

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

شعبة علوم تجارية، تخصص مالية وتجارة دولية

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث بعنوان:

## دور التحول الرقمي في تحقيق التنمية السياحية المستدامة

### – تجارب دولية –

تحت إشراف:

د. نادي مفيدة

إعداد الطالب:

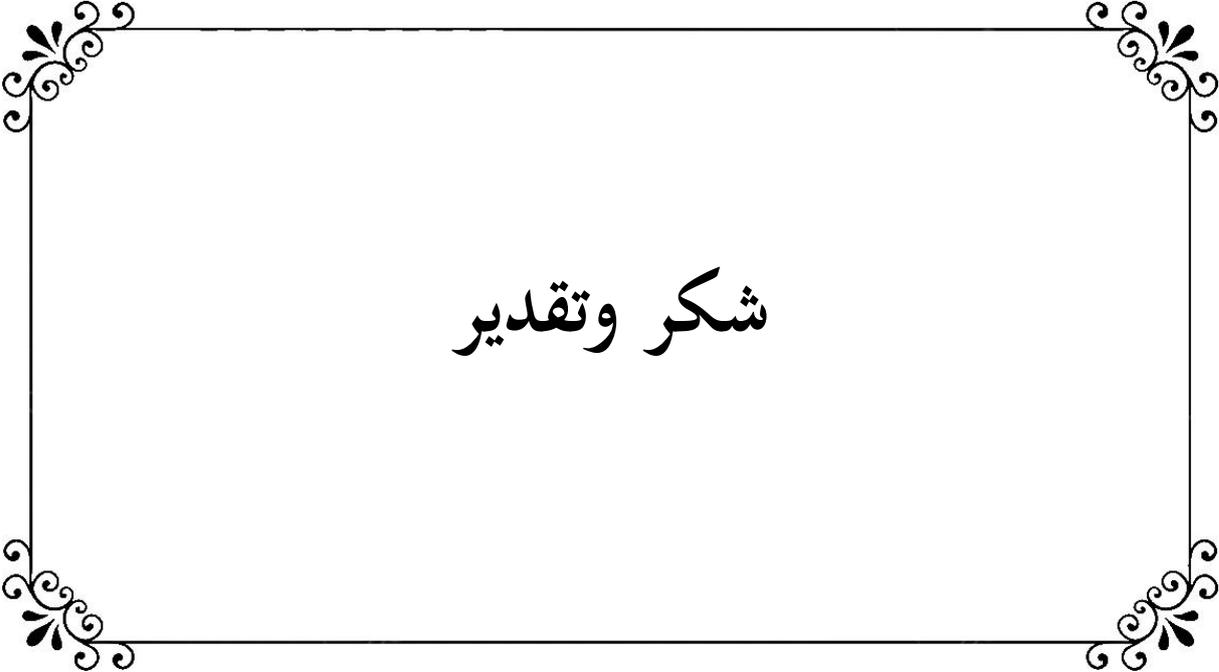
ماحي مراد

#### أعضاء لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
حمداني نجاة	أستاذة التعليم العالي	جامعة غليزان	رئيسا
نادي مفيدة	أستاذة محاضرة –أ–	جامعة غليزان	مشرفا ومقررا
مغنت صبرينة	أستاذة التعليم العالي	جامعة غليزان	مشرفا مساعدا
جلام كريمة	أستاذة محاضرة –أ–	جامعة غليزان	ممتحنا
درالي سهام	أستاذة محاضرة –أ–	جامعة غليزان	ممتحنا
قمومية سفيان	أستاذ محاضر –أ–	جامعة الشلف	ممتحنا
دقيش جمال	أستاذ محاضر –أ–	جامعة وهران	ممتحنا

السنة الجامعية: 2024/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



شكر وتقدير

## شكر وتقدير

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم "من لا يشكر الناس لا يشكر الله" حديث صحيح

بادئ ذي بدء نشكر المولى العلي التقدير على نعمه الجليلة

أنه عز وجل أمدنا بالقوة والصحة والعافية وكان لنا عوناً

نحمده تعالى حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه أنه وهب لنا التوفيق والسداد

ومنحني الرشد والثبات بإعداد هذا البحث

وأرجوا أن يكون ذخراً في ميزان الحسنات.

ويسعدني أن أتقدم بخالص الشكر والتقدير والاحترام للأستاذة الفاضلة "نادي مفيدة"، التي

مهدت لي الطريق من أجل البحث

والمعرفة أين كان لتوجيهاتها وإرشاداتها الفضل الكبير في إنجاز هذا العمل.

كما لا يفوتني أن أشكر الاستاذة الفاضلة "مغنت صبرينة"

التي ساعدت في الإشراف على هذا العمل، وزودتني بالنصائح والإرشادات القيّمة.

كما أتقدم بالشكر المسبق للأساتذة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة الموقرة على قبول مناقشة

الأطروحة، وعلى فضل قراءتها وتقييمها وتصويبها.

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من ساهم في إنجاز هذا العمل سواء من قريب أو من بعيد.

فلكم منا جزيل الشكر وجزاكم الله خيراً.

و الشكر دائماً و أبداً متواصلاً لله العزيز، الجبار، الخالق، الباري، المصور، الرحمان، الرحيم،

فلولا فضله ما خط القلم ولا عمّت الفوائد.

الطالب: ماحي مراد

إهداء

# إهداء

أهدي عملي هذا إلى...

"أمي" الغالية أطال الله في عمرها

إلى أبي رحمه الله.

إلى من شاطرني الحياة بأفراحها وأحزانها، إلى زوجتي العزيزة وعائلتها

الكريمة.

إلى أولادي الأعزاء ونور حياتي حفظهم الله.

مارية سيرين، محمد عبد الرحمان، معاذ.

إلى أخواتي الغاليات وأزواجهن وأبنائهن.

إلى كل إخوتي، حفظهم ورعاهم الله، وزوجاتهم وأبنائهم.

إلى كل الأحبة والأساتذة، إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة عملي وجهدي.

والله الموفق.

الطالب: ماحي مراد. هـ

# الملخص

### ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على التحول الرقمي والسياحة بصفة عامة وعلى التنمية السياحية المستدامة، ومحاولة الإلمام بمختلف الجوانب المرتبطة بعملية التحول الرقمي في تحقيق التنمية السياحية المستدامة، وتسهيل الضوء على أشكال التطبيقات الرقمية السياحية مقارنة بالدور الذي ينتظر منها في تحسين وتطوير القطاع السياحي، مع توضيح أهم التحديات التي تواجهها عملية التحول الرقمي في ظل بيئة تكنولوجيا تنافسية، فضلاً عن اقتراح مجموعة من الآليات والاستراتيجيات التي يمكن تبنيها في سبيل مواجهة هذه التحديات، وتجنب المخاطر الناجمة عنها.

لتحقيق أهداف الدراسة استخدمنا المنهج الاستنباطي بأدواته الوصف والتحليل للإلمام بالمفاهيم النظرية المتعلقة بالتحول الرقمي والتنمية السياحية المستدامة، كما قمنا بعرض تجارب دولية رائدة لكل من مصر والمملكة العربية السعودية والمملكة الأردنية في الجانب التطبيقي لمعرفة دور التحول الرقمي في القطاع السياحي، بالإضافة إلى أداة المقابلة لمعرفة واقع التحول الرقمي في القطاع السياحي بالجزائر.

توصلت الدراسة إلى أن التحول الرقمي ساهم في تحقيق تنمية سياحية مستدامة في مصر والمملكة العربية السعودية والمملكة الأردنية بمستويات متفاوتة بفضل توفر البنية التحتية والإطار التنظيمي والتشريعي، بالإضافة إلى التكوين المتواصل للموارد البشرية المؤهلة في الجوانب التقنية، والقدرة على مواجهة كل التحديات، ونجاح التحول الرقمي في القطاع السياحي بالجزائر مرهون بتوفر بيئة تشريعية وتنظيمية مناسبة ومدعومة بابتكارات عالية، وتأهيل إطارات بشرية متخصصة، وبالتالي تعزيز القدرات الذاتية بالقدر الذي يمكنها من المنافسة على المستوى العالمي.

**الكلمات المفتاحية:** تحول رقمي؛ تنمية سياحية مستدامة؛ تطبيقات رقمية؛ قطاع سياحي؛ سياحة رقمية.

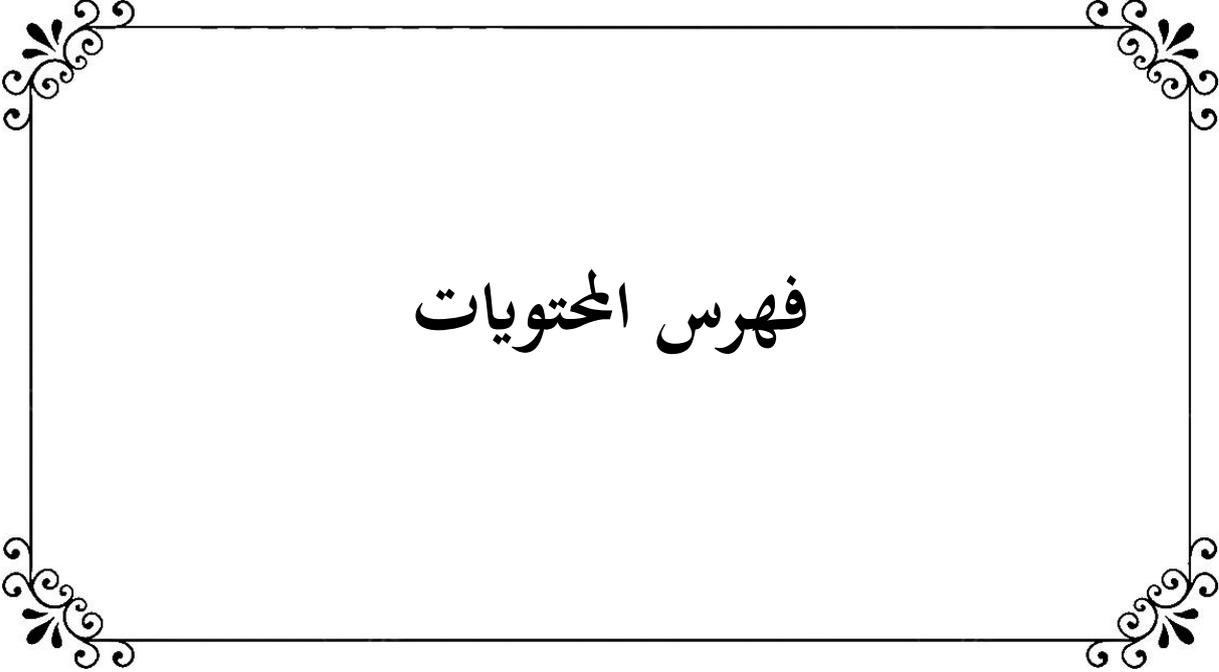
## Abstract

This study aims to explore digital transformation and tourism in general, as well as sustainable tourism development. It seeks to understand the various aspects associated with the digital transformation process in achieving sustainable tourism development and to highlight the forms of digital tourism applications compared to their expected role in improving and developing the tourism sector. Additionally, the study outlines the main challenges faced by the digital transformation process in a competitive technological environment and proposes a set of mechanisms and strategies that can be adopted to address these challenges and avoid the associated risks.

