائج وتحليلها، ودراسة الارتباط بين المتغيرين.

الفصل الأول

الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية

تمهيد:

تعتبر السياحة من القطاعات الاقتصادية الحيوية التي تلعب دورًا مهمًا في تنمية العديد من البلدان حول العالم، حيث تساهم في توفير فرص العمل، زيادة العوائد الاقتصادية، وتعزيز التبادل الثقافي بين الشعوب، يهدف هذا الفصل إلى تسليط الضوء على مفهوم السياحة وتطورها، بالإضافة إلى استعراض الإطار النظري المتعلق بالتنمية السياحية، مع التركيز على واقع قطاع السياحة في الجزائر.

سنحاول الإلمام بأساسية السياحة، حيث نوضح أساسيات هذا القطاع وأبعاده المتعددة، بما في ذلك السياحة الحديثة التي تشهد تطورات كبيرة في مكوناتها وأدواتها، بالإضافة للإطار النظري للتنمية السياحية من خلال دراسة مفهومها، مراحلها، والعوامل التي تؤثر في نجاحها، وسنركز على واقع السياحة في الجزائر، من خلال تحليل مقومات القطاع السياحي في البلاد، استراتيجيات التنمية السياحية المتبعة، وأهم المشاريع السياحية التي تساهم في تعزيز هذا القطاع، وهذا وفق النقاط التالية:

- **مفاهيم حول السياحة؛**
- **الإطار النظري للتنمية السياحية؛**
- **واقع قطاع السياحة في الجزائر.**

المبحث الأول: مفاهيم حول السياحة

تعد السياحة من الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية التي تتجاوز حدود الترفيه لتشكل أحد المحركات الأساسية للتنمية المستدامة في العديد من البلدان، من خلال هذا المبحث سنحاول الإلمام بأهمية السياحة من خلال استعراض جوانبها الأساسية وتعريفاتها المتنوعة، حيث نبدأ بتوضيح الأساسيات المتعلقة بهذا القطاع الحيوي الذي يشمل تنقل الأفراد والأنشطة المرتبطة به، كما نعرض في هذا المبحث أنواع السياحة المتعددة، مع تسليط الضوء على أبعادها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية.

كما سنتطرق للسياحة الحديثة التي تميزت بتطوراتها السريعة في ظل التقدم التكنولوجي وتغير أنماط الحياة، مما أدى إلى ظهور مكونات جديدة لهذا النوع من السياحة تشمل السياحة الرقمية، والسياحة الذكية، وغيرها من الاتجاهات التي أثرت في صناعة السياحة على مستوى عالمي.

المطلب الأول: أساسيات حول السياحة

من خلال هذا المطلب سنحاول الإلمام بأساسيات السياحة، من خلال إعطاء تعريف للسياحة، ومن خلاله نستخلص اهم خصائصها، وكذا سنتطرق إلى أهمية السياحة.

أولا: تعريف السياحة

تعرف السياحة على أنها:" مجموعة من النشاطات التي يقوم بها الأفراد خلال السفر والانتقال إلى الأماكن خارج محيطهم المعتاد بغرض الراحة أو لأغراض أخرى".[1]

كما تعرف أيضا: " مجموع العلاقات والأعمال الناتجة عن التنقل وأيام الإقامة للأشخاص وذلك خارج أماكن إقامتهم المعتادة، بحيث أن هذه التنقلات وأيام الإقامة لا تكون بغرض الكسب مهما كان".[2]

تعرف أيضا على أنها: "المجموع الكلي للعلاقات والظواهر الطبيعية التي تنتج من إقامة السائحين بشرط أن لا تؤدي إلى إقامة دائمة أو ممارسة أي نوع من العمل سواء كان عملا دائما أو عملا مؤقتا".[3]

---

[1]- هاجر سعدي، لامية لعلام، **دور التنمية السياحية المستدامة في ترقية السياحة الصحراوية في الجزائر**، مجلة التنمية الاقتصادية، دون مجلد، العدد01، 2016، ص75.

[2]- نعيمي حكيمة، **استراتيجية تطوير وتنمية القطاع السياحي في الجزائر خلال الفترة 2000-2018**، الإمكانيات والتحديات، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد إبن باديس، مستغانم، الجزائر، 2019-2020، ص04.

[3]- شيتر علال، **دور قطاع النقل في تحقيق التنمية السياحية**، دراسة حالة الجزائر، رسالة ماجستير في اقتصاد الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر03، الجزائر، 2014-2015، ص34.

وتعرف على أنها: "مجموعة الأنشطة الحضارية والاقتصادية والتنظيمية الخاصة بانتقال الأفراد إلى بلاد غير إقامتهم لمدة لا تقل عن 24 ساعة لأي غرض كان ما عدا العمل الذي يدفع أجره داخل البلد المزار".[1]

إذا من التعاريف السابقة يمكن القول أن السياحة هي مجموعة الأنشطة والعلاقات التي يقوم بها الأفراد أثناء سفرهم وانتقالهم إلى أماكن خارج محيطهم المعتاد بغرض الراحة أو لأغراض أخرى، دون أن تشمل التنقلات أو الإقامة بهدف العمل أو الكسب، بحيث لا تؤدي إلى إقامة دائمة أو ممارسة أي نوع من العمل داخل المكان المزار.

ثانيا: خصائص السياحة

يتميز النشاط السياحي بمجموعة من الخصائص يميزه عن باقي النشاطات الأخرى:[2]

1. **المنتج السياحي منتج مركب:** فهو مزيج متكون من عناصر متعددة تتكامل مع بعضها البعض لتشكل منتجا سياحي، فهو عبارة عن عناصر الجذب الطبيعة (ظروف جغرافية مناخية، بيئية)، عوامل جذب تاريخية، حضارية دينية وثقافية إلى جانب البنى التحتية والفوقية الأساسية كالمطارات والطرق وأماكن الإقامة (الفنادق، القرى السياحية) وخدمات متنوعة كخدمات المطاعم والنقل وأماكن الترفيه ومنشآت لخدمة السياح (مكاتب السفر والبنوك)، كما يتضمن هذا المنتج درجة الوعي السياحي لدى مواطني المقصد السياحي الذي يتجلى في حسن التعامل والضيافة، إن وجود أي خلل في أحد هذه العناصر يؤثر في الصورة النهائية للمنتج السياحي، الأمر الذي يؤدي إلى انخفاض التدفق السياحي إلى البلد المضيف.
2. **السياحة صادرات غير منظورة:** تمثل السياحة عرضا للخدمات وليست سلعة يمكن نقلها من مكان إلى آخر، حيث يأتي الزبون بنفسه للحصول عليها، وبالتالي فإن الدول المصدرة للمنتج السياحي لا تتحمل نفقات النقل على غرار السلع الأخرى؛
3. **كيفية بيع المنتج السياحي:** إن المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي (العوامل الطبيعية، التاريخية، الأثرية...) لا يباع إلا من خلال السياحة، فهذه المغريات لا تدر عائدا بطبيعتها إلا إذا بيعت في شكل

---

[1]- خليفة تركية، **التنمية السياحية المستدامة واستراتيجية ترقيتها بالجزائر**، المجلة العربية للآداب والدراسات الإنسانية، دون مجلد، العدد05، أكتوبر 2018، ص03.

[2]- حواسني صليحة، **التطورات الجديدة في التسويق السياحي ودورها في خلق الجيوسياحة**، دراسة حالة مديرية السياحة والصناعة التقليدية، لولاية عين الدفلى، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2013-20214، ص73.

منتوج سياحي الذي لا يباع إلا بوجود سلع وخدمات مساعدة، تعد تسهيلات يجب أن تتوفر جنبا إلى جنب معها. تتمثل هذه المغريات في أربع مشروعات هي:[1]

مشروعات البنية الأساسية: كشبكات الطرق والخدمات المرفقة ووسائل الاتصال وتوفر أمن السياحي؛

منشآت الإقامة كالفنادق والمخيمات والقرى السياحية؛

مشروعات النقل السياحي البري والبحري والجوي؛

المنشآت السياحية الترويحية كدور التسلية والترفيه ومجال بيع التذاكر والهدايا والسلع السياحية.

4. **السياحة الدولية منتج تصديري**: يتعرض المنتج السياحي في بعض الأحوال إلى درجة من عدم الاستقرار لأنه يتعلق بتأثيرات القوى الخارجية ومرونة عالية لكل من السعر والدخل، بالإضافة إلى مشكلة الموسمية.

5. **تأثيرات القوى الخارجية**: قد تتعرض السياحة الدولية لتأثيرات من خارج الدولة كوجود اضطرابات سياسية أو تغيرات في أسعار صرف العملات والتغيرات المناخية غير المنتظرة وقرارات الدول بالرقابة على النقد وتحديد حجم النقد الذي يسمح به للسائحين للخروج به.

6. **المرونة العالية**: تتميز السياحة بمرونة عالية لكل من السعر والدخل، ما يعني أن القرارات السياحية يمكن أن تتأثر كثيرا بالتقلبات القليلة في الأسعار والدخول. تقاس المرونة السعرية بالتغير النسبي في الطلب السياحي لدولة ما نتيجة التغير النسبي لسعر المنتج السياحي لذات الدولة.

7. **مشكلة الموسمية**: إن النشاط السياحي في غالبيته موسمي، نتيجة لعوامل أهمها تركز العطل المدرسية والعطل في المنظمات الاقتصادية وغيرها في موسم معين، كما أن العوامل المناخية والجغرافية في كل من الدول المصدرة والمستقبلة للسياح تدعو إلى هذه الظاهرة، فمن الواضح أن سياحة العطل التي تمثل قدرا كبيرا من النشاط السياحي هي التي تدعم هذه الظاهرة، أما الأشكال الأخرى للنشاط السياحي (سياحة الأعمال المؤتمرات... الخ) فلا تكون لها علاقة بالموسمية.

8. **عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين أو النقل من مكان إلى آخر**: كما هو الحال في العديد من الصناعات التي تصلح منتجاتها للتخزين لفترات زمنية معينة، بما يتفق وحجم العرض والأسعار، خاصة أن الطلب السياحي يتصف بالموسمية، مما يؤدي إلى عدم ثبات مستويات التشغيل في القطاع السياحي، لهذا السبب، تسعى المنظمات السياحية إلى تحقيق أرباح كافية خلال فترة الذروة وادخار جزء من العائد لمواجهة التراجع خلال باقي السنة، هذا وقد بذلت عدة محاولات للتخفيف من مشكلة الموسمية في السياحة، أهمها:[2]

---

[1]- عامر عيساني، **الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر**، أطروحة دكتوراه في تسيير المؤسسات، كية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2009-2010، ص20.

[2]- حواسني صليحة، مرجع سبق ذكره، ص74.

إطالة موسم الإجازات توسيعا لفترة النشاط الموسمي السياحي من خلال تعديل التوزيع الزمني للطلب السياحي، كأن توزع مواعيد العطل بحيث تكون متعاقبة؛

تقرير عطل مدفوعة الأجر مرتين أو أكثر في السنة وهو إتجاه قوي في الدول المتقدمة ذات الدخل الفردي المرتفع والتي يسود فيها شتاء طويل وقاس كالدول الاسكندينافية، كندا والولايات المتحدة الأمريكية؛

تخفيض الأسعار في غير فترات الذروة لإيجاد نوع جديد من الطلب تحفزه الأسعار.

9. **المنتج السياحي عرض جامد (غير مرن):** يصعب استغلال المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي في غير مجال السياحة على الأقل في الفترة القصيرة، بالإضافة إلى أن عرض ذات المنتج ليس من السهل تغييره طبقا لتغير أذواق السياح وتفضيلاتهم، ما يجعل عملية تسويقه تختلف عن تسويق المنتجات التقليدية التي يتغير عرضها وفقا لتعديل خط الإنتاج من حين لآخر ليلائم مطالب السوق.

وللعرض السياحي خمسة خصائص أساسية هي:[1]

أ. عدم القدرة على تغيير المكونات الأساسية للعرض السياحي، ولكن من الممكن تطوير وتحسين الخدمات السياحية المرتبطة بكل عنصر من عناصره الرئيسية؛

ب. العرض السياحي يمثل سلعة غير ملموسة، بعكس السلع المادية الأخرى التي يمكن تمييزها بوحدات القياس المختلفة؛

ت. العرض السياحي قليل المرونة لأنه لا يتأثر بسهولة بالتغيرات الأخرى مثل حركة السائحين أو الليالي السياحية أو سعر السلعة السياحية؛

ث. العرض السياحي عناصره مستقلة عن بعضها البعض وغير متداخلة؛

ج السلعة السياحية لا تنتقل إلى مستهلكها ولكن المستهلك هو الذي ينتقل إليها لاستخدامها أو استهلاك الخدمات الخاصة بها.

ثالثا: أهمية السياحة

أصبحت السياحة من أهم الظواهر المميزة لعصرنا الحاضر نظرا لما تتمتع به من أهمية في جوانب عديدة منها:[2]

[1]– طهراوي زهرة، **أهمية النقل ودوره في التنمية السياحية بالجزائر**، رسالة ماجستير في اقتصاد الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،

[2]– زين العابدين معو، **واقع مساهمة قطاع السياحة في التنمية الاقتصادية بالجزائر، قراءة في الاستراتيجيات المتبعة والنتائج المحققة**، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، المجلد 09، العدد02، جويلية 2020، ص40.

1. الأهمية الاقتصادية:

يؤثر رواج السياحة بشكل مباشر على رواج الاقتصاد ورواج الصناعات والأنشطة المرتبطة بها، إذ يؤدي إلى انتقال الأموال من جيوب السائحين إلى جيوب أصحاب هذه الخدمات والسلع والمنشغلين بها، فيتفرع عن هذا الانتقال للأموال سلسلة أخرى من الإنفاق ولا شك أنه كلما زاد تدفق حجم الحركة السياحية زاد الإنفاق العام على السلع الاستهلاكية وبالتالي إلى ارتفاع معدلات الادخار مما ينشط هذه الصناعات والخدمات المتصلة بقطاع السياحة (مباشرة، غير مباشرة)، فيتولد عن ذلك الإنفاق اتساع نطاق العمل في هذه الصناعات والخدمات المرتبطة بها.

تؤدي السياحة دورا مهما في تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتعد من القطاعات المهمة التي توفر عائدات سريعة للاستثمار مع تكلفة أقل؛

تعتبر السياحة أحد مصادر الدخل الوطني من خلال مشاركتها في توفير قدر من العملات الأجنبية اللازمة لعمليات التنمية، وذلك من خلال مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة والمدفوعات التي تحصل عليها الدول مقابل منح تأشيرات الدخول كما وتلعب دورا مهما في تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتعد من القطاعات المهمة التي توفر عائدات سريعة للاستثمار مع تكلفة أقل.

كما تساهم السياحة في توفير جزء من النقد الأجنبي الناتج عن السياحة كما في الآتي:[1]

أ. مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة؛

ب. المدفوعات السياحية التي تحصل عليها الدولة مقابل منح تأشيرات الدخول للبلاد؛

ج. فروقات تحويل العملية؛

د. الانفاق اليومي للسائح مقابل الخدمات السياحية، بالإضافة إلى الانفاق على الطلب على السلع الإنتاجية والخدمات لقطاعات اقتصادية أخرى.

2. الأهمية الاجتماعية:

تكمن أهمية قطاع السياحة من الناحية الاجتماعية في:[2]

أ. زيادة الوعي الثقافي والاجتماعي بمختلف عادات وشعوب الطرف الآخر (السياح)؛

ب. زيادة اهتمام الشعوب المضيفة بعادات وقيم أجدادها وأباءها والحفاظ عليها من الزوال والاضمحلال؛

ج. رفع مستوى الشعور بالانتماء الوطني من خلال التبادل الثقافي والحضاري؛

---

[1]–وشاش فؤاد، سماعيني نسيبة، **مساهمة السياحة في تفعيل أبعاد التنمية المستدامة**، مجلة المقار للدراسات الاقتصادية، دون مجلد، العدد الرابع، جوان2019، ص58.

[2]– زين العابدين معو، مرجع سبق ذكره، ص40.

د. تحسين نمط حياة الأفراد وتحسين مستوى معيشتهم مما يخلق التوازن الاجتماعي؛

هـ. تؤدي السياحة إلى تنمية عدد كبير من الخدمات المتكاملة وكثيفة العمالة بمختلف مستوياتها وبالتالي القضاء على البطالة وما ينجر عنها من آفات اجتماعية خطير.

3. الأهمية الثقافية

أ. تعمل السياحة على تنمية الوعي الثقافي لدى المواطنين؛

ب. توفر التمويل اللازم للحفاظ وصون التراث للمباني والمواقع الأثرية والتاريخية؛

ج. تعمل على تنمية عملية تبادل الثقافات والخبرات والمعلومات بين السائح والمجتمع المضيف (الحوار بين الحضارات).

4. الأهمية البيئية:

أ. المحافظة على العناصر البيئية المختلفة لتحقيق تنمية سياحية مستدامة؛

ب. تحقيق إدارة جيدة للنفايات للتخلص منها بشكل عملي سليم.

5. الأهمية السياسية:

للسياحة أهمية سياسية حيث تساهم في:

أ. السياحة تؤدي إلى تحسين العلاقات بين الدول؛

ب. النتائج الإيجابية للسياحة على المستوى الاقتصادي والاجتماعي تساهم في حل الكثير من المشكلات السياسية؛

ج. تعمل على تحقيق الحوار ومعرفة الآخر وتساعد على التفاهم بين شعوب الدول المختلفة، ونشر مبادئ السلام العالمي؛

د. تساعد على تدعيم أواصر الصداقة بين شعوب دول العالم من خلال العلاقات الودية التي تنشأ بينها.

المطلب الثاني: أنواع وابعاد السياحة

من خلال هذا المطلب سنحاول الإلمام بمختلف أنواع السياحة، بالإضافة إلى ذلك سنعرض أبعاد السياحة.

أولا: أنواع السياحة

تتعدد أنواع السياحة وتختلف على حسب الرغبات والاحتياجات، حيث يمكن تصنيف أنواع عديدة من السياحة وفقا للعديد من الأسس، ويختلف التقسيم والتصنيف من دولة لأخرى، ومن أهمها ما يلي:

1. السيـــــاحة حسب الهدف أو الغاية

حسب الهدف من الرحلة السياحية هناك أنواع عديدة من السياحة هي:[1]

[1]- بوعشاش سامية، **السياحة البيئية في المناطق الجبلية، حالة جبال تيكجدة بولاية البويرة** – الجزائر–، رسالة ماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2012-2013، ص09.

أ. **السياحة الترفيهية**

هذا النوع من السياحة تكون الزيارة فيه من أجل قضاء العطل والإجازات في أماكن تتميز بمناظرها الطبيعية الجميلة والهادئة وجمال شواطئها وصحاريها، حيث يعرفها المختصون على أنها تغيير مكان الإقامة من أجل الاستمتاع والترفيه عن النفس وليس لغرض آخر، ويمكن أن يتخللها ممارسة الهوايات المختلفة، كالصيد والتزحلق على الثلج والغوص.... الخ؛

ب. السياحة الثقافية

السياحة الثقافية تكون الزيارة فيها للأماكن الأثرية المشهورة بآثارها القديمة من مختلف الحضارات، السائح من خلالها يهدف إلى تنمية معارفه الثقافية والتعرف على الحضارات القديمة، وزيارة المناطق الأثرية ذات الماضي والتاريخ الهام.

هذا النوع من السياحة تهتم به فئة معينة من السياح الذين لديهم الرغبة في المعرفة وزيادة معلوماتهم التاريخية والحضارية كذلك التمتع بالتراث القديم للبشرية من خلال زيارة المتاحف والمعابد ومختلف المناطق التاريخية والأثرية؛

ج. **السياحة العلاجية**

تكون الزيارة فيها من أجل العلاج الجسمي والنفسي وأمراض أخرى، وتمارس بهدف الشفاء التام أو التخفيف من الآلام والأوجاع وهي تنقسم إلى:

1. **السياحة العلاجية المناخية:** يتم العلاج في هذه الحالة عن طريق المناخ، مثلا هناك بعض الأمراض تعالج في الجبال والبعض الآخر في البحار .... الخ؛
2. **السياحة العلاجية المعدنية:** السياحة المعدنية تأخذ شكل السياحة الصحية الأكثر انتشارا، لكن التقاليد المنتشرة في هذا الميدان تجعلها تتجاوز هذا الإطار تماما حيث أنها تعتبر كإحدى وسائل التسلية والراحة.

د. السياحة الرياضية

الزيارة فيها تكون قصد ممارسة الرياضة وتقسم إلى نوعين سالبة وموجبة، السياحة الرياضية الموجبة تعني السفر والإقامة من أجل المشاركة الفعلية في المباريات الرياضية ويضم هذا النوع جميع أنواع الرياضات المعروفة، أما السياحة الرياضية السالبة فتتمثل في السفر والإقامة من أجل مشاهدة المباريات والمشاركة في الاحتفالات الرياضية؛[1]

[1] – بوعشاش سامية، مرجع سابق، ص09.

هـ. **سياحة الأعمال**

هذا النوع من السياحة يتعلق بتنقل الأفراد لأسباب مهنية ولو أنه يوجد جدال كبير حول الطابع السياحي لهذا النوع، إلا أنّ المنظمة العالمية للسياحة أخذت به واعتمدته، ويشمل هذا النوع كل من سياحة المؤتمرات والملتقيات والندوات وسياحة المهمات... الخ.

و. **السياحة الدينية**

والهدف منها زيارة الأماكن المقدسة والأضرحة والمساجد والقيام بالشعائر الدينية كالحج والعمرة عند المسلمين والفاتيكان بالنسبة للمسيحيين ونهر الغانج في الهند لبعض الأديان والطوائف، وهي من أقدم أنواع السياحة التي عرفها الإنسان وقد تكون داخل البلد أو خارجه؛[1]

ز. **السياحة الأثرية والتاريخية:**

هي متعة للذهن والفكر وإشباع الحاجات الفكرية والعلمية وحب للتطلع ومعرفة التراث الموجود في مختلف بقاع العلم وكافة الانجازات والحضارات التي تركها الأجيال السابقين مثل الأهرامات في مصر والنقوش الحجرية في الطاسيلي والهقار والآثار الرومانية بالزائر والقصور القديمة وزيارة المتاحف والمكتبات ومختلف البنايات القديمة كالقصبة، وتستقطب هذه السياحة العلماء والمثقفين والباحثين في الآثار والتاريخ بهدف تنمية المعارف العلمية وزيارة التحصيل العلمي والفكري واكتشاف الموروث الحضاري القديم للشعوب؛

ح. **سياحة المؤتمرات والملتقيات والمعارض:** وهي الزيارة التي تقوم بها الشخص بغرض حضور مؤتمر دولي أو وطني أو تجمع سياسي أو اقتصادي بهدف دراسة قضايا عالقة، مثل المشكلات الاقتصادية أو الأمنية، وكذا الملتقيات والندوات الفكرية والعلمية والمهنية، كالشعر والمسرح والسينما، وزيارة المعرض الاقتصادية أو المشاركة فيها بقصد إبرام عقود وصفقات والتعرف على المنتوجات الجديدة والأسعار.

2. **السياحة حسب طريقة التنظيم**

وفقا لهذا المعيار تنقسم السياحة إلى نوعين هما:[2]

أ. **السياحة الفردية:** تكون لما يسافر الأفراد لوحدهم ليقيموا خارج مكان سكنهم الأصلي، وتنقسم إلى نوعين سياحة فردية منظمة وسياحة فردية غير منظمة؛

[1]- دحموني عبد الكريم، **تنمية وتطوير السياحة الصحراوية دراسة حالة تمنراست**، رسالة ماجستير في النظرية الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2006-2007، ص06.

[2]- بوعشاش سامية، مرجع سبق ذكره، ص11.

ب. **السياحة الجماعية:** تكون عندما يسافر السياح مع بعضهم جماعيا ضمن برنامج يشمل جميع الأماكن التي يرغبون في زيارتها ومكان المبيت والطعام وغير ذلك من مستلزمات الرحلة، فهي تنظم ضمن وكالات السياحة والسفر، وتنقسم أيضا إلى قسمين:

سياحة جماعية منظمة وفيها يكون برنامج الرحلة معدًا من قبل الشركات السياحية أو وكالات السفر والسياحة، والتي تحدد كل الخدمات التي ستقدم للسائح مثل أنواع الأكل التي ستقدم ومكان المبيت والأماكن المنوي زيارتها ... الخ.

أما النوع الثاني فيتمثل في سياحة جماعية غير منظمة، حيث تنظم المجموعة الواحدة برنامج الرحلة لوحدها من حيث مدة الإقامة في المناطق السياحية، كذلك ظروف المبيت، أي تكون الرحلة السياحية غير مخطط لها مسبقا حسب برنامج معين.

3. السياحة حسب فترة الإقامة

حسب فترة الإقامة تنقسم السياحة إلى ثلاث أنواع: [1]

أ. **سياحة الأيام:** هذا النوع من السياحة محدود وعادة يستغرق من يومين إلى أسبوع، يقضيها السائح ضمن برنامج معد مسبقا، أي سياحة جماعية أو فردية، وقد تكون في عطلة نهاية الأسبوع أو خلال الأعياد الدينية والقومية أو المناسبات الوطنية والتاريخية؛

ب. **سياحة موسمية:** يرتبط هذا النوع من السياحة بموسم معين، أي إقامة السائح في مكان معين خلال موسم معين، كالإقامة في منطقة ساحلية على الشاطئ في موسم الصيف، أو الانتقال إلى المناطق الجبلية في موسم الثلوج؛

ج. **سياحة عابرة:** هذا النوع من السياحة يكون أثناء العبور من منطقة سياحية والمكوث فيها لمدة معينة، هذا النوع من السياحة يكون مفاجئ وبدون تنظيم أو تخطيط مسبق وهي على نوعين هما:

سياحة عابرة تكون أثناء انتقال السياح بالطرق البرية عن طريق الحافلات السياحية أثناء توجههم إلى بلد معين ثم المرور ببلد آخر وقضاء مدة زمنية فيه؛

سياحة عابرة تحصل أثناء الانتقال بالطائرات ويحصل ذلك أثناء تعطل الطائرة في مطار معين أو وجود إضرابات معينة داخل المطارات. فتقوم الشركات السياحية بتنظيم رحلات سياحية خلال هذه المدة لزيارة الأماكن الأثرية والحضارية والأماكن المهمة في البلد المضيف.

[1]- دحموني عبد الكريم، مرجع سبق ذكره، ص07.

4. السياحة حسب طبيعة الموسم السياحي

الموسم السياحي نقصد به الفترة التي تشهد تدفق السياح نحو المناطق ذات الجذب السياحي، وتختلف من دولة إلى أخرى من حيث المكان والزمان وطبيعة العرض السياحي وخصائصه، فقد يكون هذا العرض خلال سنة، وقد يكون خلال فترة محددة من السنة، وتنقسم السياحة حسب هذا الأساس إلى ثلاث أنواع وهي سياحة المناسبات وسياحة الشتاء وسياحة الصيف.

أ. **سياحة المناسبات:** هي السياحة التي تهدف إلى مشاهدة مناسبات معينة، أو المشاركة فيها، قد تكون مناسبات فنية أو رياضية أو ترويجية أو دينية أو ثقافية، تنشط الحركة السياحية في هذا النوع من السياحة خلال فترة زمنية معينة، وفي الأغلب تكون مدة زمنية قصيرة، وفي إطار جغرافي محدّد؛

ب. **سياحة الشتاء:** سياحة الشتاء هي النشاطات السياحية خلال فصل الشتاء، كالتزلج على الثلوج والانتقال إلى المرتفعات للاستمتاع بالطبيعة البيضاء التي تكسوها الثلوج، حيث تنشط المراكز السياحية كالمنتجعات الجبلية من أجل استقبال السائحين الشتويين، وهذا النوع من السياحة يرتبط بخصائص عناصر المناخ؛

ج. **سياحة الصيف:** هذا النوع من السياحة يرتبط بالشمس والمسطحات المائية، وتنشط في أماكن متعدّدة من العالم خلال فصل الصيف.

5. السياحة حسب وسيلة الانتقال

تنقسم السياحة حسب وسيلة الانتقال إلى ثلاث أنواع وهي:[1]

أ. **السياحة بطريق البر:** يكون الانتقال عن طريق البر، وتكون وسيلة الانتقال بالسيارات والحافلات الخاصة والعامة، كذلك السكك الحديدية؛

ب. **السياحة بحرية أو نهرية:** يكون الانتقال عن طريق المسطحات المائية وتكون وسيلة الانتقال هي البواخر والسفن.

ج. **السياحة بطريق الجو:** يكون الانتقال في هذه الحالة عن طريق الجو وتكون وسيلة الانتقال من مكان الإقامة إلى المكان المقصود بالطائرات المختلفة؛

6. أنواع أخرى

إضافة إلى هذه التقسيمات للسياحة نجد أيضا:[2]

---

[1]- محصول عبدالسلام، **دور السياحة البيئية في تحقيق التنمية المستدامة في الاقتصاديات المغاربية**، دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس، والمغرب، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2013-2014، ص20.

[2]- بوعشاش سامية، مرجع سبق ذكره، ص13.

أ. **السياحة حسب عدد السياح:** وتوجد ثلاثة أنواع من السياحة في هذه الحالة وهي: سياحة الأفراد، سياحة المجموعات الصغيرة وسياحة المجموعات الكبيرة؛

ب. **السياحة حسب السن** والذي يقسم السياحة إلى سياحة الأشبال سياحة الشباب وسياحة متوسطي الأعمار؛

ج. **السياحة وفقا لمستوى الإنفاق:** فنجد السياحة الاجتماعية، سياحة الطبقة المتوسطة وسياحة الأغنياء؛

د. **السياحة حسب الموقع الجغرافي:** فنجد السياحة الداخلية والسياحة الإقليمية والسياحة الدولية.

ثانيا: أبعاد السياحة

أصبحت السياحة من أهم الظواهر المميزة لعصرنا، نظرا لأبعادها المختلفة الاقتصادية الاجتماعية، الثقافية، السياسية.

أ. **البعد الاقتصادي**

يمكن إبرازه من خلال:[1]

1. خلق مناصب شغل تتشابك السياحة مع العديد من القطاعات الأخرى، فالسياحة لها القدرة على توليد مناصب عمل، حيث توظف أكثر من 4 مرات بالنسبة لصناعة السيارات و 10 مرات قطاع البناء، فمثلا فندق ب 50 غرفة (100 سرير) يوظف على الأقل 5 عمال دائمين و 10 عمال موسميين و 10 عمال مؤقتين.

2. تدفق رؤوس الأموال الأجنبية: حيث تساهم السياحة في توفير العملات الأجنبية لتنفيذ خطة التنمية الشاملة، وذلك من خلال مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات السياحية والمدفوعات السيادية المتحصل عليها مقابل منح تأشيرات الدخول للبلاد، وكذا الإنفاق اليومي للسائحين مقابل الخدمات السياحية والإنفاق على الطلب الخاص بالسلع الإنتاجية والخدمات بالنسبة لقطاعات اقتصادية أخرى.

3. تحسين ميزان المدفوعات تساهم السياحة باعتبارها صناعة تصديرية في تحسين ميزان المدفوعات الخاصة بالدولة، وذلك نتيجة تدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستثمرة في المشاريع السياحية الإيرادات السيادية، وخلق استخدامات جديدة للموارد الطبيعية، والمنافع الممكن تحقيقها نتيجة خلق علاقات اقتصادية بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى.

[1]- اعميري خالد، **التنمية السياحية وأثرها على التنمية المستدامة في الجزائر**، أطروحة دكتوراه في اقتصاد التنمية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر03، الجزائر، 2019-2020، ص25.

ب. **البعد الاجتماعي:**

ينظر اليوم إلى السياحة على أنها ضرورة حتمية للإنسان فالتنقل والحركة غريزة إنسانية اجتماعية كغريزة المعرفة والدفاع عن النفس وإلى أخره، والانتقال من المكان الأصلي والرحيل والتجوال والعودة مرة أخرى إلى نفس المكان يعد إحدى الطبائع البشرية، إذ أن كل إنسان يحتاج إلى بعض الوقت ليروح فيه عن نفسه حيث يحتاج إلى التغيير فيبتعد بعض الوقت عن مكان عمليه وإقامته ونمط الحياة التقليدي، سيما في ظل ظروف الحياة العصرية الضاغطة، بالإضافة إلى مجموعة من العوامل الأساسية التي ساهمت بشكل فعال في تنمية السياحة والسياحة العالمية، وهي: ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال (TIC)، كثافة التنقلات والاتصال الجماهيري نمو الثروة الاقتصادية العالمية الاستقرار الاجتماعي السياسي، وفرة وقت الفراغ، هذا وقد لعب تطور وسائل الإشهار والدعاية، وكذلك تنوع المنتوج السياحي وتفعيل وسائل الجذب السياحي، توجه الأفراد إلى الاهتمام أكثر بثقافة الآخر والرغبة في التعرف على الغير، التوجه نحو الاهتمام المتواصل بالبيئة وحمايتها ضمن أهداف التنمية المستدامة.

كما أصبح السفر جزءا عاديا من طبيعة حياة الكثير من الناس، الذين يرصدون بدورهم جزءا غير قليل من موازنات بيوتهم لهذه الغاية، حتى في أوقات الركود الاقتصادي ومنه زاد الاهتمام بتطوير ضمن أبعادها المتعددة والتي تتضمن ، البعد الاجتماعي الذي يركز على مجموعة العلاقات الاجتماعية التي تنشأ بين الأفراد أو بين المجموعات في المناطق السياحية، نتيجة التفاعل الاجتماعي بين هؤلاء الأفراد، مما يساعد على التنمية العقلية والروحية والاجتماعية والنفسية والثقافية للأفراد والجماعات، وفي هذا السياق يؤكد Wall & Mathieson أنه يمكن دراسة المؤثرات الاجتماعية والثقافية للسياحة من ثلاث نواحي، وهي السائح، المضيف والعلاقات المتداخلة بين المضيف والسائح، حيث تعزز هذه العلاقة البعد الاجتماعي في مكون الظاهرة السياحية من خلال:[1]

1. دخول السائح مع السكان المحليين في علاقات اجتماعية، تتخللها أنماط سلوكية متباينة حسب المحتوى الثقافي لكل من السائحين وأبناء البلد المضيف؛
2. تتيح السياحة المجال للاتصال الثقافي بين السواح وأبناء البلد المضيف، مما يترتب عنه غزو سمات ثقافية مادية أو معنوية للبلد المضيف واستعارة بعض عناصر الثقافة القادمة عن طريق السائح؛
3. السياحة تسمح بالتعامل الاجتماعي بين السائح وأبناء الموطن الأصلي، وأثر ذلك في الجذب السياحي لنمط مجتمعي دون آخر.

[1]– عتيقة حرايرية، **الأبعاد الاجتماعية لظاهرة السياحة ومقومات الصناعة السياحية في الجزائر**، مجلة دراسات في علم اجتماع المنظمات، دون مجلد، العدد الخاص بأعمال المؤتمر الدولي الأول للسياحة في الجزائر، مارس 2016، ص67.