To achieve the study's objectives, we used the deductive method with its tools of description and analysis to understand the theoretical concepts related to digital transformation and sustainable tourism development. The study also examined the practical aspect to understand the role of digital transformation in the tourism sector in Egypt, Saudi Arabia, and Jordan, using interviews to assess the reality of digital transformation in the tourism sector in Algeria.

The study found that digital transformation has contributed to achieving sustainable tourism development in Egypt, Saudi Arabia and the Kingdom of Jordan at varying levels thanks to the availability of infrastructure and the regulatory and legislative framework, in addition to the continuous training of qualified human resources in the technical aspects, and the ability to face all challenges, and the success of digital transformation in the tourism sector in Algeria depends on the availability of an appropriate legislative and regulatory environment supported by high innovations, and the qualification of specialized human cadres, This would enhance Algeria's self-capabilities to a level that enables it to compete globally.

**Keywords:** digital transformation; sustainable tourism development; Digital Applications; tourism sector; digital tourism.



# فهرس المحتويات

## فهرس المحتويات

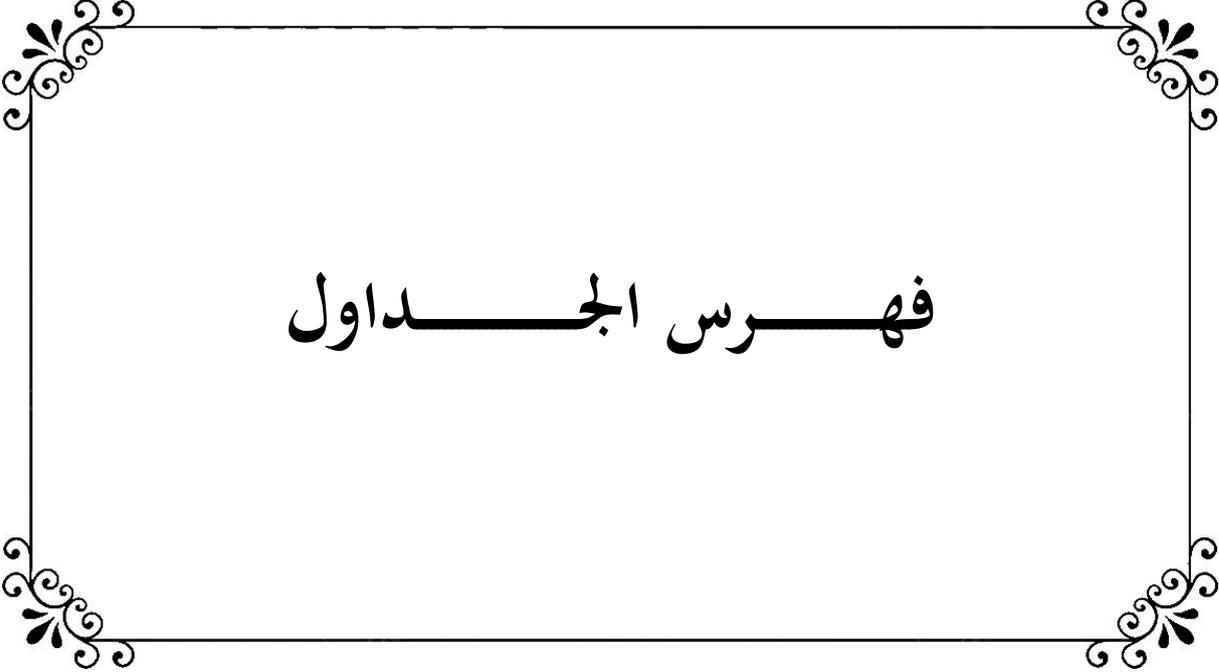
الصفحة	العنوان
	شكر وتقدير
	إهداء
I	ملخص
IV	فهرس المحتويات
VIII	فهرس الجداول
X	فهرس الأشكال
XII	قائمة المختصرات
أ- ز	مقدمة
<b>الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحول الرقمي</b>	
2	تمهيد
3	المبحث الأول: ماهية التحول الرقمي
3	المطلب الأول: مفهوم، خصائص، فوائد التحول الرقمي
13	المطلب الثاني: أبعاد التحول الرقمي
17	المطلب الثالث: دوافع ومجالات التحول الرقمي
21	المبحث الثاني: خطوات واستراتيجيات، مظاهر التحول الرقمي
21	المطلب الأول: خطوات التحول الرقمي
24	المطلب الثاني: استراتيجيات التحول الرقمي
28	المطلب الثالث: مظاهر وتقنيات التحول الرقمي
43	المبحث الثالث: واقع التحول الرقمي في الجزائر
43	المطلب الأول: الحكومة الالكترونية
50	المطلب الثاني: نماذج تطبيق التحول الرقمي في الجزائر
65	المطلب الثالث: تحديات ومخاطر التحول الرقمي في الجزائر
71	خلاصة الفصل الأول
<b>الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة</b>	
73	تمهيد

## فهرس المحتويات

74	<b>المبحث الأول: الإطار العام لسياحة</b>
74	المطلب الأول: مفهوم السياحة خصائصها وانواعها ومقوماتها
84	المطلب الثاني: أركان ومكونات السياحة
90	المطلب الثالث: أهمية السياحة ودورها في تدعيم المؤشرات الاقتصادية الدولية
<b>96</b>	<b>المبحث الثاني: أساسيات عامة حول التنمية السياحية المستدامة</b>
96	المطلب الأول: مفهوم، خصائص، مبادئ، أهداف التنمية السياحية المستدامة
109	المطلب الثاني: الأبعاد الثلاثة للتنمية السياحية المستدامة
112	المطلب الثالث: مؤشرات واستراتيجيات التنمية السياحية المستدامة
<b>119</b>	<b>المبحث الثالث: واقع التنمية السياحية المستدامة في الجزائر</b>
119	المطلب الأول: مؤشرات السياحة في الجزائر
127	المطلب الثاني: آليات تحقيق تنمية سياحية مستدامة في الجزائر
135	المطلب الثالث: معوقات وآفاق التنمية السياحية المستدامة في الجزائر
<b>144</b>	<b>خلاصة الفصل الثاني</b>
<b>الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل سياحة مستدامة</b>	
146	<b>تمهيد</b>
<b>147</b>	<b>المبحث الأول: لمحة حول السياحة الرقمية</b>
147	المطلب الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة الرقمية
152	المطلب الثاني: أساليب الاتصال والتقنيات الحديثة في السياحة الرقمية
159	المطلب الثالث: التطبيقات الرقمية لدعم السياحة المستدامة
<b>171</b>	<b>المبحث الثاني: عرض تجارب دولية في مجال السياحة الرقمية</b>
171	المطلب الأول: التجربة المصرية
190	المطلب الثاني: تجربة المملكة العربية السعودية
205	المطلب الثالث: تجربة المملكة الأردنية
<b>224</b>	<b>المبحث الثالث: توجهات الحديثة للسياحة بالجزائر في ظل بيئة رقمية</b>
224	المطلب الأول: لمحة حول السياحة الرقمية في الجزائر
229	المطلب الثاني: استراتيجية السياحة الرقمية لتحقيق تنمية سياحية مستدامة وفق لنموذج SWOT في الجزائر

## فهرس المحتويات

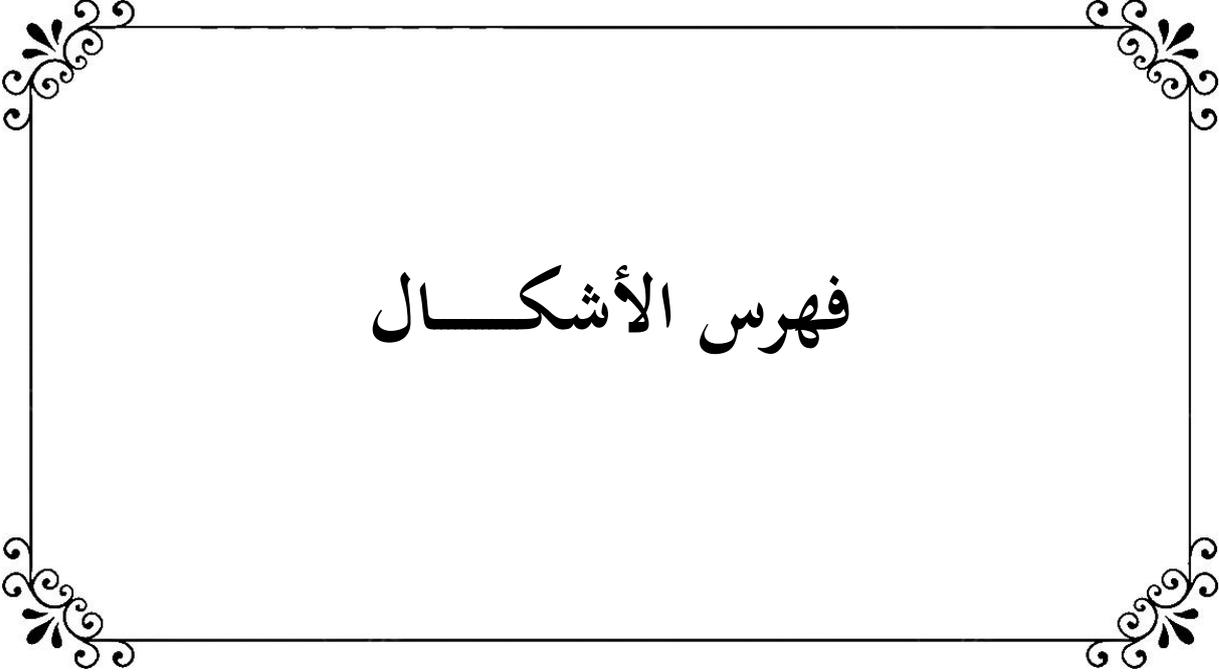
233	المطلب الثالث: دراسة ميدانية لواقع التحول الرقمي في وزارة السياحة والصناعة التقليدية في الجزائر
244	خلاصة الفصل الثالث
246	خاتمة
253	قائمة المراجع.



# فهرس الجداول

## فهرس الجداول

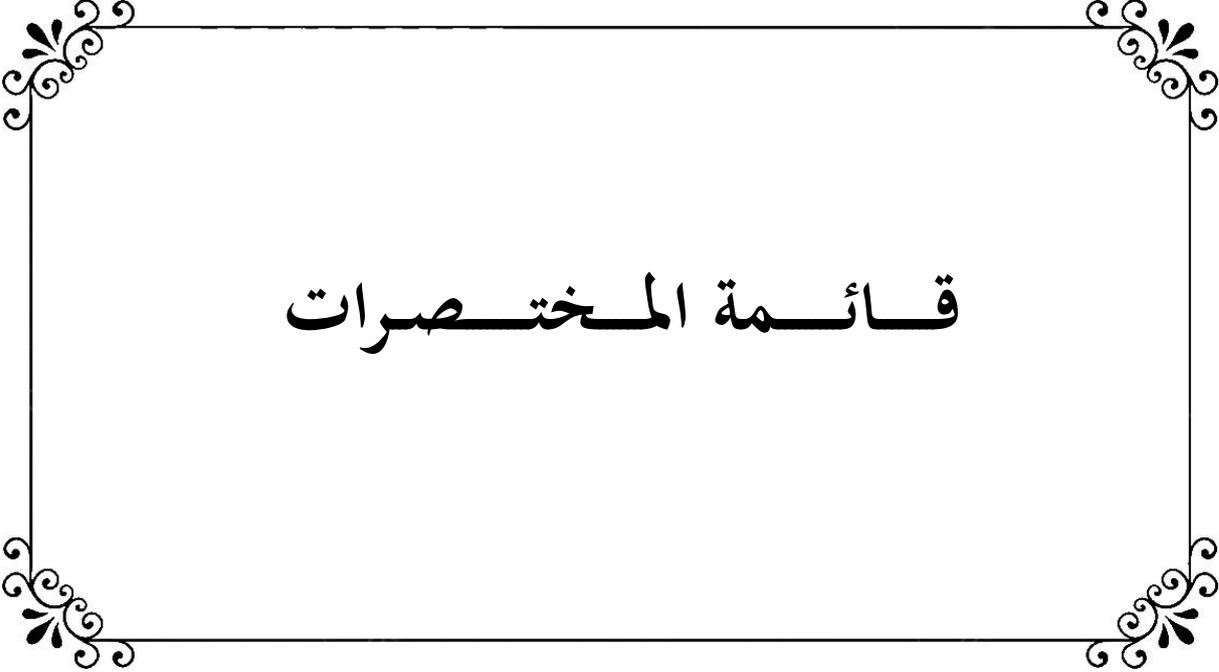
الصفحة	العنوان	رقم
98	مقارنة بين التنمية السياحية التقليدية والتنمية السياحية المستدامة.	1-2
122	المواقع التراثية والتاريخية في الجزائر حسب تصنيف يونسكو UNISCO إلى غاية 2024.	2-2
123	توزيع الأسرة حسب فئة الفنادق في الجزائر في الفترة: 2018-2022.	3-2
125	تطور عدد الوكالات السياحية بالجزائر في الفترة: 2018-2022.	4-2
132	وضعية المشاريع السياحية للفترة: 2018-2022.	5-2
134	تهيئة مناطق التوسع السياحي في الفترة بين 2018 إلى 2022.	6-2
153	تطبيقات الجوال الرائدة في جميع أنحاء العالم في عام 2022 ، من خلال التنزيلات.	1-3
242	مؤسسات تحت الوصاية.	2-3



# فهرس الأشكال

## فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	رقم
35	أهم التقنيات والابتكارات المستخدمة في التحول الرقمي.	1-1
45	مجال التطور الرقمي في الجزائر.	2-1
76	معايير السياحة.	1-2
78	أنواع السياحة وفقا لتوزيع الحدود السياسية.	2-2
80	أنواع السياحة وفقا لمفهوم الرغبة.	3-2
85	المكونات الأساسية للسياحة.	4-2
86	مكونات السياحة.	5-2
91	الأهمية الاقتصادية للسياحة.	6-2
108	ركائز التنمية السياحية المستدامة.	7-2
110	الأبعاد الثلاثة للتنمية السياحية المستدامة.	8-2
114	مؤشرات التنمية السياحية المستدامة.	9-2
117	أبعاد نموذج التنافسية في السياحة المستدامة.	10-2
121	الحمامات المعدنية بالجزائر.	11-2
124	توزيع الأسرة حسب فئة الفنادق في الجزائر في الفترة 2018-2022.	12-2
125	تطور الوكالات السياحية في الجزائر في الفترة 2018-2022.	13-2
133	وضعية المشاريع السياحية للفترة 2018-2022.	14-2
135	مناطق التوسع السياحي في الفترة الممتدة بين 2018 و 2022.	15-2
154	تطبيقات الجوال الرائدة في جميع أنحاء العالم في عام 2022 من خلال التحميل.	1-3
159	التطبيقات الرقمية.	2-3
164	مختلف خدمات تطبيق Eventbrite	3-3
165	تطبيقات السفر الصديقة للبيئة لسياحة مستدامة.	4-3
236	الهيكل التنظيمي لوزارة السياحة والصناعات التقليدية.	5-3



# قائمة المختصرات

## قائمة المختصرات

المختصر	التفصيل باللغة العربية	التفصيل باللغة الأجنبية
DX	التحول الرقمي	Digital Transformation
AWS	بائع بالتجزئة عبر الانترنت	Amazon Web Services
OCR	خدمات التعرف البصري	Optic Characteres Recognizing
ASCII	الترميز الأمريكي لتبادل المعلومات	American Standard Code Information Interchange
IBM	المؤسسة الدولية للحواسيب	Internationale Business Machines
E DATA	البيانات الالكترونية	Electronoc DATA
QR	رمز الاستجابة السريع	Quik Response Code
DevOps	مجموعة من الأنشطة التكنولوجية الحديثة	Development Operations
OECD	منظمة التعاون والتنمية الأوروبية	Organisation Economic CO-Coperation
IFRS	المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية	Internation Financial Reporting Satandards
IaaS	خدمات البنية الأساسية	Infrasturture a as service
SaaS	البرنامج كخدمة	Software as a service
AZUR	برمجيات حوسبة	MicroSoft AZUR
AI	الذكاء الاصطناعي	Artificial Intelligence
IoT	أنترنت الأشياء	Internet of Things
VR	الواقع الافتراضي	Virtual reality
AR	الواقع المعزز	augmented reality
EX	الواقع الممتد	Extended reality
Blocks	سلسلة الكتل	Blokchain
3D	الطباعة ثلاثية الأبعاد	Printing 3D
Big Data	البيانات الضخمة	Big Data
ENTV	المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري	Entreprise Nationale de Télévision Algérienne
FTTH	الألياف البصرية إلى المنازل	Fiber To The Home
AECE	السلطة الاقتصادية للتصديق الإلكتروني	Autorité Economique Certification Electronique
AGCE	السلطة الحكومية للتصديق الإلكتروني	Autorité Gouvernemental de Certification Electronique

## قائمة المختصرات

Autorité Nationale Certification Electronique	السلطة الوطنية للتصديق الإلكتروني	ANCE
Algerian Startup Fund	صندوق تمويل المؤسسات الناشئة	ASF
Algérienne Des Eaux	الجزائرية للمياه	ADE
Société Nationale des Électricité et du gaze	الشركة الوطنية للكهرباء والغاز	Sonalgaze
World Travel and Tourism Cuncil	المنظمة العالمية للسياحة	WTTC
Sustainable Programme Tourism	برنامج السياحة المستدامة	STP
Shéma Directeur Aménagement Touristique	مخطط توجيهي للتهيئة السياحية	SDAT
Schéma Nationale Aménagement Territoire	مخطط الوطني للتهيئة الإقليم	SNAT
Zones Expansion Touristique	مناطق التوسع السياحي	ZET
Plan Aménagement Toistique	مخطط التهيئة السياحية	PAT
Floating Car Data	بيانات السيارة العائمة	FCD
Circular Carbon Economy	الاقتصاد الدائري للكربون	CCE
Geographic Information System	نظم المعلومات الجغرافية	GIS
iphone Operating System	اي فون نظام التشغيل	iOS
World Wide Web	شبكة الويب العالمية	WEB
lonelyplanet	دليل سياحي	LP
virtual private network	شبكة افتراضية خاصة	VPN

# مقدمة

في السنوات الأخيرة، تسارعت التحولات الرئيسية في المجال الرقمي وتوطدت وأصبحت دول العالم تهتم بعملية التحول الرقمي أكثر وإن كانت متفاوتة، فقد ولدت جائحة فيروس كورونا (COVID-19) قفزة كمية ونوعية في استخدام التقنيات الرقمية من قبل جميع الجهات الفاعلة الحكومات والهيئات والشركات والأسر والأفراد. كما أظهرت مدى أهمية الرقمنة لضمان استمرارية جميع أنواع النشاط الاقتصادي والاجتماعي، وتمكين الأفراد ليس فقط من التواصل، ولكن أيضا ممارسة أعمالهم مثل العمل والتعليم والصحة والسفر، وهو ما يعود بالفائدة على اقتصاد البلد، من هنا جاءت فكرة تعميم عملية التحول الرقمي على جميع القطاعات، ولاسيما القطاع السياحي لما له من أهمية في التنمية الاقتصادية.

فقد برزت صناعة السياحة كقوة رئيسية للتنمية الاجتماعية والاقتصادية المستدامة على مستوى العالم، والفكرة وراء السياحة المستدامة هي زيارة المواقع دون الإضرار بالمجتمع المحلي والطبيعة وأيضا أن يكون لها بعض التأثير البناء على البيئة والمجتمع وكذا اقتصاد البلد، إذ تعد السياحة وقطاع السفر من الأنشطة الاقتصادية المهمة في العديد من الدول، وتظل صناعة السياحة مصدرا مهم التوليد فرص العمل والدخل في القطاعين الرسمي وغير الرسمي، حيث يمكن للسياحة أن تولد قدرا هائلا من النقد الأجنبي، مما يعزز أيضا نموها وتنميتها المستدامة. فاهتمام الدول بالقطاع السياحي وتطويره يساهم في ميزان المدفوعات ويمكن للحكومة توليد الإيرادات وكذلك تعزيز دخل الأسرة.

وفي اطار تطوير قطاع السياحة فإن عملية الرقمنة عامل مهم لصناعة سياحة رقمية، لأنها أحدثت ثورة في السياحة والمنتجات والخبرات والنظم البيئية للأعمال والوجهات السياحية، فضلا عن تغيير طرق التفاعل، فالتقنيات الجديدة غيرت من السلوك وأدت إلى توليد أنماط جديدة من الخدمة السياحية في سوق السياحة. فاعتماد أدوات السياحة القائمة على الرقمنة يمكن أن يسهل تجارب المسافرين في إدارة رحلاتهم، فأصبحت التقنيات الحديثة في قطاع السياحة وسيلة ترويجية فعالة في تقديم الخدمات السياحية الإلكترونية، والتي تتمثل في المنصات الرقمية والابتكار في نماذج الأعمال، إذ تساعد المسافرين في البحث والتخطيط والحجز والمساهمة في تحسين القدرة التنافسية والأداء والإنتاجية بتكلفة منخفضة في الأعمال السياحية، مما يساعد على إعطاء دفعة قوية للقطاع السياحي، الرقمنة سمحت للسائحين باستكشاف الوجهات السياحية من خلال الوسائل الافتراضية، مثل تقنيات الواقع الافتراضي والواقع المعزز دون الحاجة إلى السفر الفعلي، فأصبحت نماذج جديدة تعتمد عليها العديد من الدول في تجسيد عملية التحول الرقمي في القطاع السياحي.