كما يساعد تفعيل البعد الاجتماعي في تنشيط السياحة وتسويقها وتنميتها من خلال التعرف على النظم الاجتماعية القائمة وعلاقتها بالأنظمة الاقتصادية والسياسية والقانونية والأخلاقية، بالإضافة إلى العادات والتقاليد السائدة في المجتمع والأسباب التي ساعدت على تكوينها سلوك الأفراد والجماعات من الجنسيات المختلفة، والدوافع ورائها وأهم المشكلات الاجتماعية والعوامل التي تسببت فيها، وهم ما يمكن الاستعانة به عند رسم السياسات ووضع الخطط السياحية لكي تبنى على حقائق وأسس علمية.

ج. **البعد الثقافي:**

تساعد السياحة على انتشار ثقافات الشعوب وحضارات الأمم، كما أنها تعمل على زيادة معرفة الشعوب ببعضها البعض، توطيد العلاقات وتقريب المسافات الثقافية بينهم. كما تعد السياحة أداة للاتصال الفكري والتبادل المعرفي.

د. **البعد السياسي:**

إن للسياحة دورا معتبرا في تحسين العلاقات بين الدول، تساهم نتائجها الايجابية على المستويين الاقتصادي والاجتماعي في حل الكثير من المشاكل السياسية.[1]

أبعاد السياحة حسب المنظمة العالمية للسياحة:

لم تغفل المنظمة العالمية للسياحة البعد الاقتصادي، البشري الاجتماعي والثقافي للسياحة، عند إعداد القانون العالمي لأخلاقيات السياحة في شهر أكتوبر 1999 بسنتياغو (الشيلي)، والذي نص على المبادئ التالية:[2]

1. مساهمة السياحة في التفاهم بين الإنسان والمجتمع والاحترام المتبادل بينهما؛
2. السياحة عامل ازدهار شخصي وجماعي؛
3. السياحة عامل تنمية مستديمة؛
4. السياحة تشغل التراث الثقافي والبشري وتساهم في إثرائه؛
5. السياحة نشاط ذو منفعة للبلد المستقبل؛
6. التزامات الفاعلين في مجال التنمية السياحية؛
7. الحق في السياحة، السياحة للجميع؛
8. حقوق العاملين والمستثمرين في الصناعة السياحية؛

[1]– اعميري خالد، مرجع سبق ذكره، ص26.

[2] – وزاني محمد، **السياحة المستدامة: واقعها وتحدياتها بالنسبة للجزائر، دراسة القطاع السياحي لولاية سعيدة**، رسالة ماجستير في تسويق الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2010-2011، ص43.

9. تطبيق مبادئ القانون العالمي لأخلاقيات السياحة.

المطلب الثالث: أهمية السياحة الحديثة ومكوناتها

من خلال هذا المطلب سنحاول الالمام بأهمية السياحة الحديثة، سواء الأهمية البيئية والعمرانية أو الأهمية الاقتصادية، أو الاجتماعية والثقافية، ومن جهة أخرى سنعرض مكونات هذه السياحة.

أولا: أهمية السياحة الحديثة

تعتبر السياحة من أهم الظواهر المميزة لعصرنا الحاضر لما تتمتع به من أهمية في جوانب عديدة، وتبرز هذه الأهمية في العناصر التالية:

1. **الأهمية البيئية والعمرانية**

تمكنت السياحة من تحقيق استغلال أمثل للموارد الطبيعية وتدفع للمحافظة عليها وعدم إساءة استخدامها، على اعتبار أنها ثروة وطنية.

وكذلك تدفع السياحة النشاطات السياحية إلى تنظيم وتخطيط وتحديث استخدامات الأرض بالشكل الذي يحقق أقصى منفعة مع الاهتمام بالبيئة والبعد الجمالي للمعطيات، سواء كانت طبيعية أم من صنع الإنسان وتبرز هذه الأهمية خاصة من خلال:[1]

أ. **المحافظة على المعطيات العمرانية**: تساعد السياحة في تبرير تكاليف عمليات الحفاظ على المواقع الطبيعية الهامة، كتطوير العمليات الطبيعية وإنشاء الحدائق الوطنية والإقليمية، والبنايات ذات الطابع الجمالي وذلك لكونها عناصر جاذبة للسياح؛

ب. **تحسين نوعية البيئة**: توفر السياحة الحوافز لتنظيف البيئة من خلال مراقبة الهواء، الماء، التلوث ، معالجة النفايات، كما تساهم السياحة في تحسين الصورة الجمالية للبيئة من خلال برامج تنسيق المواقع، والتصاميم الإنشائية المناسبة، استخدام اللوحات التوجيهية وصيانة المباني.

وبالتالي يتبين لنا أن السياحة ظاهرة إنسانية ونشاط اقتصادي اجتماعي يمثل قوة فاعلة ومؤثرة في حياة المجتمع، حيث أنها أصبحت تحتل حيزا لا يستهان به في حياة الأفراد والدولة ككل على حد السواء، وهي مثل أي نشاط اقتصادي وإنساني آخر لها آثارها ونتائجها الإيجابية والسلبية.

[1]- اعميري خالد، مرجع سبق ذكره، ص27.

2. الأهمية الاقتصادية السياحية

تمثل السياحة قطاعا اقتصاديا رئيسيا لضخ العملات الصعبة، وجذب الاستثمارات الأجنبية، كما توفر أعداد لا يستهان بها من فرص العمل، ويمكن من تحقيق استغلال أمثل للموارد الطبيعية والبشرية والحضارية والتاريخية المتاحة لخدمة الاقتصاد والمجتمع، ومن أهم الآثار الاقتصادية للسياحة نجد:

أ. **توفير العملة الصعبة:** إن السياحة تعمل من خلال عائداتها على توفير العملات الصعبة، التي ينجم عنها تحسين مستوى المعيشة ونوعية الحياة للمجتمع المحلي ودعم للتنمية الشاملة على المستوى الوطني والمحلي، حيث أنه في مطلع 2013 قاربت المداخيل السياحية بالعملة الصعبة المتراكمة حوالي 4.6 مليار دولار أمريكي، وعادة ما يتم توفير العملات الصعبة من خلال النشاطات السياحية بعدة طرق وأساليب أهمها:

- الاستثمارات الأجنبية في قطاع السياحة؛
- بالرسوم التي تحصل عليها الدولة المستقبلة على شكل رسوم وضرائب على الاستثمارات السياحية بأنواعها و تأشيرات الدخول؛
- الإنفاق اليومي وإيرادات الفنادق من السياح.

ب. **توفير فرص عمل جديدة:** يعمل إنشاء المشاريع السياحية المباشرة أو المساعدة لها بمختلف أنواعها، أو التوسع في إنشائها رأسيا أو أفقيا، على خلق فرص عمل جديدة سواء كان تمويل هذه المشاريع برأس مال أجنبي أو وطني، مما يؤدي إلى التخفيف من مشكلة البطالة في كثير من الأحيان، ويعمل ولو ببطء على تحسين مستوى الرفاهية الاقتصادية إضافة إلى:

توفير فرص عمل جديدة، وبالتالي زيادة المداخيل الفردية؛

تنشيط قطاعات التعليم والتدريب في مجال المهن السياحية المختلفة، وتوفير فرص عمل كثيرة خاصة للمجتمعات المحلية.

ج. **تحقيق التكامل الرأسي والأفقي بين القطاعات الاقتصادية:** التوسع في إنشاء المشاريع السياحية يرتبط به ظهور مشاريع أخرى جديدة، تمارس نشاطات اقتصادية معينة يزداد عليها الطلب نتيجة نشاط الحركة السياحية وزيادة الطلب السياحي حيث يعمل تطوير وتنشيط قطاع السياحة على إيجاد أنواع متعددة ومختلفة من العلاقات بين القطاعات الاقتصادية الأخرى الكثيرة والمتنوعة ينجم عنها تحقيق عدة منافع اقتصادية مباشرة أو غير مباشرة مثل : [1]

- جذب الاستثمارات الأجنبية؛

[1]- اعميري خالد، مرجع سابق، ص28.

- تشجيع رأس المال الوطني على الاستثمار في مشاريع جديدة؛
- خلق فرص عمل جديدة؛
- استغلال الموارد الطبيعية والبشرية؛
- زيادة إيرادات الدولة وبالتالي القدرة على تمويل المشاريع التنموية.

د. **تحسين وضعية ميزان المدفوعات:** تعمل السياحة (كصناعة تصديرية) على تحسين ميزان المدفوعات بالنسبة للدول المستقبلة للسياح من خلال ما تضخه من عائدات سواء على شكل استثمارات أو ضرائب أو رسوم، وذلك لأن ميزان المدفوعات يعتبر قيدا مزدوجا ينظم كافة المعاملات بين دولة ما وسائر العالم، والسياحة جزء من هذه المعاملات، وهو يتكون من ميزان المعاملات التجارية وحركة رأس المال.

فالدخل السياحي يؤثر على القيمة الصافية للميزان السياحي الذي يؤثر بدوره على النتيجة الصافية للميزان التجاري وهذا الأخير له أثره على ميزان المدفوعات.

هـ. **زيادة القيمة المضافة:** تؤدي جميع المنافع السابقة الذكر إلى تحقيق زيادة ملموسة في القيمة المضافة والتي بدورها تؤدي لزيادة في الناتج الوطني للدولة، بالإضافة إلى أن توزيع المشاريع السياحية على المناطق السياحية المختلفة يعمل على تطويرها وتحسين مستويات المعيشة فيها.

3. الأهمية الاجتماعية والثقافية

تبرز السياحة عمليات المحافظة على التوازن الثقافي في المواقع السياحية، على اعتبار أنها تحافظ على عناصر الجذب السياحي من حيث:[1]

أ. المحافظة على الموروثات التاريخية والثقافية للأنماط المعمارية المعاصرة المميزة؛

ب. إحياء الفنون والمناسبات التقليدية وبعض مظاهر الحياة المحلية؛

ج. تساعد العائدات السياحية مختلف المتاحف والمرافق الثقافية المختلفة مثل المسارح، كذلك تنظيم المهرجانات والمناسبات الثقافية كونها عناصر جذب للسياحة الداخلية والخارجية؛

د. دعم التبادل الثقافي بين المجتمعات السياح والسكان).

بالإضافة إلى أنه من خلال السياحة يمكن تعلم ثقافة مختلف المناطق، وبالتالي يزداد التفاهم المشترك والاحترام وتلاقي القيم والعادات قبولا من الجانبين وتخلق روح الوحدة بين المجتمعات، وتقريب المسافات الثقافية بينهم، إضافة إلى أن السياحة تمكن من معرفة ماضي الشعوب وتاريخها وحماية التراث التاريخي والحضاري للشعوب مما يزيد من حركة الاتصال والتواصل فيما بينها، مما قد يؤدي لتطوير السياحة المحلية في الكثير من دول العالم.

[1]- اعميري خالد، مرجع سابق، ص30.

كما توفر السياحة الحوافز وتساعد على دفع تكاليف المحافظة على المواقع الأثرية والتاريخية، والتي إذا لم يتم الحفاظ عليها ستتعرض للدمار والتدهور، وبالتالي إلى ضياع التراث التاريخي للمنطقة.

ثانيا: مكونات السياحة

تتداخل نشاطات السياحة مع العديد من المجالات وفيما يلي المكونات الأساسية لسياحة التي يجب أخذها بعين الاعتبار في أي عملية تخطيط:

1. **عوامل وعناصر جذب الزوار**: تتضمن العناصر الطبيعية مثل المناخ والتضاريس وشواطئ البحار والأنهار والغابات والمحميات والدوافع البشرية مثلا لمواقع التاريخية والحضرية والأثرية والدينية ومدن الملاهي والألعاب؛
2. **مرافق وخدمات الإيواء والضيافة**: مثل الفنادق والنزل وبيوت الضيافة والمطاعم والاستراحات؛
3. **خدمات مختلفة**: مثل مراكز المعلومات السياحية ووكالات السياحة والسفر، ومراكز صناعة وبيع الحرف اليدوية والبنوك والمراكز الطبية والبريد والشرطة والإدلاء السياحيين؛
4. **خدمات النقل**: تشمل وسائل النقل، على اختلاف أنواعها في المنطقة السياحية؛
5. **خدمات البنية التحتية**: تشمل توفير المياه الصالحة للشرب والطاقة الكهربائية والتخلص من المياه العادمة والفضلات الصلبة، وتوفير شبكة من الطرق والاتصالات؛
6. **عناصر مؤسسية**: تتضمن خطط التسويق وبرامج للسياحة، مثل سن التشريعات والقوانين والهياكل التنظيمية العامة، ودوافع جذب الاستثمار في القطاع السياحي، وبرامج تعليم وتدريب الموظفين في القطاع السياحي.[1]

[1]- اعميري خالد، مرجع سابق، ص31.

المبحث الثاني: الإطار النظري للتنمية السياحية

تعد السياحة من أبرز القطاعات الاقتصادية والاجتماعية التي تساهم في تحقيق التنمية المستدامة، حيث تلعب دورًا حيويًا في تعزيز النمو الاقتصادي، وخلق فرص العمل، وحماية التراث الثقافي والطبيعي، لذا يجب فهم مختلف المراحل التي تمر بها التنمية السياحية وكذا عوامل نجاحها، وهذا ما سيتم عرضه في هذا المبحث من خلال النقاط التالية:

- مفهوم ومراحل التنمية السياحية؛
- عناصر وأشكال التنمية السياحية؛
- عوامل نجاح التنمية وأهدافها.

المطلب الأول: مفهوم ومراحل التنمية السياحية

من خلال هذا المطلب سنعرض مفهوم التنمية السياحية، ومنه نستخلص مجموعة المراحل التي تمر بها التنمية السياحية، وهذا كما يلي:

أولا: مفهوم التنمية السياحية

تعرف التنمية السياحية على أنها:" التنمية السياحية هي عملية ديناميكية تهدف إلى تحقيق استغلال مستدام للموارد، وتوجيه الاستثمارات، وتطوير التكنولوجيا، وإحداث تغييرات مؤسسية بما يضمن التناسق والتكامل بينها، وتهدف هذه العملية إلى تعزيز الترابط بين الحاضر والمستقبل، بما يلبي الاحتياجات الأساسية للسياح"[1].

وتعرف أيضا على انها:" مدى إتساع قاعدة التسهيلات والخدمات لكي تتلاقى مع احتياجات السائحين، أي مختلف الخطط والبرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة والمتوازنة في الموارد السياحية، وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي من خلال التوازن بين المطالب التنافسية والمتعارضة أحيانا مع قاعدة الموارد المحدودة وتعظيم النتائج والآثار الإيجابية للتنمية السياحية مع تقليل النتائج السلبية".[2]

التنمية السياحية هي نقطة التلاقي ما بين احتياجات الزوار والمنطقة المضيفة لهم، مما يؤدي إلى حماية ودعم فرص التطور المستقبلي، حيث يتم إدارة جميع المصادر البيئية بطريقة توفر الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والروحية، ولكنها في الوقت ذاته تحافظ على الواقع الحضاري والتراثي والنمط البيئي الضروري والتنوع الحيوي وجميع

---

[1]- خديجة عزوزي، **التنمية السياحية المستدامة بين الإمكانات والآفاق**، دراسة حالة ولاية قالمة، أطروحة دكتوراه في تجارة دولية وتنمية مستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة08 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2014-2015، ص81.

[2]- بن شلاط مصطفى، الوالي فاطمة، **نماذج الاستراتيجيات السياحية لتحقيق التنمية المستدامة**، مجلة حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد06، العدد02، دون تاريخ، ص59.

مستلزمات الحياة وأنظمتها، عن طريق التركيز على الجوانب النوعية للتنمية، ولاستدامة السياحة كما هو الحال لاستدامة الصناعات الأخرى.[1]

التنمية السياحية هي :" مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة المتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي وهي عملية مركبة ومتشبعة تضم عدة عناصر متصلة ببعضها ومتداخلة، تقوم على محاولة علمية وتطبيقية والوصول إلى الاستغلال الأمثل لعناصر الإنتاج السياحي الأولية في إطار طبيعي وإطار حضاري والمرافق الأساسية العامة والسياحية من خلال التقدم العلمي والتكنولوجي وربط كل ذلك بعناصر البيئة واستخدامات الطاقة المتجددة وتنمية مصادر الثروة البشرية للقيام بدورها المرسوم في برنامج التنمية.[2]

من التعاريف السابقة يمكن أن نستخلص أن التنمية السياحية هي عملية شاملة تهدف إلى استغلال الموارد السياحية بشكل مستدام، وتوجيه الاستثمارات وتطوير التكنولوجيا، مع إحداث تغييرات مؤسسية تضمن التناغم بينها، تركز على تحقيق توازن بين احتياجات الزوار وموارد المنطقة، مع تعزيز الإنتاجية في القطاع السياحي والحفاظ على البيئة والتراث الثقافي، كما تسعى إلى تحقيق الزيادة المستمرة والمتوازنة في الموارد السياحية من خلال برامج استراتيجية تعزز التنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، مع تقليل الآثار السلبية وتعظيم الفوائد المستقبلية.

ثانيا: مراحل التنمية السياحية

تشتمل عملية إعداد خطة التنمية السياحية على عدد من الخطوات المتسلسلة والمترابطة كالتالي:[3]

1. إعداد الدراسات الأولية وتحديد أهداف بشكل أولي بحيث يمكن تعديلها من خلال التغذية الراجعة خلال عملية إعداد الخطة ومرحلة تقييم الآثار؛
2. جمع المعلومات وإجراء الممسوحات وتقييم الوضع الراهن للمنطقة السياحية؛
3. تحليل البيانات وتشمل على تحليل وتفسير البيانات التي جمعها من خلال الممسوحات وتوليفها والخروج بحقائق تساعد في إعداد الخطة ورسم خطواتها العامة والتفصيلية؛
4. إعداد الخطة وفيها يتم وضع السياسات لاختيار ما هو ملائم ومناسب لتنفيذ الخطة، وكذلك يتم تحديد البرامج والمشاريع التي يجب تنفيذها لتحقيق أهداف الخطة.

---

[1]- قسمية منوبية، **تنمية السياحة البيئية في الجزائر (واقع وآفاق)**، دراسة ميدانية بولاية بسكرة، مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2008-2009، ص63.

[2]-قعيد لطيفة، **السياحة الخضراء كآلية لتحقيق تنمية سياحية مستدامة**، دراسة حالة الجزائر مع الإشارة إلى بعض النماذج، رسالة ماجستير في الإدارة البيئية والسياحية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر03، 2013-2014، ص67.

[3]- شريط حسين الأمين، **فعالية التخطيط الاستراتيجي للتنمية السياحية في الجزائر**، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، دون مجلد، العدد14، 015، ص136.

5. تنفيذ الخطة بتوصياتها وبالوسائل التي تحديدها في المرحلة السابقة؛
6. تقييم ومتابعة الخطة السياحية وتعديلها وفق التغذية الراجعة إذا تطلب الأمر ذلك.

لقد تناول هذا الموضوع العديد من الباحثين وتطرقوا إلى المراحل التي تمر بها التنمية السياحية وقدموا في ذلك نماذج مختلفة لتحليل الظاهرة كنموذج "ميوسيك" الذي قسم التنمية السياحية إلى أربع مراحل وهي:[1]

1. **مرحلة الاكتشاف**: حيث يتم اكتشاف القدرات السياحية للمقصد السياحي؛
2. **مرحلة النمو**: وفيها يبدأ تطوير الموارد السياحية للمنطقة بشكل تدريجي؛
3. **مرحلة الانطلاق**: وفيها تأخذ الدولة بمبدأ التخطيط والتوسيع السياحي؛
4. **مرحلة النضج**: حيث تظهر المنطقة على الخريطة السياحية وفيها يتكامل النشاط السياحي من خلال توافر عناصر الجذب السياحي والتسهيلات.

ويؤخذ على هذا النموذج توقفه عند مرحلة النضج السياحي وعدم تحليليه لأي عوامل سلبية قد تؤدي إلى عدم استمرار النمو، وبالتالي احتمال دخول المنطقة في مرحلة التدهور والانحدار نتيجة لتوجه السائحين لمناطق سياحية منافسة، لذا جاء نموذج "بيتلر" سنة 1980م وقد حدد هذا النموذج ست مراحل للتنمية السياحية وهي:

- الاكتشاف؛
- المشاركة؛
- التطور؛
- النضج؛
- الثبات أو الركود؛
- التجديد أو التدهور.

يتشابه نموذج "بيتلر" مع دورة حياة المنتوج، فالمرحلة الأولى تبدأ باكتشاف المنطقة السياحية الجديدة، ومع تزايد إقبال السائحين على المنطقة تبدأ مرحلة المشاركة فتظهر مجموعة من الخدمات والتسهيلات، ثم تبدأ مرحلة الانطلاق، حيث يتم توفير الخدمات والتسهيلات بشكل مكثف للسائحين لخدمة الأعداد المتزايدة، ثم تأتي بعد ذلك مرحلة التطور والنمو، وإذا ما استمر النمو مع مبدأ تحقيق التوازن، تصل المنطقة إلى مرحلة النضج وتلي هذه المرحلة مرحلة الثبات فلا تشهد المنطقة النمو المتزايد للسياح بل يتوقف النمو عند حد معين من السائحين، وفي هذه المرحلة إن لم يظهر في المنطقة تنمية جديدة تعتمد على مقومات سياحية جديدة فإنها تتجه نحو الانحدار

[1]- بن شلاط مصطفى، الوالي فاطمة، مرجع سبق ذكره، ص60.

والتدهور، لذلك فإن الإدارة السليمة للنشاط السياحي في كافة مراحل التنمية تتمثل في تجنيب المنطقة الوصول إلى مرحلة الانحدار ونقلها إلى مرحلة جديدة من التنمية المتوازنة المتواصلة (التنمية المستدامة).

المطلب الثاني: عناصر وأشكال التنمية السياحية

التنمية السياحية تعد من أهم المجالات التي تشهد اهتمامًا متزايدًا على الصعيدين المحلي والدولي، لما لها من دور كبير في تعزيز الاقتصاد المحلي وتحقيق الاستدامة البيئية والاجتماعية. ومن أجل تحقيق التنمية السياحية، يجب فهم عناصرها الأساسية وأشكالها المختلفة، وهذا ما سنحاول الإلمام به في هذا المطلب.

أولا: عناصر التنمية السياحية

وتتكون من عناصر عدة أهمها:[1]

1. **عناصر الجذب السياحي:** وتشمل العناصر الطبيعية مثل: أشكال السطح والمناخ والحياة والغابات وعناصر من صنع الإنسان، كالمتنزهات والمتاحف والمواقع الأثرية التاريخية.؛
2. **النقل:** بأنواعه المختلفة البري، البحري والجوي؛
3. **أماكن النوم:** سواء التجاري منها كالفنادق والموتيلات وأماكن النوم الخاص مثل: بيوت الضيافة وشقق الإيجار؛
4. **التسهيلات المساندة:** بجميع أنواعها كالإعلان السياحي والإدارة السياحية والأشغال اليدوية والبنوك ....إلخ؛[2]
5. **خدمات البنية التحتية:** كالمياه والكهرباء والاتصالات ...إلخ ؛

ويضاف إلى هذه العناصر جميعها الجهات المنفذة للتنمية، فالتنمية السياحية تنفذ عادة من قبل القطاع العام أو الخاص أو الاثنين معاً.

ثانيا: أشكال التنمية السياحية

تأخذ التنمية السياحية أشكالاً متعددة منها:

1. **تطوير المنتجعات السياحية:**

وهذا النوع من التنمية يركز على سياحة الإجازات والعطل، وتعرف المنتجعات على أنها المواقع التي توفر الاكتفاء الذاتي وتتوفر فيها أنشطة سياحية مختلفة وخدمات متعددة لأغراض الترفيه والاستراحة والاستجمام؛

2. **القرى السياحية:**

[1] – نور الدين هرمز، **التخطيط السياحي والتنمية السياحية**، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد28، العدد 03، 2006، ص19.

[2] – https://www.essahraa.net/node/13272, on 22/03/2025, at 23:11.

وهي شكل من أشكال السياحة المنتشرة جداً في أوروبا كما بدأت تنتشر في العديد من دول العالم. الحياة في القرية نموذج يختلف عن الحياة في المدن، وتستهوي سكان المدن حباً في التغيير والبساطة.

ويعتمد قيام القرى السياحية على وجود عنصر الماء (الشاطئ)، مناطق الموانئ، أنشطة التزلج، الجبال، الحدائق العامة، مواقع طبيعية، مواقع تاريخية أثرية، مواقع علاجية، ملاعب جولف، أنشطة رياضية وترفيهية أخرى.

تختلف مساحات هذا النوع من المواقع وتتعدد فيها أنواع مرافق الإقامة ومنشآت النوم والمرافق التكميلية مثل: الأسواق والمناطق التجارية، خدمات ترفيهية وثقافية، مراكز للمؤثرات ومرافق سكنية خاصة مختلفة الأحجام.

يتم التخطيط لإنشاء القرى السياحية عادة في وقت واحد أي ضمن خطة سياحية واحدة ويأخذ التنفيذ مراحل متعددة وعلى فترات زمنية طويلة تحددها عناصر الطلب السياحي والطاقة الاستيعابية.

3. منتجعات المدن:

يتطلب هذا النوع من المنتجعات دمج برامج استعمالات الأراضي والتنمية الاجتماعية، مع عدم إهمال البعد الاقتصادي الذي يوفر فرص الجذب الاستثماري للمشاريع (فنادق، استراحات،...الخ) في المنطقة، وتحتاج إقامة هذا النوع من المنتجعات وجود نشاط سياحي مميز أو رئيسي في المواقع مثل: التزلج على الجليد، وجود شاطئ، أنشطة سياحية علاجية، مواقع أثرية أو دينية.

4. منتجعات العزلة:

أصبح هذا النوع من المنتجعات من المناطق السياحية المفضلة في جميع أنحاء العالم، وتتميز هذه المنتجعات بصغر حجمها ودقة تخطيطها وشموله. وعادة يتم اختيار مواقعها في مناطق بعيدة عن المناطق المأهولة مثل: الجزر الصغيرة أو الجبال، والوصول إليها يتم بواسطة القوارب، المطارات الصغيرة أو الطرق البرية الضيقة.

5. السياحة الحضرية:

وهي نوع من السياحة الدارجة والمعروفة، وتوجد في الأماكن الحضرية الكبيرة، حيث يكون للسياحة أهمية بالغة، لكنها لا تكون النشاط الاقتصادي الوحيدة في المنطقة، وتشكل مرافق الإقامة والسياحة جزءاً لا يتجزأ من الإطار الحضري العام للمدينة وتخدم سكان المدينة أو المنطقة وكذلك السياح القادمين إليها، وقد أخذت كثير من الحكومات حالياً على عاتقها تطوير وتنمية السياحة في المناطق الحضرية التي تتوفر فيها الموارد والمعطيات السياحية والتي يمكن تطويرها مثل: المواقع التاريخية والأثرية وذلك من أجل إشباع رغبات السكان المحليين من ناحية وجلب الزوار والسياح إلى المدينة من ناحية أخرى. [1]

[1]- نور الدين هرمز، مرجع سبق ذكره، ص21-22.

6. سياحة المغامرة:

وهذا النوع من السياحة موجه للمجموعات السياحية التي تهدف إلى ممارسة ومعايشة خصائص معينة، وهي تعتمد على طول فترة إقامة السائح بحيث تسمح له هذه الإقامة بالترفيه والاستجمام وفي نفس الوقت التعايش مع العادات والتقاليد الاجتماعية والثقافية والمناظر الطبيعية المتوفرة في المنطقة.

ولا يتطلب هذا النوع من السياحة تنمية كبيرة أو استثمارات ضخمة أو خدمات ومرافق عديدة، لكنه يتطلب إدارة جيدة وتوفر عناصر لدلالة سياحية مؤهلة وخبيرة، خدمات نقل، مرافق إقامة أولية وأساسية وكذلك خدمات ومرافق لاستقبال المجموعات السياحية عالية النوعية وبحالة مؤكدة السلامة.

7. سياحة الرياضة البحرية:

يعتمد هذا النوع من السياحة على وجود الماء (البحار أو البحيرات)، تتفاوت المدة التي يقضيها السائح في ممارسة الرياضات البحرية المختلفة مثل: الغوص، التزلج على الماء، العوم، سباق اليخوت أو القوارب...الخ. [1]

المطلب الثالث: عوامل نجاح التنمية وأهدافها

تعتبر عوامل نجاح التنمية السياحية وأهدافها من الأسس الحيوية لتحقيق تطور مستدام في القطاع السياحي، فالنجاح في هذا المجال يعتمد على عدة عوامل مترابطة مثل استغلال الموارد بشكل مستدام، تعزيز البنية التحتية، ودمج التطور التكنولوجي في الخدمات السياحية، وغيرها، ومن خلال هذا المطلب سنحاول التطرق إلى هذه العوامل ومختلف الأهداف.

أولا: عوامل نجاح التنمية السياحية

أن تنمية الصناعة السياحية تحكمها عدة اعتبارات لابد من مراعاتها وهي:[2]

1. تدريب الجهاز البشري اللازم الذي يحتاج إليه القطاع السياحي حتى تتمكن المنشآت السياحية من القيام بدورها بالشكل المطلوب؛
2. المحافظة على حقيقة المواقع السياحية، لأن جذب السياح إلى هذه المناطق قد تعتمد على المناخ أو الطبيعة أو التأريخ أو أي عامل آخر تتميز به المنطقة السياحية؛
3. الاستغلال الجيد للموارد السياحية المتاحة مع توفير المرونة لها لتتمكن من مواكبة احتياجات الطلب السياحي المحلي والعالمي؛

[1] - https://mahotels.net/archives/8935, on 22/03/2025, at 23 :05.

[2] - زهراء سويد فيصل عباس، **التخطيط والتنمية السياحية**، بحث علمي، كلية التربية للعلوم الإنسانية، جامعة بابل، العراق، 2023، ص 17.

4. إجراء دراسة شاملة للتأكد من الجدوى الاقتصادية للاستثمارات السياحية المقترحة وفيما إذا كان الاستثمار سيحقق أرباحاً أم لا؛

5. دعم الدولة للقطاع السياحي، عبر معاونة القطاع الخاص في تنفيذ البرامج السياحية ويكون ذلك عبر خطة إعلانية تسويقية متكاملة؛

6. ربط خطة التنمية السياحية مع خطط التنمية الاقتصادية الأخرى لمختلف القطاعات الاقتصادية لتحقيق نمو متوازن وليس مجرد الاهتمام بالسياحة فقط؛

7. تحديد المشاكل التي قد تعترض تنمية الصناعة السياحية ثم وضع خطط بديلة في حال حدوث طارئ معين؛

8. دراسة السوق السياحي المحلية، من أجل معرفة نوعية السياح الوافدين وما هي تفضيلاتهم للسعي إلى تأمينها قدر الإمكان؛

9. توفير شبكة من الفنادق المناسبة لكل شكل من أشكال الدخل، ولكل نماذج الرغبات، بخاصة المناسبة منها لذوي الدخل المحدود، فحركة السياحة لم تعد مقتصرة على الأغنياء؛

10. رفع مستوى النظافة والخدمات السياحية لأنهما يؤديان دوراً مهماً في تطور التنمية السياحية، فحين يتم الحفاظ على نظافة الشوارع والشواطئ والآثار وغيرها من عوامل الجذب السياحي، تجعل السائح يرغب في العودة إلى هذا البلد.

ثانيا: أهداف التنمية السياحية

وباختصار نحدد أهداف التنمية السياحية عادة بالمراحل الأولى من عملية التخطيط السياحي، في مجموعة من الأهداف كالتالي:[1]

1. تهدف التنمية السياحية الى تحسين وضع ميزان المدفوعات زيادة إيرادات الدولة من الضرائب وتحقيق التنمية الإقليمية خصوصاً إيجاد فرص عمل جديدة وزيادة مستوى الدخل حيث أصبح عدد العاملين في القطاع السياحي بصورة مباشرة أو غير مباشرة نحو 11% من القوى العاملة في العالم؛

2. تهدف الى حماية وإشباع الرغبات الاجتماعية للأفراد وتوفير التسهيلات الترفيهية والاستجمام للسكان المحليين ونشر الثقافات وزيادة التواصل بين الشعوب؛

3. تهدف التنمية السياحية الى توفير خدمات البنى التحتية والمحافظة على البيئة ومنع تدهورها ووضع إجراءات حماية مشددة لها؛

[1]- زهراء سويد فيصل عباس، مرجع سابق، ص18.

4. تطوير العلاقات السياسية بين الحكومات في الدول السياحية.

أقرت هيئة الأمم المتحدة بعد الاجتماع الأخير في نيويورك سبتمبر 2015 بعنوان تحول عالمنا" اهداف التنمية المستدامة وهي:[1]

1. القضاء على الفقر بجميع أنواعه في كل مكان؛
2. القضاء على الجوع وتوفير الأمن الغذائي والتغذية المحسنة وتعزيز الزراعة المستدامة؛
3. الصحة الجيدة والرفاه؛
4. ضمان التعليم الجيد المنصف والشامل للجميع وتعزيز فرص التعلم مدى الحياة للجميع؛
5. تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين كل النساء والفتيات؛
6. ضمان توافر المياه وخدمات الصرف الصحي للجميع وإدارتها إدارة مستدامة؛
7. ضمان حصول الجميع بتكلفة ميسورة على خدمات الطاقة الحديثة الموثوقة والمستدامة؛
8. تعزيز النمو الاقتصادي المطرد والشامل للجميع والمستدام والعمالة الكاملة والمنتجة وتوفير العمل اللائق للجميع؛
9. إقامة بنى تحتية قادرة على الصمود وتحفيز التصنيع الشامل للجميع والمستدام وتشجيع الابتكار؛
10. الحد من انعدام المساواة داخل البلدان وفيما بينها؛
11. جعل المدن والمستوطنات البشرية شاملة للجميع وآمنة قادرة على الصمود ومستدامة؛
12. الاستهلاك والإنتاج المسؤولين؛
13. اتخاذ الإجراءات العاجلة للتصدي لتغير المناخ وآثاره؛
14. حفظ المحيطات والبحار والموارد البحرية واستخدامها على نحو مستدام لتحقيق التنمية المستدامة؛
15. حماية النظم الإيكولوجية البرية وترميمها وتعزيز استخدامها على نحو مستدام وإدارة الغابات على نحو مستدام ومكافحة التصحر ووقف تدهور الأراضي وعكس مساره ووقف فقدان التنوع البيولوجي؛
16. تعزيز السلام، والعدالة والمساواة؛[2]
17. تقوية وسائل التنفيذ وتنشيط الشراكة العالمية من أجل التنمية المستدامة.

---

[1] – سايحي حدة طويل، إيمان رحال، **دور السياحة في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة التجربة المصرية والأردنية نموذجا**، الملتقى الوطني الأول حول: النهوض بقطاع الخدمات: رهان استراتيجي لتحقيق التنمية المستدامة في الجزائر، المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف ميلة، يومي 11-1 مارس 2020، ص04.

[2]– فوغالي حليمة، **السياحة البيئية بين متطلبات التنمية ومقتضيات حماية الحق في بيئة نظيفة**، أطروحة دكتوراه في قانون البيئة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، جامعة الحاج لخضر باتنة، باتنة، الجزائر، 2021-2022، ص69.

المبحث الثالث: واقع قطاع السياحة في الجزائر

يعد قطاع السياحة في الجزائر من القطاعات الواعدة التي تمتلك إمكانيات كبيرة بفضل التنوع الجغرافي والثقافي الذي تتميز به البلاد، حيث تزخر بمناطق طبيعية خلابة، إضافة إلى تراثها التاريخي العريق الذي يعكس الحضارات التي تعاقبت عليها، ورغم هذه المقومات، لا يزال القطاع السياحي يواجه تحديات عديدة مثل ضعف البنية التحتية، وقلة الترويج السياحي، ومحدودية الاستثمارات في هذا المجال، ومن خلال هذا المبحث سنحاول الإلمام بجملة من النقاط نوردها كما يلي:

- مقومات التنمية السياحية في الجزائر؛
- استراتيجيات التنمية السياحية في الجزائر؛
- السياحية في الجزائر وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

المطلب الأول: مقومات السياحة في الجزائر

تتمتع الجزائر بمقومات طبيعية وثقافية متنوعة تجعلها وجهة سياحية واعدة على مستوى العالم، فبالإضافة إلى شواطئها الخلابة على البحر الأبيض المتوسط، تحتوي على مناطق تاريخية غنية بالتراث الثقافي، مما يجعلها تمتلك إمكانيات كبيرة لتنمية سياحية، كما تشهد الجزائر جهودًا مستمرة في تطوير البنية التحتية وتعزيز الاستثمارات السياحية، مما يساهم في تحسين الخدمات السياحية وجذب الزوار من مختلف أنحاء العالم، وهذا ما سنعرضه في هذا المطلب.

مؤشرات وإمكانيات الجذب السياحي في الجزائر تتمتع الجزائر بمؤشرات عديدة في جانب الجذب السياحي أهمها:

1. **الخصائص الطبيعية والجغرافية:** تتميز الجزائر بموقعها الجغرافي المتميز والاستراتيجي في الضفة الجنوبية للبحر المتوسط، بشريط ساحلي طوله يفوق 1200كم، يحتوي على امكانات سياحية ضخمة تمكن من انطلاقة سياحية كفيلة بأحداث تنمية مستدامة للسياحة الشاطئية، كما أن لها طابعها الجغرافي والاقتصادي ومميزاتها الاجتماعية والثقافية الفريدة، ، ووضع طبيعتها الأصلية ومواردها المتعددة من ثقافية وتاريخية كفيلة بانطلاق القطاع السياحي في المناطق الداخلية والصحراوية، وهنا نميز بين منطقتين متباينتين تماما من حيث الخصائص الطبيعية والجغرافية، وما تحتويه كل منطقة من إمكانات طبيعية ومواقع تاريخية تعود لحقب وعصور مختلفة ضاربة في التاريخ هذا التباين زاد من إمكانيات تطوير القطاع السياحي في كل منطقة على حدى، نذكرها على النحو الآتي:[1]

أ. **منطقة الشمال:** تضم الشريط الساحلي بطول 1200كم بشواطئ تمكن من إطلاق مشاريع تفوق في إمكانياتها تلك الموجودة في دول سياحية كبرى مثل زنجبار وجزر المالديف، كما تضم في المناطق الداخلية السياحة

[1]– محمد هاني، وسيلة سعود، **مقومات ومرتكزات القطاع السياحي في الجزائر وإشكالية تطويره**، دراسة تحليلية واستشرافية، المجلة العربية لعلوم السياحة والضيافة والآثار، مجلد 3، العدد7، سبتمبر2023، ص39.

الجبلية لوجود سلاسل جبلية تضم التاريخي في ثنايا عصورها وحقبها، كما لا تقل جمالا من حيث القدرة الجمالية لمناظرها الطبيعية، مثل جبال الونشريس القبائل تلمسان، وجبال الأطلس الصحراوي التي تتكون بدورها من جبال القصور، العمورية أولاد نايل، دون أن ننسى مناخها المعتدل الذي يشكل عامل جذب سياحي بامتياز.

ب. **منطقة الجنوب الصحراوي:** شكلت البيئة الصحراوية بتنوعها التاريخي وحضاراتها المتداخلة بين النسيج الاجتماعي إمكانيات سياحية بامتياز، خاصة للسائح الأوروبي، فمن قصور تيميمون وغرداية إلى الطبيعة الجبلية لجبال الهقار وسيفار، إلى قصور وادي ميزاب التاريخية شكلت بيئة خصبة للقطاع السياحي، خاصة للأوروبيين الباحثين عن السياحة الصحراوية التي يفتقرون لها في بلادهم؛

ج. **الموقع والمناخ:** تقع الجزائر شمال القارة الإفريقية وهي تتوسط بلاد المغرب العربي الكبير، وتمتد أرض الجزائر في أقصى اتساع لها على مسافة تزيد عن 1900كلم من الشمال إلى الجنوب، و1800من الشرق إلى الغرب، حيث تبلغ مساحة الجزائر 2381741 كلم2 وهي أكبر بلدان المغرب العربي مساحة.[1]

2. **المناطق السياحية في الجزائر:** يمكن حصر 06 مناطق سياحية في الجزائر تبعا لتنوع المعطيات الجغرافية:[2]

أ. **منطقة السواحل والسهول الشمالية وهضاب الأطلس الشمالي:** تتميز هذه المنطقة بطول شواطئها 1200 كلم، وبعدد كبير من المواقع الأثرية والتي تعود الى عهد الرومان والعرب والمسلمين وأثار تعود الى العصور القديمة؛

ب. **منطقة السلسلة الأطلسية:** والتي توجد بها أكبر قمة جبلية في الشمال "لالة خديجة" بـ 2308م، كما نجد جبال الأوراس، سلسلة جبلية موازية للسواحل تتميز بإمكانيات كبيرة لتنمية أنواع سياحية عديدة، كالنشاطات الرياضية الشتوية كالتزحلق التسلق، الصيد...

ج. **منطقة الهضاب العليا:** والتي تتميز بمناخها القاري وبمواقعها الأثرية وبصناعتها الحرفية والتقليدية المتنوعة؛

د. **منطقة الأطلس الصحراوي:** وهي المناطق الواقعة بين الهضاب العليا والصحراء الكبرى والتي يمكن تنمية فيها السياحة المناخية، المعدنية، الصيد...

هـ. **منطقة واحات شمال الصحراء:** والتي تتميز باعتدال درجات الحرارة، فهي أقل ارتفاع من درجات الحرارة بالصحراء الكبرى وبها تتمركز الواحات بنخيلها وبحيراتها وبتوفر صناعات تقليدية؛

و. **منطقة الصحراء الكبرى:** وهي المنطقة المعروفة بالجنوب الكبير (الطاسلي) وتتميز بالمساحات الشاسعة والجبال الشامخة وبالحرارة المعتدلة طـوال فصول السنة والتي تشكل مصدرا هاما للسياحة الشتوية.

---

[1]- لحواسنية ياسمين، ياسية سليمة، **نحو استراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الجزائر**، مجلة الاقتصاد الصناعي، المجلد01، العدد12، جوان2017، ص197.

[2]- خالد كواش، **مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر**، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، دون مجلد، العدد الأول، دون تاريخ، ص222.

إن تنوع المناطق السياحية والمناخ في الجزائر، يساعد على تنمية أنواع عديدة من السياحة وهو ما يساعد على عدم تركز النشاط السياحي خلال فترة زمنية محددة ويساعد على استمرارية النشاط السياحي خلال فصول السنة (القضاء على الموسمية).

3. المقومات الحضارية والتاريخية

تعتبر الجزائر من الدول التي تمتلك إرثا تاريخيا وحضاريا، تمتد جذوره إلى أعماق التاريخ مرورا بمختلف المراحل التاريخية لهذا البلد الذي يتميز بتنوع حضاراته ومواقعه الأثرية التي تعكس الإرث الثمين.

وأهم المواقع التاريخية والحضرية التي تتوفر عليها الجزائر "موقع الطاسيلي" الذي يعتبر من أهم وأروع المواقع العالمية من حيث طبيعته الجيولوجية ويعود تاريخه إلى 6000 سنة قبل الميلاد، وتتجلى عظمته من جغرافياته التي كشفت عن بقايا الحيوانات و النباتات التي كانت تعيش بهذه المنطقة.

وثمة "حي القصبة في الجزائر العاصمة والذي شيدها العثمانيون في القرن السادس عشر (م) تمثل إحدى وأجمل المعالم الهندسية في المنطقة المتوسطية ، وقد تم تسجيل هذا الموقع تراثا عالميا سنة 1992 ، و أيضا "وادي ميزاب " بغرداية الذي يعود تاريخ بنائه إلى القرن العاشر الميلادي ويحيط به خمسة قصور ذات تصاميم بطابع صحراوي، وهي عبارة عن قرى محصنة ذات هندسة بسيطة متناسبة مع طبيعة البيئة في هذه المنطقة، وقد تم تسجيل وادي ميزاب تراثا عالميا سنة1982، بالإضافة إلى موقع "تمقاد" ويوجد هذا الموقع الأثري على بعد 37كم من مدينة باتنة، كما تعتبر قلعة "بني حماد" والتي توجد بمدينة بجاية من المواقع الأثرية الهامة في التراث التاريخي للجزائر وقد سجلت تراثا عالميا سنة 1980.

فهي تتوفر على آثار رومانية كالأسوار والقبور القديمة، وعلى الآثار الإسلامية، وأثار للدولة الحمادية، ودولة الموحدين خلال فترة تواجدهم بهذه المنطقة، ويوجد بولاية سطيف "موقع جميلة" ويتشابه هذا الموقع مع نظيره بمدينة باتنة "تمقاد الأثرية "، أما بالنسبة للجزائر العاصمة فهي تتوفر على العديد من المعالم التاريخية، منها: "دار عزيزة" وهي عبارة عن قصر بني في العهد العثماني لاستقبال بعض ضيوف القصر، وأيضا مسجد "كتشاوة" الذي تم بناؤه في عهد "الباي لارباي" (وهذه التسمية للباي تمثل رتبة في الجيش العثماني)، وأيضا "الجامع الكبير " الذي يعتبر أكبر مساجد العاصمة وقد تم بناؤه من طرف المرابطين في نهاية القرن الحادي عشر الميلادي.

4. التراث الحضاري والثقافي في الجزائر

ويشمل هذا التراث جزءا هاما من المتاحف نذكر منها:[1]

[1]–الهذبة مناجلية، **الإمكانيات والمقومات السياحية في الجزائر**، مجلة دراسات وأبحاث، دون مجلد، العدد26، مارس 2017، جامعة باخي مختار، عنابة، الجزائر، ص5.

أ. "المتحف الوطني "سيرتا" بقسنطينة الذي يعتبر من أقدم المتاحف في الجزائر العاصمة، حيث تم إنشاؤه سنة 1852 وجمع به عدد كبير من الحفريات التي تم اكتشافها بهذه المدينة وعلى مستوى منطقة الشرق الجزائري ككل؛

ب. "متحف باردو الوطني" ويوجد بالجزائر العاصمة، ويعرض به حفريات عن أصل الشعوب (إثنوغرافيا)، وأخرى تعود لعصور ما قبل التاريخ، إضافة إلى قطع أثرية إفريقية؛

ج. "المتحف الوطني زبانة" ويوجد بمدينة وهران ويعرض به حفريات عن العصور ما قبل التاريخ، وعن علوم الطبيعة وعن أصل الشعوب؛

د. " المتحف الوطني للجهاد" ويوجد في الجزائر العاصمة وتتمثل معروضاته في أثار عن الثورة التحريرية؛

هـ. "المتحف الوطني للفنون الشعبية" ويوجد بالجزائر العاصمة بالقصبة ويضم معروضات عن ألوان الصناعة التقليدية وتقاليد وفنون شعبية جزائرية؛

و. " متحف تمقاد" ويوجد بولاية باتنة بمدينة تمقاد ويضم قطعا من الفسيفساء و أثار قديمة من نفود وأسلحة قديمة وتماثيل؛

ز. "متحف هيبون ويوجد بولاية عنابة ويحتوي على آثار قديمة تعبر عن تاريخ هذه المدينة النوميدية الرومانية.

إلى جانب هذا التراث الحضاري والثقافي الذي تتوفر عليه الجزائر فإنها تمتلك تراثا ثقافيا شعبيا ويتمثل في إرث من العادات والتقاليد المحلية ومنتجات متنوعة من الصناعات التقليدية، مثل صناعة الزرابي التي تشتهر بها بعض مناطق البلاد، مثل منطقة غرداية الجلفة وصناعة النحاس التي تعرف بها مدينة قسنطينة، وصناعة الفخار المتواجدة في عدد من مناطق البلاد، خاصة منطقة القبائل والمشهورة أيضا بالفضيات.

5. المقومات السياحية المادية للجزائر

لا تقتصر المقومات السياحية على الإمكانيات الطبيعية الحضارية والتاريخية فحسب، بل تدعم هذه الإمكانيات بأخرى مادية تتمثل في:[1]

أ. **البنية التحتية** :تمتلك الجزائر شبكة طرقات يصل طولها الى 104الف كلم مربع وهي الأكبر على مستوى الوطن العربي و9100كلم من خطوط السكك الحديدية و 55مطار للنقل الجوي و 17ميناءللنقل البري.

ب. **الوكالات السياحية** :تعتبر الوكالات السياحية الواجهة الرئيسية للتعريف بالمقومات السياحية والترويج الأمثل لها وبالتالي زيادة عدد السياح سواء كانوا أجانب او محليين . عرفت الجزائر في السنوات الأخيرة زيادة معتبرة

[1]– لبخور صبرين،كبيري فتيحة، **واقع السياحة الجزائرية في ظل الترويج الالكتروني للوجهة الجزائرية دراسة تحليلية للفترة2019–2023** ، مجلة الاستراتيجية والتنمية، المجلد15، العدد 01،جانفي 2025،ص184-185.

في عدد الوكالات السياحية وذلك من خلال التسهيلات والتحفيزات الممنوحة من طرف الدولة وهو ما يعكس لنا الإهتمام المتزايد بالترويج لهذا القطاع والرغبة في تحسينه، حيث بلغ عددها 4999وكالة سياحية سنة 2024.

ت. **الطاقة الفندقية:** تمثل الطاقات الفندقية أحد المعايير الأساسية في الحكم على مدى تطور القطاع السياحي في أي بلد ومدى امكانيته وقدرته على استيعاب السياح . فالجزائر عرفت تطورا نسبيا في المجال الفندقي منذ بداية تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية افاق 2030والذي يركز على الرفع من عدد الفنادق وجودة خدماتها، وقد وصل عددها الى 1638مؤسسة فندقية سنة 2023 وقد تنوعت هذه الفنادق حسب طبيعتها بين فنادق حضرية، ساحلية، حموية ومناخية.

المطلب الثاني: استراتيجيات التنمية السياحية في الجزائر

تتنوع الاستراتيجيات السياحية وتنقسم إلى الكثير من التقسيمات التي تضعها الدولة أو الأجهزة المسؤولة والتي تتناسب مع منتجها السياحي ووضعها السياحي وخططها التنموية وطموحاتها وأمالها وهي أنواع منها ما يلي:[1]

1. **استراتيجية التنوع السياحي:** تقوم الدولة بوضع الاستراتيجيات التنموية المناسبة للاستفادة من كافة الأنواع السياحية المتوفرة، بل تسعى الدول من خلال استراتيجياتها إلى تنوع المنتج السياحي، وعرضه العرض الشيق والجذاب والمؤثر لجذب الأعداد الكبيرة من السائحين، وتضع الخطط الإعلامية لتحقيق هذا الهدف بالإضافة إلى توسيع استراتيجياتها التنموية في إنشاء المشروعات وتسهيل قيامها وتنويع الفنادق وتقديم التسهيلات المناسبة لتيسير حركة المرور والقدوم للبلاد حيث تعمد الدول إلى تنويع السياحة وتعددها ما بين:

أ. سياحة قضاء الإجازات والترفيه؛

ب. سياحة الصحة والعلاج؛

ج. سياحة الآثار في الأماكن التاريخية؛

د. سياحة الهوايات؛

هـ. سياحة اجتماعية؛

و. سياحة المؤتمرات؛

ز. سياحة المشتريات والتسوق؛

ح. سياحة دينية؛

ط. سياحة ثقافية.

[1]- بن شلاط مصطفى، الوالي فاطمة، مرجع سبق ذكره، ص.76

2. **استراتيجية تنويع الأسواق السياحية:** عن طريق تنويع الأسواق يتزايد عدد السائحين، وذلك بعدم التركيز على أسواق الدول المعروفة في أمريكا أو أوروبا بل العمل باستمرار إلى إضافة أسواق جديدة وعدم الوقوع أسرى بعض الأسواق التقليدية، وإعطاء السياحة العربية أي دول الجوار أهمية كبرى واعتبارها مصدر من مصادر السياحة المتجددة، والتعامل مع سائحي دول جديدة من الدول التي بدأت تبرز كأسواق سياحية جديدة من أمريكا اللاتينية وروسيا واليابان وكوريا الجنوبية وغيرها من الدول التي بدأت تبرز في المجال السياحي كدول جديدة.

3. **استراتيجية الانتشار**: وذلك عن طريق تسهيل كافة الخدمات والتسهيلات، وإقامة المنشآت التي تتناسب مع كافة مستويات الدخول، وتشييد الفنادق من صنف النجمتين والنجمة الواحدة لتشجيع سياحة الشباب والطلبة والفئات المتوسطة في الداخل والخارج؛

4. **وضع الأجندة السياحية والتنشيط السياحي**: أي إيجاد الارتباط بين الأجندات الهامة للبلاد والأحداث المصنوعة في السياحة أي الفعاليات المترابطة ووضع الأجندة السياحية من حيث (الجدول – الخطط – الخطوات)التي تربط بين الأحداث الهامة القومية والوطنية في البلاد والأعياد والإجازات وإقامة المناسبات والمهرجانات الخاصة بذلك وذلك لتشجيع الجمهور في الداخل والخارج على السياحة وربطه بتلك الأحداث الهامة وإيجاد الفرص القومية والوطنية للاحتفال والسفر وتمضية الأوقات الترويحية؛[1]

5. **استراتيجية التركيز على السياحة العلاجية**: تعتمد هذه الاستراتيجية على استغلال الموارد الطبيعية والبيئية التي تزخر بها بعض الدول وتقوم بتحويلها إلى مدن متخصصة للسياحة العلاجية وقد شرعت كثير من الدول إلى جذب هذه السياحة ذات الإنفاق المرتفع مستغلة إمكاناتها الطبيعية والبيئية وجوها ومناخها ومياهها ورمالها لكي تضع لنفسها موقعا على الخريطة العلاجية، وتستند هذه الاستراتيجية على المقومات الطبيعية من:

أ. مناطق تعتمد أساسا على المياه المعدنية؛

ب. مناطق يستغل جوها الطبيعي للعلاج؛

ج. مناطق تجمع بين المياه المعدنية والجو الطبيعي المساعد على العلاج؛

د. مناطق تستخدم مياه البحار والرمال في العلاج.

6. **استراتيجية الحوافز**: وتعد هذه الاستراتيجية أداة تسويقية تستخدمها المنشآت المختلفة الصناعية والتجارية وكثير من الشركات والمؤسسات لتحفيز العاملين وتنشيط العمل وزيادة الإنتاج وتحسين الأداء وتحقيق الأهداف، وتتمثل في تقديم رحلة أو زيارة للعاملين بدلا المكافآت المادية كحافز لهم وهذه الاستراتيجية تلقى

[1]– بن شلاط مصطفى، الوالي فاطمة، مرجع سابق، ص77.

الكثير من القبول من العاملين حيث تعد أكثر جذبا وأكثر راحة وفعالية من المكافآت المادية، وتتفق مع رغبات العديد من الأشخاص للزيارة والسياحة خاصة إذا كانت الرحلة معدة مسبقا وكاملة الخدمات.

7. **استراتيجية المحافظة على البيئة:** وهي الاستراتيجية التي تعنى وتهتم بالمحافظة على البيئة وعدم تدهورها جراء المشروعات والتوسعات السياحية المستمرة خاصة بعد أن شهد العالم خلال الربع الأخير من القرن العشرين اهتماما بالغا بقضايا البيئة وآثارها على الإنسان وانطوت تلك القضية على إبراز وظهور العديد من المشكلات التي تحدد الإنسان في حاضره ومستقبله وفي كافة مناحي حياته الاجتماعية والاقتصادية والنفسية أيضا.

8. استراتيجية التركيز على السياحة الداخلية: وهي من الاستراتيجيات الهامة التي لا تغفلها الدولة عن طريق تشجيع المواطنين على زيارة المواقع السياحية، ونشر الوعي بينهم بأهمية السياحة وعوائدها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وتقديم التسهيلات اللازمة التي تساعدهم على الإقبال على السياحة مع توفير الخدمات اللازمة لهم، وتشجيع سياحة المجموعات كالنقابات والاتحاديات الطلابية والتعاضديات...[1]

9. استراتيجية التنمية السياحية في الجزائر: بادرت الدولة الجزائرية من خلال القانون 01/03 المؤرخ في: 17-02-2003 والمتعلق بتنمية السياحة المستدامة تعتبر كأول خطوة تشجيعية في الجزائر لتطوير السياحة وهذا من خلال:

أ. **مقاربة جديدة:** إن هذه المقاربة الجديدة حظيت في إطار استراتيجية تنمية السياحة في الجزائر في آفاق 2030، حيث تتموضع حول نهج تنسيقي واسع وقوي مع القطاعات الأخرى، من خلال شراكة تظم الدولة والجماعات المحلية وكذا الجمعيات المعنية، إضافة إلى مهني القطاع والقطاعات الاقتصادية الأخرى، من جهة أخرى سيتم التوحيد من خلال مقاربة نوعية تميل إلى تثمين القطاع، الشركات المنتوج السياحي عن طريق سياسة تسويقية، من خلال مرونة الاختيار للمنتوجات والشركات المرجو تنميتها من خلال الشراكة، وحسن التكييف مع الأسواق العالمية، وهذا في إطار عرض أمام السياح أو طالبي الخدمة السياحية أنواع من المنتوجات ذات جودة عالية حسب الاحتياجات وحسب مستواهم الثقافي، حيث أن هذا الاتجاه يتوافق مع المتطلبات العالمية للسياحة في تنميتها وتطويرها؛

ب. **استراتيجية مستدامة ومنسقة:** إن استراتيجية تنمية القطاع السياحي لآفاق 2030، تتماشى مع برنامج الحكومة والذي يدعم تحسين جودة العرض السياحي، وكذا استدامة وحفظ الثروات والمساحات وأخيرا التشاور مع

[1]- بن شلاط مصطفى، الوالي فاطمة، مرجع سبق ذكره، ص77.

جميع الشركاء وفاعلي القطاع. وهذا يؤدي إلى تعزيز جذب الوجهة "الجزائر " واستعادة أجزاء من السوق وذلك من خلال تحقيق ستة أهداف رئيسية:[1]

- تعزيز وتنمية جودة العرض السياحي والخدمات وترقية القطاع؛
- الترويج السياحي على المستوى الوطني مع الأخذ في الحسبان ثروة وتنوع المساحات والثقافات؛
- تشجيع وتطوير الأسواق الجديدة، الشركات والمنتوجات؛
- تطبيق سياسات جديدة ومتطورة للترويج والتسويق؛
- تنمية وتطوير لسياسات في مجال الشراكة والاستثمار الداخلي والخارجي؛
- توحيد المبادرات والمساهمات من قبل الشركاء الايجابيين والفاعلين في القطاع السياحي.

ج. **برنامج مساهمة القطاع في المدى القصير، المتوسط والطويل**:

- **تطبيق أدوات الدعم**: إن استراتيجية تنمية السياحة في الجزائر تعتبر كهدف أساسي لكل الفاعلين في القطاع من أجل تصميم وضع مشاريعهم في بيئة مستدامة ومنسقة، وهذا من خلال تطبيق الأدوات التالية:

✓ تكييف الإطار المؤسساتي للقطاع؛

✓ توحيد أدوات التخطيط السياحي، والتي تكلف بإعداد الدراسات، التحقيقات، الخيارات المنتوجات بنوك المعطيات المخطط التوجيهي لوحة القيادة للقطاعات الفرعية في السياحة؛

✓ تعزيز أدوات الترقية العقارية السياحية، من خلال التنسيق بين الوكالة الوطنية لتنمية السياحة والوكالة الوطنية لتهيئة المحيط، من حيث القوانين الأساسية والمهام وكذا تعزيز وسائلها؛

✓ تطوير أدوات الترويج والاتصال مع إعادة تكييف مهام الديوان الوطني للسياحة؛

✓ تطوير أدوات ترقية الاستثمار السياحي من خلال التوفيق والتنسيق بين الوكالة الوطنية لتنمية السياحة، الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، واللجنة المساعدة على الموقع وتعزيز الاستثمار من خلال وجهات نظر لأفضل ترابط من حيث المساهمة؛

✓ تطبيق أدوات التكوين قصد الدخول في شراكة مع المنظمة العالمية للسياحة ونظامها الأساسي وبرامجها؛

✓ تعزيز الأدوات المالية للمساعدة والتكفل بالاستثمار السياحي وقصد توسيع أجهزة المساعدة الحالية، البنوك، الصناديق ..... إلخ؛

✓ تعزيز أدوات التشاور ما بين القطاعات (دوائر وزارية، مهني القطاع الجماعات المحلية، النسيج الجمعياتي)؛

[1]- اعميري خالد، مرجع سبق ذكره، ص161.

- ✓ تعزيز الأدوات الإحصائية وجمع معطيات وبيانات القطاع.
- **المساهمات في المدى القصير**: من خلال مخطط البنية التحتية الفندقية عن طريق برنامج إعادة تأهيل البنى التحتية والذي يعطي الأولوية لـ:[1]

- ✓ مواكبة القواعد الدولية لجميع شبكات البنى التحتية الفندقية من خلال العلاقات الدائمة مع البنوك وصناديق الضمان؛
- ✓ الإنعاش في إطار البرنامج الخاص للجنوب الجزائري من خلال إنجاز 17 فندقا في المنطقة بطاقة إيواء قدرها 4400 سرير ضمن إعادة تأهيل السياحة الصحراوية؛
- ✓ إنعاش التراث الفندقي والذي عرف تصدع ما يقرب عن 9 فنادق وإعادة تأهيلها.

- **المساهمات في المدنيين المتوسط والطويل**: من خلال:

- ✓ إنشاء صناديق دعم التنمية السياحية مع بعث الخدمة العمومية لتسهيل الوصول إلى تمويل كل فاعلي القطاع السياحي؛
- ✓ تطوير الشركات والمنتوجات السياحية إلى أشكال جديدة؛
- ✓ ترقية التأطير البيداغوجي (تطوير مستويات التأهيل وتبادل البرامج والبحوث)؛
- ✓ وضع لجنة تشاورية بين القطاعات البيئة، التكوين المهني، الاتصال، الثقافة، المالية، الجماعات المحلية التجارة النقل الجمارك، التربية، الصحة، التعليم العالي، الفلاحة من أجل ضمان أفضل تكامل لتبيان المساهمة المشتركة لتنمية السياحة وضمان شراكة مستدامة بين مختلف القطاعات؛
- ✓ إعادة تنظيم وتعريف المهام والصلاحيات المتعلقة بنسبة وهيكل كل من الديوان الوطني للسياحة والوكالة الوطنية لتنمية السياحة، من أجل الوصول إلى أفضل كفاءة وأكثر عملية؛
- ✓ تسهيل الوصول إلى العقار السياحي الموجود في مناطق التوسع والوجهات السياحية وكذا دعم أسعاره بهدف تعزيز الاستثمار السياحي، إضافة إلى إتمام مسح مناطق التوسع السياحي والترويج لها.

المطلب الثالث: السياحة في الجزائر وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

تداركا للتأخر المسجل في القطاع السياحي عمدت الجهات الوصية على وضع مخطط توجيهي للتهيئة السياحية يعين ويوزع المناطق السياحية عبر الوطن ويحدد نوع النشاط السياحي فيها، حيث يعتبر هذا المخطط الإطار المرجعي للتنمية السياحية في الجزائر.

من خلال هذا المطلب سنحاول التطرق إلى واقع القطاع السياحي وفق مخطط موجه للتهيئة السياحية في الجزائر، وفق النقاط التالية:

[1]- اعميري خالد، مرجع سابق، ص164.

أولا: تقديم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية(SDAT 2030)

يُعد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 (SDAT 2030) أداة استراتيجية لتجسيد رؤية الدولة في تثمين التراث الثقافي والتاريخي للجزائر، واستثماره في دعم التحول السياحي، بهدف ترقية الجزائر إلى مصاف الوجهات السياحية المتميزة على مستوى حوض البحر الأبيض المتوسط.

1. تعريف وأهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

يندرج SDAT 2030 ضمن المخطط الوطني لتهيئة الإقليم(SNAT) ، والذي أُقرّ بموجب القانون رقم 01-02 الصادر بتاريخ 12 ديسمبر 2001، في إطار تهيئة الإقليم والتنمية المستدامة. يتضمن التقرير العام للمخطط ستة محاور رئيسية[1]:

أ. تشخيص واقع السياحة في الجزائر؛

ب. الحركيات الخمس وبرنامج العمل السياحي؛

ج. القرى والأقطاب السياحية المتميزة؛

د. آليات تنفيذ المخطط التوجيهي (الشق العملي)؛

هـ. المشاريع السياحية ذات الأولوية؛

و. البيئة (الجزء الخامس من التقرير).

2. أهداف المخطط

أ. جعل السياحة قطاعًا محوريًا للنمو الاقتصادي، وبديلًا استراتيجيًا لقطاع المحروقات؛

ب. تعزيز التكامل بين السياحة وقطاعات أخرى كالأشغال العمومية، الفلاحة، والثقافة؛

ج. التوفيق بين التنمية السياحية وحماية البيئة؛

د. تحسين صورة الجزائر السياحية عالميًا.

ثانيا: مخططات وآليات إنعاش السوق السياحية الجزائرية

لتحقيق أهدافSDAT 2030 ، تم وضع مخططات فرعية تشمل ما يلي[2]:

1. مخطط وجهة الجزائر:

يهدف هذا المخطط إلى تحسين صورة الجزائر كوجهة سياحية ذات جاذبية وتنافسية، من خلال استراتيجية تسويق سياحي جديدة تبرز تنوع المنتج السياحي الجزائري.

---

[1]- يعقوب مروة، **واقع القطاع السياحي في الجزائر (تقييم تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية)**، مجلة دفاتر بوادكس، المجلد12، العدد01، 2023، ص31.

[2]- يعقوب مروة، مرجع نفسه، ص32.

2. مخطط الأقطاب السياحية:

يُركّز على إنشاء أقطاب سياحية متميزة تتكوّن من قرى سياحية مجهزة بكافة متطلبات الإقامة والترفيه، وتختص بأنماط سياحية متنوعة (ثقافية، طبية، شاطئية، دينية...).

وقد حُددت سبعة أقطاب سياحية رئيسية:

أ. **الشمال الشرقي** :عنابة، الطارف، سكيكدة، قالمة، تبسة، سوق أهراس.

ب. **الشمال الأوسط** :الجزائر العاصمة، تيبازة، بومرداس، البليدة، شلف، عين الدفلى، البويرة، بجاية، تيزي وزو.

ج. **الشمال الغربي** :وهران، مستغانم، عين تموشنت، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس، غليزان.

د. **الجنوب الشرقي** :غرداية، بسكرة، الوادي، المنيعة.

هـ. **الجنوب الأوسط** :أدرار، بشار، تيميمون، طرق القصور.

و. **الجنوب الكبير** :الطاسيلي، إليزي، جانت.

ز. **الجنوب الهقار** :تمنراست.

3. مخطط جودة السياحة:

يركّز على تحسين نوعية العرض السياحي الوطني، من خلال تطوير التكوين، التعليم، واستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال، لتتماشى مع المعايير العالمية وتعزيز صورة الجزائر كوجهة سياحية عالية الجودة.

4. مخطط الشراكة بين القطاعين العام والخاص:

يشدد على أهمية التعاون بين القطاعين، حيث يُعنى القطاع العام بتهيئة البنية التحتية وضمان الأمن، بينما يتكفل القطاع الخاص بالاستثمار والتسيير السياحي، بما يساهم في تحقيق أهداف المخطط.

5. مخطط تمويل السياحة:

نظرًا لأن السياحة تُعد "صناعة ثقيلة" بربحية بطيئة، فإن تطورها يعتمد على استقرار أمني، مناخ اقتصادي مناسب، وتوفر الهياكل الأساسية ومرافق الإيواء، إلى جانب توفير آليات تحفيزية للتمويل والاستثمار[1].

[1]- يعقوب مروة، مرجع سابق، ص32.

ثالثا: تقييم تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (آفاق 2030)

تم تنفيذ المخطط على ثلاث مراحل[1]:

- **المرحلة الأولى** :(**2007-2008**) لتحقيق الأهداف قصيرة المدى.

1. **الهدف من هذه المرحلة:**

إطلاق المبادرات التأسيسية التي تمهد الطريق لتنفيذ المخطط التوجيهي بشكل فعّال، من خلال وضع اللبنات الأولى لتطوير السياحة.

2. **أبرز المحاور في هذه المرحلة:**

أ. إجراء الدراسات التشخيصية لتحديد مكامن القوة والضعف في القطاع السياحي.

ب. وضع خطة العمل الأولية وبناء الإطار التنظيمي للمخطط.

ج. بدء تنفيذ المشاريع العاجلة، مثل تهيئة بعض المناطق السياحية ذات الجاذبية العالية.

د. تفعيل التنسيق بين مختلف الأطراف المعنية بالسياحة (القطاع العام، الخواص، المجتمع المدني).

هـ. الترويج السياحي المبدئي لتحسين صورة الوجهة لدى السياح المحليين والدوليين.

3. **أهمية هذه المرحلة:**

هي الأساس الذي بُنيت عليه باقي مراحل المشروع، وتركز على التهيئة الميدانية والمؤسساتية، لضمان نجاح التوسّع المستقبلي.

- **المرحلة الثانية** :(**2009-2015**) خصصت لتحقيق الأهداف متوسطة المدى.

1. **الهدف من هذه المرحلة:**

تعزيز مكاسب المرحلة الأولى، وتوسيع نطاق المشاريع السياحية لتشمل مناطق جديدة وتنويع العرض السياحي.

2. **الأنشطة الرئيسية خلال هذه المرحلة:**

أ. تطوير البنية التحتية السياحية (فنادق، طرق، مطارات، خدمات).

ب. تهيئة وتوسيع مناطق جديدة للاستقطاب السياحي.

ج. دعم الاستثمار الخاص في القطاع السياحي، وتوفير تحفيزات لجذب المستثمرين.

د. تكوين الموارد البشرية المتخصصة في السياحة وتحسين جودة الخدمات.

هـ. تقوية الحملات الترويجية على المستويين الوطني والدولي.

[1]- يعقوب مروة، مرجع سابق، ص33.

و. إدماج معايير الاستدامة في المشاريع السياحية لضمان حماية الموارد الطبيعية والثقافية.