الإشكالية: بناء على ما سبق نطرح السؤال التالي:

كيف يمكن للتحويل الرقمي أن يساهم في تحقيق تنمية سياحية مستدامة على ضوء تجارب دولية وما واقعه في الجزائر؟

الأسئلة الفرعية:

تدرج تحت هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية كما يلي:

- ما هو الاطار النظري للتحويل الرقمي؟
- ما هو الاطار المفاهيمي للتنمية السياحية المستدامة؟
- ما واقع القطاع السياحي في ظل التحويل الرقمي من أجل سياحة مستدامة في كل من المملكة العربية السعودية، مصر والمملكة الأردنية؟
- ما واقع التحويل الرقمي في الجزائر وهل ساهم في تحقيق التنمية السياحية ؟

فرضيات البحث:

بهدف الإجابة عن السؤال الرئيسي والتساؤلات الفرعية تمت صياغة الفرضيات التالية:

- ساهم التحويل الرقمي في تحقيق تنمية سياحية مستدامة في مصر والمملكة العربية السعودية والمملكة الأردنية، حيث تنفرع عن الفرضية الرئيسية ثلاثة فرضيات فرعية وهي كما يلي:
  - ساهم التحويل الرقمي في تحقيق تنمية سياحية مستدامة في مصر.
  - ساهم التحويل الرقمي في تحقيق تنمية سياحية مستدامة في المملكة العربية السعودية.
  - ساهم التحويل الرقمي في تحقيق تنمية سياحية مستدامة في المملكة الأردنية.
- ساهم التحويل الرقمي في تحقيق تنمية سياحية مستدامة في الجزائر.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في إبراز دور التحويل الرقمي في قطاع السياحة في تبني التقنيات الرقمية لتحسين القطاع السياحي بشكل فعال في تحقيق التنمية المستدامة، وتبيان الدور الذي يقوم به هذا التحويل وفق تغييرات في كيفية تسويق وترويج الوجهات السياحية، وكذلك تحسين عمليات الحجز والإدارة وصولاً لتوفير تجارب سياحية باستخدام تقنيات مختلفة، ولاسيما الواقع الافتراضي والواقع المعزز، وإبراز أهمية الكبيرة لقطاع السياحة، حيث يتم من خلاله امكانية استخدام التقنيات الرقمية الحديثة لتعزيز التواصل وتقديم التوجيه بالنسبة لمختلف الفاعلين في القطاع، وكذا للسائحين لزيادة وعيهم بأهمية ممارسات السياحة المستدامة، ولتتمكن الجزائر من

وضع مكانة سياحية معتبرة بين الدول.

**أهداف الدراسة:** تهدف هذه الدراسة لتحقيق جملة من الأغراض أهمها:

- إلقاء الضوء على مفهوم الرقمنة وإبراز العناصر التي تركز عليه الرقمنة في القطاع السياحي والتطرق إلى تحديات التي تقف إلى تحقيق تحول رقمي حقيقي فعال يسمح بتحديث القطاع السياحي.
- إظهار ومعرفة خطوات ومجالات التحول الرقمي.
- تذليل الصعوبات التي تواجه تجسيد التحول الرقمي من خلال وضع خطط مستقبلية تكون فعالة.
- محاولة إيجاد ووضع استراتيجيات جديدة قصد تأسيس استراتيجيات مستقبلية فعالة تسمح بتطوير القطاع السياحي بالجزائر.
- دراسة مفهوم وأهداف استراتيجية التحول الرقمي في ظل المتغيرات التي تؤثر على الواقع الذي يميز عالمنا اليوم.
- الاستفادة من نتائج الدراسة في تقديم بعض المقترحات التي تساعد في تبني بعض الحلول والبدائل من خلال تجارب دولية ناجحة في مجال السياحة.

**مبررات اختيار الموضوع:** جاءت مبررات اختيار لهذا الموضوع لاعتبارات موضوعية وذاتية:

- قلة الدراسات حول مدى مساهمة التحول الرقمي في الماضي قدما في تطوير السياحة من أجل سياحة مستدامة وإن وجدت تكون مقتصرة على بعض المقالات؛
  - الميل الشخصي لحب لسفر والسياحة وحب الاطلاع والتعرف على مدى التقدم التكنولوجي التي وصلت إليه بعض الدول في المجال السياحي؛
  - مواكبة المواضيع المرتبطة بظواهر المعاصرة والمتمثلة في الرقمنة والتكنولوجيا؛
  - إثراء مجال البحث العلمي في المواضيع ذات العلاقة بالمجال السياحي والرقمي؛
  - حاجة الهيئات والمؤسسات السياحية لمعرفة الأثر الذي يحدثه تطبيق مبادئ التحول الرقمي على تنمية السياحة وجعلها في استدامة نتيجة الطفرة التكنولوجية التي يعيشها العالم في مختلف المجالات.
- حدود الدراسة:** تنحصر حدود الدراسة في بعدين مختلفين تتمثل فيما يلي:

**الحدود المكانية:** تتمثل الحدود المكانية في دراسة التحول الرقمي في القطاع السياحي في بعض الدول وذلك بالتركيز على تجارب دولية في مجال صناعة السياحة، وستكون تجربة كل من المملكة العربية السعودية ومصر والمملكة الأردنية، مع اسقاطها وتقييم واقع التحول الرقمي في تنمية سياحية مستدامة في الجزائر (وزارة السياحة والصناعة التقليدية).

**الحدود الزمنية:** من خلال دراستنا تتطلب منهجية البحث العلمي الاقتراب من الموضوعية والوصول إلى نتائج واقعية، وذلك بضبط المجال الذي يتيح المعرفة الصحيحة للموضوع، من خلال عرض تجارب دولية رائدة واحصائيات لواقع السياحة في الجزائر في الفترة 2018-2022.

**منهج الدراسة:** للإجابة على الإشكالية المطروحة والوصول إلى الأهداف المرجوة، والامام بمختلف الجوانب النظرية المحيطة بالموضوع المتعلقة بالتحول الرقمي والتنمية السياحية المستدامة، ومن أجل فهم أدق لمختلف جوانب الدراسة الحالية، فان المنهج المتبع في معالجة هذا الموضوع هو المنهج الاستنباطي الذي يستند على أداتي الوصف والتحليل الذي يعتمد على جمع مختلف المعلومات لوصف المفردات والحقائق المرتبطة بموضوع البحث ودراستها وتحليلها للوصول إلى نتائج يمكن الاعتماد عليها وتعميمها، وفي الجانب التطبيق يتم الاعتماد على منهج دراسة الحالة المتمثل في التجارب الدولية، كما تم الاعتماد على المقابلة كأداة للدراسة للاطلاع على واقع التحول الرقمي في القطاع السياحي في الجزائر.

**الدراسات السابقة:** بناء على عملية البحث لموضوع الدراسة من خلال تناول عدد من الدراسات التي تصب في موضوع بحثنا، حيث تطرقت العديد من الدراسات السابقة لموضوع دور التحول الرقمي من جهة والتنمية السياحية المستدامة من جهة أخرى، وشملت كل من المملكة العربية السعودية ومصر والمملكة الأردنية، مما تشير إلى تنوعها الزمني والجغرافي معا.

بناء على ذلك تم تصنيف هذه الدراسات إلى دراسات عربية وأجنبية فالدراسات العربية التي عاجلت موضوع التحول الرقمي والتنمية السياحية المستدامة وآليات واستراتيجيات المستخدمة وآفاقها المستقبلية، والدراسات الأجنبية التي تناولت تأثير التقنيات الجديدة الحديثة على صناعة السياحة، ودورها الإيجابي في تنمية السياحة المستدامة وملائمة التشريعات، وكذا اعتماد التكنولوجيا الرقمية في الوجهات السياحية المستدامة وتقديم رؤى حول الأبحاث الحالية التي تطرقت لذلك.

وفيما يلي نقدم عرض لمختلف هذه الدراسات، ثم نوضح الفجوة العلمية من خلال معرفة اختلاف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة، وأخيرا جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة في الدراسة الحالية.

## 1. استعراض الدراسات:

### 1.1. الدراسات العربية

➤ دراسة صالح بزة (2017) بعنوان تحليل إطار استراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الجزائر: مقارنة السياسات والآليات. أطروحة دكتوراه علوم تجارية جامعة محمد بوضياف المسيلة الجزائر، حيث أبرز الباحث

في هذه الدراسة عرض واقع السياحة في الجزائر، وتشخيص مختلف السياسات المنتهجة، وأهم العقبات التي تواجه النشاط السياحي ودراسة وتحليل المنتج السياحي الجزائري وهل له قدرة على المنافسة، حيث تمثلت عينة الدراسة في استبيان موجه للسياح، استبيان موجه للمؤسسات السياحية ومقابلة مع المسؤولين والمختصين القائمين على قطاع السياحة، واستخدمت أداة استبيان باستخدام مقياس ليكارت الحماسي لجمع البيانات وفق المنهج الوصفي بالإضافة إلى المنهج التاريخي، ولقد كانت أبرز نتائج هذه الدراسة أغلب السياح المستجوبين يعتبرون أن الجزائر تتمتع بمؤهلات سياحية تجعلها قبلة لكثير من السياح، كما أن السياسات التنموية السياحية بالجزائر لا تتضمن مبادئ الاستدامة، بالإضافة إلى الصعوبات التي تجعل السياح لا يقومون بالسياحة (ارتفاع الاسعار، ازدحام في حركة المرور، انعدام النظافة، عدم توفر وسائل الراحة).

➤ دراسة صورية شني، سعيد بن لخضر (2018) عنوانها الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة لتحقيق السياحة الرقمية وواقعها في السياحة الجزائرية، مقال منشور بمجلة آفاق لعلوم الادارة والاقتصاد جامعة المسيلة، وقد هدفت هذه الدراسة إلى إبراز اظهار نتائج استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة المتمثلة في السياحة الرقمية والتطورات عبرة عدة ثورات رقمية، المنهج المتبع في هذه الدراسة هو المنهج الوصفي والتحليلي نظرا لفهمه الموضوع بالإضافة إلى منهج دراسة حالة في المنهج التطبيقي ومن أبرز نتائج هذه الدراسة، لتحقيق استراتيجية فاعلي السياحة ومختلف القطاعات المرتبطة بها سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة يجب الاعتماد على تكنولوجيات الإعلام والاتصال المتطورة.

➤ دراسة عبادي محمد، زهواني عبد الرزاق (2019) تحت عنوان تجليات - حول التحول الرقمي ودوره في تفعيل السياحة الداخلية - اتصالات الجزائر نموذجا، مقال منشور في مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، تصدرها جامعة تامنغست الجزائر والتي هدفت إلى إبراز أهمية إدخال تقنيات الرقمنة ومعلومات الاتصال لتنشيط قطاع السياحة الجزائر من خلال التعرف على اتصالات الجزائر وما الذي يمكن أن تقدمه لتنشيط قطاع السياحة في الجزائر، المنهج المتبع في هذه الدراسة وفق المنهج الوصفي التحليلي ولقد كانت أبرز نتائج هذه الدراسة أن نظم التكنولوجيا والرقمنة لها دور فعال ومهم في النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر.