3. **أهمية هذه المرحلة:**

تشكل المرحلة التنفيذية الأوسع، حيث بدأت المشاريع الكبرى ترى النور، وتم خلالها بناء جزء كبير من القدرات التي يحتاجها القطاع لتحقيق النمو المستدام.

- **المرحلة الثالثة** :(**2030-2015**) لتحقيق الأهداف بعيدة المدى.

1. **الهدف من هذه المرحلة**[1]:

الوصول إلى رؤية "آفاق 2030"، أي تحويل السياحة إلى قطاع اقتصادي قوي، منافس، ومستدام.

2. **الركائز الأساسية لهذه المرحلة:**

أ. تعزيز مكانة البلاد كوجهة سياحية دولية متميزة ومتنوعة.

ب. تطوير السياحة النوعية (الإيكولوجية، الثقافية، الصحراوية، العلاجية...).

ج. توسيع رقعة الاستثمار السياحي مع التركيز على الجودة والابتكار.

د. ترسيخ السياحة المستدامة بيئيًا واجتماعيًا.

هـ. رقمنة القطاع السياحي وتبني التكنولوجيا الحديثة في الترويج والخدمات.

و. تحسين الحكامة في تسيير القطاع السياحي وتعزيز اللامركزية.

3. **أهمية هذه المرحلة:**

هي المرحلة التي تترجم الرؤية الاستراتيجية الشاملة، وتركز على تحقيق تحول عميق في القطاع، يجعله محركًا للتنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة.

[1]- يعقوب مروة، مرجع سابق، ص33.

خلاصة الفصل:

تعتبر التنمية السياحية ركيزة أساسية للنمو الاقتصادي والاجتماعي في العديد من الدول، رغم التحديات التي تواجهها، مثل البنية التحتية غير الكافية أو التأثيرات البيئية السلبية، فإن الفرص التي توفرها السياحة لا حصر لها إذا ما تم التعامل معها بطرق مستدامة ومدروسة، من خلال التخطيط الجيد، والاستثمار في تحسين جودة الخدمات، وتعزيز الثقافة السياحية المحلية، يمكن تعزيز هذا القطاع ليصبح محركًا رئيسيًا للتنمية المستدامة، كما أن السياحة لا تقتصر فقط على العوائد الاقتصادية، بل تساهم أيضًا في تعزيز التفاهم الثقافي بين الشعوب، وتوفير فرص العمل، وتحقيق التنمية المجتمعية، لذا فإن التنمية السياحية تتطلب تعاونًا بين الحكومة، القطاع الخاص، والمجتمعات المحلية لتحقيق أقصى استفادة ممكنة بما يتماشى مع مبادئ الاستدامة والابتكار.

كما يمكن القول أن التنمية السياحية في الجزائر تواجه تحديات كبيرة لكنها تحمل أيضًا إمكانيات واعدة للنمو والتطور، ورغم الإمكانيات الهائلة التي تمتلكها البلاد من موارد طبيعية وتراث ثقافي غني، فإن القطاع السياحي يحتاج إلى مزيد من الاستثمار في البنية التحتية، الترويج السياحي، إن نجاح الجزائر في استغلال هذا القطاع يعتمد على تكامل الجهود بين الحكومة، القطاع الخاص، وهذا ما تهدف إليه استراتيجية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030 وهو المرجع الرئيسي لتفعيل القطاع السياحي في الجزائر، مما يعزز مكانتها كوجهة سياحية متميزة.

الفصل الثاني

الإطار النظري للتحول الرقمي

تمهيد:

في ظل التطورات المتسارعة التي يشهدها العالم في العصر الحديث، أصبح التحول الرقمي ضرورة حتمية تمس جميع جوانب الحياة، وليس مجرد خيار تقني أو إداري. فقد أثرت التقنيات الرقمية بشكل جذري على طريقة عمل المؤسسات، وتفاعلات الأفراد، وأنماط الإنتاج والخدمات، ما أدى إلى إعادة تشكيل الهياكل الاقتصادية والاجتماعية وحتى الثقافية.

لقد تجاوز التحول الرقمي حدود استخدام التكنولوجيا بشكل تقليدي، ليصبح إطارًا شاملاً للتفكير والعمل، يهدف إلى تحسين الكفاءة، وتعزيز الابتكار، ورفع مستوى التفاعل مع المستفيدين. ولا يقتصر هذا التحول على القطاعات الاقتصادية الكبرى، بل يمتد ليشمل التعليم، والصحة، والإدارة الحكومية، وغيرها من المجالات الحيوية.

في هذا الفصل، سيتم تسليط الضوء على مفهوم التحول الرقمي، وأبعاده المختلفة، ومتطلباته، بالإضافة إلى التحديات التي قد تواجه المؤسسات والأفراد أثناء الانتقال إلى البيئة الرقمية، كما يلي:

- ماهية التحول الرقمي؛
- مرتكزات التحول الرقمي؛
- التحول الرقمي في القطاع السياحي.

المبحث الأول: ماهية التحول الرقمي

في ظل التطور التقني المتسارع، أصبح التحول الرقمي عنصرًا محوريًا في إعادة تشكيل أساليب العمل وتقديم الخدمات، لم يعد يقتصر على إدخال التكنولوجيا فقط، بل يمثل تحولًا استراتيجيًا شاملاً في البنية التنظيمية والإدارية.

المطلب الأول: مفهوم وخصائص التحول الرقمي

من خلال هذا المطلب سنحاول الإلمام بخصائص التحول الرقمي، وهذا انطلاقا من التعاريف التي قدمها أغلب الباحثين للتحول الرقمي.

أولا: مفهوم التحول الرقمي

التحول الرقمي هو رحلة تغيير ضخمة تقوم بها المؤسسات نتيجة لظهور تقنيات جديدة وتأثيراتها الاجتماعية والاقتصادية المحتملة، بهدف تحسين فعالية أعمالها".

حيث يؤثر التحول الرقمي بشكل كبير على المؤسسات التي تعتقد أن التحسينات الطفيفة كافية للحفاظ على أعمالها، حيث إنه يغير بشكل جوهري من عرض القيمة الخاص بالمؤسسة وطرق وصولها إلى عملائها، كما أنه ليس حدثًا منفردًا، بل هو تخصص جديد يتطلب من المؤسسات اعتماد التغيير المستمر، والتطور، والابتكار.[1]

التحول الرقمي ينطوي على تغيير جوهري وعميق في نموذج العمل بالكامل داخل المنظمة، مع تأثيرات متسلسلة تمتد إلى صناعات بأكملها، يتطلب التحول الرقمي نظرة أوسع إلى العوامل المسببة التي تُشغل أو تهيئ التغييرات داخل المنظمات، بالإضافة إلى النتائج التي تُحدثها تلك التغييرات في السياق الأوسع للعمليات[2].

يُعرَّف التحول الرقمي بأنه العملية التي تنتقل من خلالها المؤسسة إلى البيئة الرقمية، ويمكن أن يتم ذلك من خلال رقمنة العمليات التجارية أو من خلال رقمنة نموذج العمل بالكامل. ويُعتبر هذا التعريف متغيرًا تبعًا لطبيعة كل مؤسسة على حدة، حيث يتأثر بعوامل متعددة مثل الدوافع التنظيمية والأبعاد التي يشملها التحول داخل المؤسسة.

---

[1]– Kaya yamac, Bozbura faik tunc, **Digital Transformation: A Cognitive Study for Organizations to Shape their Journeys,** International journal of professional BUSINESS REVIE, v8, n5, p5

[2]- Patrick Mikalef, Elena Parmiggiani, **Digital Transformation in Norwegian Enterprises**, This workwassupportedbythefacultyof Information Technologyand Electrical Engineering of the Norwegian University of Science and Technology, and the Department of Technology Management of SINTEF Digital. ISBN 978-3-031-05275-0, p03.

تختلف متطلبات هذا التحول باختلاف المرحلة التي تمر بها المؤسسة في مسيرتها الرقمية؛ فكلما كانت المؤسسة في مرحلة مبكرة من التطور الرقمي، كانت عملية التحول أكثر تطلبًا من حيث الموارد والجهد[1].

التحول الرقمي هو التغيير الثقافي والتنظيمي والتشغيلي في منظمة أو صناعة أو نظام بيئي من خلال دمج ذكي للتقنيات الرقمية والعمليات والكفاءات عبر جميع المستويات والوظائف بطريقة استراتيجية[2].

من خلال ما تقدم من تعاريف يمكن أن نستخلص أن التحول الرقمي هو عملية تغيير جوهري وعميق في نموذج العمل داخل المنظمة، حيث يشمل التغيير الثقافي والتنظيمي والتشغيلي من خلال دمج التقنيات الرقمية والعمليات والكفاءات عبر جميع المستويات والوظائف، يهدف التحول الرقمي إلى تحسين فعالية الأعمال من خلال الرقمنة، وهو ليس حدثًا منفردًا بل عملية مستمرة تتطلب من المؤسسات التكيف مع التغيرات، الابتكار، وتطوير طرق وصولها إلى العملاء، ويختلف هذا التحول باختلاف المرحلة التي تمر بها المؤسسة، حيث يتطلب المزيد من الموارد والجهد كلما كانت المؤسسة في مرحلة مبكرة من تطورها الرقمي.

ثانيا: خصائص التحول الرقمي

يتميز التحول الرقمي بمجموعة من الخصائص التي تعزز من فعاليته وتجعله مختلفًا عن أساليب الاتصال التقليدية، ومن أبرز هذه الخصائص[3]:

1. **التفاعلية** :يتيح التحول الرقمي تواصلاً ثنائيًا متبادلاً بين المرسل والمستقبل، حيث يمكن لكل طرف أن يؤدي دور المرسل أو المستقبل، ما يخلق حوارًا متواصلاً بدلاً من الاتصال أحادي الاتجاه.

2. **اللاتزامنية** :تمكّن هذه الخاصية الأفراد من التفاعل مع الرسائل الرقمية في الوقت الذي يناسبهم، سواء في إرسالها أو استقبالها، مما يضفي مرونة كبيرة على عملية الاتصال.

3. **المشاركة والانتشار** :أصبح بإمكان أي فرد يمتلك أدوات رقمية بسيطة أن يكون ناشرًا ومشاركًا للمحتوى، مما يوسع من نطاق الانتشار ويوفر فرصًا أكبر للتفاعل المجتمعي.

---

[1]- Erik Andersson Nissar, Digital Transformation Prerequisites for a digital business model, Examensarbete, Grundnivå (högskoleexamen), 15 hp Industriell ekonomi,Ekonomiingenjörsprogrammet, p09.

[2]- https://www.i-scoop.eu/digital-transformation/#google_vignette, on 10-04-2025, at 7:36.

[3]- بشرى حسين الحمداني، **التربية الإعلامية ومحو الرقمية**، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2015، ص138.

4. **المرونة** :تتصف الشبكات الرقمية بالمرونة نتيجة اعتمادها على أنظمة مبرمجة يمكن التحكم بها بسهولة، مما يتيح استخدامًا أكثر كفاءة وجودة.

5. **الذكاء** :تتمتع الشبكات الرقمية بقدرات ذكية، إذ يمكنها مراقبة تغيّرات البيئة الاتصالية وتصحيح المسارات بشكل مستمر، بما يضمن تحسين الأداء وتفادي الأخطاء.

6. **التنوع** :ساهم تطور الوسائط الرقمية وتعدد أدواتها في تنوع كبير في عملية الاتصال، سواء من حيث:

أ. أشكال الاتصال المتاحة عبر وسيلة واحدة مثل الحاسوب.

ب. المحتوى المتوفر في مختلف المواقع، وتنوع مجالاته ووظائفه.

ج. قدرة المتلقي على الاختيار بين الأشكال والمضامين حسب احتياجاته وظروفه.

7. **التكامل** :تتيح البيئة الرقمية، وخصوصًا شبكة الإنترنت، دمج وسائل الاتصال المختلفة ضمن منظومة موحدة، تشمل النصوص، الصور، الصوت، الفيديو، والرسوم، وتقدم للمتلقي تجربة اتصال شاملة ومتعددة الخيارات؛

8. **تجاوز الزمان والمكان** :لم يعد الاتصال الرقمي يتطلب وجود طرفي الاتصال في نفس المكان أو الوقت، بل يمكن التفاعل عن بُعد وفي أوقات مختلفة، ما يعزز من مرونة وتيسير عملية الاتصال؛

9. **الاستغراق في عملية الاتصال** :أدى انخفاض تكلفة استخدام الوسائط الرقمية وتوفر البنية التحتية إلى زيادة استغراق المستخدمين في استخدام هذه الوسائط لأغراض التعلم أو الترفيه، خصوصًا مع توفر المعلومات بطريقة تفاعلية وطول فترة التفاعل مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية؛[1]

10. **اندماج الوسائط** :تجمع الوسائل الرقمية الحديثة بين أنواع مختلفة من المحتوى الاتصالي مثل النصوص، الصوت، الصور الثابتة والمتحركة، والرسومات الثنائية والثلاثية الأبعاد، مما يوفر تجربة تواصل متعددة الأبعاد؛

11. **التركيز والانتباه** :نظرًا لأن المتلقي يشارك بفاعلية في اختيار وتصفح المحتوى الرقمي، فإنه يُظهر اهتماما أكبر وتركيزًا أعلى، مقارنة بالتعرض السلبي لوسائل الإعلام التقليدية؛

12. **التخزين والاسترجاع** :توفر الوسائط الرقمية إمكانية حفظ الرسائل والمحتوى واسترجاعه عند الحاجة، مما يزيد من فاعلية التواصل ويسهل العودة إلى المعلومات في أي وقت[2].

---

[1]–محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، عالم الكتب، الطبعة الثانية، القاهرة، مصر، 2004، ص110.

[2]– بشرى حسين الحمداني، مرجع سبق ذكره، ص115.

المطلب الثاني: أشكال واهداف التحول الرقمي

من خلال هذا المطلب سنحاول الإلمام بأشكال التحول الرقمي، ومنها سنعرض أهداف التحول الرقمي.

أولا: أشكال التحول الرقمي

تعد التكنولوجيا المحرك الأساسي للتحول الرقمي، فهي لا تكتفي فقط بدعم رقمنة المؤسسات، بل تفرض أيضًا ضرورة التغيير لمواكبة التطورات المتسارعة. ومن الجدير بالذكر أنه لا توجد تقنية واحدة أو أداة محددة تُمكّن المؤسسات من التحول الرقمي، بل يتطلب الأمر تكاملًا بين عدة أنواع من التحولات، تعتمد عليها الشركات لتطوير أعمالها ومواكبة المنافسة. وفيما يلي أبرز أشكال التحول الرقمي[1]:

1. تحول العمليات التشغيلية

يركز هذا النوع على تطوير آليات العمل الداخلي في المؤسسة من خلال إدخال التكنولوجيا الحديثة. ويشمل ذلك:

أ. إتمام الإجراءات اليدوية.

ب. تحسين استثمار الموارد في مجالات مثل التسويق والبحث والتطوير.

ج. استخدام البيانات لدعم اتخاذ القرار.

من بين الأهداف الرئيسية نجد:

أ. تقليل التكاليف التشغيلية.

ب. تقليص وقت الوصول إلى السوق.

ج. تحسين جودة المنتجات والخدمات.

د. تعزيز تجربة العملاء وصورة العلامة التجارية.

2. تحول نموذج العمل

يتعلق هذا التحول بإعادة تصميم النموذج الأساسي للأعمال بما يتماشى مع البيئة الرقمية الجديدة. ويتطلب:

أ. دراسة معمقة لطبيعة الصناعة والأسواق.

ب. البحث عن طرق جديدة ومبتكرة لتقديم القيمة للعملاء.

ج. التفكير خارج الأطر التقليدية.

---

[1] -https://fekrait.com/, on 15-04-2025, at 18:22.

التركيز هنا يكون على الابتكار، واستكشاف فرص لم تكن ممكنة من قبل في ظل النماذج القديمة.

3. تحول النطاق (المجال)

يتعدى هذا الشكل من التحول الحدود التقليدية للأسواق والقطاعات التي تعمل فيها الشركة. ومثال بارز على ذلك:

دخول أمازون في مجال الحوسبة السحابية من خلال **Amazon Web Services**، والتي أصبحت واحدة من أكبر مزودي الخدمات السحابية عالميًا، يتيح هذا النوع من التحول فرصًا لإنشاء أسواق جديدة بالكامل، مدفوعًا بتقنيات مثل الذكاء الاصطناعي، وإنترنت الأشياء، والتكنولوجيا القابلة للإرتداء.

4. التحول الثقافي

لا يقتصر التحول الرقمي على الأدوات والتقنيات، بل يتطلب تحولًا في الثقافة التنظيمية. ويشمل[1]:

أ. توعية الموظفين بأهمية التكنولوجيا الجديدة.

ب. تعزيز التعاون بين الفرق.

ج. تبني عقلية الابتكار والتغيير المستمر.

نجاح التحول الرقمي يعتمد إلى حد كبير على جاهزية الأفراد واستعدادهم للتعلم والتكيف، مما يجعل الثقافة عاملاً حاسمًا في تحقيق الأهداف.

5. التحول السحابي

يعنى هذا النوع بترحيل أنظمة المعلومات إلى بيئات الحوسبة السحابية. ويمكن أن يتم ذلك بعدة طرق:

أ. ترحيل جزئي لبعض التطبيقات أو البيانات.

ب. نقل كامل للبنية التحتية إلى السحابة.

ج. الدمج بين السحابة العامة والخاصة فيما يُعرف بالسحابة الهجينة.

من أبرز مزايا التحول السحابي:

أ. تحسين كفاءة تخزين البيانات ومشاركتها.

ب. تسريع الوصول إلى السوق.

ج. تعزيز المرونة وقابلية التوسع.

[1] - https://fekrait.com/, on 15-04-2025, at 18:22.

ثانيا: أهداف التحول الرقمي

يهدف التحول الرقمي إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي تسهم في تحسين الأداء وتطوير الخدمات، ويمكن تصنيف هذه الأهداف على النحو التالي[1]:

أ. أهداف تتعلق بتعزيز كفاءة الأداء

1. **تحسين انسيابيه المعلومات** :يتيح التحول الرقمي نقل المعلومات بين الإدارات المختلفة بدقة وسهولة، مما يعزز الثقة في صحة البيانات ويقلل من الأخطاء الناتجة عن الإدخال اليدوي.

2. **تبسيط الإجراءات الإدارية** :يؤدي توفر المعلومات بصيغ رقمية إلى تقليص حجم الأعمال الورقية، ويحدّ من الحاجة لتوفير نسخ ورقية من مستندات متاحة إلكترونيًا.

3. **الاستفادة المثلى من الموارد البشرية** :من خلال حفظ البيانات رقميًا وتسهيل إعادة استخدامها، يمكن توجيه الجهود البشرية إلى مهام أكثر إنتاجية.

4. **رفع الإنتاجية وخفض التكاليف** :يُسهم استخدام التكنولوجيا المعتمدة على شبكات المعلومات في تحسين الأداء العام، ويوفر آليات أفضل لإشراك المواطنين في تنفيذ السياسات والخدمات.

ب. أهداف التحول الرقمي وفق طبيعتها

وتتمثل في:

1. **أهداف مباشرة ذات أثر مادي واضح:**

- ✓ تسريع إنجاز المعاملات.
- ✓ تقليل زمن التنفيذ.
- ✓ خفض الاعتماد على المستندات الورقية.
- ✓ تمكين العمل عن بُعد بكفاءة.

2. **أهداف غير مباشرة ذات طابع استراتيجي**

- ✓ تقليل الأخطاء البشرية.

[1]– طلق عوض الله السواط، **أثر التحول الرقمي على كفاءة الأداء الأكاديمي**، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد43، 2022، ص654.

- ✓ تحقيق التكامل مع الأنظمة العالمية، وخاصة في الدول المتقدمة.
- ✓ دعم القدرة التنافسية للمؤسسات وتعزيز مكانتها.

وتسعى المنظمات من خلال اعتماد التحول الرقمي كاستراتيجية إلى تحقيق جملة من الأهداف نوجزها فيما يلي: [1]

1. توفير كم هائل من المعلومات على وسائط رقمية.
2. تسهيل عملية البحث في المجموعات الرقمية واسترجاع المعلومات بوسائل وطرق عديدة.
3. توفير خدمات معلوماتية بتقنيات جديدة.
4. حفظ مصدر المعلومات الأصلية من التلف.
5. إتاحة المعلومات لأكبر عدد من المستفيدين والمتعاملين من خلال المنصات الرقمية.

المطلب الثالث: وسائل ومتطلبات التحول الرقمي

من خلال هذا المبحث سنحاول عرض أهم الوسائل التي تساهم في تطبيق التحول الرقمي، وهذا ما يظهر لنا بعد ذلك أهم متطلبات التحول الرقمي.

أولا: وسائل التحول الرقمي

يعد تعدد الوسائل والتقنيات المستخدمة في الاتصال والتواصل وتبادل المعلومات من أبرز مظاهر العصر الرقمي، حيث باتت هذه الأدوات منتشرة على نطاق واسع في جميع أنحاء العالم. ويقود الحديث عن التحول الرقمي بالضرورة إلى التطرق إلى الوسائل الإعلامية والاتصالية المرتبطة به ارتباطا وثيقاً، والتي تتيح تبادل الرسائل والمضامين بمختلف الاتجاهات، مما يجعل السيطرة عليها أمرًا معقدًا. وتمثل هذه الوسائل أدوات ذات تأثير بالغ في تشكيل ثقافات المجتمعات وتوجيه أفكارها وسلوكها، ومن أبرزها: القنوات الفضائية، الهواتف الذكية، شبكة الإنترنت، وغيرها من الوسائط الرقمية:[2]

أ. **القنوات الفضائية**

تتميز القنوات الفضائية بعدة مزايا، منها إمكانية إعادة بث المواد المرئية في أوقات مختلفة، مما يضمن وصولها إلى شرائح أوسع من الجمهور. كما تساهم بعض القنوات في نشر محتوى إعلامي هادف بالتعاون مع مؤسسات

[1]– بن قارة سيرين، زيغم ابتهال، **التحول الرقمي في جامعة 8 ماي 1945 قالمة**، كخيار استراتيجي لضمان جودة الإدارة الجامعية، دراسة حالة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2023، 05.

[2]– فهد بن عبد العزيز الغفيلي، **الإعلام الرقمي(أشكاله ووظائفه وسبل تفعيله وملحق به مشاريع وتطبيقات ميدانية)**، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر، الطبعة الأولى، الرياض، 2017، ص17-18.

مختلفة، وتعمل على استضافة متخصصين لمعالجة الظواهر الاجتماعية والثقافية. وتُعد البرامج التوعوية من أبرز ما تقدمه هذه القنوات، لما لها من أثر في إيصال الرسائل من خلال الدمج بين الصورة الحية والصوت والنص، وهو ما يعزز من قوة التأثير.

ب. **الهواتف الذكية**

تلعب الهواتف الذكية دورًا محوريًا في تغيير أنماط حياة الأفراد داخل المجتمعات الحديثة، فهي وسيلة اتصال وإعلام رقمية لا يكاد يُستغنى عنها. وقد أثّرت هذه الأجهزة في سلوكيات الأفراد وعاداتهم سواء بشكل إيجابي أو سلبي، نظرًا لتوفرها الواسع وسهولة استخدامها.

ج. **الإنترنت والوسائط الرقمية**

تعد شبكة الإنترنت فضاءً واسعًا وبيئة ديناميكية لنشر المحتوى الإعلامي وتنوعه، لما توفره من خصائص فريدة يصعب حصرها. ومن أبرز هذه الخصائص إمكانية تقديم المعلومة بأكثر من صيغة، سواء مكتوبة، مسموعة، مرئية، أو في شكل رسوم معلوماتية (أنفوغرافيك)، مما يجعلها أكثر جاذبية وقابلية للتأثير في مختلف فئات الجمهور. وتتميز المعلومات المنشورة عبر الإنترنت بإتاحتها لجميع المستخدمين من مختلف المواقع الجغرافية، حيث لا تقتصر على مكان أو زمان معين، كما أنها تظل متوفرة لفترات طويلة بعد النشر، مما يسهل على المستخدمين الوصول إليها متى أرادوا.

د. **أبرز الوسائط الرقمية المستخدمة**

تتعدد الوسائط الرقمية المتاحة على شبكة الإنترنت، ومن أبرزها[1]:

1. **المواقع الإلكترونية** :وتشمل مواقع إخبارية كصفحات الصحف، وأخرى تجارية واقتصادية لعرض السلع والخدمات، بالإضافة إلى مواقع تعليمية ودينية وترفيهية.
2. **البريد الإلكتروني** :مثل "ياهو" و"هوتميل"، حيث يُستخدم في إرسال واستقبال المراسلات بسرعة وسهولة وبتكلفة منخفضة.
3. **تطبيقات المحادثة** :مثل "واتساب" و"فايبر"، التي تتيح التواصل الفوري بين المستخدمين، وتعد من أكثر الوسائل استخدامًا لمرونتها وانخفاض تكلفتها.
4. **المدونات** :وتُستخدم كمنصات لنشر الأفكار والآراء، حيث يمكن للقراء التفاعل من خلال التعليقات، وتتنوع موضوعاتها بين الأخبار العامة والموضوعات الشخصية واليومية.

[1]- فهد بن عبد العزيز الغفيلي، مرجع سابق، ص18.

5. **مواقع التواصل الاجتماعي** :مثل "فيسبوك"، "تويتر"، و"يوتيوب"، وتُعد أدوات فعالة للتفاعل والاجتماعي والثقافي والسياسي، وتستخدم بشكل واسع في تبادل الأخبار ومشاركة الوسائط المتعددة.

هـ. **أدوات رقمية حديثة**

من الأدوات المستحدثة التي ظهرت ضمن بيئة التحول الرقمي:

1. **روبوت الدردشة التفاعلي** :ويُستخدم للرد على الأسئلة الشائعة والمتكررة بشكل آلي، مما يُحسن تجربة المستخدم ويُقلل الضغط على الدعم البشري.

2. **خاصية القصص** :والتي تنتشر على منصات مثل إنستغرام، فيسبوك، واتساب، ويوتيوب، وتستخدم لنشر المحتوى في صيغة مرئية سريعة ومباشرة، تُحقق تفاعلًا واسعًا مع الجمهور[1] .

ثانيا: متطلبات التحول الرقمي

متطلبات التحول الرقمي يشمل مجموعة متنوعة من العوامل التي يجب أخذها في الاعتبار لتحقيق التحول الرقمي بنجاح، وهي كما يلي:[2]

1. **متطلبات إدارية وتنظيمية وبشرية:**

أ. تعيين قادة إداريين قادرين على التغيير؛

ب. اعتماد هياكل غير مركزية ومرنة؛

ج. إنشاء وحدات تنظيمية لإدارة تطوير تقنية المعلومات؛

د. إعادة هندسة العمليات والأعمال داخل المنظمة؛

هـ. الحد من البيروقراطية وتبسيط إجراءات العمل؛

و. تطبيق أساليب حديثة في سياسات الموارد البشرية؛

ز. توفير فرص الترقية وتطوير المسارات المهنية في تقنية المعلومات؛

ح. دعم الإدارة العليا لتطبيق تقنية المعلومات؛

ط. تطوير نظام فعال للمزايا والأجور؛

ي. اعتماد وسائل حديثة في تقييم أداء الموظفين؛

---

[1]- مسفرة بنت دخيل الله الخثعمي، مشاريع وتجارب التحويل الرقمي في مؤسسات المعلومات، دراسة للإستراتيجيات المتبعة، مجلة RIST، مجلد19، العدد01، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامي، الرياض، ص

[2]- رابحي فطيمة، ز. قارون، **العوامل المساهمة في إرساء الثقافة الرقمية**، دراسة حالة، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة إبراهيم سلطان شيبوط الجزائر03، الجزائر، 2020-2021، ص06-08.

2. متطلبات فنية:

أ. تحكم الحاسوب في جميع عمليات المنظمة؛

ب. تطوير برامج تدريبية لتنمية مهارات الأفراد؛

ج. توفير القدرات الفنية للعاملين؛

د. ضمان تحقيق توقعات مستخدمي تقنية المعلومات؛

هـ. استخدام مصادر متعددة لتوفير الكفاءات؛

و. تحسين البنية التحتية للاتصالات والشبكات؛

3. متطلبات مالية:

أ. توفير الدعم المالي لتقنية المعلومات؛

ب. التحليل المالي لاستخدام تقنية المعلومات؛

ج. إجراء دراسات مالية واقتصادية؛

د. تشجيع الاستثمار في تقنية المعلومات؛

4. متطلبات قانونية:

أ. توفير الأمن الإلكتروني؛

ب. إصدار قوانين لتنظيم عمليات التبادل؛

ج. حماية حقوق الملكية الفكرية

5. متطلبات إجتماعية ونفسية:[1]

أ. تأسيس ثقافة تنظيمية تركز على أهمية تقنية المعلومات؛

ب. تعزيز روح الفريق والتعاون؛

ج. دعم تطبيق تقنية المعلومات وتطوير مهارات العاملين؛

د. زيادة القدرة على التعلم وتقبل التغيير التقني؛

هـ. تغيير أنماط الثقافة التنظيمية لتواكب ثقافة المعلومات؛

و. رفع الوعي المعلوماتي لإرساء ثقافة رقمية.

[1]- رابحي فطيمة، ز. قارون، مرجع سابق، ص08.

6. متطلبات تقنية:

ويمكن تقسيمها إلى ثلاث فئات رئيسية:[1]

أ. متطلبات البنية التحتية الخاصة بشبكة الاتصالات والأنترنت؛

ب. المتطلبات الخاصة بالبنية التحتية المعلوماتية، أي تلك المتعلقة بوجود أنظمة معلومات فعالة وقادرة على تجميع البيانات من مصادرها وجودتها؛

ج. المتطلبات المتعلقة بالأدوات البرمجية، بما في ذلك توافر الأطر البشرية المؤهلة القادرة على التعامل مع هذه الأدوات بكفاءة وفعالية.

المبحث الثاني: مرتكزات التحول الرقمي

يعد التحول الرقمي من أبرز الموجّهات الحديثة التي تعيد تشكيل ملامح المؤسسات والقطاعات في مختلف أنحاء العالم، إذ لم يعد مجرد خيار تقني، بل أصبح ضرورة استراتيجية لمواكبة التغيرات المتسارعة في بيئة الأعمال وتلبية تطلعات المستفيدين المتزايدة.

ولكي يتحقق هذا التحول بصورة فعالة ومستدامة، لا بد من توافر مجموعة من المرتكزات الأساسية التي تمثل القاعدة الصلبة لأي عملية تحول رقمي ناجحة.

تتمثل هذه المرتكزات في عدة جوانب مترابطة تشمل وضوح الرؤية الاستراتيجية والدعم المؤسسي يمثلان عاملين حاسمين في ضمان نجاح جهود التحول الرقمي وتحقيق أهدافه المرجوة.

المطلب الأول: الخطوات الأساسية للتحول الرقمي

من خلال هذا المطلب سنحاول الإلمام بمختلف الخطوات الرئيسية التي تمر بها عملية الحول الرقمي، والتي تتمثل في:

1. بناء استراتيجية رقمية وإجراءات التحسين؛
2. قياس الإمكانيات الرقمية الحالية؛[2]
3. تغيير الهيكل التنظيمي بما بتوافق مع الإستراتيجية الرقمية لتحقيق المرونة اللازمة داخل المنظمة؛
4. تحديد الإمكانيات الرقمية للمنظمة وقياسها؛

---

[1]- هبال عبد المالك، **أثر توفر متطلبات استخدام الرقمنة في تحسين مستوى الخدمة المصرفية الإلكترونية لعمليات التجارة الخارجية**، دراسة حالة بنك BDL, BADR بالمسيلة، مجلة دفاتر اقتصادية، المجلد14، العدد01، 2023، ص470.

[2]- عمر مهدي، **دور التحول الرقمي في تحسين ممارسات إدارة الموارد البشرية، مجلة التنظيم والعمل**، المجلد11، العدد1، 2022، ص157.

5. إنشاء وحدة التحول الرقمي ضرورة حتمية لتتبع عملية التحول الرقمي وإدارتها بفعالية؛
6. تحديد عوائق التكامل الرقمي والعمل على حلها؛
7. إدارة التغيير للتحول الرقمي.[1]

وهناك جملة من المراحل يمر بها التحول الرقمي، وتتمثل في:[2]

1. التحول التكنولوجي

تبدأ أولى خطوات التحول الرقمي المثالي بالتخلص من التحديات التقنية المتراكمة، والتي تشمل نقل أعباء العمل إلى بيئات إلكترونية حديثة، وتحديث الأنظمة القديمة، ورغم أن التركيز في هذه المرحلة ينصب على الجانب التقني، إلا أنها تتطلب أيضًا تطوير قدرات قسم تقنية المعلومات وتعديل نموذج العمل المعتمد.

ومن أبرز النتائج المتوقعة: انخفاض التكاليف التشغيلية، وزيادة إنتاجية العاملين في مجال التقنية، وتعزيز المرونة في العمليات، ورفع قدرة المؤسسة على التكيف مع المستجدات التقنية.

وتشير التجارب إلى أن التحول من الأنظمة التقليدية إلى أنظمة إلكترونية متطورة يسهم في تقليل التكاليف بنسبة ملحوظة، وتحقيق كفاءة أعلى في الإدارة، وتقليص فترات التعطل غير المتوقعة، إلى جانب انخفاض عدد الحوادث الأمنية.

2. التحول التشغيلي

بعد تجاوز التحديات التقنية، تأتي مرحلة تحسين نموذج التشغيل ليصبح معتمدًا على البيانات. تشمل هذه المرحلة استخدام أدوات تحليل البيانات الحديثة للحصول على رؤى واضحة تساعد في تحسين تجربة العملاء، وإتمام العمليات باستخدام تقنيات ذكية.

وقد تركز المؤسسة على مجالات مثل: تطوير خدمة العملاء، وزيادة إنتاجية الموظفين، ودعم اتخاذ القرار، والتنبؤ بمستقبل الأعمال، والكشف عن الاحتيال ومنعه، وتحسين كفاءة العمليات الصناعية. ورغم أن هذه المرحلة أكثر تعقيدًا من التحول التكنولوجي لكونها تمس الهيكل العام للمؤسسة، إلا أنها تحقق نتائج كبيرة من حيث الكفاءة والمرونة والفعالية، ونظرًا لتغير بيئة الأعمال باستمرار، قد تجد المؤسسة نفسها مضطرة لإعادة تقييم نموذج أعمالها بشكل شامل.

---

[1]- صدوقي غريسي، وآخرون، **واقع وأهمية التحول الرقمي والأمّة**، مجلة أراء للدراسات الاقتصادية والإدارية، المجلد03، العدد02، المركز الجامفي أفلو، الجزائر، 2021، ص103.

[2]- هناء عفيف، وهيبة خولوفي، **الاتجاه نحو التحول الرقمي: حتمية أو خيار؟**، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد06، العدد01، أفريل 2022، ص280.

3. التحول الاستراتيجي

عند إتمام المرحلتين السابقتين، تصبح المؤسسة مؤهلة لإعادة ابتكار نموذج أعمالها بطريقة استراتيجية، من خلال مراجعة طرق تقديم القيمة للعملاء وتحقيق العوائد.

قد يتضمن ذلك استغلال التقنيات الرقمية لدخول أسواق جديدة أو تطوير خدمات مبتكرة، خاصة إذا أصبح النموذج الحالي غير ملائم للاستمرار.

لكن إذا لم يكن هناك تهديد مباشر للنموذج القائم، فقد لا تكون هذه المرحلة أولوية، ومع ذلك، فإن أي تعديل استراتيجي يتطلب تطوير قدرات جديدة، مما يستدعي العودة إلى التحولين التشغيلي والتكنولوجي.

4. التحول الرقمي المستمر: ضرورة استراتيجية

نظرًا لاستمرار الابتكار التقني بوتيرة متسارعة، فإن الحاجة إلى التحول الرقمي المتواصل أصبحت أمرًا لا مفر منه، والهدف الأسمى هو أن تصبح المؤسسة مرنة وسريعة الاستجابة على المستويين الاستراتيجي والتشغيلي، بحيث يكون التحول الرقمي المستمر جزءًا أصيلًا من أسلوب عملها اليومي[1].

المطلب الثاني: ابعاد التحول الرقمي

للتحول الرقمي عدة أبعاد يمكن حصرها في:[2]

1. **استخدام التقنيات الرقمية:** أي مدى قدرة المنظمة على استغلال تكنولوجيا المعلومات وطموحها التكنولوجي في المستقبل؛

2. الاستراتيجية الرقمية: التحول الرقمي هو مهمة معقدة مستمرة يمكن أن تشكل عرقلة اذا لم يكن الشخص المسؤول عن استراتيجية التحول الرقمي لديه خبرة كافية في المشاريع التحويلية بشكل مباشر، لذلك من المهم تحديد مسؤوليات كافية وواضحة لتحديد وتنفيذ استراتيجية التحول الرقمي؛

3. **القدرة التنبؤية والتحليلية:** يجب على المؤسسة لكي تكون ناضجة بشكل رقمي أن يكون لها القدرة على التنبؤ بالظروف البيئية والتكيف معها بسرعة؛

4. **رقمنة العملاء وعلاقاتهم:** يتمحور هذا البعد حول جميع النواحي المتعلقة بعلاقات العملاء ومدى تأثير التحول الرقمي على هذه العلاقات؛

---

[1]- هناء عفيف، وهيبة خولوفي، مرجع سابق، ص281.

[2]- بن قارة سيرين، زيغم ابتهال، مرجع سبق ذكره، ص11.

5. **ثقافة المنظمة والأفراد:** لا ينجح التحول الرقمي الا إذا دعمه الناس العاملين في المنظمة، لذلك تعمل القيادة على توفير وخلق ظروف آمنة وصحية لقوة العمل، لتشجيع جميع الموظفين على النمو والابتكار وتحقيق نتائج مرضية.

المطلب الثالث: تحديات ومعوقات التحول الرقمي

يواجه التحول الرقمي داخل المؤسسة جملة من العراقيل والتحديات، التي يجب على المؤسسة أن تتخذها بعين الاعتبار، سنشرحها كما يلي:

أولا: تحديات التحول الرقمي

توفر التحول الرقمي للمنظمات تحديًا كبيرًا وفرصة في الوقت ذاته، عند التخطيط للتحول الرقمي، تحتاج المنظمات إلى أخذ التغيرات الثقافية بعين الاعتبار، حيث سيتعين على الموظفين والمديرين التكيف مع تبني التقنيات المختلفة والاعتماد عليها.

لقد أدى التحول الرقمي إلى ظهور تحديات وفرص مميزة في السوق، إذ تواجه المنظمات منافسين مرنين يستفيدون من انخفاض الحواجز للدخول التي توفرها التكنولوجيا.

علاوة على ذلك، ونظرًا للأهمية الكبيرة التي تُمنح اليوم للتكنولوجيا والاستخدام الواسع لها، فإن نتائج التحول الرقمي على الأرباح والعائدات والفرص تحمل إمكانات إيجابية ملحوظة[1].

كما تواجه المنظمات الراغبة في تنفيذ التحول الرقمي – سواء بشكل جزئي أو كلي – مجموعة من التحديات والمعوقات التي قد تؤثر على فعالية تطبيقه، ومن أبرز هذه التحديات[2]:

1. **نقص الكفاءات البشرية المؤهلة** :تعاني العديد من المؤسسات من غياب الكوادر القادرة على قيادة برامج التحول الرقمي وتنفيذ التغييرات التنظيمية المصاحبة له.

2. **ضعف التنسيق بين الجهات الحكومية** :يؤدي عمل كل جهة بمعزل عن الأخرى إلى ضعف التكامل، مما يعرقل جهود التحول الشامل.

---

[1]- S. Sagayarajan , Dr. A. Shaji George, **The Digital Transformation**: Key Attributes and Challenges, The International journal of analytical and experimental modal analysis, v11, n3, 2019, p314.

[2]- بشير عبد الحميد، **أثر التحول الرقمي على ممارسات إدارة الموارد البشرية في منظمات الأعمال**، دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي، تبسة، الجزائر، 2023، ص72.

3. **قصور التمويل** :تمثل الميزانيات المحدودة عائقًا أمام تنفيذ مشاريع التحول الرقمي بالشكل المطلوب.

4. **مخاوف أمن المعلومات** :يُعد أمن البيانات من أكبر التحديات، حيث تزداد احتمالات تعرض المعلومات للاختراق نتيجة الاعتماد على الوسائط الرقمية والتقنيات الحديثة.

ومن التحديات البارزة أيضًا[1]:

1. **صعوبة تلبية احتياجات العملاء المتغيرة** :تقف بعض المؤسسات أمام تحدٍ في إقناع عملائها بمزايا التحول الرقمي، إضافة إلى مخاوفهم المتعلقة بانتهاك الخصوصية والمخاطر الأمنية. ويُعد بناء علاقات قوية ومستدامة مع العملاء عاملًا مساعدًا في تخفيف هذه المخاوف؛

2. **الاعتماد المتزايد على التكنولوجيا الرقمية** :حيث يؤدي ذلك إلى اتساع نطاق الأهداف المحتملة للهجمات الإلكترونية بسبب كثرة الأجهزة المتصلة؛

3. **تعقيد التهديدات السيبرانية** :إذ أصبحت الهجمات أكثر تطورًا وتعقيدًا، في ظل تقدم الابتكار الرقمي بوتيرة تفوق قدرات الأمن السيبراني أحيانًا؛

4. **الدمج بين نظم المعلومات والتقنيات التشغيلية وإنترنت الأشياء** :ما يزيد من تعقيد البيئة التقنية، ويضع تحديات إضافية أمام تأمينها وإدارتها بكفاءة.

ثانيا: معوقات التحول الرقمي

توجد العديد من العوائق التي تعرقل عملية التحول الرقمي داخل المؤسسات والشركات والتي تحول دون تنفيذ ناجح لبرامج التحول الرقمي وتحقيق أهدافها المرجوة على سبيل المثال:[2]

1. تحديد الأولويات حيث أن ترتيب الأولويات قد يتجاهل التحول الرقمي كأولوية قد تساهم في تحقيق العديد من الأهداف؛
2. نقص الميزانيات المرصودة للبرامج التحول الرقمي؛
3. التخوف من مخاطر أمن المعلومات كنتيجة لاستخدام الوسائل التكنولوجيا؛

[1]- بشير عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص72.

[2]- حورية حمني، إبتسام، **دور حوكمة تكنولوجيا المعلومات في إنجاح التحول الرقمي**، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، المجلد07، العدد03، 2020، ص1189.

4. نقص الكفاءات والقدرات المتمكنة داخل المؤسسة والقادرة على قيادة برامج التحول الرقمي والتغيير داخل المؤسسة من أهم العوائق التي تحول دون تنفيذ ناجح لبرامج التحول الرقمي وتحقيق أهدافها المرجوة.

معظم المؤسسات تواجه مصاعب كثيرة عند محاولة تطبيق مشروع التحول الرقمي، باعتبار تحول جدري يستلزم زرع فكرة التغير التنظيمي لدى العمال خصوصا وأن هذا التحول عبارة عن ظاهرة جديدة تستلزم وعي وثقة العاملين بهذا التغير نحو نمط عمل جديد كما يستلزم مشروع التحول الرقمي مبالغ مالية كبيرة لتوفير البنية التحتية للمشروع من المستلزمات التكنولوجية الرقمية، وتوفير كوادر بشرية مؤهلة ومدربة على مهارات الرقمية ولا يتحقق هذا إلا من خلال تدريب العاملين أو عملية توظيف واستقطاب مهارات جديدة.

يمكن إحصاء جملة من العراقيل التي تقف دون إنجاز مشروع التحول الرقمي كما يلي:[1]

1. عدم توفر الموارد اللازمة لتمويل مبادرة مشروع التحول الرقمي للمؤسسات، ونقص في القدرات على صعيد قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات محليا أو دعم غير كاف من قطاع التكنولوجيا المعلومات والاتصالات الدولي للجهود الحكومة الرامية إلى تنفيذ تطبيقات مشاريع التحول الرقمي؛
2. تأخير معتمد أو غير معتمد في وضع الأطر القانونية والتنظيمية المطلوبة والذي يشكل الحجر الأساس أي عملية تنفيذ مشروع التحول الرقمي؛
3. مقاومة التغيير من قبل العاملين بسبب خشيتهم على فقدانهم لوظائفهم مستقبلا؛
4. نقص الكفاءات والقدرات المتمكنة والقادرة على قيادة برامج التحول الرقمي والتغيير داخل المنظمة؛
5. نقص الميزانيات المرصودة لبرامج التحول الرقمي؛
6. مخاطر أمن المعلومات كنتيجة لاستخدام الوسائل التكنولوجية.

[1]- بلقاسمي خالد، دهيمي عمر، **مظاهر التحول الرقمي في الجزائر، عرض تجربة الجزائر**، أبحاث الملتقى الوطني حول: جودة الخدمات في ظل التحول الرقمي والإدارة الإلكترونية في المؤسسات الجزائرية رهانات وتحديات تقييم الواقع واستشراف الواقع، جامعة غرداية، 2023، ص05.

المبحث الثالث: التحول الرقمي في القطاع السياحي

يشهد العالم في العصر الحديث تطورًا متسارعًا في مجال التكنولوجيا الرقمية، الأمر الذي انعكس بوضوح على مختلف القطاعات الاقتصادية والاجتماعية، وكان للقطاع السياحي نصيبٌ كبير من هذا التحول، فقد أدى التقدم الرقمي إلى إعادة تشكيل تجربة السائح والمؤسسات السياحية على حدّ سواء، مما أوجد فرصًا جديدة للتفاعل، والتسويق، وتقديم الخدمات. ولم يعد التحول الرقمي مجرد خيار، بل أصبح ضرورة ملحّة لمواكبة المتغيرات العالمية وتلبية توقعات المسافرين العصريين الذين يعتمدون بشكل كبير على الوسائط الرقمية في التخطيط لرحلاتهم، وحجز الخدمات، واستكشاف الوجهات.

المطلب الأول: الفوائد التي يحققها التحول الرقمي في قطاع السياحة

يسهم التحول الرقمي في تطوير أساليب التسويق السياحي من خلال استخدام طرق مبتكرة وجذابة لترويج الوجهات السياحية داخلياً وخارجياً عبر المنصات الرقمية، التي تعمل على تحقيق التوافق بين العرض والطلب السياحي، وتوفر إمكانيات إتمام إجراءات الحجز والدفع الإلكتروني للفنادق والطيران والمنشآت والمزارات السياحية المختلفة.

يُساهم التحول الرقمي في توفير مبالغ ضخمة تصل إلى مئات المليارات من الدولارات من خلال تقليل التكاليف والوقت على السائح، مع تحسين جودة الخدمات ومستويات الأمن والسلامة، وخاصة في مجال النقل الجوي.[1]

كما يدعم التحول الرقمي تحقيق التنمية السياحية المستدامة، من خلال تشجيع الاستثمارات السياحية التي تعتمد على التكنولوجيا لتحقيق عائد اقتصادي مرتفع، إلى جانب الحفاظ على البيئة باستخدام تقنيات تحد من الأثر البيئي وتعزز جودة البيئة.

يساعد التحول الرقمي على تحديد المواقع الجغرافية السياحية بدقة باستخدام البيانات الضخمة، وتوفير معلومات متكاملة للسائح حول الوجهات والخدمات السياحية، مما يعزز من قدرته على اختيار وتخطيط رحلته بشكل شخصي ومرن.

[1]– غادة علي عبد المعطي محمد، **التحول الرقمي في السياحة المصرية (المفهوم– التحديات– المتطلبات)**، المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، تصدرها كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم، المجلد13، العدد2، 2019، ص494.

كما يساهم في تطوير المتاحف الرقمية، ما يزيد من فرص العرض السياحي وتنويع المنتج، من خلال استخدام تقنيات مثل الواقع الافتراضي، والدلائل الرقمية متعددة اللغات، وأنظمة التعرف على العين والصورة، وغيرها من الوسائل الرقمية، بالإضافة إلى تصميمات مبتكرة تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي لتلبية احتياجات السائحين بشكل دقيق.

ويدعم التحول الرقمي كذلك إدارة المواقع الأثرية والتراثية من خلال أنظمة رقمية شاملة، تُسهم في تحقيق تنمية مستدامة لهذه المواقع، وتعزز من كفاءة إدارتها في مواجهة التحديات المختلفة سواء كانت أمنية أو طبيعية أو بشرية.

المطلب الثاني: أبرز تقنيات التحول الرقمي في قطاع السياحة

تناولت العديد من الدراسات الحديثة تطبيقات التحول الرقمي في قطاع السياحة والضيافة، والتقنيات المتوقع استخدامها في مختلف الدول خلال السنوات القليلة المقبلة، ومن أبرز هذه التقنيات:

1. **إنترنت الأشياء** :يُعزز من كفاءة الخدمات السياحية من خلال ربط الأجهزة ببعضها، ما يتيح تحسين الأداء دون تدخل مباشر من الإنسان، ويساعد على جعل المؤسسات السياحية أكثر مرونة وقدرة على الابتكار.

2. **المدن الذكية** :تعتمد على بنية تحتية متقدمة وأنظمة معلومات حديثة لتقديم خدمات رقمية تشمل النقل، البيئة، والاتصالات، مما يسهل على الإدارات السياحية والسائحين الوصول إلى المعلومات والتنقل والتخطيط بشكل فعال، الفكرة خلف انترنت الأشياء هي توليد تفاعلات أتوماتيكية في وقت حقيقي بين كائنات أو أشياء العالم الحقيقي التي تتصل بالأنترنت، وهي تقنيات عملية تم اكتسابها من تسارع ظهور عالم تكنولوجيا المعلومات والاتصال؛[1]

3. **الواقع الافتراضي** :يُستخدم في تحفيز السياحة عبر تقديم تجارب تفاعلية تُمكّن السائح من معاينة الوجهات السياحية، المتاحف، والمعالم التاريخية، بالإضافة إلى خوض تجارب مغامرات افتراضية وخدمات الطيران والمطارات.

4. **الذكاء الاصطناعي**: يعد مصطلح الذكاء الاصطناعي من أكثر الموضوعات استخداما حاليا، ويعرف على أنه قدرة الآلات على تكرار الوظائف المعرفية البشرية، يستخدم لمحاكاة السلوك البشري وفهم احتياجات

[1]- زهية بوتغرين، كمال عايشي، **من المدن الذكية إلى السياحة الذكية**، دبي نموذجا، مجلة دراسات وأبحاث، المجلد12، عدد04، أكتوبر 2020، ص64.

السائحين، مما يساعد على تخصيص الخدمات الفندقية والسياحية وفقاً لتفضيلاتهم، مثل التحكم في درجة حرارة الغرفة أو تصميم الديكور وفق رغبة الزائر؛[1]

5. **نموذج السفر الذكي** :يشمل مجموعة من الخدمات مثل التأشيرات الإلكترونية، الحجز الإلكتروني، وتسجيل الوصول والفحص بطريقة رقمية، مما يُسهل رحلة السائح من البداية للنهاية.

6. **الهواتف الذكية** :تُستخدم لتوفير معلومات شاملة عن الوجهات السياحية قبل وأثناء الرحلة، وتقديم خدمات مثل الترجمة، الخرائط، وقياس درجات الحرارة، ما يجعل تجربة السائح أكثر سهولة وراحة مقارنة بالطرق التقليدية[2].

المطلب الثالث: خطط رقمنة قطاع السياحة في الجزائر

تم دمج رقمنة قطاع السياحة في سياسة رقمنة وطنية، من خلال تنفيذ البرنامج وتنفيذ محتوى الالتزام رقم 25لرئيس الجمهورية كجزء من تحقيق التحول الرقمي لتحسين التوصيلية، وتعميم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، في الإدارات الخدمات العامة، وتحسين حوكمة القطاع الاقتصادي ولا سيما في القطاع السياحي[3].

سنتناول في هذا المطلب خطط رقمنة قطاع السياحة في الجزائر من خلال رصد أهم الإنجازات والخطط، والاجراءات التي قامت بيها وزارة السياحة، في إطار نجاح عملية الرقمنة لنهوض بالقطاع السياحي خلال الفترة (2020-2024).

أولا: أهم الإنجازات والخطط

حيث تتمثل هذه الإنجازات في الإجراءات التالية:

1) تقريب الادارة من المواطن من خلال المنصات الرقمية:

أ. بوابة الخدمات السياحية العامة التي تقدم للموظفين خدمات تشمل مراقبة ملفات وكالات السياحة والسفر والمنشآت الفندقية والاستثمار السياحي والحمامات الحرارية والمطاعم المصنفة والمرشدين السياحيين.

ب. بوابة مؤسسات التدريب تحت الإشراف (التسجيلات، المتابعة البيداغوجية، إلخ)؛

---

[1]- نور الهدى مراح، محمد طويلب، **مستقبل مهنة المحاسبة في ظل تقنيات التحول الرقمي** – تقنيات البلوكشين نموذجا، مجلة الميادين الاقتصادية، المجلد05، العدد01، 2022، ص27.

[2]- غادة علي عبد المعطي محمد، مرجع سبق ذكره، ص496.

[3] ماحي مراد، **دور التحول الرقمي في تحقيق تنمية محلية مستدامة**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتورة، تخصص مالية وتجارة دولية، كية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة غيلزان، الجزائر، 2023-2024، ص240.

2) الترويج للجزائر كوجهة سياحية، من خلال المنصات وجميع الأدوات الرقمية: حيث تم إنشاء منصة مخصصة السياحية، منصة ترويجية لزيارة الجزائر، وتسهيل دراسة ملفات التأشيرات لتسوية دخول السياح الأجانب الى الجنوب الجزائري.

3) رقمنه الإدارة المكلفة بالنشاط السياحي:

أ. إنشاء منصات عمل تعاونية، داخل الإدارة المكلفة بالسياحة، وإدارة مختلف الأنشطة السياحية، والموارد البشرية، إلخ.

ب. مشروع قيد التنفيذGEDلنظام إدارة الوثائق الإلكترونية القطاعي.

4) إنشاء بنية تحتية آمنة وشبكة تبادل:

أ. تحديث البنية التحتية لمركز البيانات.

ب. مشروع قيد التنفيذ حل شبكة VPNآمنة في الإدارة المركزية للوزارة وجميع خدماتها اللامركزية والمؤسسات والشركات الخاضعة للإشراف.

5) رقمنة جمع الإحصاءات القطاعية: هو في مرحلة الاختبار، كمشروع رقمنة الملف الإحصائي للمنشآت الفندقية؛ رقمنة الإحصاءات القطاعية.

6) رقمنة الاتصالات ونشر المعلومات القطاعية:

أ. الموقع الإلكتروني WEBوالشبكات الاجتماعية للإدارة المركزية لوزارة السياحة والصناعات التقليدية؛

ب. الموقع الإلكتروني WEBوالشبكات الاجتماعية لمديريات السياحة والصناعات التقليدية التابعة 58ولاية؛

ج. الموقع الإلكتروني WEBوالشبكات الاجتماعية للمؤسسات والشركات الخاضعة للإشراف.

7) إنشاء نظام لدعم الرصد واتخاذ القرار.

ثانيا: الإجراءات التي اتخذتها وزارة السياحة:

حيث تتمثل الإجراءات التي اتخذتها وزارة السياحة فيما يتعلق برقمنة القطاع السياحي في:[1]

1) توظيف مدراء متخصصين في الجانب الرقمي: إن مشكلة توظيف المديرين التنفيذيين المتخصصين هي مشكلة وطنية في نطاقها، وخاصة في الخدمة العامة، حيث تقوم الإدارة الوزارية بنشر جميع التدابير اللازمة لجعل عملية الرقمنة حقيقة واقعة لاسيما من خلال استخدام مكاتب التصميم المخصصة، مع إعطاء الأولوية لنقل مهارات الموظفين .

[1]- ماحي مراد، مرجع سبق ذكره، ص242-243.

2) تخصيص ميزانية لعملية الرقمنة: إجراء مدعوم في خطة عمل الرقمنة من سنة 2020 إلى سنة2024 وستطلب المزيد من التمويل بعد الانتهاء من خطة العمل الحالية.

3) توفير المعدات والمعدات التكنولوجيا :من المهم التأكيد على أن خطة رقمنة السياحة تهتم بالجوانب المختلفة للرقمنة، بما في ذلك المعدات والمعدات التكنولوجيا التي تصاحب تنفيذ الحلول الرقمية.

4) مشاريع مشتركة مع دول أجنبية: يتضمن مشروع **"جيل سياحة"**، في اطار التعاون مع الاتحاد الأوربي، مشاريع الرقمنة

5) التحديات التي يجب مواجهتها من رقمنة السياحة بنجاح يتعلق أكبر تحدي يوجه رقمنة القطاع السياحي في الجزائر وهو التحدي الأهم المتمثل بالوتيرة السريعة للتحول الرقمي في العالم ،الأمر الذي يتطلب بذل المزيد من الجهود ليكون على مستويات مماثلة من رقمنة السياحة على الصعيد الدولي.

6) التقييم الذي يمكن إجراؤه لعملية التحول الرقمي ومدى تأثيرها على تنمية السياحة المستدامة: يمكننا الحكم على أنا الميزانية العمومية كانت إيجابية على الرغم من التحديات والتأخير في رفع رقمنة قطاع السياحة في الجزائر إلى نطاق أكثر تقدما معتمدا في هذا المجال على البلدان المتقدمة الرائدة في مجال الرقمي.

كما تنص سياسة التنمية المستدامة في الجزائر، ولا سيما في قطاع السياحة، على الاستخدام الرشيد للتكنولوجيا في خدمة التنمية المستدامة والتي تتعلق بحماية البيئة، واستخدام الرقمنة في خدمة ترقية السياحة المحلية، وحماية التراث الثقافي والديني والإنساني. [1]

1- ماحي مراد، مرجع سبق ذكره، ص242.

خلاصة الفصل:

لقد بيّن هذا الفصل أهمية التحول الرقمي باعتباره عملية استراتيجية شاملة تتعدى مجرد إدخال التكنولوجيا إلى الأنظمة، لتلامس عمق التغيير في نماذج الأعمال، وطرق تقديم الخدمات، وآليات التسيير. فمن خلال التطرق إلى مفهوم التحول الرقمي وخصائصه، وأشكاله المتنوعة، تم الوقوف على دوره المحوري في تحسين الأداء المؤسسي وتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

كما تم تسليط الضوء على المرتكزات الأساسية التي يستند إليها التحول الرقمي، من خطوات تنفيذية، وأبعاد متعددة، إلى التحديات والمعوقات التي قد تعيق تحقيق أهدافه، وهو ما يستوجب استراتيجيات واضحة للتعامل معها، سواء على المستوى التنظيمي أو التقني.

وفي السياق ذاته، تم التطرق إلى التحول الرقمي في القطاع السياحي، باعتباره من بين القطاعات التي يمكن أن تستفيد بشكل كبير من التقنيات الحديثة. وقد أظهر التحليل كيف يمكن للتحول الرقمي أن يُسهم في تعزيز التجربة السياحية، وتحسين جودة الخدمات، ورفع القدرة التنافسية للوجهات السياحية. وتم التوقف أيضًا عند واقع رقمنة هذا القطاع من خلال رصد أهم الإنجازات والخطط، والاجراءات التي قامت بيها وزارة السياحة، في إطار نجاح عملية الرقمنة لنهوض بالقطاع السياحي خلال الفترة (2020-2024).

وعليه، فإن نجاح مشاريع التحول الرقمي، لا سيما في القطاعات الحيوية مثل السياحة، يتطلب رؤية شاملة، وإرادة مؤسسية قوية، واستثمارًا مستدامًا في البنية التحتية والمهارات البشرية، مع مراعاة متطلبات الأمن الرقمي وحوكمة البيانات.

الفصل الثالث

دراسة حالة مديرية السياحة لولاية خنشلة

تمهيد:

بعد الانتهاء من الجانب النظري للدراسة، كان لابد من أن ندعمه بدراسة ميدانية، حتى يتسنى لنا الوقوف على واقع التطبيق العملي للتنمية السياحية في ظل التحول الرقمي، فاخترنا مديرية السياحة –خنشلة– لتكون حقلا للتطبيق، ولقد ارتأينا لاختيار هذه المؤسسة لما تتوافق مع متطلبات الموضوع، إذ تعتمد على الرقمنة في مجال السياحة وتنميتها.

وللإلمام أكثر بالدراسة الميدانية قسمنا هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث كما يلي:

- دراسة تحليلية لولاية خنشلة؛
- تقديم مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية خنشلة؛
- عرض وتحليل النتائج.

المبحث الأول: دراسة تحليلية للسياحة في ولاية خنشلة

تنفرد ولاية خنشلة بموقع استراتيجي في منطقة الأوراس، وتمتلك رصيدا متنوعا من الموارد الطبيعية الفريدة، وشواهد تاريخية عريقة وتراثا ثقافيا متنوعا، وحمامات معدنية متميزة، وتعتمد السياحة في ولاية خنشلة على تحقيق التوازن بين ما تعرضه من مقومات طبيعية وتاريخية والثقافية وحموية كعوامل جذب سياحي، والهياكل الموجهة لاستقبال السياح كالفنادق والوكالات السياحية.

يقدم هذا المبحث تقديم تقييم شامل ومفصل لمقوماتها الطبيعية التاريخية والثقافية والحموية، وتحليل واقع بنيتها التحتية السياحية الحالية من حيث عدد الفنادق والوكالات السياحية، وتقدير حجم التدفقات السياحية الى الفنادق والحمامات، بالإضافة إلى مستقبل القطاع عبر استعراض المشاريع السياحية قيد الإنجاز والمشاريع التي لم تنطلق.

المطلب الأول: المقومات السياحية لمدينة خنشلة

تعد ولاية خنشلة من المناطق السياحية في الشرق الجزائري وهذا لما تتوفر عليه من معالم سياحية ثقافية متنوعة وكذا مناطق طبيعية غاية في الجمال، بالإضافة الى المناطق التي توجد بها منابع حموية مهمة بخصائصها العلاجية، وهذا ما سنعرضه في هذا المطلب.

تتمتع خنشلة بمقومات عديدة في جانب الجذب السياحي أهمها:

أولا: المقومات الطبيعية:

تمتلك ولاية خنشلة موارد طبيعية غاية في الجمال، ويمكن أن نصفها حسب المناطق التالية[1]:

1. منطقة أعالي الأوراس الأشم:

و تضم كلا من مناطق بوحمامة- شليا- لمصارة – يابوس و طامزة ... تميزها غابات أولاد يعقوب و بني ملول التي تعد فضاءا طبيعيا للتوازن البيئي لاحتوائها على مناظر خلابة متنوعة بتنوع الثروة الحيوانية و النباتية و المعروفة بكثافة غاباتها المشكلة من (**أشجار الأرز الأطلسي النادر و البلوط الأخضر و الصنوبر الحلبي ...إلخ**)، قمم جبالها الشامخة المميزة بالسندات الصخرية التي تعلوها قمة جبل شلية (**رأس كلثوم بارتفاع 2328م**)،بالإضافة الى الأودية و مجاري المياه و الينابيع العذبة، كما أن المنطقة غنية بالشواهد الأثرية والمواقف التاريخية الشيء الذي يؤهلها لأن تكون مقصدا للاستغلال في إطار **السياحة البيئية و المناخية الترفيهية والرياضية.**

[1] وثائق داخلية لمديرية السياحة و الصناعات التقليدية لولاية خنشلة.

2. منطقة الحامة :

يميزها التموقع الملائم بين السهول و الكتل الجبلية الغابية تنفرد بخصوصية الدوائر الحضرية الهيدرومعدنية كونها تتوسط عدة تجمعات و مواقع مصنفة تتمثل في (**حمام الصالحين و حمام الكنيف و الشواهد الأثرية لقصر الكاهنة**) و كذا احتوائها على مناظر طبيعية خلاب تؤهلها لأن تشكل قطبا و مقصدا سياحيا بإمتياز يستغل في إطار السياحة **الهيد رومعدنية الاستشفائية و الثقافية العلمية و الاستكشافية.**

3. منطقة وادي العرب (بابار ،خيران و الولجة):

تتميز بواحات النخيل التي تحاذيها بساتين الخضر و الفواكه يتوسطها وادي العرب و يتقدمها سد بابار و طامزة المعروف بثروته المائية و السمكية تباهيه أسراب الطيور الموسمية و المستقرة، كما توجد مدائن أثرية لحضارات مختلفة (**رومانية بزنطية**) و قرى تقليدية بربرية مشيدة على سفوح الجبال تارة و محاذية لروافد الوديان مجاري المياه تارة أخرى مشكلة في ذلك نسقا لمشاهد رائعة تحاكي جمال و رونق الطبيعة الذي يشبع فضول محبي السياحة **الهيدرومناخية و الثقافية العلمية و الاستكشافية التاريخية.**

4. منطقة ششار :

فضاء متنوع بتنوع المناظر و المظاهر الخلابة تميزه إطلالة بانورامية على كل من (**تبردقة .العامرة .سيار وجلال**)تباهيه مشاهد(المنازل المعلقة والقرى البربرية الأمازيغية)ذات التصاميم الهندسية الرائعة مشكلة لتراث أثري أصيل، يشبع فضول محبي السياحة المناخية و الترفيهية والثقافية العلمية والتاريخية.

ثانيا: المقومات التارخية والثقافية:

ولاية خنشلة غنية بالمواقع و الحظائر الأثرية و التاريخية الهامة و التراثية يمكن أن نستعرضها في النقاط التالية:

1. يحصى الأطلس الأثري بالجزائر 175موقع أثري روماني عبر ولاية خنشلة أهمها(قصر الكاهنة ببلدية بغاي، القلعة بلدية ششار، قصر الرومية ببلدية لمصارة)[1]
2. كما تزخر بمقومات سياحية أخرى مثل المتحف التاريخي ومتحف المجاهدين، ومدرسة الفنون الجميلة، ومدرسة الموسيقى، ومسرح الهواء الطلق، ومتحفا خاصا بزربية بابار ، وملحق لمركز الوطني للأبحاث الأنثروبولوجيا، إضافة إلى سبع مكتبات.[2]
3. كما تتميز ولاية خنشلة بمجموعة واسعة من المنتجات الحرفية التي تسلط الضوء على الموروث الثقافي و تقاليد المنطقة العريقة وتشمل الأنشطة التالية[3]:

[1] الموقع الرسمي لمديرية السياحة ولاية خنشلة.

[2] رفيق بودربالة، بشير لعصامي، مجيد هوادفي، **السياحة كآلية لتنمية المحلية بولاية خنشلة دراسة تحليلية**، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي،المجلد09،العدد2،جوان 2022،ص1288.

[3] الموقع الرسمي لمديرية السياحة ولاية خنشلة.

أ. صناعة الخشب

ب. صناعة الفخار

ج. صناعة الحلفاء

د. صناعة النحاس

هـ. السجاد، الزرابي والنسيج التقليدي

ثالثا: المقومات الحموية

يتواجد بالولاية 3 منابع حموية مستغلة، لها دورا مهما في الاستعمال العلاجي والسياحي بالولاية ،بالإضافة الى ينبوعين غير مستغلين وتتمثل في:[1]

1. **الينابيع المستغلة**: وهي 3 ينابيع (حمام الصالحين، حمام الكنيف، حمام ماسوناص)،حيث يوضح الجدول الاتي الحمامات المستغلة:

جدول رقم01: الحمامات المستغلة على مستوى ولاية خنشلة

تسمية المرفق الحموي	الموقع	نسبة التدفق و الحرارة	التركيبة المعدنية الرئيسية	الخصوصيات العلاجية للمياه	نوعية الإستغلال	سعة الاستقبال
حمام الصالحين	بلدية الحامة	30 لتر/ ثا بين 50° و 70°	البيكربونات – الكبريت – الكلورير – السلفات– النترات– المغنزيوم– البوتاسيوم و الصوديوم	الروماتيزم، داء المفاصل، الأمراض الجلدية و التنفسية	إستغلال تقليدي	عدد الأحواض :42 فردية +مسبحين (02) رجال (02) نساء عدد الغرف: 56
حمام الكنيف البخاري	بلدية بغاي	بخاري 40° درجة	غاز كبريتي	الروماتيزم، داء المفاصل، الأمراض الجلدية و التنفسية	إستغلال تقليدي من طرف مصالح البلدية	02 غرفتين بالبخار الطبيعي (نساء و رجال) 10 غرف للراحة
حمام – ماسوناص– خاص منطقة الكنيف	بلدية بغاي	بئر إرتوازي 5 لتر/ ثا 50° درجة	أملاح – الكالسيوم – الكلور – المغنيزيوم – أكسيد الكربون– السلفات	الروماتيزم، داء المفاصل، الأمراض الجلدية و التنفسية	إستغلال تقليدي	عدد الأحواض:32 فردية +مسبح 14 غرفة للإواء

المصدر: مديرية السياحة ولاية خنشلة

[1] وثائق داخلية لمديرية السياحة و الصناعات التقليدية لولاية خنشلة.

.

من خلال الجدول(1) نلاحظ أن هذه الينابيع غنية مياهها بالتركيبات المعدنية المتنوعة و تنفرد بخصائص علاجية متميزة، إلا أن سعة الاستقبال ضعيفة تفتقر للمرافق الضرورية التي تعمل على توفير الراحة و حسن الاستقبال و الإيواء.

2. **الحمامات غير مستغلة:** عين جعرير(بلدية بوحمامة) و عين تامرسيت(على بعد 5كلم شمال خيران)

رابعا:المقومات المساهمة في صناعة السياحة

تعد الفنادق والكلات السياحية من أبرز المقومات التي تساهم في صناعة السياحة حيث توفر الفنادق الايواء والخدمات اللازمة للسياح في حين تساهم الوكالات في تنظيم الرحلات وتسهيل التنقل والتعريف بالمواقع السياحية، مما يعزز من جاذبية الوجهة السياحية.