➤ دراسة غادة علي عبد المعطي محمد (2019) بعنوان. التحول الرقمي في السياحة المصرية(المفهوم- التحديات- المتطلبات)، مقال منشور في المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة تصدرها كلية السياحة والفنادق - جامعة الفيوم مصر والتي هدفت إلى وصف المشكلات بمتطلبات تحقيق التحول الرقمي في السياحة المصرية، استراتيجيات، ومتطلبات بالإضافة إلى التحديات الراهنة التي تواجه تطبيق التحول الرقمي في قطاع السياحة المصري وتمثلت عينتها في المسؤولين والمختصين بإدارة النشاط السياحي في الأجهزة الحكومية الرسمية في محافظة القاهرة والاسكندرية وهي: (وزارة السياحة - الهيئة العامة للتنمية السياحية)، وزارة الأثار، الخبراء المتخصصين في المجال السياحي ومجال تكنولوجيات المعلومات والاتصالات، المديرون التنفيذيون ومدراء التسويق والسياحة فئة (أ) وشركات الطيران واستخدمت أداة استبيان باستخدام مقياس ليكارت الحماسي

لجمع البيانات وفق المنهج الوصفي التحليلي ولقد كانت أبرز نتائجها جميع قيم التوسط الحسابي تدل على موافقة الباحثين على ضرورة توافر هذه المتطلبات لتحقيق التحول الرقمي على السياحة المصرية، أما بالنسبة للاستراتيجية، عدم وجود استراتيجية واضحة ومتكاملة لتطبيق التحول الرقمي على السياحة في مصر، أما متطلبات التحول الرقمي على السياحة في مصر فإن موافقة الباحثين على ضرورة توافر هذه المتطلبات لتحقيق التحول الرقمي على السياحة المصرية، بالنسبة للتحديات موافقة التحديات التي تم ذكرها.

➤ دراسة قرين ربيع (2022) بعنوان **نموذج التحول الرقمي في دولة الإمارات العربية المتحدة**. مقال منشور في المجلة البحوث الاقتصادية والمالية والتي تصدر عن جامعة العربي بن مهدي أم البواقي الجزائر والتي هدفت إلى إبراز دور التحول الرقمي من أجل تحقيق التنمية المستدامة مع عرض التجربة الإماراتية كنموذج للانتقال نحو الاقتصاد الرقمي، وفق المنهج الوصفي التحليلي ولقد كانت أبرز نتائجها أن الاقتصاد الرقمي يقوم على عدة مؤشرات تتمثل في البنية الرقمية والتي تضم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مؤشر المساهمة الاقتصادية والذي يضم مساهمة كل من قطاع تقنية المعلومات والاتصالات والصادرات عالية التقنية في الناتج المحلي الإجمالي، بالإضافة إلى مؤشر التمكين الرقمي. كما حققت دولة الإمارات خلال العام 2021 مستويات متقدمة في التحول الرقمي على الصعيد العربي والإقليمي والعالمي، لتنظم إلى قائمة أفضل الدول على مستوى العالم في التحول الرقمي الحكومي.

➤ دراسة محمد حسين عبد الجابر محمد، محمد أحمد غنام (2022) تحت عنوان **تأثير التحول الرقمي على مستوى أداء جودة الخدمة المقدمة بالقطاع السياحي والفندقي وفقاً لرؤية مصر 2030** مقال منشور في مجلة كلية السياحة والفنادق، تصدره جامعة المنصورة كلية السياحة والفندقة، حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير التحول الرقمي بمتطلباته التطبيقية المختلفة لتحسين أداء مستوى الخدمة المقدمة بالقطاع السياحي والفندقي وفقاً لرؤية مصر 2030 وتمثلت عينة الدراسة في 230 من العاملين في القطاع السياحي والفندقي واستخدمت برنامج SPSS لجمع البيانات احصائياً وفق المنهج الاستنباطي لتناول الجانب المفاهيمي والمنهج الوصفي التحليلي لميدان الدراسة وكان نتائج الدراسة غالبية الآراء ترى وجود أهمية لتوافر البنية الأساسية والاستراتيجيات الأساسية اللازمة لتطبيق التحول الرقمي، كما بينت الدراسة وجود علاقة ارتباطية طردية قوية بين متطلبات تطبيق التحول الرقمي، وتحسين المستوى أداء جودة الخدمة المقدمة داخل القطاع السياحي والفندقي كلما زاد متطلبات التحول الرقمي زاد مستوى أداء جودة الخدمة المقدمة بالقطاع الفندقي والسياحي.

➤ دراسة رشا عبدالله سلطان الشهري (2023) بعنوان **تصميم واقع افتراضي للبيئة السعودية لتنمية السياحة المستدامة** مقال منشور في المجلة السعودية للفن والتصميم جامعة الاميرة نور بنت عبد الرحمان جامعة جدة المملكة العربية السعودية، والتي هدفت إلى التعرف على السياحة الافتراضية، وكشف دورها في التنشيط السياحي، واستدامته، واستعراض المقومات السياحية للمملكة، ولمدينة جدة؛ بهدف تصميم جولات افتراضية

تعكس الوجيهات السياحية وتمثلت عينة الدراسة في 600 فرد؛ لمعرفة مدى اهتمام أفراد المجتمع السعودي بالسياحة الافتراضية واستخدمت أداة استبانة لجمع البيانات وفق لمنهج الوصفي للتعرف على أهم مقومات الجذب السياحي في البيئة السعودية ومدينة جدة، والمنهج الوصفي التحليلي للتعرف على السياحة الافتراضية ودورها في التنشيط السياحي واستدامته، وكان أبرز نتائجها تؤكد أن السياحة الافتراضية وسيلة تكنولوجية واعدة في مجال التسويق والتنشيط السياحي مع إمكانية تصميم وإعداد واقع افتراضي للوجهات السياحية السعودية بما يسهم في التنمية السياحية المستدامة للمملكة.

➤ دراسة عايش بن علي القحطاني. (2023) بعنوان دور التحول الرقمي في تحقيق التنمية المستدامة في إطار رؤية المملكة 2030 مقال منشور في المجلة المصرية المجلة العربية للمعلومات وأمن المعلومات المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب مصر، والتي هدفت إلى التعرف على دور التحول الرقمي في تحقيق التنمية المستدامة في إطار رؤية المملكة 2030، والمنهج الوصفي التحليلي في وصف وتفسير الظاهرة محل الدراسة. وكان أبرز نتائجها أن للتحول الرقمي دور فعال في تحقيق التنمية المستدامة، ويعد التحول الرقمي الركيزة الأساسية لتعزيز التنمية المستدامة في ظل رؤية المملكة 2030، كما يوجد دور للتحول الرقمي في تحسين أداء المؤسسات وتوفير فرص أعلى للتنمية المستدامة.

## 2.1 الدراسات الأجنبية

➤ دراسة Piotr Benedykt Zientarski ,Malgorzata Such-Pyriel

(2019) بعنوان Sustainable Tourism Development in The Era

of Digital Transformation مقال منشور في مجلة Uluslararası Toplum

Araştırmaları Dergisi-International Journal of Society Researches

عن Alcide De Gasperi University of Euroregional Economy, Poland حيث

هدفت هذه الدراسة إلى اظهار كيفية تأثير التقنيات الجديدة الحديثة على صناعة السياحة، والتي تلعب دورا

إيجابيا في تنمية السياحة المستدامة بالإضافة إلى تحقيق مستوى شامل من حماية البيئة والاحتياجات الاجتماعية

والحفاظ على الموارد وتنفيذ مبادئ الملاءمة في التشريعات، وقد استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي وتحليل

الأفعال القانونية، وكان أبرز نتائجها أن التنمية المستدامة تمس جميع الصناعات، بما في ذلك قطاع السياحة،

فهي ليست فقط اتجاهها اجتماعيا جديدا، ولكنها ضرورية أيضا لوجود أجيال قادمة.

➤ دراسة Youssef El Archi ,Brahim Benbba,Moaz Kabil,Lóránt Dénes

Dávid,Lóránt Dénes Dávid , (2023) بعنوان Digital Technologies for

Sustainable Tourism Destinations: State of the Art and Research Agenda

مقال منشور في مجلة MDPI والتي هدفت هذه الدراسة إلى اعتماد التكنولوجيا الرقمية في الوجهات السياحية المستدامة وتقدم رؤى حول الأبحاث الحالية وتمثلت عينتها في إجراء تحليل شامل. وذلك بتحليل 559 ورقة بحثية تعنى بالسياحة المستدامة والتكنولوجيا الرقمية، واستخدمت الأدوات البليومترية لتحديد وتقييم مخرجات البحوث ذات الصلة، لجمع البيانات وفق المنهج، حيث تم استخدام المنهج التحليل البليومتري أو القياسات الورقية المعتمد في حقل المكتبات والمعلومات، وكان أبرز نتائجها تكشف الدراسة عن نمو ثابت في المنشورات التي تهتم بالرقمنة، مما يشير إلى زيادة الاهتمام البحثي باعتماد التكنولوجيا الرقمية في الوجهات السياحية المستدامة في منطقة أوروبا وآسيا وأمريكا الشمالية هي المناطق الرئيسية للنشاط البحثي، كما تشير النتائج إلى أن اعتماد التكنولوجيا الرقمية في وجهات السياحة المستدامة هو قضية معقدة ومتعددة الأوجه، مما يستلزم التعاون بين مختلف أصحاب المصلحة بما في ذلك مشغلي السياحة وصانعي السياسات والمجتمعات المحلية ومقدمي التكنولوجيا.

## 2. اختلاف الدراسة عن الدراسات السابقة:

تختلف هذه الدراسة عن باقي الدراسات السابقة كونها تطرقت إلى جمع أهم المفاهيم حول التحول الرقمي والرقمنة، وتوضيح الفرق بينهما ومدى مساهمة التحول الرقمي في تحقيق تنمية سياحية مستدامة مع عرض بعض التجارب الدولية رائدة، ولاسيما تجربة المملكة العربية السعودية والمصرية والمملكة الأردنية، وتقييم واقع وآفاق التحول الرقمي في القطاع السياحي في الجزائر، إلى جانب طرح أهم المتطلبات والسياسات الاستراتيجية التي يمكن من خلالها إدراج ودمج عملية التحول الرقمي، حيث سعت الجزائر إلى تحقيقها في ظل التحديات الراهنة على المستوى الداخلي والخارجي بدءا بتطوير البنية التحتية واصلاح النصوص القانونية والتنظيمية التي سعت إلى مراجعتها وتحسينها بما يتوافق وعملية التحول الرقمي، بداية بابتكار المنتجات والخدمات السياحية الرقمية التي تتوافق مع متطلبات عملية التحول الرقمي، بالإضافة إلى التأهيل الكوادر البشرية المؤهلة وإرساء مبادئ الحوكمة الرقمية وتعميم استخدام التكنولوجيا الحديثة، بالإضافة إلى التحدي الأهم المتمثل بالوتيرة السريعة للتحول الرقمي في العالم، الأمر الذي يتطلب بذل المزيد من الجهود ليكون على مستويات مماثلة من رقمنة قطاع السياحة على الصعيد الدولي مع التطرق إلى بعض التجارب الدولية الرائدة في مجال التحول الرقمي مع اقتراح بعض المتطلبات الضرورية لتجسيد هذا النوع من التحول الرقمي بالمنظومة السياحية الجزائرية، مع اجراء مقابلة مع السيد المدير العام للسياحة بوزارة السياحة والصناعة التقليدية الجزائرية قصد الاطلاع عن واقع التحول الرقمي في القطاع السياحي في الجزائر.