1. **الفندقة:** تعتبر المنشآت الفندقية من أهم أدوات الجذب السياحي، إذ تجدر الإشارة إلى أن بعض السياح هدفهم زيارة الفنادق الفخمة والاستمتاع بها وتمتلك ولاية خنشلة على عدد محدود من الهياكل الفندقية بمجموع ستة فنادق.

جدول رقم 02: يوضح القدرة الاستيعابية للفنادق المنتشرة عبر إقليم ولاية خنشلة.

التعيين / العـدد	الفنـادق المعتمدة	مجمـوع الغـرف	مجمـــوع الأسـرة	مجمـــوع المستخدمين
	06	250	719	50

المصدر: مديرية السياحة لولاية خنشلة

جدول رقم03: يوضح أهم الفنادق المنتشرة عبر إقليم ولاية خنشلة

رقم	تسمية المؤسسة	التصنيف	الهاتف	الفاكس
01	فندق المهدي الامين بلدية الحامة	03 نجوم	06.99.59.9857	032.33.13.72
02	فندق الكاهنة – خنشلة –	مصنف بدون نجمة	032.71.84.94	/
03	فندق دار الضياف – خنشلة –	01 نجمة	032.72.35.70	032.32.22.94
04	المؤسسة الجهوية للهندسة الريفية S.A.F.A (شاليهات شلية)	01 نجمة	06.61.99.10.57 06.55.55.60.82	/
05	مركز الراحة للخدمات الاجتماعية لعمال البريد – بلدية الحامة –	هيكل معد للفندقة	032.72.78.44	032.31.89.87
06	فندق عوايجية يوسف	04 نجوم	032.73/15.40	032731366
المجموع 06		/	/	/

المصدر: مديرية السياحة لولاية خنشلة

نلاحظ من خلال االجدول (2) و (3) أن عدد الفنادق المنتشرة عبر الولاية محدودة وغير قادرة على إستعاب عدد كير من السياح، كما أن تصنيف هذه الفنادق لا يستجيب لمعظم رغبات السياح مما يؤثر سلبا على الحركة السياحية لولاية خنشلة.

2. **الوكالات السياحية:** تعد الوكالات السياحية والسفر من أهم المقومات السياحية التي تساهم بشكل كبير في تنمية القطاع السياحي من خلال ما تقدمه من خدمات سياحية وما توفره من منتجات سياحية تجعل من المسافر أو الشخص السائح يشعر بالراحة ويستمر في الطلب والحصول على الخدمات السياحية من تلك الوكالات، حيث تتوفر ولاية خنشلة على 8 **وكالات المعتمدة و11فروع معتمدة**[1].

المطلب الثاني: الحركة السياحية للوافدين لولاية خنشلة

شهدت ولاية خنشلة خلال سنة 2024 انتعاشا ملحوظا في الحركة السياحية، خاصة في مجال السياحة الحموية والعلاجية، بفضل جهود إعادة تأهيل المحطات المعدنية وتطوير البنية الفندقية.

أولا:حركة الوافدين إلى الفنادق

يمكن توضيح أعداد السياح الوافدين إلى الفنادق خلال سنة 2024 من خلال الجدول رقم (4)كما يلي:

جدول رقم 04: يوضح حركة السياح على الفنادق بولاية خنشلة خلال سنة 2024

اسم الفندق	يوسف عوايجي	المهدي الأمين	دار الضياف	مركز الراحة والبريد	الكاهنة	المجموع
عدد السياح الأجانب	935	279	355	196	360	2125
عدد السياح المقيمين بالجزائر	15369	4875	4050	32694	7919	64907
المجموع	16304	5154	4405	32890	8279	**67032**

المصدر :من إعداد الطالبين بناء على إحصائيات مقدمة من مديرية السياحة لولاية خنشلة.

من خلال الجدول نلاحظ أن عدد السياح المقيمين في الجزائر يفوق بكثير عدد السياح الأجانب في جميع الفنادق المذكورة، من بين اجمالي 67032سائحا ، هناك64907سائحا مقيما و2125سائحا أجنبيا.

مركز الراحة والبريد يبرز كالفندق الأكثر شعبية بالنسبة للسياح المقيمين، حيث استقبل 32890 سائحا من بينهم 196سائح أجنبي، يليه في المرتبة الثانية فندق يوسف بإجمالي 16304سائحا والذي يستقبل أيضا أكبر عدد من السياح الاجانب مقارنة بالفنادق الأخرى وهذا راجع الى تصنيفه الجيد(4نجوم)،الفندق الأقل استقبالا بشكل عام هو فندق دار الضياف.

[1] وثائق داخلية لمديرية السياحة و الصناعات التقليدية لولاية خنشلة.

ثانيا:حركة السياح الوافدين إلى الحمامات المعدنية

جدول رقم 05: يمثل عدد السياح المتوافدين الى الحمامات المعدنية خلال سنة2024

الأشهر / الحمام المعدني	حمام ماسوناس	حمام الصالحين	المجموع
جانفي	1750	35630	37380
فيفري	1450	34720	36170
مارس	1425	35290	36715
أفريل	1445	34120	35565
ماي	1230	26492	27722
جوان	1250	21450	22700
جويلية	607	16612	17219
أوت	750	24988	25738
سبتمبر	536	26739	27275
أكتوبر	761	30346	31107
نوفمبر	650	30441	31091
ديسمبر	77	39579	39656
المجموع	**11931**	**356407**	**369338**

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على إحصائيات مقدمة من مديرية السياحة لولاية خنشلة.

من خلال الجدول أن الحمامات المعدنية في ولاية خنشلة استقبلت 369338سائحا،اللافت للنظر هو التوزيع غير المتكافئ لهذان الحمامين حيث استقبل حمام الصالحين العدد الأكبر من سياح (359407سائح)على حساب حمام ماسوناس(11931سائح)،يشير هذا تفاوت الكبير الى أن حمام الصالحين يتمتع بشعبية واسعة وجاذبية أكبر بكثير للسياح مقارنة بحمام ماسوناس.

حيث نلاحظ أيضا تقلبات موسمية واضحة حيث سجلت تقريبا الأشهر الشتائية أكبر عدد من السياح .

المطلب الثالث: المشاريع السياحية في ولاية خنشلة

لقد دخلت العديد من المشاريع السياحية موزعة على مناطق مختلفة لولاية خنشلة طور الإنجاز بوتيرة بطيئة ومقبولة، إضافة الى مشاريع لم تنطلق هذه المشاريع من شأنها أن تعود بالفائدة على القطاع السياحي مستقبلا إذا تم إنجازها وهي:[1]

أولا:مشاريع قيد الانجاز

يوضح الجدول التالي تفاصيل سبعة مشاريع سياحية قيد الانشاء في مناطق مختلفة، يقدم الجدول لمحة عامة عن نوع المشروع، الجهة المالكة، الموقع، الطاقة الاستيعابية، التكلفة التقديرية، تاريخ البدء، بالإضافة الى نسبة الانجاز والملاحظات لكل مشروع.

جدول رقم 06:يوضح تفاصيل المشاريع قيد الإنجاز

نوع المشروع	صاحب المشروع	الموقع	طاقة الإيواء		مناصب الشغل المحتمل إحداثها	التكلفة التقديرية للمشروع (10^3) دج	تاريخ بداية الأشغال	نسبة الإنجاز%	ملاحظات
			عدد الغرف	عدد الأسرة					
قرية عطل	كباش عز الدين إمتياز	بلدية الحامة	36 غرفة 20شاليهات	64	20	/	2018	/	قيد الإنجاز بوتيرة مقبولة
فندق سياحي	براهيمي هاشمي إمتياز	بلدية الوجلة	32 غرفة	68	29	250.800	2018	/	انطلق في الإنجاز فور تسلمه لرخصة البناء
قرية عطل ذو (ط أ + 4)	بومعراف حفناوي إمتياز	بلدية ششار	10 شاليهات 30 غرفة	90	15	112.277	2016	25	قيد الإنجاز بوتيرة بطيئة
نزل سياحي (ط أ + 4)	حكار رابح ملكية خاصة	بلدية الحامة	28 غرفة 7 أجنحة	90	15	50.000	2017	15	قيد الإنجاز بوتيرة بطيئة
نزل سياحي	مباركي نور الدين إمتياز	بلدية المحمل	18 غرفة	36	10	14.106	2016	20	قيد الإنجاز بوتيرة بطيئة
نزل سياحي	قاسمي مسعود إمتياز	بلدية الوجلة	28 غرفة	56	24	114.596	2016	10	قيد الإنجاز بوتيرة بطيئة
المجموع	07	/	254	506	148	1.391.779	/	/	/

المصدر: مديرية السياحة لولاية خنشلة.

من خلال الجدول(6)نلاحظ أن هذه المشاريع إنطلقت بوتيرة بطيئة وبنسبة إنجاز منخفضة من سنة بداية الأشغال عليها، يمكن استخلاص النتائج الآتية من حيث الفوائد المحتملة في المستقبل:

[1] وثائق داخلية لمديرية السياحة و الصناعات التقليدية لولاية خنشلة.

1. زيادة الطاقة الاستيعابية السياحية: من خلال إجمالي254 غرفةو10شاليهات و التي ستوفر506سرير،ستساهم هذه المشاريع بشكل كبير في زيادة القدرة الاستيعابية لقطاع السياحة في المناطق المعينة، هذا سيسمح باستقبال عدد أكبر من السياح والزوار.
2. توفير فرص عمل: من المتوقع ان توفر هذه المشاريع مجتمعة حوالي 148منصب شغل تقريبي، هذا سيكون له تأثير إجابي على الاقتصاد المحلي من خلال خلق فرص عمل جديدة وتقليل معدلات البطالة.
3. التنمية المحلية: يمثل إجمالي التكلفة التقديرية لهذه المشاريع استثمارا كبيرا يقدر بحوالي 1.391.779(10^3) **دج** ، هذا الاستثمار سيساهم في تطوير البنية التحتية والخدمات المرتبطة بالسياحة.

ثانيا:المشاريع التي لم تنطلق:

تتمثل في 5مشاريع(3فنادق، إقامة سياحية، مركب سياحي)،هذه المشاريع من المرتقب أن توفر طاقة إيواء بمجموع217غرفة و10شاليهات و492سرير،مع213منصب شغل محتمل إحداثه.

المبحث الثاني: تقديم مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية خنشلة

تعد السياحة من القطاعات الحيوية التي تلعب دورا محوريا في دعم الاقتصاد الوطني وتعزيز التنمية المستدامة، وفي هذا الاطار تبرز مديرية السياحة كإحدى المؤسسات الأساسية المكلفة بتأطير وتسيير هذا القطاع من خلال تنفيذ المهام و الوظائف المكلفة بها، وضع الاستراتيجيات، وتنسيق الجهود بين مختلف الفاعلين في القطاع السياحي.

المطلب الأول: تعريف مديرية السياحة لولاية خنشلة

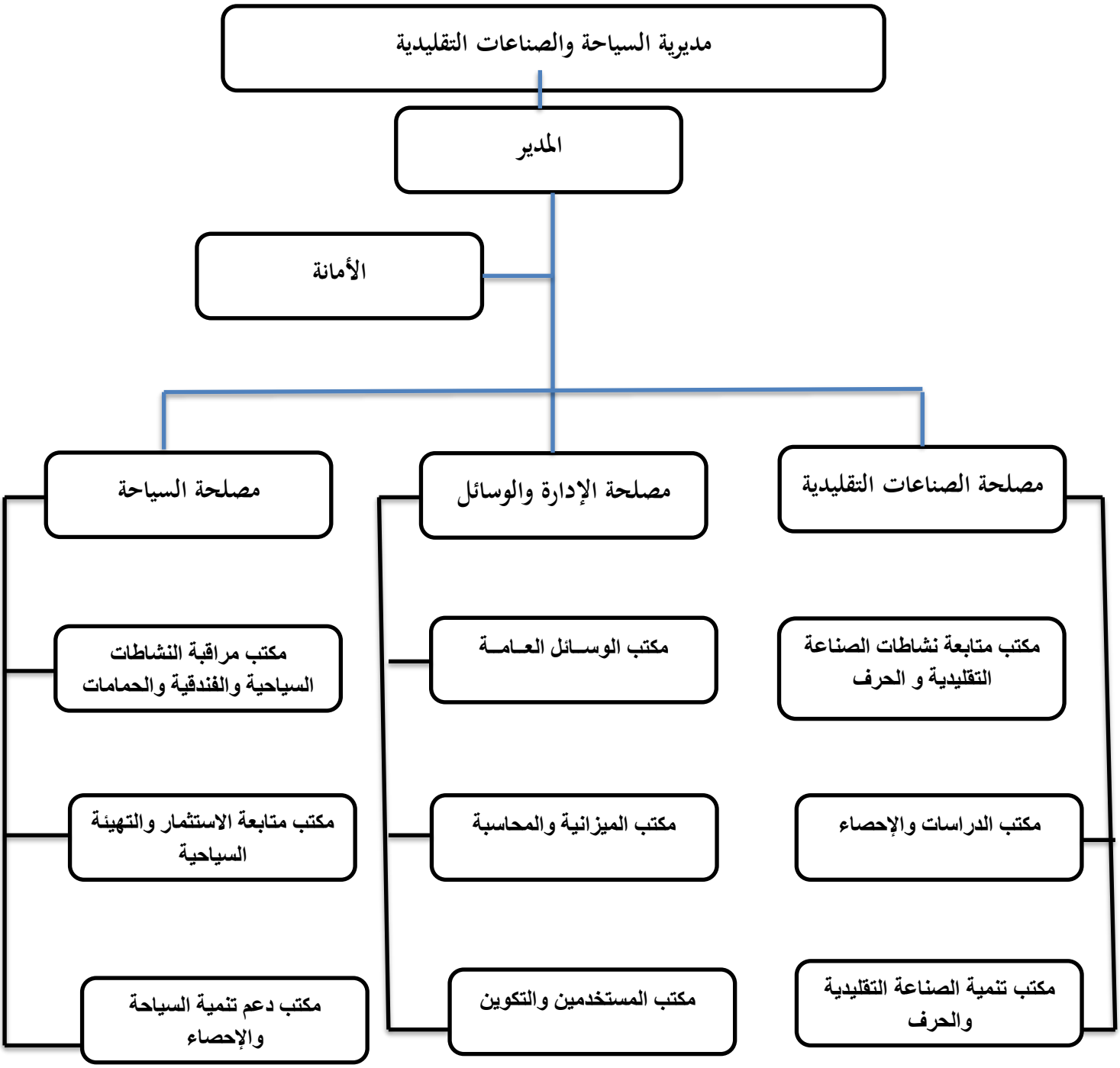
هيئة إدارية تابعة لوزارة السياحة والصناعات التقليدية وفق المرسوم التنفيذي رقم 10-257 المؤرخ في 2010/10/20 الذي يتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية، تقع في القطب العمراني الجديد "مصطفى بن بولعيد" بخنشلة، تقوم بالمهام الموكلة إليها المتمثلة في تنفيذ استراتيجية القطاع، وذلك عن طريق المراقبة والتوجيه.[1]

المطلب الثاني: تحليل الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة

الهيكل التنظيمي هو عبارة عن مخطط يبين التنظيم الاداري لأي مؤسسة حتى تتمكن هذه الأخيرة من تنفيذ مهامها بصورة جيدة، وهو يحدد وظائف وصلاحيات كل قسم، وفي ما يلي سنتطرق للهيكل التنظيمي مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية خنشلة.

[1] وثائق داخلية وثائق داخلية لمديرية السياحة و الصناعات التقليدية لولاية خنشلة.

شكل رقم 01:الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية خشلة



المصدر: الموقع الرسمي لمديرية السياحة والصناعات التقليدية ولاية خنشلة.

وتتمثل مهام مصالح المديرية في[1]:

1)المدير: يهتم بتوجيه العمال، إعطاء الأوامر، المراقبة والتسيير، إمضاء البريد الصادر من المديرية.... إلخ.

[1] مقابلة مع رؤساء المصالح لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية خنشلة.

2)الأمانة: تقوم بتنظيم مواعيد المدير، استقبال البريد وتسجيله، الرد على الهاتف واستقبال الزوار.... إلخ

3)مصلحة الإدارة والوسائل :تتكفل هذه المصلحة بتسيير شؤون المسار المهني للمستخدمين وكذا تنفيذ ميزانية التسيير والتجهيز المعتمدة للمديرية، وتنقسم إلى:

– مكتب المستخدمين والتكوين: يقوم بمتابعة أصحاب المشاريع السياحية ودعم استثماراتهم.

–مكتب الميزانية والمحاسبة: يقوم بتحديد ميزانية النشاطات السياحية من تسويق سياحي، تهيئة المرافق السياحية وتطوير ودعم السياحة.

–مكتب الوسائل العامة :يقوم بمتابعة تسيير المهام المرتبطة بالمديرية، بالتعاون مع المصالح الخارجية.

4)مصلحة السياحة: تتكفل هذه المصلحة بمتابعة ومراقبة الأنشطة السياحية ومدى مراعاة المتعاملين في المجال السياحي تسويق الخدمات وفقا لمعايير والنصوص التنظيمية المحددة لممارسة النشاط وكذا السير على إصدار الاعتمادات والتراخيص لممارسة الأنشطة السياحية ومدى مراعاتها لمعايير النوعية والجودة المسطرة من طرف المصالح المركزية وتشمل:

–**مكتب متابعة الاستثمار والتهيئة السياحية** :يقوم بمتابعة وتحفيز وتنمية الاستثمار السياحي حسب متطلبات السوق.

–**مكتب دعم تنمية السياحة والإحصاء** :يقوم بإجراء إحصائيات للنشاطات والحركة السياحية.

–**مكتب مراقبة النشاطات السياحية والفندقية والحمامات المعدنية** :يقوم بمعاينة ومراقبة نشاطات السياحة من خلال القيام بزيارات تفتيشية ودورات معاينة للمؤسسات الفندقية وكذا وكالات السياحة والأسفار بإقليم الولاية والعمل بالقوانين والتنظيمات التي تحكم النشاط.

5)**مصلحة الصناعات التقليدية:** تشرف على النشاطات التي لها علاقة بالصناعات التقليدية أي تنمية الصناعات التقليدية ومراقبة نشاطاتها، دراستها وإحصاء الصناعات التقليدية بالولاية وتشمل:

–مكتب متابعة الصناعة التقليدية والحرف: يعمل عمى تنفيذ تمويل نشاطات الصناعة التقليدية في المنظومة الاقتصادية المحلية.

–مكتب الدراسات و الإحصاء: جمع المعلومات والمعطيات الإحصائية في مجال الصناعة التقليدية وضمان توزيعيا .

– مكتب مراقبة نشاطات الصناعة التقليدية والحرف: المبادرة بالتحقيقات والدراسات ذات الطابع التقني والاقتصادي والاجتماعي المتعلقة بتقييم الأنشطة الحرفية.

المطلب الثالث: استراتيجية المديرية لتنمية و ترقية السياحة بالولاية:

إن الاستراتيجية التنموية والترقوية المتبناة في سياسة القطاع ترتكز أساسا على محاور كبرى هادفة و محددة في مضمون برامج التنمية المستدامة، وهذا من خلال الاهداف التالية:[1]

أولا: على المدى القريب

تهيئة وتأهيل كل من:

1.منطقة حمام الصالحين

2.منطقة حمام الكتيف

3.المحطة المناخية شليا

4.تجسيد مخطط التهيئة السياحية للولاية

ثانيا: على المدى المتوسط و الآفاق

1.دعم التنمية في مختلف مجالات السياحة.

2.العمل على تشجيع و دفع وتيرة نمو حجم الإستثمار السياحي و الحموي.

3.الزيادة في قدرات و سعة الإيواء و الإستقبال.

4.تنويع العرض السياحي بتنويع المنتوج و ترقية الخدمات.

5.تدعيم و توظيف الدعائم الإعلامية الترقوية في الترويج السياحي.

6.إدماج المنتوج السياحي و الحرفي في المسالك التجارية.

7.تثمين المتاحات السياحية بتجسيد نتائج الدراسات مع تهيئة مناطق التوسع السياحي.

8.تأطير و مرافقة و متابعة الممارسة الفعلية للأنشطة السياحية و الحرفية.

9.السهر على تجسيد مضمون الإتفاقيات الإطار المبرمجة مع البنوك و المؤسسات المالية و بعض القطاعات الأخرى.

[1] وثائق داخلية وثائق داخلية لمديرية السياحة و الصناعات التقليدية لولاية خنشلة.

المبحث الثالث: عرض النتائج وتحليلها

بعدما تم تصميم استمارة الاستبيان واختبارها ثم توزيعها على عينة الدراسة، يأتي في هذا المبحث تحليل نتائج الاستبيان وهذا بعد القيام بجمع الاستمارات الموزعة على أفراد العينة، حيث سيتم تقديم خصائص أفراد العينة من خلال الأسئلة الشخصية، بالإضافة إلى ذلك تحليل نتائج الأسئلة الخاصة بالموضوع وهذا للتأكد من صحة الفرضيات الموضوعة، ففي هذا المبحث سنتناول ما يلي:

المطلب الأول: الإطار المنهجي للدراسة

من خلال هذا المطلب سنحاول التطرق إلى الجانب المنهجي للدراسة من خلال التطرق إلى المنهج المتبع، وكذا العينة المختارة، والأدوات المستخدمة.

أولا: المنهج المستخدم

نظرا لأن هذه الدراسة تمت عن طريق الاستجواب غير المباشر " الاستبيان" أي ما يسمى باستمارة الأسئلة، ولأن الهدف منها الوقوف عند حد الوصف المناسب لهذا البحث هو المنهج الوصفي، ونعلم أن المنهج الوصفي له أساليب متعددة، فقد اختار الطالبين أسلوب المنهج الوصفي المسحي والنهج الوصفي التحليلي.

يمكن المنهج الوصفي المسحي من استجواب جميع أفراد مجتمع البحث بغية وصف الظاهرة المدروسة من حيث طبيعتها ودرجة وجودها، أما المنهج الوصفي التحليلي فيمكن من تحليل البيانات بغية الوصول إلى نتائج الدراسة.

ثانيا: اختبار عينة الدراسة وحجمها:

مجتمع الدراسة يتمثل في موظفي مديرية السياحة لولاية خنشلة، والبالغ عددهم 42 موظف أما العينة فقد تم توزيع 40 استمارات فقط.

ثالثا: تقديم أداة الدراسة

1. **تصميم الاستبيان:** مرت عملية تصميم الاستبيان قبل أن يصل إلى شكله النهائي المعتمد عليه في التوزيع والتحليل بعدة مراحل نذكرها:
   أ. إعداد استبيان أولي من اجل استخدامه في جمع البيانات والمعلومات.
   ب. عرض الاستبيان على الأستاذة المشرفة من اجل اختبار ملائمتها لجمع البيانات.
   ج. تعديل الاستبيان بشكل أولي.
   د. عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين وإعادة تعديل الاستبيان.

هـ. توزيع الاستبيان على جميع أفراد العينة لجمع البيانات اللازمة للدراسة.

2. **محتوى الاستبيان**

تم انجاز مجموعة من الأسئلة الخاصة بالبيانات الشخصية لأفراد العينة، إلى جانب أسئلة الاستبيان التي تحتوي محتوى الموضوع.

وقد تم إعداد استمارة مكونة من 36 فقرة من أجل اختبار فرضيات البحث وعلى هذا الأساس تم تقسيم الاستبيان كالتالي:

أ. **المحور الأول:** يتكون من مجموعة من العبارات حول البيانات الشخصية والوظيفية لأفراد العينة.

ب. **المحور الثاني:** يتكون من مجموعة من الفقرات حول التنمية السياحية في ولاية خنشلة (16 عبارة) موزعة على أربعة محاور فرعية هذه الأخيرة متمثلة في ابعاد التنمية السياحية وهي البعد الاقتصادي، البعد الاجتماعي، البعد الثقافي، البعد السياسي.

ج. **المحور الثالث:** وهو يتضمن 20 عبارات تهدف إلى معرفة واقع التنمية السياحية في ظل التحول الرقمي في مديرية السياحة ولاية خنشلة.

رابعا: الأدوات الإحصائية المستخدمة في الدراسة

بغية تبليغ هذه الدراسة لأهدافها وبناء على طبيعتها وحجم عينتها، فقد تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، الذي يسمح بتحليل البيانات الخاصة بالدراسة من خلال إيجاد مقاييس الإحصاء الوصفي والمتمثلة في مقاييس النزعة المركزية، مقاييس التشتت واحتساب التكرارات والنسب المئوية.....

حيث قمنا على اعتماد أساليب التحليل الإحصائي التالية:

1. **معامل الثبات:** تم اعتماد ألفا كرونباخ للتحقق من ثبات الاستبيان كما هو مبين في الجدول:

جدول رقم07: معامل ألفا كرونباخ لقياس مدى ثبات وصدق الاستبيان

Statistiques de fiabilité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,904	36

المصدر: إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.

نلاحظ أن معامل ألفا كرونباخ يساوي 0.904 وهذا يعني ثبات وصدق جيد جدا للاستبيان مما يدل على تناسق داخلي ممتاز بين العبارات بنسبة 90%.

2. **التكرارات:** لمعرفة تكرار اختيار كل بديل أسئلة الاستبيان؛
3. **النسب المئوية:** لمعرفة نسبة اختيار كل بديل أسئلة الاستبيان؛
4. **الدائرة النسبية** :لتوضيح القيم المحصل عيها بيانيا؛
5. **معامل الارتباط:** لتأكد الصدق البنائي وصدق الاتساق الداخلي وإثبات أن المقياس يقيس ما وضع لقياسه، حيث تم استخدام معامل الارتباط بيرسون كما استخدمنا في تحديد العلاقة والارتباط بين متغيري الدراسة المستقل والتابع.
6. **اختبار التوزيع الطبيعي:** تم استخدام شابيرويلك لتأكد أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أو لا.

جدول رقم 08: اختبار فرضية إتباع البيانات للتوزيع الطبيعي

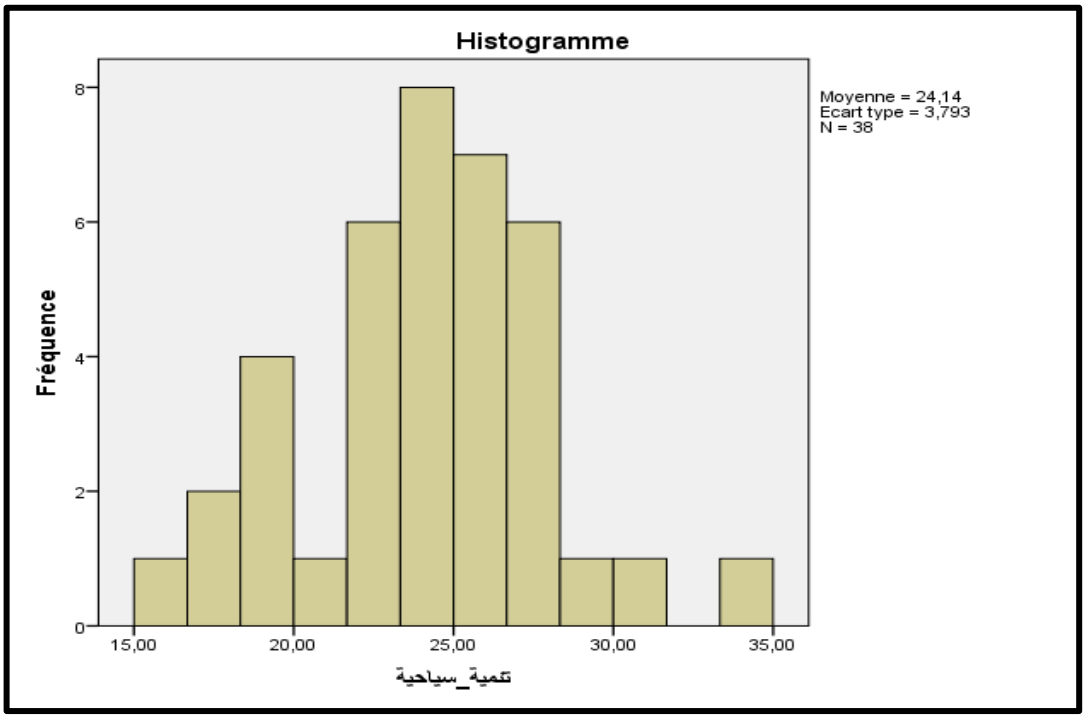
Tests de normalité						
	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistiques	Ddl	Sig.	Statistiques	ddl	Sig.
تنمية_سياحية	,121	38	,176	,975	38	,530
رقمنة	,130	38	,108	,941	38	,044
a. Correction de signification de Lilliefors						

المصدر: مخرجات spss

التعليق: من الجدول أعلاه نلاحظ:

أن أغلب قيم Sig بالنسبة للعبارات كلها أكبر من 0.05 وهذا يعني عدم قبول الفرضية الصفرية أي أن جميع البيانات تتبع التوزيع الطبيعي بنسبة ثقة 95%.

شكل رقم 02: التوزيع الطبيعي للمتغيرين



المصدر: مخرجات spss

رغم أن الأمر بديهي بمجرد الاطلاع على البيانات، حيث أنها بيانات غير متقطعة ومحدودة تأخذ قيم خماسية 1.2.3.4.5 بالنسبة للأسئلة التي تحتوي على سلم ليكرت الخماسي حيث يتم ترميز خيارات الإجابة بأرقام، إلا أن اختبار شابيروويلك والذي يعتبر من أدق الاختبارات الخاصة بطبيعة التوزيع يؤكد ذلك، حيث أن الفرضية الصفرية H0 تتضمن اختلاف التوزيع المختبر عن التوزيع الطبيعي اختلافا معنويا والفرضية البديلة H1 هي أن التوزيع المختبر لا يختلف عن التوزيع الطبيعي اختلافا معنويا.

إذا من خلال ما سبق يمكننا القول إنه يصلح تطبيق إحصائية ستودنت نظرا لاشتراطها أن تكون البيانات موزعة توزيعا طبيعيا وكذلك مناسبا لإستعمال ارتباط بيرسون لنفس السبب، لذا فإن طريقة التحليل المناسبة لنا حسب الهدف المراد الحصول عليه وكذلك حسب فرضية اتباع التوزيعات التوزيع الطبيعي هي ارتباط بيرسون.

المطلب الثاني: عرض النتائج

من خلال هذا المطلب سنتطرق لتحليل أهم المحاور التي شملها الاستبيان على النحو التالي:

أولا: محور البيانات الشخصية

وفيما يلي شرح مختصر لمواصفات العينة:

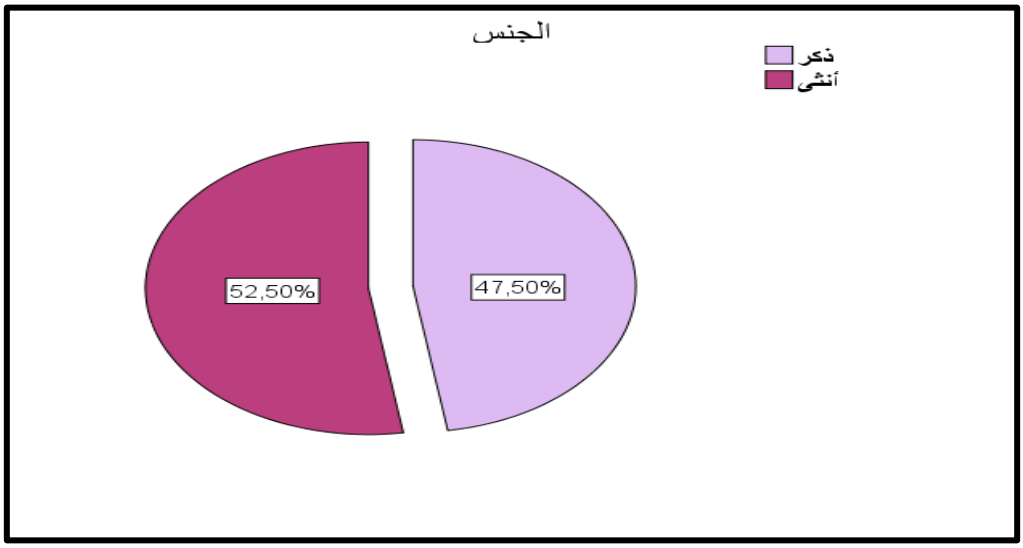
1. **الجنس:** يوضح الجدول رقم09: توزيع أفراد العينة حسب الجنس كما يلي:

جدول رقم09: توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	19	47,5	47,5	47,5
	أنثى	21	52,5	52,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

المصدر: مخرجات spss

شكل رقم03: دائرة نسبية لتوزيع أفراد العينة حسب الجنس



المصدر: مخرجات spss

التعليق: يتضح من خلال الجدول أعلاه، وكذا الشكل البياني، أن عينة الدراسة مكونة من 40 فردا، منهم 19 ذكر و21 إناث، إلا أن نسبة الإناث كانت مرتفعة مقارنة بنسبة الذكور حيث بلغت نسبة الإناث 52.50%، في حين قدرت نسبة الذكور حوالي 47.50%.

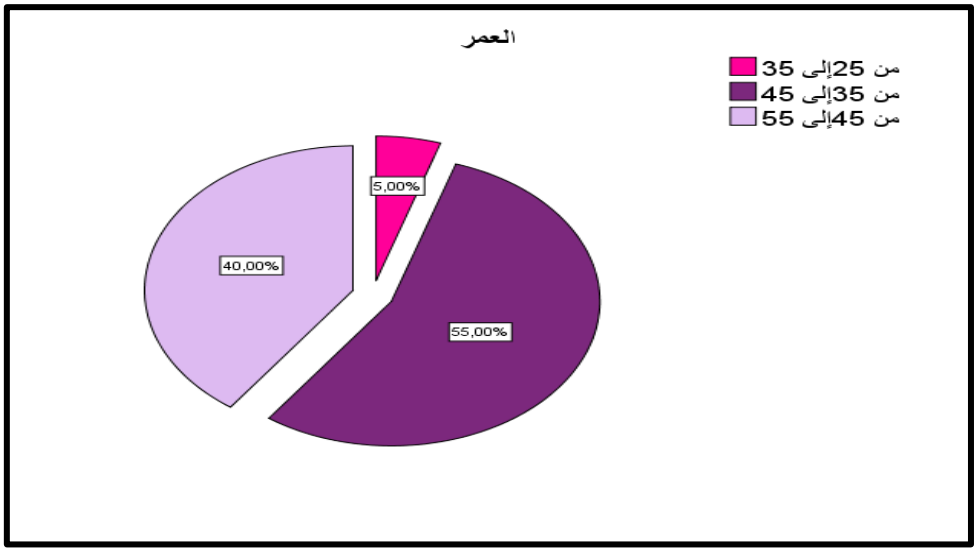
2. **العمر**: يوضح الجدول رقم10: توزيع أفراد العينة حسب العمر كما يلي:

جدول رقم10: توزيع أفراد العينة حسب العمر

العمر					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	من 25إلى 35	2	5,0	5,0	5,0
	من 35إلى 45	22	55,0	55,0	60,0
	من 45إلى 55	16	40,0	40,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

المصدر: مخرجات spss

شكل رقم04: دائرة نسبية لتوزيع أفراد العينة حسب العمر



المصدر: مخرجات spss

التعليق: يتضح من خلال معطيات الجدول أعلاه، والشكل البياني أنه يوجد تباين في أعمار أفراد عينة الدراسة وأن الفئة السنية الأكثر تكرارا هي الفئة السنية من (35-45) سنة، وقدرت بنسبتها بـ55.00 %، تليها الفئة السنية (من 45-55) بنسبة40.00%، ثم الفئة من (25- 35) سنة بنسبة 5%، أما الفئتين العمريتين أقل من 25 سنة وأكثر من 55 فكانتا معدومتين، وهذا مؤشر معبر عن مدى نضج واتزان أغلب عمال المديرية وخبرتهم في التعامل ميدانيا، وهذا ما يمكن من الانعكاس إيجابا على نتائج الدراسة.