كما تم معاينة مختلف المنصات الرقمية الفعالة التي تتعامل بها وزارة السياحة والصناعة التقليدية مع مختلف الفاعلين في قطاع السياحة، حيث تم ملاحظة تأخر رقمنة القطاع كونه يشترط بعد اتمام عملية التسجيل عبر الأنترنت إرفاق ملف ورقي، وهذا ما يتعارض مع عملية التحول الرقمي في القطاع، كما تضمنت الدراسة تشخيص واقع التطبيقات السياحية الرقمية ومدى مساهمتها في تنشيط المجال السياحي في الجزائر وغياب تطبيقات رقمية سياحية متعلقة بالبيئية التي تساهم في تنمية سياحية مستدامة، وهو ما يعكس تأخر الجزائر في هذا المجال.

### صعوبات الدراسة:

يوجد العديد من الصعوبات التي واجهتنا في القيام بإنجاز هذه الدراسة نذكر منها ما يلي:

- نقص المراجع خاصة الكتب التي لها صلة بموضوعنا ولاسيما التحول الرقمي على اعتبار أن موضوع التحول الرقمي حديث الساعة.
- وجود عراقيل في الدراسة الميدانية، من خلال صعوبة الحصول على المعلومات والإحصائيات اللازمة بحجة السرية، ولاسيما عند قيامنا بإجراء مقابلة مع السيد: المدير العام للسياحة بوزارة السياحة والصناعة التقليدية الجزائرية.

### تقسيمات الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة، والإجابة على التساؤلات المطروحة واختبار الفرضيات المقدمة، ارتأينا أن تكون أقسام البحث شاملة ومختصرة بثلاث فصول، وفيما يلي عرض لما سيتم تناوله في فصول البحث على النحو التالي:

### الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحول الرقمي.

قمنا بتقسيمه إلى ثلاثة مباحث، شمل المبحث الأول ماهية التحول الرقمي من خلال التعرف على مفهوم وخصائص وفوائد التحول الرقمي، أبعاد ودوافع مجالات التحول الرقمي، أما المبحث الثاني فقد تم تخصيصه إلى خطوات واستراتيجيات، مظاهر التحول الرقمي، أما المبحث الثالث خصصناه إلى واقع التحول الرقمي في الجزائر مع عرض مختلف النماذج التي مسها التحول الرقمي في الجزائر.

### الفصل الثاني: ماهية السياحة والتنمية السياحية المستدامة

قمنا بتقسيمه لثلاثة مباحث، سيشمل المبحث الأول الاطار العام للسياحة والتعرف على مفهوم السياحة وأنواعها وخصائصها ومكوناتها، أهميتها ودورها في تدعيم المؤشرات الاقتصادية الدولية، في حين يضم المبحث الثاني أساسيات عامة حول التنمية السياحية المستدامة مفهوم والخصائص ومبادئها وأبعادها الثلاثة ومؤشراتها

واستراتيجياتها، أما المبحث الثالث خصص إلى واقع التنمية السياحية المستدامة في الجزائر من خلال مؤشرات وآلياتها ومعوقات وآفاق التنمية السياحية المستدامة في الجزائر.

### الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحة مستدامة.

تمحور حول عرض مختلف التجارب الدولية للسياحة الرقمية من أجل سياحة مستدامة، حيث تطرقنا في المبحث الأول إلى تسليط الضوء على السياحة الرقمية، بداية بتطورها ومختلف التطبيقات السياحية الرقمية التي أحدثت تغيرا كبيرا في القطاع السياحي، وفي المبحث الثاني تطرقنا إلى عرض تجارب دولية حول السياحة الرقمية في كل من مصر والمملكة العربية السعودية والمملكة الأردنية، وفي المبحث الثالث خصصناه إلى توجهات الحديثة للسياحة بالجزائر في ظل بيئة رقمية.

وفي ختام هذه الدراسة سنعرض خاتمة عامة تتضمن النتائج التي توصلنا إليها مع اقتراح التوصيات، والآفاق المستقبلية للموضوع.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل

الرقمي

### تمهيد

يعتبر التحول الرقمي أسلوب من أساليب التكنولوجيا الحديثة، فهو من إحدى العمليات الواسطة الهامة في الاقتصاديات المعاصرة والمحرك الرئيسي لها، حيث حظي التحول الرقمي باهتمام بالغ الأهمية في الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، وذلك لما يقوم به من دور هام في مختلف المجالات فهو يعمل على دعم الاقتصاد القومي ويزيد من معدلات الرفاه لأفراد مما يعود بالفائدة على المجتمع بأسره ويعتبر من مظاهر التقدم، حيث بات من الضروري استخدام التحول الرقمي اليوم، والجزائر كغيرها من الدول سعت إلى تحديث منظومتها من خلال ادخال عملية التحول الرقمي في جميع القطاعات قصد النهوض ومواكبة التكنولوجيا الحديثة التي أصبح ضرورة حتمية، فالتطور المذهل في الأساليب والأنظمة الرقمية سيؤدي حتما إلى ربح الوقت وتخفيض التكاليف وتحقيق مرونة وكفاءة أكثر في مختلف المجالات، من خلال معالجة البيانات من طرف الشركات وإلى التحول لنموذج عمل يعتمد على التقنيات الرقمية في ابتكار المنتجات والخدمات وطرق تسويقها وترويجها.

اعتبارا لما سبق وبغية الإحاطة بالمرتكزات والأسس العامة للتحول الرقمي بصفة عامة تم تقسيم هذا الفصل

إلى ثلاثة مباحث على النحو التالي:

- المبحث الأول: ماهية التحول الرقمي.
- المبحث الثاني: خطوات واستراتيجيات ومظاهر التحول الرقمي.
- المبحث الثالث: واقع التحول الرقمي في الجزائر.

### المبحث الأول: ماهية التحويل الرقمي.

يعتبر التحويل الرقمي من أبرز مظاهر التطور التكنولوجي الذي يشهده العالم اليوم، حيث شملت الثورة الرقمية التي عرفها عالم الاتصالات والمعلومات كل ميادين الحياة، وانتشرت في داخل أغلب المجتمعات، فقد أصبحت المجتمعات المعاصرة ومختلف مؤسساتها تواجه تدفقا هائلا في المعلومات التي أخذت تنمو بمعدلات كبيرة نتيجة للتطورات العلمية والتقنية الحديثة.

سنتطرق من خلال هذا المبحث إلى ماهية التحويل الرقمي وذلك من خلال ثلاثة مطالب:

### المطلب الأول: مفهوم، خصائص وفوائد التحويل الرقمي.

أصبحت تقنيات التكنولوجيا الحديثة في شكلها الرقمي اليوم من بين الاستراتيجيات التي تعتمد عليها الدول والمؤسسات باختلافها نظرا للأهمية الكبيرة التي تحظى بها من خلال الأساليب الحديثة التي تستعمل في مختلف المجالات سواء في المؤسسات الحكومية أو الشركات على اختلافها، فكل التغيرات التكنولوجية الحديثة رفقتها ظهور مفاهيم مختلفة للتحويل الرقمي التي تهدف في مجملها إلى تحسين بيئة العمل، لذا سنحاول التطرق إلى مفهوم التحويل الرقمي والرقمنة والفرق بينهما وخصائصه وفوائده.

### الفرع الأول: تعريف التحويل الرقمي والرقمنة.

#### 1. تعريف التحويل الرقمي:

لم يعد التحويل الرقمي مسألة اختيارية خاصة بالنسبة للمؤسسات والهيئات التي تتعامل مباشرة مع الجمهور، والتي تسعى إلى تطوير وتحسين خدماتها وتسهيل وصولها للمواطنين، حيث يتجاوز مفهوم التحويل الرقمي استخدام التطبيقات التكنولوجية ليصبح منهجا واسلوب عمل يساهم في تقديم خدمات المؤسسات الحكومية بشكل أفضل وأحسن من الماضي.

ويمكن تعريف التحويل الرقمي وفق التعريفات الآتية:

- يعرف التحويل الرقمي بأنه عملية انتقال الشركات إلى نموذج عمل يعتمد على التقنيات الرقمية في ابتكار المنتجات والخدمات، وتوفير قنوات جديدة من العائدات وفرص تزيد من قيمة منتجها (البار، 2022)
- يعرف التحويل الرقمي Digital Transformation بأنه عملية استخدام التكنولوجيا الرقمية Digital technology بهدف تحقيق التميز في أداء الشركات، وتعزيز قدرتها التنافسية، كما يؤثر التحويل الرقمي في

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

المنافسة، والبيانات، والابتكار، والقيمة، وهي المجالات التي يمكن للتقنيات الرقمية تغير القواعد التي يجب أن تعمل الشركات من خلالها لتحقيق النجاح المنشود. (أوبك م، 2021)

● كما يعرف التحويل الرقمي بأنه إحداث تغييرات في كيفية إدراك وتفكير تصرفات الأفراد في العمل، والسعي إلى تحسين بيئة العمل من خلال التركيز على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بالإضافة إلى تغيير الافتراضات التنظيمية حول الوظائف، بحيث تتضمن فلسفة المعلومات والقيم، الهياكل التنظيمية، والترتيبات التنظيمية التي تشكل سلوك الأفراد بما يتفق وطبيعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

كما يركز التحويل الرقمي على مجموعة من التعديلات التي يجب أن تحدث إلى جانب التغييرات التكنولوجية، حيث يركز على تغيير ثقافة الأفراد وقيمهم من أجل التعامل مع التكنولوجيا الحديثة، وهو بعد هام يؤثر على مدى تقبلها أو مقاومتها. (الغبري، 2020).