3. المؤهل العلمي

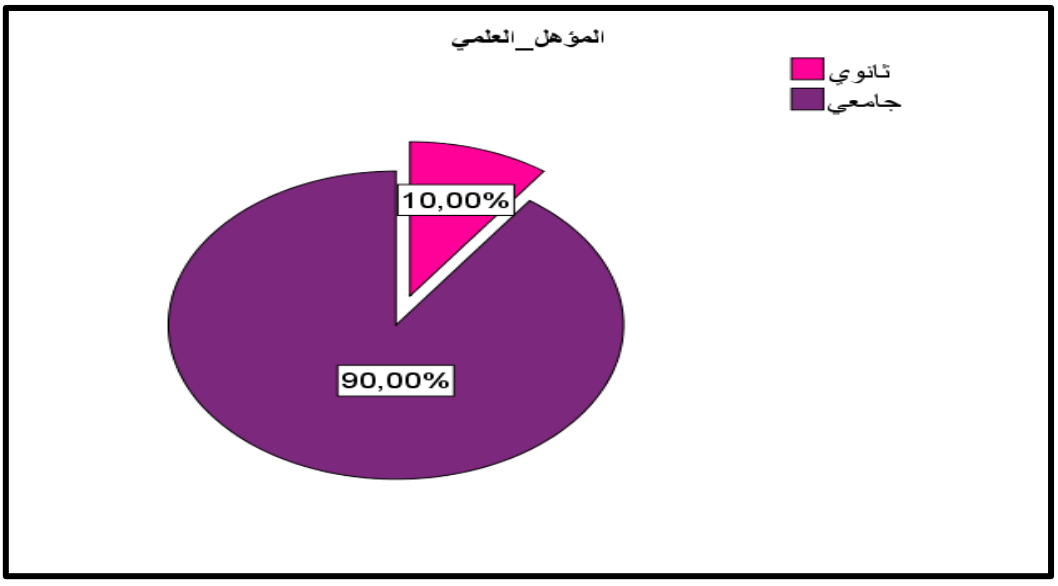
يوضح الجدول رقم11: توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي كما يلي:

جدول رقم11: توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي

المؤهل العلمي					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ثانوي	4	10,0	10,0	10,0
	جامعي	36	90,0	90,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

المصدر: مخرجات spss

شكل رقم05: دائرة نسبية لتوزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي



المصدر: مخرجات spss

التعليق: يتضح من خلال معطيات الجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة مستواهم الدراسي جيد، حيث أن المؤهل العلمي الأكثر تكرارا في عينة الدراسة هي الجامعيين حيث بلغت نسبة90%، تليها نسبة الأفراد ذوي المستوى ثانوي بنسبة 10%، أما ذو المستوى دراسات عليا واخرى فانعدمت، وهذا ما يمكن اعتباره مؤشرا على مدى قدرة هؤلاء على فهم موضوع الدراسة، وإدراك أهميته.

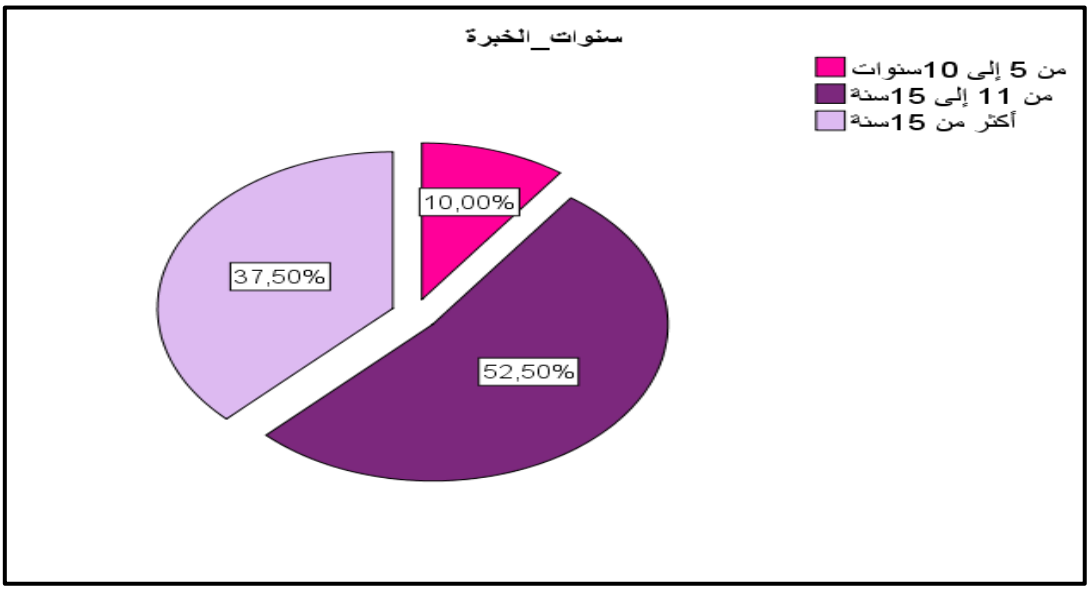
4. **سنوات الخبرة:** يوضح الجدول رقم12: توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة كما يلي:

جدول رقم12: توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة

سنوات الخبرة					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	من 5 إلى 10سنوات	4	10,0	10,0	10,0
	من 11 إلى 15سنة	21	52,5	52,5	62,5
	أكثر من 15سنة	15	37,5	37,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

المصدر: مخرجات spss

شكل رقم06: دائرة نسبية لتوزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة



المصدر: مخرجات spss

التعليق: يتضح من خلال معطيات الجدول أعلاه، إضافة إلى الرسم البياني، أن أغلب أفراد العينة لديهم خبرة في العمل (الأقدمية)، وأن اكبر تكرار لأفراد العينة التي لديهم خبرة من11 إلى 15 سنة بنسبة مئوية قدرت 52.50% وهي نسبة مهمة جدا إذ من الممكن أن تعطي للدراسة نوع من الدقة والقرب أكثر إلى الواقع، ثم تليها أفراد العينة التي لديهم خبرة أكثر من 15 سنة، بنسبة 37.50 %، وتليها أفراد العينة الذين لديهم خبرة من 05 إلى 10سنوات، بنسبة 10 % وفي الأخير أفراد العينة الأقل من5 سنوات منعدمة، وهذا يعتبر مؤشر على مدى خبرة هؤلاء الموظفين واطلاعهم العميق على واقع المديرية.

ثانيا: محور التنمية السياحية

سنحاول عرض وتحليل نتائج التنمية السياحية في ولاية خنشلة انطلاقا من مديرية السياحة لولاية خنشلة.

1. المقياس المستخدم

استخدمنا مقياس ليكرت الخماسي حيث أعطينا الدرجات من 1 وهي أدنى درجة وتمثل عن غير الموافقة تماما وصولا إلى الدرجة 5 وهي أعلى درجة وتمثل الموافقة تماما. كما يوضحه الجدول الموالي:

جدول رقم 13: مقياس ليكرت الخماسي

التصنيف	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الطلبان

جدول رقم14: قيم المتوسطات الحسابية الخاصة بمقياس لكارت الخماسي

المتوسط المرجح	المستوى
من 1 إلى 1.80	غير موافق تماما
من 1.81 إلى 2.60	غير موافق
من 2.61 إلى 3.40	محايد
من 3.41 إلى 4.20	موافق
من 4.21 إلى 5	موافق تماماً

المصدر: من إعداد الطالبين

2. عرض وتحليل نتائج المحور الأول

للتعرف على مدى انسجام إجابات أفراد العينة حول متغيرات الدراسة تم استخراج الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات الاستبيان، وسيتم عرض النتائج لكل عنصر كما يلي:

جدول رقم 15: عبارات البعد الاقتصادي

عبارات البعد	المقياس	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً	المتوسط	الانحراف المعياري	النتيجة	الرتبة
تساهم السياحة في خلق فرص عمل جديدة في المنطقة.	تكرار	4	2	0	17	17	4.2	1.25	موافق	3
	نسبة (%)	10	5	0	42.5	42.5				
النشاط السياحي يعزز من دخل المجتمع المحلي.	تكرار	0	0	0	14	26	4.65	0.48	موافق تماما	1
	نسبة (%)	0	0	0	35	65				
هناك زيادة ملحوظة في الاستثمارات السياحية مؤخرًا.	تكرار	0	0	5	28	7	4.05	0.55	موافق	4
	نسبة (%)	0	0	12.5	70	17.5				
السياحة تساهم في دعم القطاعات الاقتصادية الأخرى.	تكرار	0	0	0	18	22	4.55	0.50	موافق تماما	2
	نسبة (%)	0	0	0	45	55				
نتيجة البعد							4.36	0.69	موافق تماما	

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات spss

التعليق: من خلال الجدول اعلاه نلاحظ أنه قد جاءت في المرتبة الأولى عبارة " النشاط السياحي يعزز من دخل المجتمع المحلي" وذلك بمتوسط قدره 4.65 وانحراف معياري 0.48، وفي المرتبة الثانية عبارة " السياحة تساهم في دعم القطاعات الاقتصادية الأخرى." بمتوسط حسابي قدره 4.55، وانحراف معياري 0.50 وفي المرتبة الثالثة عبارة " تساهم السياحة في خلق فرص عمل جديدة في المنطقة. " بمتوسط 4.20 وانحراف معياري 1.25، وفي المرتبة الرابعة عبارة " هناك زيادة ملحوظة في الاستثمارات السياحية مؤخرًا." وذلك بمتوسط 4.05 وانحراف معياري 0.55.

تظهر البيانات أن السياحة تعتبر محركا رئيسيًا لتحفيز الاقتصاد المحلي والإقليمي، حيث أن السياحة تساهم بشكل مباشر في تعزيز الدخل المحلي، أي هي محرك قوي للقطاعات الاقتصادية الأخرى، رغم تباين الآراء حول تأثيرها في خلق فرص العمل، تبقى لها دور بارز في توفير وظائف جديدة، كما تشهد الاستثمارات السياحية نموا ملحوظًا، وإن كان تأثيرها في هذا المجال يبدو أقل استقرارًا نسبيًا مقارنة ببقية العوامل، إذا يمكن القول إن السياحة تلعب دورًا اقتصاديًا حيويًا في التنمية.

جدول رقم 16: عبارات البعد الاجتماعي

عبارات البعد	المقياس	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً	المتوسط	الانحراف المعياري	النتيجة	الرتبة
تؤثر السياحة بشكل إيجابي على جودة حياة السكان المحليين.	تكرار	0	0	0	15	25	4.62	0.49	موافق تماما	2
	نسبة (%)	0	0	0	37.5	62.5				
السياحة تساهم في تعزيز التفاهم بين السكان والزوار.	تكرار	0	0	3	22	15	4.3	0.60	موافق تماما	4
	نسبة (%)	0	0	7.5	55	37.6				
يشارك أفراد المجتمع المحلي في الأنشطة السياحية.	تكرار	0	0	0	19	21	4.52	0.50	موافق تماما	3
	نسبة (%)	0	0	0	47.5	52.5				
السياحة تدفع نحو تحسين الخدمات العامة في المنطقة.	تكرار	2	0	0	6	32	4.65	0.92	موافق تماما	1
	نسبة (%)	5	0	0	15	80				
نتيجة البعد							4.52	0.62	موافق تماما	

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات spss

التعليق: من خلال الجدول اعلاه نلاحظ أنه قد جاءت في المرتبة الأولى عبارة " السياحة تدفع نحو تحسين الخدمات العامة في المنطقة." وذلك بمتوسط قدره4.65 وانحراف معياري 0.62، وفي المرتبة الثانية عبارة " تؤثر السياحة بشكل إيجابي على جودة حياة السكان المحليين " بمتوسط حسابي قدره4.62، وانحراف معياري0.49 وفي المرتبة الثالثة عبارة " يشارك أفراد المجتمع المحلي في الأنشطة السياحية." بمتوسط4.52 وانحراف

معياري0.60، وفي المرتبة الرابعة عبارة " السياحة تساهم في تعزيز التفاهم بين السكان والزوار." وذلك بمتوسط 4.3 وانحراف معياري 0.60.

تشير النتائج إلى أن السياحة لها تأثير اجتماعي إيجابي ملموس على المجتمعات المحلية، وخاصة في جوانب تحسين الخدمات العامة، رفع جودة الحياة، وتعزيز التفاعل والمشاركة بين المجتمع المحلي والزوار، من خلال كون السياحة تحسن بشكل كبير الخدمات العامة في المنطقة، وهو ما ينعكس على مستوى الحياة اليومية للمواطنين، كما أنها تساهم بشكل ملحوظ في تحسين جودة حياة السكان المحليين، هناك مشاركة فعّالة من المجتمع المحلي في الأنشطة السياحية، رغم أن هذا قد يختلف باختلاف السياق المحلي، كما ان السياحة تعزز التفاهم بين السكان المحليين والزوار، رغم أن هذا التأثير قد يكون أقل وضوحًا في بعض الحالات.

إذا السياحة تشكل قوة اجتماعية فاعلة في تطوير المجتمعات المحلية، ويستفيد منها السكان من خلال تحسين الخدمات والمشاركة المجتمعية، لكنها قد تحتاج إلى مزيد من التركيز على تعزيز التفاهم الثقافي بشكل أكثر فعالية.

جدول رقم 17: عبارات البعد الثقافي

عبارات البعد	المقياس	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً	المتوسط	الانحراف المعياري	النتيجة	الرتبة
السياحة تساهم في الحفاظ على التراث الثقافي.	تكرار	1	1	2	2	34	4.67	0.88	موافق تماما	1
	نسبة (%)	2.5	2.5	5	5	85				
هناك اهتمام متزايد بإبراز الموروث الشعبي للسياح.	تكرار	0	0	0	18	22	4.55	0.50	موافق تماما	2
	نسبة (%)	0	0	0	45	55				
تشجع السياحة على تنظيم فعاليات ثقافية متنوعة.	تكرار	0	0	0	20	20	4.50	0.50	موافق تماما	3
	نسبة (%)	0	0	0	50	50				
الزوار يبدون اهتمامًا بالتعرف على الثقافة المحلية.	تكرار	0	0	2	27	11	4.22	0.53	موافق تماما	4
	نسبة(%)	0	0	5	67.5	27.5				
نتيجة البعد							4.48	0.60	موافق تماما	

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات spss

التعليق: من خلال الجدول اعلاه نلاحظ أنه قد جاءت في المرتبة الأولى عبارة " السياحة تساهم في الحفاظ على التراث الثقافي" وذلك بمتوسط قدره4.67 وانحراف معياري0.88، وفي المرتبة الثانية عبارة " هناك اهتمام متزايد بإبراز الموروث الشعبي للسياح" بمتوسط حسابي قدره4.55، وانحراف معياري 0.50، وفي المرتبة الثالثة عبارة " تشجع السياحة على تنظيم فعاليات ثقافية متنوعة. " بمتوسط 4.50وانحراف معياري0.50، وفي المرتبة الرابعة عبارة " الزوار يبدون اهتمامًا بالتعرف على الثقافة المحلية." وذلك بمتوسط 4.22 وانحراف معياري 0.53.

تشير النتائج إلى أن للثقافة دورًا محوريًا في التنمية السياحية، حيث أظهرت العبارات الأعلى تقييمًا اتفاق المشاركين على أن السياحة تساهم بوضوح في الحفاظ على التراث الثقافي، وتعزز من إبراز الموروث الشعبي وتنظيم الفعاليات الثقافية المتنوعة، مما يدل على وعي متزايد بأهمية الثقافة المحلية في جذب السياح وتعزيز تجربتهم، كما أن اهتمام الزوار بالتعرف على الثقافة المحلية يعزز بدوره من استدامة الجهود الثقافية ضمن القطاع السياحي.

جدول رقم 18: عبارات البعد السياسي

عبارات البعد	المقياس	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً	المتوسط	الانحراف المعياري	النتيجة	الرتبة
تدعم الجهات الحكومية تنمية القطاع السياحي.	تكرار	0	0	0	21	19	4.47	0.50	موافق تماما	2
	نسبة (%)	0	0	0	52.5	47.5				
هناك قوانين وتشريعات تسهّل الاستثمار في السياحة.	تكرار	1	0	7	24	8	3.95	0.78	موافق	4
	نسبة (%)	2.5	0	17.5	60	20				
يتم التنسيق بين الجهات الحكومية لتطوير السياحة.	تكرار	0	0	2	25	13	4.27	0.55	موافق تماما	3
	نسبة (%)	0	0	5	62.5	32.5				
ينظر إلى السياحة كأداة لتعزيز العلاقات الخارجية.	تكرار	0	0	0	15	25	4.62	0.49	موافق تماما	1
	نسبة(%)	0	0	0	37.5	62.5				
نتيجة البعد							4.32	1.95	موافق تماما	

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات spss

التعليق: من خلال الجدول اعلاه نلاحظ أنه قد جاءت في المرتبة الأولى عبارة " ينظر إلى السياحة كأداة لتعزيز العلاقات الخارجية." وذلك بمتوسط قدره 4.62وانحراف معياري 0.49، وفي المرتبة الثانية عبارة " تدعم الجهات الحكومية تنمية القطاع السياحي." بمتوسط حسابي قدره4.47 ، وانحراف معياري0.50، وفي المرتبة الثالثة عبارة " يتم التنسيق بين الجهات الحكومية لتطوير السياحة." بمتوسط 4.27 وانحراف معياري0.55 ، وفي المرتبة الرابعة عبارة " هناك قوانين وتشريعات تسهّل الاستثمار في السياحة." وذلك بمتوسط 3.95 وانحراف معياري 0.78.

توضح النتائج أن البعد السياسي يلعب دورا مهما في دعم التنمية السياحية، حيث ينظر إلى السياحة كوسيلة لتعزيز العلاقات الخارجية، مع وجود دعم حكومي واضح لهذا القطاع، كما أن التنسيق بين الجهات الحكومية يسهم في تطوير السياحة، رغم أن مستوى الرضا عن القوانين والتشريعات الداعمة للاستثمار السياحي كان أقل نسبيا، مما يشير إلى الحاجة لمزيد من الجهود لتحسين البيئة التشريعية والاستثمارية.

3. عرض وتحليل نتائج المحور الثاني

للتعرف على مدى انسجام إجابات أفراد العينة حول متغيرات الدراسة تم استخراج الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات الاستبيان، وسيتم عرض النتائج لكل عنصر كما يلي:

جدول رقم 19: تأثير التنمية السياحية على استخدام التقنيات الرقمية

عبارات البعد	المقياس	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً	المتوسط	الانحراف المعياري	النتيجة	الرتبة
تساهم التنمية السياحية في تعزيز استخدام الأدوات الرقمية الحديثة في تقديم الخدمات السياحية.	تكرار	0	0	0	29	11	4.27	0.45	موافق تماما	1
	نسبة (%)	0	0	0	72.5	27.5				
تم تطوير أنظمة إلكترونية لتسهيل إجراءات الحصول على المعلومات السياحية.	تكرار	1	1	2	24	12	4.12	0.82	موافق	3
	نسبة (%)	2.5	2.5	5	60	30				
ساعدت التنمية السياحية في زيادة الاعتماد على الحجز والدفع الإلكتروني.	تكرار	0	1	3	24	12	4.17	0.67	موافق	2
	نسبة (%)	0	2.5	7.5	60	30				
تُستخدم المنصات الرقمية بشكل أكبر لترويج الوجهات السياحية.	تكرار	0	1	13	16	10	3.87	0.82	موافق	4
	نسبة(%)	0	2.5	32.5	40	25				
نتيجة البعد							4.10	0.69	موافق	

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات spss

التعليق: من خلال الجدول اعلاه نلاحظ أنه قد جاءت في المرتبة الأولى عبارة " تساهم التنمية السياحية في تعزيز استخدام الأدوات الرقمية الحديثة في تقديم الخدمات السياحية." وذلك بمتوسط قدره 4.27وانحراف معياري0.45 ، وفي المرتبة الثانية عبارة " ساعدت التنمية السياحية في زيادة الاعتماد على الحجز والدفع الإلكتروني." بمتوسط حسابي قدره 4.17، وانحراف معياري 0.67 وفي المرتبة الثالثة عبارة " تم تطوير أنظمة إلكترونية لتسهيل إجراءات الحصول على المعلومات السياحية." بمتوسط4.12 وانحراف معياري0.82، وفي

المرتبة الرابعة عبارة " تُستخدم منصات رقمية بشكل أكبر لترويج الوجهات السياحية." وذلك بمتوسط 3.87 وانحراف معياري 0.82.

تشير النتائج إلى أن التنمية السياحية كان لها أثر واضح في تعزيز استخدام تقنيات الرقمنة في القطاع السياحي، إذ ساهمت بشكل خاص في دعم استخدام الأدوات الرقمية الحديثة وتحفيز الاعتماد على أنظمة الحجز والدفع الإلكتروني، كما ساعدت على تطوير أنظمة إلكترونية لتسهيل الوصول إلى المعلومات السياحية، وإن كان استخدام المنصات الرقمية لترويج الوجهات السياحية لا يزال بحاجة إلى مزيد من التوسع والاهتمام.

جدول رقم 20: تأثير التنمية السياحية على الاستراتيجية الرقمية

عبارات البعد	المقياس	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً	المتوسط	الانحراف المعياري	النتيجة	الرتبة
توجد رؤية واضحة للتحول الرقمي ضمن خطط مديرية السياحة.	تكرار	0	0	11	15	14	4.07	0.79	موافق	2
	نسبة (%)	0	0	27.5	37.5	35				
يتم اعتماد استراتيجيات رقمية لدعم السياحة المستدامة.	تكرار	0	1	11	23	5	3.80	0.68	موافق	4
	نسبة (%)	0	2.5	27.5	57.5	12.5				
تساهم التنمية السياحية في تحديد أهداف رقمية قابلة للقياس.	تكرار	0	0	4	27	9	4.12	0.56	موافق	1
	نسبة (%)	0	0	10	67.5	22.5				
يتم تنسيق الجهود بين الإدارات لتطبيق الاستراتيجية الرقمية بنجاح.	تكرار	0	1	7	21	11	4.05	0.74	موافق	3
	نسبة(%)	0	2.5	17.5	52.5	27.5				
نتيجة البعد							4.01	0.69	موافق	

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات spss

التعليق: من خلال الجدول اعلاه نلاحظ أنه قد جاءت في المرتبة الأولى عبارة " تساهم التنمية السياحية في تحديد أهداف رقمية قابلة للقياس." وذلك بمتوسط قدره 4.12وانحراف معياري0.56 ، وفي المرتبة الثانية عبارة " توجد رؤية واضحة للتحول الرقمي ضمن خطط مديرية السياحة." بمتوسط حسابي قدره 4.07، وانحراف

معياري 0.79 وفي المرتبة الثالثة عبارة " يتم تنسيق الجهود بين الإدارات لتطبيق الاستراتيجية الرقمية بنجاح. " بمتوسط4.05 وانحراف معياري0.74، وفي المرتبة الرابعة عبارة " يتم اعتماد استراتيجيات رقمية لدعم السياحة المستدامة." وذلك بمتوسط3.80 وانحراف معياري 0.68.

تظهر النتائج أن التنمية السياحية تساهم بفاعلية في دعم الاستراتيجية الرقمية، من خلال المساعدة على تحديد أهداف رقمية قابلة للقياس، ووجود رؤية واضحة للتحول الرقمي ضمن خطط مديرية السياحة، كما أن تنسيق الجهود بين الإدارات يسهم في تعزيز تطبيق الاستراتيجية الرقمية، رغم أن اعتماد استراتيجيات رقمية لدعم السياحة المستدامة لا يزال بحاجة إلى مزيد من التطوير لتعزيز فعاليته.

جدول رقم 21: تأثير التنمية السياحية على القدرة التنبؤية والتحليلية

عبارات البعد	المقياس	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً	المتوسط	الانحراف المعياري	النتيجة	الرتبة
تستخدم البيانات السياحية في التنبؤ بالطلب على الوجهات.	تكرار	0	1	4	21	14	4.20	0.72	موافق	3
	نسبة (%)	0	2.5	10	52.5	35				
يتم تحليل سلوك الزوار لتحسين الخدمات السياحية.	تكرار	0	1	8	18	13	4.07	0.79	موافق	4
	نسبة (%)	0	2.5	20	45	32.5				
تمكن التقنيات الرقمية من متابعة التغيرات في حركة السياح.	تكرار	0	1	5	16	18	4.27	0.78	موافق تماما	1
	نسبة (%)	0	2.5	12.5	40	45				
تساعد التنمية السياحية على اتخاذ قرارات مبنية على تحليل البيانات.	تكرار	0	1	5	18	16	4.22	0.76	موافق تماما	2
	نسبة(%)	0	2.5	12.5	45	40				
نتيجة البعد							4.19	0.76	موافق	

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات spss

التعليق: من خلال الجدول اعلاه نلاحظ أنه قد جاءت في المرتبة الأولى عبارة " تمكن التقنيات الرقمية من متابعة التغيرات في حركة السياح." وذلك بمتوسط قدره 4.27وانحراف معياري 0.78، وفي المرتبة الثانية عبارة " تساعد التنمية السياحية على اتخاذ قرارات مبنية على تحليل البيانات. " بمتوسط حسابي قدره4.22 ، وانحراف معياري 0.76 وفي المرتبة الثالثة عبارة " تستخدم البيانات السياحية في التنبؤ بالطلب على الوجهات. تستخدم

البيانات السياحية في التنبؤ بالطلب على الوجهات. " بمتوسط 4.20 وانحراف معياري0.72، وفي المرتبة الرابعة عبارة " يتم تحليل سلوك الزوار لتحسين الخدمات السياحية." وذلك بمتوسط 4.07وانحراف معياري 0.79.

تؤكد النتائج أن التنمية السياحية تعزز بشكل واضح القدرات التنبؤية والتحليلية، إذ تساهم التقنيات الرقمية في متابعة التغيرات في حركة السياح، وتدعم اتخاذ القرارات المبنية على تحليل البيانات، كما يتم الاستفادة من البيانات السياحية في التنبؤ بالطلب على الوجهات السياحية، إلى جانب تحليل سلوك الزوار لتحسين مستوى الخدمات المقدمة، مما يعكس دور التنمية السياحية في ترسيخ ممارسات قائمة على البيانات ضمن القطاع السياحي.

جدول رقم 22: تأثير التنمية السياحية على رقمنة العملاء وعلاقاتهم

عبارات البعد	المقياس	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً	المتوسط	الانحراف المعياري	النتيجة	الرتبة
أصبح التواصل مع السائحين يتم بشكل أسرع عبر المنصات الرقمية.	تكرار	0	0	0	14	26	4.65	0.48	موافق تماما	1
	نسبة (%)	0	0	0	35	65				
توفر مديرية السياحة قنوات إلكترونية لتلقي ملاحظات الزوار.	تكرار	0	0	0	20	20	4.50	0.50	موافق تماما	2
	نسبة (%)	0	0	0	50	50				
يتم تخصيص العروض السياحية حسب تفضيلات العملاء الرقمية.	تكرار	0	0	4	28	8	4.10	0.54	موافق	4
	نسبة (%)	0	0	10	70	20				
تحسنت العلاقة مع الزوار من خلال التجارب التفاعلية عبر الإنترنت.	تكرار	0	0	4	17	19	4.37	0.66	موافق تماما	3
	نسبة(%)	0	0	10	42.5	47.5				
نتيجة البعد							4.40	0.54	موافق تماما	

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات spss

التعليق: من خلال الجدول اعلاه نلاحظ أنه قد جاءت في المرتبة الأولى عبارة " أصبح التواصل مع السائحين يتم بشكل أسرع عبر المنصات الرقمية. " وذلك بمتوسط قدره 4.65وانحراف معياري 0.48، وفي

المرتبة الثانية عبارة " توفر مديرية السياحة قنوات إلكترونية لتلقي ملاحظات الزوار." بمتوسط حسابي قدره 4.50، وانحراف معياري 0.50 وفي المرتبة الثالثة عبارة " تحسنت العلاقة مع الزوار من خلال التجارب التفاعلية عبر الإنترنت. " بمتوسط 4.37وانحراف معياري 0.66، وفي المرتبة الرابعة عبارة " يتم تخصيص العروض السياحية حسب تفضيلات العملاء الرقمية. " وذلك بمتوسط 4.10وانحراف معياري 0.54.

تظهر النتائج أن التنمية السياحية ساهمت بشكل كبير في تعزيز رقمنة تواصل العملاء وعلاقاتهم، حيث أصبح التواصل مع السائحين أكثر سرعة وفعالية عبر المنصات الرقمية، مع توفير قنوات إلكترونية لتلقي ملاحظات الزوار، مما أدى إلى تحسين العلاقة مع العملاء من خلال تجارب تفاعلية عبر الإنترنت، كما ساعدت هذه التحولات الرقمية في تخصيص العروض السياحية بما يتلاءم مع تفضيلات العملاء، مما يعزز من مستوى رضاهم وتجربتهم السياحية.

جدول رقم 23: تأثير التنمية السياحية على ثقافة المنظمة والأفراد

عبارات البعد	المقياس	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً	المتوسط	الانحراف المعياري	النتيجة	الرتبة
يوجد وعي متزايد بأهمية التحول الرقمي بين موظفي مديرية السياحة.	تكرار	0	0	0	21	19	4.47	0.50	موافق تماما	2
	نسبة (%)	0	0	0	52.5	47.5				
يتلقى العاملون تدريبات دورية حول استخدام التكنولوجيا في العمل.	تكرار	1	0	7	24	8	3.95	0.78	موافق	4
	نسبة (%)	2.5	0	17.5	60	20				
أصبحت الثقافة التنظيمية تدعم الابتكار الرقمي.	تكرار	0	0	2	25	13	4.27	0.55	موافق تماما	3
	نسبة (%)	0	0	5	62.5	32.5				
يشارك الموظفون بفاعلية في مبادرات التحول الرقمي.	تكرار	0	0	0	25	15	4.62	0.49	موافق تماما	1
	نسبة (%)	0	0	0	62.5	37.5				
نتيجة البعد							4.32	0.58	موافق تماما	

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات spss

التعليق: من خلال الجدول اعلاه نلاحظ أنه قد جاءت في المرتبة الأولى عبارة " يشارك الموظفون بفاعلية في مبادرات التحول الرقمي " وذلك بمتوسط قدره4.62 وانحراف معياري 0.49، وفي المرتبة الثانية عبارة " يوجد وعي متزايد بأهمية التحول الرقمي بين موظفي مديرية السياحة " بمتوسط حسابي قدره 4.47، وانحراف معياري 0.50 وفي المرتبة الثالثة عبارة " أصبحت الثقافة التنظيمية تدعم الابتكار الرقمي." بمتوسط 4.27 وانحراف معياري 0.55، وفي المرتبة الرابعة عبارة " يتلقى العاملون تدريبات دورية حول استخدام التكنولوجيا في العمل." وذلك بمتوسط 3.95 وانحراف معياري 0.78.

تشير النتائج إلى أن التنمية السياحية كان لها أثر إيجابي في تعزيز ثقافة المنظمة والأفراد تجاه التحول الرقمي، حيث أظهر الموظفون مشاركة فاعلة في مبادرات الرقمنة، مع ارتفاع مستوى الوعي بأهمية التحول الرقمي داخل مديرية السياحة، كما أصبحت الثقافة التنظيمية أكثر دعمًا للابتكار الرقمي، رغم أن برامج التدريب الدوري على استخدام التكنولوجيا لا تزال بحاجة إلى مزيد من الدعم والتكثيف لتعزيز كفاءة العاملين بشكل أكبر.

المطلب الثالث: دراسة الارتباط بين المتغيرين

سنحاول من خلال هذا المطلب دراسة الارتباط بين المتغيرين باعتماد معامل بيرسون.

من شروط تطبيق معامل بيرسون:

1. **عشوائية العينات:** حيث يجب أن تكون العينة قد تم اختيارها بطريقة عشوائية، والعينة التي تم اختيارها هي عينة عشوائية

جدول رقم 24: اختبار استقلالية المتغيرين

Tests du khi-deux			
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)
khi-deux de Pearson	1406,000a	1369	,238
Rapport de vraisemblance	276,457	1369	1,000
Association linéaire par linéaire	11,742	1	,001
N d'observations valides	38		
a. 1444 cellules (100,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de ,03.			

المصدر: مخرجات spss

التعليق: من خلال الجدول نلاحظ أن sig=0.238 أي ان قيمة أكبر من قيمة مستوى الدلالة المعنوية α=0.05 فهذا يعني أن المتغيرين مستقلين.

2. **التوزيع الطبيعي للمتغيرين:**

جدول رقم 25: اختبار التوزيع الطبيعي للمتغيرات

Tests de normalité						
	Kolmogorov-Smirnova			Shapiro-Wilk		
	Statistiques	ddl	Sig.	Statistiques	ddl	Sig.
تنمية_سياحية	,121	38	,176	,975	38	,530
رقمنة	,130	38	,108	,941	38	,044
a. Correction de signification de Lilliefors						

المصدر: مخرجات spss

التعليق: من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن sig لكلا المتغيرين أكبر من 5%، مستوى المعنوية، أي أن الاختبار دال ومنه نقبل الفرضية القائلة إن المتغيرين يتوزعان توزيع طبيعي.

جدول رقم 26: ارتباط بيرسون بين المتغيرين

Corrélations			
		تنمية_سياحية	رقمنة
تنمية_سياحية	Corrélation de Pearson	1	,563**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	38	38
رقمنة	Corrélation de Pearson	,563**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	38	40
**. La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).			

المصدر: مخرجات spss

التعليق: ارتباط العبارات محور التنمية السياحية والعبارات محور التنمية السياحية في ظل التحول الرقمي، ارتباط طردي قوي r=0.563 بدرجة معنوية p=0.000اي اقل من 0.05 وهذا دليل على وجود علاقة طردية بين المحور الدال على التنمية السياحية وكذا المحور الدال على التنمية في ظل التحول الرقمي.

تشير نتائج الدراسة إلى أن هناك علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين التنمية السياحية والتحول الرقمي، مما يعكس أهمية تبني التقنيات الرقمية في تعزيز وتطوير القطاع السياحي، ويعني ذلك أن زيادة الاعتماد على التحول الرقمي، مثل استخدام المنصات الإلكترونية، الذكاء الاصطناعي، يسهم بشكل مباشر في دعم وتحقيق أهداف التنمية السياحية، إذا فإن التحول الرقمي يعد عاملاً محفزًا وضروريًا لتسريع وتيرة التنمية في القطاع السياحي.