● قد عرفت شركة أمازون AWS المختصة في التجارة الإلكترونية والمختصة في الحوسبة السحابية أن التحوّل الرقمي هو العملية التي تطبقها المؤسسة لدمج التكنولوجيا الرقمية في جميع مجالات الأعمال، تغير هذه العملية بشكل أساسي الطريقة التي تقدم بها المؤسسة القيمة للعملاء، تعتمد الشركات تقنيات رقمية مبتكرة لإجراء تحوُّلات ثقافية وتشغيلية تتوافق بشكل أفضل مع متطلبات العملاء المتغيرة، ومن أمثلة التحوُّل الرقمي ما يلي: (AWS, AWS, 2023)

- بدء الشركات في إنشاء حلول رقمية، مثل تطبيقات الهواتف المحمولة أو منصة التجارة الإلكترونية؛
- ترحيل الشركات من البنية التحتية القائمة على أجهزة الكمبيوتر المحلية إلى الحوسبة السحابية؛
- اعتماد الشركات للمستشعرات الذكية لخفض تكلفة التشغيل.

● كما يمكن تعريف التحويل الرقمي بأنه يشمل الانتقال من مرحلة إلى مرحلة أخرى، ولكل مرحلة متطلباتها، وطرق بنائها، وتكوينها، والتعامل معها، والتحويل الرقمي يفرض التعامل مع التقنيات الرقمية، ومتابعة التطورات المتلاحقة، وتوظيف التقنيات الناشئة، وتأهيل أفراد المجتمع رقمي، وتزويدهم بالمهارات الرقمية اللازمة للتحويل الرقمي للوصول للمستهدفات وفق رؤية واستراتيجية محددة وهذا التحويل ينعكس دون شك على ثلاثة أقطاب رئيسة وهي: الفرد والأفراد الآخرين، والمجتمع والمجتمعات الأخرى، القطاعات والجهات الحكومية والخاصة (الرابعي، 2022).

ويرمز للتحويل الرقمي ( digitale transformation ) DX التحوّل في الأعمال أو الحكومات أي إجراء تغييرات جذرية تطل نمودج العمل والإجراءات والعمليات، قد يطال التحوّل عملية تغيير المنتج أو طريقة

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

تقديم الخدمة كلياً، قد يكون استراتيجياً بتدخل في وظائف المؤسسة كلها من المبيعات إلى التوريد وتقنية المعلومات وكل سلسلة القيمة.

مما سبق يمكن استخلاص تعريف شامل للتحويل الرقمي كما يلي:

● التحويل الرقمي هو دمج التقنيات التكنولوجية في منتجات وعمليات واستراتيجيات المؤسسة والأعمال الإدارية، من خلال مختلف التغييرات الجذرية، والعمل لإشراك القوى العاملة والعملاء بشكل أفضل وخدمتهم، من خلال مختلف التغييرات التي تطال نموذج العمل والإجراءات والعمليات باستمرار لتتماشى مع التغييرات الحديثة.

### ● تاريخ تطور التحويل الرقمي:

ساهم التحويل الرقمي في أحداث عاصفة في دوائر الأعمال، نتيجة لذلك، هناك طفرة عالية للتغيير الرقمي بين الشركات، وفقاً لبيانات الدولية، فإن الإنفاق العالمي على التحويل الرقمي سيكون له سقف سوقي يبلغ 2 تريليون دولار عام 2022، في حين أن تاريخ التحويل الرقمي يعود إلى أربعينيات القرن العشرين، اكتسب المفهوم معرفة فقط في أواخر تسعينيات القرن العشرين ومنتصف أواخر القرن العشرين، فيما يلي جدول زمني موجز لتاريخ التحويل الرقمي. (Wang, 2021)

- في سنة 1948 نشر الدكتور كلود شانون ورقة بعنوان نظرية رياضية للاتصال، مما خلق أساساً للرقمنة وبالتالي، فإن الدكتور كلود هو والد الاتصالات الرقمية الحديثة؛
- تم اختراع الرقاقة الدقيقة وترانزستور أشباه الموصلات في خمسينيات القرن العشرين، مما أدى إلى بدء هجرة الحوسبة التناظرية إلى الرقمية؛
- في بداية سبعينيات القرن العشرين قدمت أجهزة الكمبيوتر المنزلية، وبدأت تظهر وظائف إدخال البيانات مع قيام الشركات بتحويل بياناتها إلى المنصات الرقمية؛
- في ثمانينيات القرن العشرين ظهرت شبكة الويب العالمية وأطلقت إيدانا بعصر الأتمتة؛
- أواخر تسعينيات القرن العشرين وأوائل أواخر القرن العشرين انفجار الأتمتة، وانتشرت الثورة الرقمية في جميع أنحاء العالم؛
- اكتملت رقمنة الأنظمة التناظرية واليدوية الحالية بحلول عام 2010 وتبشر بعصر التحويل الرقمي؛
- في عام 2014 بدأت أدوات التحويل الرقمي الرائدة في الارتفاع وتبنى العديد من الشركات التحويل الرقمي كاستراتيجية نمو طويلة الأجل؛

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

- في عام 2016 اقترح منتدى Forrester للتحويل الرقمي أن التحويل الرقمي يجب أن يكون رغبة لا تنتهي في النمو والتحسين، حيث يؤدي هذا الإعلان إلى زيادة عدد الكيانات التي تعمل على توسيع نطاق أدوات التحويل الرقمي الخاصة بها.

### 2. تعريف الرقمنة:

- الرقمنة Digitalization فتعني استعمال التكنولوجيات والبيانات لغرض تحسين الأداء والإنتاجية من خلال خلق بيئة أعمال رقمية، حيث تستخدم فيها المعلومات الرقمية بشكل أساسي، كما ترمز عملية الرقمنة إلى إجراءات الانتقال إلى الأعمال الرقمية، أو استخدام التكنولوجيا الرقمية لتحسين جودة العمل والحصول على فرص لتعظيم القيمة والربحية.

من الأمثلة التي توضح معنى عملية الرقمنة عمليات تحليل البيانات التي تم تجميعها من مجموعة أجهزة مرتبطة بشبكة الإنترنت، بغرض إيجاد أفضل الطرق لتعظيم الأرباح، أو استخدام التكنولوجيا الرقمية في تحويل عمليات إعداد التقارير وجمعها وتحليل بياناتها، واستعمال النتائج في تخفي الأخطار، وتعظيم الكفاءة فالمشاريع المستقبلية (أوابك م.، 2021).

- وتعرف الرقمنة بأنها عملية تحويل الجوانب المادية في عمليات الأعمال وتدفقات العمل إلى جوانب رقمية، وتمثيل الأشياء غير الرقمية أو المادية في تنسيق رقمي، فهذا يعني أن نظام الكمبيوتر يمكنه استخدام هذه المعلومات، على سبيل المثال، يتم تحويل النماذج الورقية التي يملأها العملاء إلى نماذج رقمية يقومون بإكمالها عبر الإنترنت، ويمكن استخدام هذه البيانات الرقمية في التحليلات وذكاء الأعمال، في مجال الأعمال، قد تتضمن مبادرات الرقمنة عدة مشروعات مثل (AWS, AWS, 2023) :

■ تحديث الأنظمة القديمة؛

■ أتمتة العمليات الورقية أو اليدوية الحالية؛

■ نقل النظام ليكون متاحا عبر الإنترنت.

- الرقمنة هي العملية التي يتم فيها تحويل المواد غير الرقمنة (الكتب، والمخطوطات، والجرائد، والمواد السمعية، والمواد البصرية) إلى شكل ملفات رقمية يمكن التعامل معها من خلال تكنولوجيا الحاسبات عن طريق استخدام المساحات الضوئية، أو أي معدات أو أجهزة أخرى. (الختيمي، 2010).

- كما تعرف الرقمنة على أنها عبارة عن عملية تحويل المعلومات التناظرية إلى تنسيق رقمي، في هذا التنسيق، يتم تنظيم المعلومات في وحدات منفصلة من البيانات تسمى البيانات التي يمكن معالجتها بشكل منفصل، عادة في

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

مجموعات متعددة البيانات، إذ تلك البيانات الثنائية التي يمكن لأجهزة الكمبيوتر والعديد من الأجهزة ذات القدرة الحاسوبية، مثل الكاميرات الرقمية والمعينات السمعية الرقمية، معالجتها. كما يتم رقمنة المعلومات من خلال عملية تسمى التشفير، والتي تحول الإشارات التناظرية إلى تنسيق رقمي. (Kinza Yasar, 2023) كما تتضمن رقمنة المعلومات عادة واحدة أو أكثر من العمليات التالية:

- **المسح الضوئي:** استخدام المساح الضوئي لالتقاط صورة، والتي يمكن أن تكون صورة نص، وتحويلها إلى ملف صورة، مثل صورة نقطية.
- **التعرف البصري على الأحرف:** يقوم برنامج OCR بتحليل صورة نصية للمناطق الفاتحة والمظلمة لتحديد كل حرف أبجدي أو رقم رقمي، ويحول كل حرف إلى رمز ASCII .
- **تسجيل:** التقاط صوت أو صورة على وسيط تسجيل، مثل الشريط المغناطيسي أو الأقراص، وتحويلها باستخدام محول تناظري إلى رقمي.
- **أخذ العينات.** يقيس أخذ العينات سعة أو قوة الإشارة لشكل الموجة التناظرية عند علامات زمنية متباعدة بالتساوي ويمثل العينات كقيم عددية للإدخال كبيانات رقمية.
- **رقمنة البيانات.** يمكن رقمنة البيانات الرقمية عن طريق تحويلها إلى تنسيق رقمي. وهذا يتيح سهولة تخزين البيانات ومعالجتها وتحليلها. تستخدم رقمنة البيانات بشكل شائع في مجالات مثل البحث العلمي والتمويل والتنبؤ بالطقس.

• مما سبق يمكن تعريف الرقمنة كمايلي:

الرقمنة هي جزء من التحويل الرقمي من خلالها يتم تحويل البيانات المتاحة في شكلها العادي إلى شكل رقمي باستخدام التكنولوجيا في شكل الاجهزة من أجل تسهيل استغلال البيانات وجعلها في شكلها النهائي رقمي.

○ تاريخ ظهور الرقمنة:

اكتسبت الرقمنة شعبية في أواخر القرن 20 مع ظهور أجهزة الكمبيوتر والإنترنت، مكنت هذه التقنيات من تحويل العديد من أشكال المعلومات المختلفة بما في ذلك النصوص والصور والصوت والفيديو إلى تنسيقات رقمية. تتضمن بعض المعالم الرئيسية للرقمنة ما يلي: (Wong, 2021)

- **سنة 1950.** مع تطور أجهزة الكمبيوتر تم تحويل مجموعة متنوعة من تنسيقات البيانات صديقة للكمبيوتر، مما يمثل بداية الرقمنة، وقد مهد ذلك الطريق لثورة الرقمنة في عام 1956 قدمت IBM بيانات الوصول

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

العشوائي والأقراص المغناطيسية مع أجهزة الكمبيوتر، تضمنت هذه الأنظمة وحدة تخزين 350 قرصا، تزن طنا واحدا وتبلغ سعتها الإجمالية 5 ميغابايت، تم استخدامه في الأصل في نظام حجز الخطوط الجوية المتحدة.