ثانيا: اختبار صحة الفرضيات

الفرضية الأولى: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التنمية السياحية واستخدام التقنيات الرقمية.

الجدول رقم27: اختبار ت ستودنت للفرضية الاولى

Test sur échantillon unique						
	Valeur de test = 0					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
تنمية_سياحية	39,236	37	,000	24,14457	22,8977	25,3914
التقنيات_الرقمية	20,947	39	,000	7,28968	6,5858	7,9936

المصدر: مخرجات .spss

التعليق: من خلال الجدول التالي نلاحظ أن قيمة t=20.94ومستوى المعنوية p=0.000 أي اقل من 0.05، ودرجة حرية.dl=39

منه فإننا نقبل الفرض الصفري القائل ان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التنمية السياحية واستخدام التقنيات الرقمية.

ونرفض الفرض البديل القائل لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التنمية السياحية واستخدام التقنيات الرقمية.

إذا الفرضية مقبولة.

الفرضية الثانية: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التنمية السياحية والاستراتيجية الرقمية.

الجدول رقم28: اختبار ت ستودنت للفرضية الثانية

Test sur échantillon unique						
	Valeur de test = 0					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
تنمية_سياحية	39,236	37	,000	24,14457	22,8977	25,3914
الاستراتيجية_الرقمية	19,133	39	,000	7,88171	7,0485	8,7150

المصدر: مخرجات .spss

التعليق: من خلال الجدول التالي نلاحظ أن قيمة t=19.13ومستوى المعنوية p=0.000 أي اقل من 0.05 ، ودرجة حرية dl=39.

ومنه فإننا نقبل الفرض الصفري القائل ان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التنمية السياحية والاستراتيجية الرقمية.

ونرفض الفرض البديل القائل لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التنمية السياحية والإستراتيجية الرقمية.

إذا الفرضية مقبولة.

الفرضية الثالثة: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التنمية السياحية رقمنة العملاء وعلاقاتهم.

الجدول رقم29: اختبار ت ستودنت للفرضية الثالثة

Test sur échantillon unique						
	Valeur de test = 0					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
تنمية_سياحية	39,236	37	,000	24,14457	22,8977	25,3914
رقمنة_العملاء	17,955	39	,000	6,15076	5,4578	6,8437

المصدر: مخرجات .spss

التعليق: من خلال الجدول التالي نلاحظ أن قيمة t=17.95ومستوى المعنوية p=0.000 أي اقل من 0.05 ، ودرجة حرية dl=39.

منه فإننا نقبل الفرض الصفري القائل ان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التنمية السياحية ورقمنة العملاء وعلاقتهم.

ونرفض الفرض البديل القائل لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التنمية السياحية ورقمنة العملاء وعلاقتهم.

إذا الفرضية مقبولة.

الفرضية الرابعة: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التنمية السياحية وثقافة المنظمة والافراد.

الجدول رقم29: اختبار ت ستودنت للفرضية الثالثة

Test sur échantillon unique

	Valeur de test = 0					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
تنمية_سياحية	39,236	37	,000	24,14457	22,8977	25,3914
ثقافة_المنظمة_والأفراد	20,945	39	,000	6,34559	5,7328	6,9584

المصدر: مخرجات .spss

التعليق: من خلال الجدول التالي نلاحظ أن قيمة t=20.94ومستوى المعنوية p=0.000 أي اقل من 0.05 ، ودرجة حرية dl=39.

منه فإننا نقبل الفرض الصفري القائل ان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التنمية السياحية وثقافة المنظمة والأفراد.

ونرفض الفرض البديل القائل لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التنمية السياحية وثقافة المنظمة والأفراد.

إذا الفرضية مقبولة.

خلاصة الفصل

أصبحت التنمية السياحية في العصر الحديث مرتبطة ارتباطا وثيقا بالتحول الرقمي، حيث لم تعد التقنيات الرقمية مجرد أدوات مساندة، بل تحولت إلى عنصر جوهري في تطوير وتفعيل النشاط السياحي، فالتحول الرقمي يسهم في تحسين جودة الخدمات، وتسهيل الوصول إلى المعلومات، وتعزيز تجربة السائح، مما ينعكس بشكل مباشر على تحقيق التنمية السياحية المستدامة، وفي ظل التغيرات المتسارعة التي يشهدها العالم الرقمي، تبرز أهمية اعتماد سياسات واستراتيجيات سياحية مرنة تواكب التطورات التقنية، وتستثمر في الابتكار، لضمان تنافسية القطاع السياحي وتحقيق عوائد اقتصادية وثقافية واجتماعية طويلة الأمد.

ومن خلال الدراسة الميدانية لمديرية السياحة خنشلة، استخلصنا ان مديرية السياحة لولاية خنشلة تلعب دورًا محوريًا في تفعيل مبادرات التحول الرقمي على المستوى المحلي، من خلال السعي إلى رقمنة الخدمات السياحية، والترويج للمقومات الطبيعية والثقافية للولاية عبر المنصات الإلكترونية، وتشجيع الاستثمار في السياحة الذكية. إن جهود المديرية في هذا المجال تشكل خطوة مهمة نحو تحقيق تنمية سياحية مستدامة تُواكب متطلبات العصر وتساهم في رفع جاذبية الولاية كوجهة سياحية متميزة على الصعيدين الوطني والدولي.

خاتمـــــة

خاتمة

تعد السياحة من أبرز القطاعات الاقتصادية التي تسهم بشكل فعال في تعزيز التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية في العديد من البلدان، ومع التطورات التكنولوجية المتسارعة، أصبح التحول الرقمي أداة أساسية في تحسين أداء هذا القطاع، سواء على مستوى الترويج أو إدارة الخدمات السياحية، وعلى هذا الأساس كانت ولاية خنشلة مثالا حيويا على كيفية استثمار التقنيات الرقمية لتحفيز التنمية السياحية، حيث انخرطت مديرية السياحة في تبني مجموعة من المبادرات الرقمية التي تهدف إلى تحديث القطاع وتعزيز تجربة السائح.

من خلال دراسة العلاقة بين التحول الرقمي والتنمية السياحية في ولاية خنشلة، ادركنا ان التحول الرقمي له دور محوري في تحسين جودة الخدمات السياحية، من خلال تمكين الفاعلين السياحيين من الوصول إلى أدوات التسويق الرقمي وتطوير البنية التحتية الرقمية، كما ساعد في تحسين التواصل مع السياح عبر المنصات الإلكترونية، مما انعكس إيجاباً على حركة السياحة في المنطقة، علاوة على ذلك، أظهرت الدراسة أن الثقافة التنظيمية والقدرة على تبني التكنولوجيات الحديثة تشكلان من العوامل الأساسية التي تؤثر في نجاح التحول الرقمي في القطاع السياحي.

أولا: اختبار الفرضيات

الفرضية الأولى: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التنمية السياحية واستخدام التقنيات الرقمية.

من خلال الجانب التطبيقي توصلنا إلى أن قيمة t=20.94ومستوى المعنوية p=0.000 أي اقل من 0.05، ودرجة حرية dl=39.

ومنه تم قول الفرضية القائلة: ان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التنمية السياحية واستخدام التقنيات الرقمية.

الفرضية الثانية: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التنمية السياحية والاستراتيجية الرقمية.

من خلال الجانب التطبيقي توصلنا إلى أن قيمة t=19.13ومستوى المعنوية p=0.000 أي اقل من 0.05 ، ودرجة حرية dl=39.

ومنه تم قبول الفرضية القائلة ان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التنمية السياحية والاستراتيجية الرقمية.

الفرضية الثالثة: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التنمية السياحية رقمنة العملاء وعلاقاتهم.

من خلال الجانب التطبيقي توصلنا إلى أن قيمة t=17.95ومستوى المعنوية p=0.000 أي اقل من 0.05 ، ودرجة حرية dl=39.

ومنه تم قبول الفرضية القائلة ان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التنمية السياحية ورقمنة العملاء وعلاقتهم.

الفرضية الرابعة: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التنمية السياحية وثقافة المنظمة والافراد.

من خلال الجانب التطبيقي توصلنا إلى أن قيمة t=20.94ومستوى المعنوية p=0.000 أي اقل من 0.05، ودرجة حرية dl=39.

منه تم قبول الفرضية القائلة ان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التنمية السياحية وثقافة المنظمة والأفراد.

ثانيا: النتائج النظرية

1. التحول الرقمي له دور في تحسين تجربة السياح من خلال تسهيل الوصول إلى المعلومات السياحية عبر الأنترنت؛
2. زاد اهتمام القطاع السياحي بالرقمنة، من خلال اعتماده على تقنيات حديثة منها المنصات الإلكترونية وغيرها؛
3. هناك علاقة طردية بين كل من التنمية السياحية ورقمنة العملاء، إذ أن رقمنة العلاقة مع العملاء تحسن من التجربة السياحية؛
4. الثقافة التنظيمية وقدرة الأفراد على تبني التحول الرقمي تؤثر بشكل كبير على تطوير القطاع السياحي؛
5. استخدام استراتيجيات رقمية فعّالة يعزز من تنشيط ودعم القطاع السياحي؛
6. هناك علاقة طردية بين التنمية السياحية وثقافة المنظمة والأفراد؛
7. استخدام تقنيات مثل المنصات الإلكترونية والذكاء الاصطناعي يُحسن من الخدمات السياحية ويدعم التنمية السياحية؛
8. التحول الرقمي يسمح للمنظمات السياحية بتقديم خدمات مخصصة أكثر للسياح بناءً على البيانات الشخصية التي يتم جمعها؛

خاتمة

9. التحول الرقمي أصبح أداة أساسية في تعزيز التنمية السياحية من خلال تحسين الخدمات، تسريع الإجراءات، وتحقيق التفاعل الفعال مع السياح؛

10. رغم الفوائد العديدة للتحول الرقمي، هناك تحديات مثل ضرورة توفير البنية التحتية الرقمية المناسبة، وتدريب الكوادر البشرية في القطاع السياحي على استخدام التكنولوجيا الحديثة.

ثانيا: الاقتراحات

1. من الضروري توفير شبكات إنترنت سريعة ومستقرة في كافة المواقع السياحية والفنادق والمطاعم، حيث يعتبر الإنترنت أساس التحول الرقمي في القطاع السياحي؛

2. يجب تطوير منصات إلكترونية سهلة الاستخدام لحجز الفنادق، الرحلات السياحية، وحجوزات النقل، مع دعم اللغتين العربية والإنجليزية لتوسيع الوصول للجمهور؛

3. يمكن إنشاء تطبيقات للهواتف الذكية توفر معلومات شاملة عن المعالم السياحية في ولاية خنشلة، مثل الأماكن السياحية والأنشطة والفعاليات المحلية، مع إمكانية الحجز المباشر عبر التطبيق؛

4. توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل بيانات السياح، مثل تفضيلاتهم وأنشطتهم المفضلة، من أجل تحسين تجربة السياح وتقديم عروض مخصصة؛

5. ضرورة تكثيف الحملات التسويقية على منصات مثل فيسبوك وإنستغرام لزيادة الوعي بمعالم خنشلة السياحية باستخدام فيديوهات وصور جذابة؛

6. تطوير حملات إعلانات مدفوعة على محركات البحث مثل Google Ads لزيادة ظهور معالم خنشلة عند بحث السياح عن وجهات سياحية في الجزائر؛

7. ضرورة استخدام الدردشة المباشرة أو منصات التواصل الاجتماعي لتقديم خدمة عملاء رقمية، مما يسهل التواصل بين السياح والجهات السياحية المحلية؛

8. نقترح تحليل بيانات السياح مثل تفضيلاتهم والأنشطة التي يفضلونها لتقديم خدمات مخصصة وعروض خاصة بناء على اهتماماتهم الشخصية.

ثالثا: أفاق الدراسة

يمكن أن تكون هذه الدراسة بداية لدراسات أخر نقترح منها:

1. تأثير تكنولوجيا الدفع الإلكتروني على القطاع السياحي؛
2. تأثير التحول الرقمي على تحسين السياحة الريفية؛
3. دور منصات الحجز الرقمية في تسويق السياحية؛

4. دور التحول الرقمي في تطوير السياحة الثقافية؛
5. أثر الذكاء الاصطناعي في تحسين خدمات السياحة.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولا: المراجع باللغة العربية

أ. الكتب

1. بشرى حسين الحمداني، **التربية الإعلامية ومحو الرقمية**، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2015.

1. فهد بن عبد العزيز الغفيلي، **الإعلام الرقمي(أشكاله ووظائفه وسبل تفعيله وملحق به مشاريع وتطبيقات ميدانية)**، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر، الطبعة الأولى، الرياض، 2017.

2. محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، عالم الكتب، الطبعة الثانية، القاهرة، مصر، 2004.

ب. المجلات والمقالات العلمية

1. بن شلاط مصطفى، الوالي فاطمة، **نماذج الاستراتيجيات السياحية لتحقيق التنمية المستدامة**، مجلة حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد06، العدد02، دون تاريخ.

2. حورية حمني، إبتسام، **دور حوكمة تكنولوجيا المعلومات في إنجاح التحول الرقمي**، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، المجلد07، العدد03، 2020.

3. خالد كواش، **مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر**، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، دون مجلد، العدد الأول، دون تاريخ.

4. خليفة تركية، **التنمية السياحية المستدامة واستراتيجية ترقيتها بالجزائر**، المجلة العربية للآداب والدراسات الإنسانية، دون مجلد، العدد05، أكتوبر 2018.

5. **رفيق بودربالة، بشير لعصامي، مجيد هوادفي، السياحة كآلية لتنمية المحلية بولاية خنشلة دراسة تحليلية**، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، المجلد09، العدد2، جوان 2022.

6. زهية بوتغرين، كمال عايشي، **من المدن الذكية إلى السياحة الذكية**، دبي نموذجا، مجلة دراسات وأبحاث، المجلد12، عدد04، أكتوبر 2020.

7. زين العابدين معو، **واقع مساهمة قطاع السياحة في التنمية الاقتصادية بالجزائر، قراءة في الاستراتيجيات المتبعة والنتائج المحققة**، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، المجلد 09، العدد02، جويلية 2020.

8. شريط حسين الأمين، **فعالية التخطيط الاستراتيجي للتنمية السياحية في الجزائر**، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، دون مجلد، العدد14، 015.

9. صدوقي غريسي، وآخرون، **واقع وأهمية التحول الرقمي والأتمتة**، مجلة أراء للدراسات الاقتصادية والإدارية، المجلد03، العدد02، المركز الجامفي أفلو، الجزائر، 2021.

10. طلق عوض الله السواط، **أثر التحول الرقمي على كفاءة الأداء الأكاديمي**، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد43، 2022.

11. عتيقة حرايرية، **الأبعاد الاجتماعية لظاهرة السياحة ومقومات الصناعة السياحية في الجزائر**، مجلة دراسات في علم اجتماع المنظمات، دون مجلد، العدد الخاص بأعمال المؤتمر الدولي الأول للسياحة في الجزائر، مارس 2016.

12. عمر مهدي، **دور التحول الرقمي في تحسين ممارسات إدارة الموارد البشرية، مجلة التنظيم والعمل**، المجلد11، العدد1، 2022.

13. غادة علي عبد المعطي محمد، **التحول الرقمي في السياحة المصرية (المفهوم– التحديات– المتطلبات)**، المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، تصدرها كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم، المجلد13، العدد2، 2019.

14. لبخور صبرين،كبيري فتيحة، **واقع السياحة الجزائرية في ظل الترويج الالكتروني للوجهة الجزائرية دراسة تحليلية للفترة2019–2023** ، مجلة الاستراتيجية والتنمية، المجلد15، العدد 01،جانفي 2025.

15. لحواسنية ياسمين، ياسية سليمة، **نحو استراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الجزائر**، مجلة الاقتصاد الصناعي، المجلد01، العدد12، جوان2017.

16. محمد هاني، وسيلة سعود، **مقومات ومرتكزات القطاع السياحي في الجزائر وإشكالية تطويره**، دراسة تحليلية واستشرافية، المجلة العربية لعلوم السياحة والضيافة والآثار، مجلد 3، العدد7، سبتمبر2023،

17. مسفرة بنت دخيل الله الخثعمي، مشاريع وتجارب التحويل الرقمي في مؤسسات المعلومات، دراسة للإستراتيجيات المتبعة، مجلة RIST، مجلد19، العدد01، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامي، الرياض.

18. نور الدين هرمز، **التخطيط السياحي والتنمية السياحية**، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد28، العدد 03، 2006.

19. نور الهدى مراح، محمد طويلب، **مستقبل مهنة المحاسبة في ظل تقنيات التحول الرقمي** – تقنيات البلوكشين نموذجا، مجلة الميادين الاقتصادية، المجلد05، العدد01، 2022.

20. هاجر سعدي، لامية لعلام، **دور التنمية السياحية المستدامة في ترقية السياحة الصحراوية في الجزائر**، مجلة التنمية الاقتصادية، دون مجلد، العدد01، 2016.

21. هبال عبد المالك، **أثر توفر متطلبات استخدام الرقمنة في تحسين مستوى الخدمة المصرفية الإلكترونية لعمليات التجارة الخارجية**، دراسة حالة بنك BDL, BADR بالمسيلة، مجلة دفاتر اقتصادية، المجلد14، العدد01، 2023.

22. الهذبة مناجلية، **الإمكانيات والمقومات السياحية في الجزائر**، مجلة دراسات وأبحاث، دون مجلد، العدد26، مارس 2017، جامعة باخي مختار، عنابة، الجزائر.

23. هناء عفيف، وهيبة خولوفي، **الاتجاه نحو التحول الرقمي: حتمية أو خيار؟**، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد06، العدد01، أفريل 2022.

24. وشاش فؤاد، سماعيني نسيبة، **مساهمة السياحة في تفعيل أبعاد التنمية المستدامة**، مجلة المقار للدراسات الاقتصادية، دون مجلد، العدد الرابع، جوان2019.

25. يعقوب مروة، **واقع القطاع السياحي في الجزائر (تقييم تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية)**، مجلة دفاتر بوادكس، المجلد12، العدد01، 2023.

ج. **رسائل وأطروحات التخرج**

1. اعميري خالد، **التنمية السياحية وأثرها على التنمية المستدامة في الجزائر**، أطروحة دكتوراه في اقتصاد التنمية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر03، الجزائر، 2019-2020.

2. بشير عبد الحميد، **أثر التحول الرقمي على ممارسات إدارة الموارد البشرية في منظمات الأعمال**، دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي، تبسة، الجزائر، 2023.

3. بن قارة سيرين، زيغم ابتهال، **التحول الرقمي في جامعة 8 ماي 1945 قالمة**، كخيار استراتيجي لضمان جودة الإدارة الجامعية، دراسة حالة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2023.

4. بوعشاش سامية، **السياحة البيئية في المناطق الجبلية، حالة جبال تيكجدة بولاية البويرة** – الجزائر-، رسالة ماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2012-2013.

5. حواسني صليحة، **التطورات الجديدة في التسويق السياحي ودورها في خلق الجيوسياحة**، دراسة حالة مديرية السياحة والصناعة التقليدية، لولاية عين الدفلى، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2013-20214.

6. خديجة عزوزي، **التنمية السياحية المستدامة بين الإمكانات والآفاق**، دراسة حالة ولاية قالمة، أطروحة دكتوراه في تجارة دولية وتنمية مستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة08 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 014-015.

7. دحموني عبد الكريم، **تنمية وتطوير السياحة الصحراوية دراسة حالة تمنراست**، رسالة ماجستير في النظرية الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2006-2007.

8. رابحي فطيمة، ز. قارون، **العوامل المساهمة في إرساء الثقافة الرقمية**، دراسة حالة، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة إبراهيم سلطان شيبوط الجزائر03، الجزائر، 2020-2021.

9. زهراء سويد فيصل عباس، **التخطيط والتنمية السياحية**، بحث علمي، كلية التربية للعلوم الإنسانية، جامعة بابل، العراق، 2023

10. شيتر علال، **دور قطاع النقل في تحقيق التنمية السياحية**، دراسة حالة الجزائر، رسالة ماجستير في اقتصاد الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر03، الجزائر، 2014-2015.

11. طهراوي زهرة، **أهمية النقل ودوره في التنمية السياحية بالجزائر**، رسالة ماجستير في اقتصاد الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

12. عامر عيساني، **الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر**، أطروحة دكتوراه في تسيير المؤسسات، كية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2009-2010.

13. فوغالي حليمة، **السياحة البيئية بين متطلبات التنمية ومقتضيات حماية الحق في بيئة نظيفة**، أطروحة دكتوراه في قانون البيئة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، جامعة الحاج لخضر باتنة، باتنة، الجزائر، 2021-2022.

14. قسمية منوبية، **تنمية السياحة البيئية في الجزائر (واقع وآفاق)**، دراسة ميدانية بولاية بسكرة، مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2008-2009.

15. قعيد لطيفة، **السياحة الخضراء كألية لتحقيق تنمية سياحية مستدامة**، دراسة حالة الجزائر مع الإشارة إلى بعض النماذج، رسالة ماجستير في الإدارة البيئية والسياحية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر03، 2013-2014.

16. ماحي مراد، **دور التحول الرقمي في تحقيق تنمية محلية مستدامة**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتورة، تخصص مالية وتجارة دولية، كية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة غيلزان، الجزائر، 2023-2024.

17. محصول عبد السلام، **دور السياحة البيئية في تحقيق التنمية المستدامة في الاقتصاديات المغاربية**، دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس، والمغرب، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2013-2014.

18. نعيمي حكيمة، **إستراتيجية تطوير وتنمية القطاع السياحي في الجزائر خلال الفترة 2000–2018**، الإمكانيات والتحديات، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد إبن باديس، مستغانم، الجزائر، 2019–2020.

19. وزاني محمد، **السياحة المستدامة: واقعها وتحدياتها بالنسبة للجزائر، دراسة القطاع السياحي لولاية سعيدة**، رسالة ماجستير في تسويق الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2010–2011.

د. الملتقيات والمؤتمرات

1. بلقاسمي خالد، دهيمي عمر، **مظاهر التحول الرقمي في الجزائر، عرض تجربة الجزائر**، أبحاث الملتقى الوطني حول: جودة الخدمات في ظل التحول الرقمي والإدارة الإلكترونية في المؤسسات الجزائرية رهانات وتحديات تقييم الواقع واستشراف الواقع، جامعة غرداية، 2023.

2. سايحي حدة طويل، إيمان رحال، **دور السياحة في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة التجربة المصرية والأردنية نموذجا**، الملتقى الوطني الأول حول: النهوض بقطاع الخدمات: رهان استراتيجي لتحقيق التنمية المستدامة في الجزائر، المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف ميلة، يومي 11–1 مارس 2020.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

1. Erik Andersson Nissar, Digital Transformation Prerequisites for a digital business model, Examensarbete, Grundnivå (högskoleexamen), 15 hp Industriell ekonomi,Ekonomiingenjörsprogrammet.
2. Kaya yamac, Bozbura faik tunc, **Digital Transformation: A Cognitive Study for Organizations to Shape their Journeys,** International journal of professional BUSINESS REVIE, v8, n5.
3. Patrick Mikalef, Elena Parmiggiani, **Digital Transformation in Norwegian Enterprises**, This workwassupportedbythefacultyof Information Technologyand Electrical Engineering of the Norwegian University of Science and Technology, and the Department of Technology Management of SINTEF Digital. ISBN 978-3-031-05275-0.
4. S. Sagayarajan , Dr. A. Shaji George, **The Digital Transformation**: Key Attributes and Challenges, The International journal of analytical and experimental modal analysis, v11, n3, 2019.

ثالثا: المواقع الإلكترونية

1. https://www.i-scoop.eu/digital-transformation/#google_vignette, on 10-04-2025, at 7:36.
2. https://mahotels.net/archives/8935, on 22/03/2025, at 23 :05.
3. https://www.essahraa.net/node/13272, on 22/03/2025, at 23:11.
4. https://fekrait.com/, on 15-04-2025, at 18:22.

الملاحق

الملحق 01

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عباس لغرور–خنشلة–

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: علوم الاقتصاد

الاستبيان

سيدي سيدتي...

في إطار إعداد مذكرة التخرج بعنوان " **التنمية السياحية في ظل التحول الرقمي – دراسة حالة مديرية السياحة " حنشلة"–** " المكملة لنيل شهادة ماستر في تخصص اقتصاد نقدي ومالي نرجوا منكم المشاركة والمساهمة في إثراء هذا الموضوع من خلال تفضلكم بالإجابة على جملة الأسئلة المتضمنة في هذه الاستبيان، حيث تهدف هذه الدراسة إلى معرفة وجهة نظركم والحكم على فعالية تطبيق تلك المعايير في مؤسستكم.

هذا ونعتقد بأنكم سوف تولون كل الاهتمام والجدية في الإجابة على الأسئلة، ونحيطكم علما بأن إجابتكم ستحظى بالسرية ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

وفي الأخير تقبلوا مني فائق التقدير والاحترام.

أولا: البيانات الشخصية

يرجى وضع العلامة X في الخانة المناسبة

الجنس	
ذكر	
انثى	
العمر	
اقل من 25	
من 25إلى 35	
من 35 إلى 45	
من 45إلى 55	
أكبر من 55	
المؤهل العلمي	
ثانوي	
جامعي	
دراسات عليا	
اخرى	
سنوات الخبرة	
اقل من 5 سنوات	
من 5 إلى 10 سنوات	
من 11 إلى 15 سنة	
اكثر من 15سنة	

ثانيا: أسئلة الاستبيان

الجزء الأول: التنمية السياحية

يرجى الإشارة إلى مستوى موافقتك على العبارات التالية المتعلقة بالتنمية السياحية في المديرية

الرقم	العبارة	موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
البعد الاقتصادي						
01	تساهم السياحة في خلق فرص عمل جديدة في المنطقة.					
02	النشاط السياحي يعزز من دخل المجتمع المحلي.					
03	هناك زيادة ملحوظة في الاستثمارات السياحية مؤخرًا.					
04	السياحة تساهم في دعم القطاعات الاقتصادية الأخرى.					
البعد الاجتماعي						
01	تؤثر السياحة بشكل إيجابي على جودة حياة السكان المحليين.					
02	السياحة تساهم في تعزيز التفاهم بين السكان والزوار.					
03	يشارك أفراد المجتمع المحلي في الأنشطة السياحية.					
04	السياحة تدفع نحو تحسين الخدمات العامة في المنطقة.					
البعد الثقافي						
01	السياحة تساهم في الحفاظ على التراث الثقافي.					
02	هناك اهتمام متزايد بإبراز الموروث الشعبي للسياح.					

03	تشجع السياحة على تنظيم فعاليات ثقافية متنوعة.					
04	الزوار يبدون اهتمامًا بالتعرف على الثقافة المحلية.					
البعد السياسي						
01	تدعم الجهات الحكومية تنمية القطاع السياحي.					
02	هناك قوانين وتشريعات تسهّل الاستثمار في السياحة.					
03	يتم التنسيق بين الجهات الحكومية لتطوير السياحة.					
04	ينظر إلى السياحة كأداة لتعزيز العلاقات الخارجية.					

الجزء الثاني: التنمية السياحية في ظل التحول الرقمي

يرجى تقييم الجوانب التالية للسياحة في ظل التحول الرقمي

الرقم	العبارة	موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
تأثير التنمية السياحية على استخدام التقنيات الرقمية						
01	تساهم التنمية السياحية في تعزيز استخدام الأدوات الرقمية الحديثة في تقديم الخدمات السياحية.					
02	تم تطوير أنظمة إلكترونية لتسهيل إجراءات الحصول على المعلومات السياحية.					
03	ساعدت التنمية السياحية في زيادة الاعتماد على الحجز والدفع الإلكتروني.					
04	تُستخدم المنصات الرقمية بشكل أكبر لترويج الوجهات السياحية.					

تأثير التنمية السياحية على الاستراتيجية الرقمية						
01	توجد رؤية واضحة للتحول الرقمي ضمن خطط مديرية السياحة.					
02	يتم اعتماد استراتيجيات رقمية لدعم السياحة المستدامة.					
03	تساهم التنمية السياحية في تحديد أهداف رقمية قابلة للقياس.					
04	يتم تنسيق الجهود بين الإدارات لتطبيق الاستراتيجية الرقمية بنجاح.					
تأثير التنمية السياحية على القدرة التنبؤية والتحليلية						
01	تستخدم البيانات السياحية في التنبؤ بالطلب على الوجهات.					
02	يتم تحليل سلوك الزوار لتحسين الخدمات السياحية.					
03	تُمكّن التقنيات الرقمية من متابعة التغيرات في حركة السياح.					
04	تساعد التنمية السياحية على اتخاذ قرارات مبنية على تحليل البيانات.					
تأثير التنمية السياحية على رقمنة العملاء وعلاقاتهم						
01	أصبح التواصل مع السائحين يتم بشكل أسرع عبر المنصات الرقمية.					
02	توفر مديرية السياحة قنوات إلكترونية لتلقي ملاحظات الزوار.					
03	يتم تخصيص العروض السياحية حسب تفضيلات العملاء الرقمية.					
04	تحسنت العلاقة مع الزوار من خلال التجارب التفاعلية عبر الإنترنت.					
تأثير التنمية السياحية على ثقافة المنظمة والأفراد						
01	يوجد وعي متزايد بأهمية التحول الرقمي بين					

	موظفي مديرية السياحة.					
02	يتلقى العاملون تدريبات دورية حول استخدام التكنولوجيا في العمل.					
03	أصبحت الثقافة التنظيمية تدعم الابتكار الرقمي.					
04	يشارك الموظفون بفاعلية في مبادرات التحول الرقمي.					

نشكركم على تعاونكم

Ministry of Higher Education and Scientific Research
Abbes laghrour University Khenchela
Faculty of Economics, Management and Commercial Sciences
Department of Economic Sciences

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عباس لغرور خنشلة
كلية العوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية
قسم العلوم الاقتصادية

الرقم: 485 / ك ع إ ت ع ت/ ع إق/ 2025

خنشلة في : .....

إلى السيد: مدير مديرية السياحة لولاية خنشلة

تسهيل مهمة

سعيا لاستكمال البرنامج الدراسي المقرر للحصول على شهادة الماستر تخصص اقتصاد نقدي ومالي، ومن أجل تجسيد المفاهيم النظرية للطلبة، يشرفنا أن أطلب من سيادتكم تقديم مساعدة من أجل إجراء تربص تطبيقي في مؤسستكم للطلبة الآتية أسمائهم :

	معلومات الطالب 01	معلومات الطالب 02
الاسم واللقب	سادات مشكان	فاروق بن مزهود
تاريخ ومكان الازدياد	2000/01/14 يابوس خنشلة	2001/07/02 خنشلة
رقم التسجيل	34056123	34048363

عنوان التقرير : التنمية السياحية في ظل التحول الرقمي دراسة حالة مديرية السياحة لولاية خنشلة

رئيس القسم

جامعة عباس لغرور خنشلة
قسم العلوم الاقتصادية

زرمان كريم
رئيس قسم العلوم الإقتصادية

Ministry of Higher Education and Scientific Research

Abbes laghrour University Khenchela

Faculty of Economics, Management and Commercial Sciences

Department of Economic Sciences

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عباس لغرور خنشلة

كلية العوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية

قسم العلوم الاقتصادية

الرقم: 485/ ك ع إ ت ع ت/ ق ع اق/ 2025

خنشلة في : .....

الاسم و اللقب : سادات مشكان

تاريخ الميلاد: 2000/01/14

مكان الميلاد: يابوس ولاية خنشلة

- عنوان تقرير التربص: التنمية السياحية في ظل التحول الرقمي دراسة حالة مديرية السياحة لولاية خنشلة
- مكان التربص: مديرية السياحة لولاية خنشلة

فترة التربص من: 03 أفريل إلى: 23 أفريل 2025

عناصر المواظبة	العلامة	ملاحظة
المواظبة	04/..03....	
المبادرة	04/..03.....	
المعارف التطبيقية	04/..04.....	
قدرة العمل	04/..04.....	
العلاقة مع العمال	04/..04.....	
العلامة النهائية	20/..19.....	

ملاحظات أخرى:

طالب متابعة عمله مواظب جدا

ممثل المؤسسة

مفتش في السياحة

همامي مختار

رئيس القسم

جامعة عباس لغرور خنشلة

قسم العلوم الاقتصادية

زرمان كريم

رئيس قسم العلوم الاقتصادية

ملخص

نهدف من خلال هذه الدراسة لمعرفة تأثير التحول الرقمي على التنمية السياحية، فأخترنا مديرية السياحة لولاية خنشلة لتكون مقر للدراسة الميدانية، ولتحقيق هذه الهدف قمنا بانتهاج المنهج الوصفي التحليلي لأنه المناسب لوصف المفاهيم المتعلقة بمتغيري الدراسة، وتحليل البيانات والمعلومات التطبيقية.

ومن أهم النتائج التي توصلنا إليها: التحول الرقمي له دور في تحسين تجربة السياح من خلال تسهيل الوصول إلى المعلومات السياحية عبر الأنترنت؛ زاد اهتمام القطاع السياحي بالرقمنة، من خلال اعتماده على تقنيات حديثة منها المنصات الإلكترونية وغيرها؛ هناك علاقة طردية بين كل من التنمية السياحية ورقمنة العملاء، إذ أن رقمنة العلاقة مع العملاء تحسن من التجربة السياحية؛ الثقافة التنظيمية وقدرة الأفراد على تبني التحول الرقمي تؤثر بشكل كبير على تطوير القطاع السياحي؛ استخدام استراتيجيات رقمية فعّالة يعزز من تنشيط ودعم القطاع السياحي؛ هناك علاقة طردية بين التنمية السياحية وثقافة المنظمة والأفراد؛ استخدام تقنيات مثل المنصات الإلكترونية والذكاء الاصطناعي يُحسن من الخدمات السياحية ويدعم التنمية السياحية؛ التحول الرقمي يسمح للمنظمات السياحية بتقديم خدمات مخصصة أكثر للسياح بناءً على البيانات الشخصية التي يتم جمعها؛

الكلمات المفتاحية: التنمية السياحية، التحول الرقمي، التقنيات الرقمية، رقمنة العملاء.

Abstract

This study aims to understand the impact of digital transformation on tourism development. We chose the Directorate of Tourism in Khenchela Province as the field study site. To achieve this goal, we adopted the descriptive-analytical method, as it is suitable for describing the concepts related to the study variables and analyzing empirical data and information.

Among the most important findings we reached are: digital transformation plays a role in improving the tourist experience by facilitating access to tourism information online; there has been increased interest in digitization within the tourism sector, through the adoption of modern technologies such as electronic platforms and others; there is a positive correlation between tourism development and customer digitization, as digitizing customer relations enhances the tourism experience; organizational culture and the ability of individuals to adopt digital transformation significantly affect the development of the tourism sector; using effective digital strategies promotes and supports tourism; there is a positive relationship between tourism development and the culture of the organization and individuals; the use of technologies such as electronic platforms and artificial intelligence improves tourism services and supports tourism development; digital transformation allows tourism organizations to provide more personalized services to tourists based on the personal data collected.

Keywords: Tourism development, digital transformation, digital technologies, customer digitization.