● **سنة 1960.** تقنية تعديل رمز النبض، التي تنتج سلسلة من الأرقام في شكل ثنائي، تمثل بداية تطوير تكنولوجيا تسجيل الصوت الرقمي في ستينيات القرن العشرين، حيث أصبحت رقمنة الصور ممكنة مع تطوير أول ماسح ضوئي رقمي للصور يعتمد على الكمبيوتر.

● **سنة 1970.** أصبح التخزين الرقمي متاحا على نطاق أوسع لعامة الناس مع ظهور أجهزة الكمبيوتر والإنترنت.

● **ثمانينيات وتسعينيات القرن العشرين.** تسارع الاستخدام المتزايد للإنترنت وتسريع التكنولوجيا الرقمية في الأسواق الاستهلاكية، حيث مكنت هذه التقنيات من تحويل أنواع مختلفة من المعلومات مثل النصوص والصور والصوت والفيديو إلى تنسيقات رقمية.

● **الوقت الحاضر:** تخلق عملية الرقمنة فرصا أكبر للأتمتة وتستمر في إحداث ثورة في الاتصالات والتجارة وكل جانب من جوانب الحياة الحديثة، في العقد الماضي على وجه الخصوص، حيث كان صعود الرقمنة يعتمد بشكل كبير على التقنيات الرقمية، بما في ذلك الحوسبة السحابية والتعلم الآلي والذكاء الاصطناعي (الذكاء الاصطناعي) وإنترنت الأشياء وذكاء الأعمال.

أمثلة على الرقمنة فيما يلي بعض الأمثلة الشائعة للمعلومات التي يمكن أن تخضع للرقمنة:

- **النص:** مثل الكتب والمقالات والعقود.
- **الصور:** مثل الصور والأعمال الفنية والصور الطبية. الصوت، مثل الموسيقى والخطب والمقابلات.
- **الفيديو:** مثل الأفلام والبرامج التلفزيونية ولقطات كاميرا الويب.
- **البيانات:** مثل البيانات الرقمية من أجهزة الاستشعار والبيانات المالية وبيانات الطقس.
- **EData من الرموز الشريطية ورموز الاستجابة السريعة (QR) (Quick Response code)**  
يمكن مسح رموز (QR) ضوئيا بتنسيق رقمي لجعلها قابلة للقراءة آليا.

### 3. الفرق بين التحويل الرقمي والرقمنة:

غالبا ما يتم الخلط بين مفهوم التحويل الرقمي ومفهوم الرقمنة، الفرق بين التحويل الرقمي والرقمنة، فالتحويل الرقمي يشير إلى العمليات التي تتم، بينما الرقمنة تشير إلى البيانات والمعلومات التي يتم تحويلها.

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

الرقمنة جزء من التحويل الرقمي، يشمل التحويل الرقمي جميع جوانب الأعمال، مثل فهم العملاء ونقاط الاتصال، واستراتيجية النمو، وتطبيقات الأجهزة المحمولة للمؤسسات، ورقمنة العمليات، وتمكين العمال، والأداء، ونماذج الأعمال الجديدة، حيث أنه يؤدي إلى سوق جديد تماما، بالإضافة إلى حقائق جديدة للعملاء والأعمال. (Hapon, 2020)، كما تتضمن الرقمنة نقل مجموعة من البيانات من تنسيق مادي إلى تنسيق رقمي، وهي عملية آلية لتسريع المهمة، بينما التحويل الرقمي هو تحقيق الأتمتة على المستوى الكلي في الشركة، أي على مستوى الهيكل ومستوى الأفراد والمستوى التكنولوجي.

باختصار، تتعلق الرقمنة بتطبيق التكنولوجيا في الأعمال الحالية، بينما يعني التحويل الرقمي القيام بالأشياء بطريقة رقمية جديدة، التحويل الرقمي هو مصطلح أوسع من الرقمنة، مما يجعله يتميز بعدة خصائص.

### الفرع الثاني: خصائص التحويل الرقمي.

للتحويل الرقمي عدت خصائص، على اعتبار أن التحويل الرقمي عالم يتسم بالسرعة والتطور والتغير في آني واحد، ونظرا لأنه واسع النطاق بكثير، فهو يشمل جميع مجالات حياة الأفراد والمجتمع مما يجعله يتميز بمجموعة من الخصائص التي تجعله عالم سريع التغير، لذلك تم وضع أهم الخصائص المحددة للتحويل الرقمي كما يلي: (Bentaiba Fatiha, 2022)

#### 1. الخاصية التكنولوجية:

يعد التحويل الرقمي بعد تكنولوجيا فهو مصطلح جديد يحدد التغيير الذي أحدثته العالم الرقمي والإنترنت لعدة سنوات، ويتم تقديم المعلومات في شكل أرقام (numerus باللاتينية)، مما يجعل من الممكن إجراء الحسابات والإحصاءات والنماذج الرياضية، فإن الرقمنة تجعل منها تحويل البيانات النظرية إلى بيانات رقمية، على سبيل المثال. في الممارسة العملية، غالبا ما يُفضل التحويل الرقمي للتحدث عن التقنيات الجديدة ككل، حيث تحدث سهولة أكبر في العملية التكنولوجية المرتبطة بتحويل الشركة بشكل ملموس، يمكن أن يشمل التحويل الرقمي إنشاء شبكات جديدة أو أجهزة متصلة.

#### 2. الخاصية الثقافية:

يعتبر البعد الثقافي من بين خصائص التحويل فهو تغيير جذري في ثقافة أفراد المجتمع (موظفين، عمال). حيث يمكن ترجمة تعميم الإنترنت وإدماجها في طريقة العمل بأساليب عديدة ملموسة للغاية مثل تنقل الموظفين من خلال الأجهزة المحمولة وحلولا لتخزين وارسال مختلف البيانات عبر الإنترنت، حيث أصبح التعاون والعمل عن بعد

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحول الرقمي.

أسهل في استراتيجية التطوير التنظيمي، وبعد هذا أحد أهم الأصول الحقيقية للتحول الجذري للشركة والنموذج الاقتصادي ككل.

### 3. التحول الرقمي واسع النطاق:

يعتبر التحول الرقمي مجال أوسع، فاستخدام كلمة "رقمي" على نطاق واسع في نفس الوقت الذي حدث فيه ثورة في استخدام الأنترنت، وغالبا ما يستخدم مفهوم التحول الرقمي للحدوث عن تنفيذ عمليات جديدة وفق أساليب حديثة للعمل داخل الشركات، فهو يعبر عن الاستخدام أكثر من المعدات في السياق المهني، وتشير رقمنة الشركات إلى استخدام التقنيات الرقمية الجديدة (الأجهزة، وتطبيقات الكمبيوتر، وما إلى ذلك) ودمجها في الحياة اليومية للموظفين والشركة. مما يسمح إلى تحول رقمي شامل.

### الفرع الثالث: فوائد التحول الرقمي.

يتطلب التحول الرقمي مشاركة كافة الجهات الحكومية والمنظمات والمسؤولين والموظفين والعمال، فإذا كان هناك تجاوب بين مختلف الأطراف في هذا التحول فهذا يساهم في نجاح عملية التحول الرقمي في جميع المجالات، مع التركيز على الأهداف الأساسية المبرمجة، مما يسمح بنجاح التحول الرقمي، فيما يلي بعض الفوائد والأهداف الرئيسية للتحول الرقمي: (العربي، 2022)

#### 1. تحسين الخدمة:

تعد تحسين الخدمة المقدمة من بين أهم الأركان الأساسية لنجاح التحول الرقمي وأهم الأهداف التي يطمح لتحقيقها، يمكن أن تكون مختلف التحسينات الداخلية في حد ذاتها سببا في تحسين الخدمة المقدمة، أي يجب أن يتمتع العملاء بخدمة أفضل ويجب تلبية احتياجاتهم بشكل أسرع وأكثر شمولية، وسيكون لها تأثير إيجابي بصفة عامة.

#### 2. زيادة التعاون الداخلي:

جعل مشروع التحول الرقمي كافي، فيمكنه أن يشمل كل جوانب المؤسسة بأكملها، حيث يعزز التعاون الداخلي بشكل كامل، الأفضل في ذلك هو مدى تحسين مختلف العمليات الإدارية، فإدارة المستندات هي شبكة الشركة الداخلية المستخدمة، حيث يمكنها من فتح فرص للنقاش والتعاون بين الأطراف في الشركة وجعلهم في اتصال مباشر بين مختلف المستويات، مما يسمح بخلق ديناميكية فعالة تعمل من خلالها على تحقيق الأهداف المسطرة.

### 3. تحسين العمليات:

كل عمل يمر بسلسلة من العمليات المتكررة، قد تكون مرتبطة بشكل كامل بين مختلف المصالح سواء بالإنتاج أو التسويق أو المحاسبة، فالتحول الرقمي يتيح فرصة صقل الكفاءات لتحسين العمليات، ومن خلال التحسين والتطوير المستمر تتحسن نماذج العمل والتشغيل ويمكن أن تعطي الأعمال نتائج إيجابية، وبالتالي سيؤدي لتحسين عملية أي جزء من العمل، كما يمكن للتحويل الرقمي أن يستهدف أجزاء قليلة من العمل، أو المؤسسة بأكملها في وقت واحد.

### 4. زيادة الكفاءة:

تعد الكفاءة عنصر هام وفعال في الشركة أو الإدارة العامة فالكفاءة هي النتيجة الطبيعية للعمليات المتطورة والجديدة، وباستخدام التكنولوجيا الحديثة يمكن أن تصبح تدفقات العمل أسرع وأكثر سلاسة وقابلية لتكرار، إذ يقضي الموظفون وقتا أقل في المهام العادية حتى يتمكنوا من التركيز على الأفكار والابتكارات، كما يستفيد العملاء أيضا من زيادة الكفاءة في تعاملاتهم مع الهيئات المستفيدة.

### 5. الاستقلالية:

في ظل سوق سريع الحركة يتسم بتكنولوجيا حديثة، تعد المرونة التنظيمية سمة مرغوبة فيه من طرف الشركات، حيث أصبحت أكبر الشركات تتكيف مع الاتجاهات الحديثة التي تتسم بالحركية والمرونة في المعاملات، فاستخدام التحويل الرقمي يتيح للشركات قياس كميات هائلة من البيانات وتحليلها بهدف التحسين وزيادة في وقت قصير في اتخاذ القرار واستقلالية تامة.

### 6. نماذج أعمال جديدة:

لقد أعطت التكنولوجيا الحديثة في صيغتها الرقمية العديد من نماذج الأعمال الجديدة، فمثلا التحسينات في التكنولوجيا أصبحت تمكن من سرقة نماذج الأعمال القديمة والاستيلاء عليها في أي وقت من الأوقات، حيث أصبح نموذج الأعمال الجديدة خطة الشركة من أجل تحقيق الربح، لذلك أصبح التحويل الرقمي مهم لكل من الهيئات والشركات الجديدة والقائمة.

### 7. تقليل التكاليف:

تسعى مختلف الأطراف والهيئات المستفيدة من التحويل الرقمي إلى العمل على خفض التكاليف، فهو أمر مرغوب فيه في الأعمال الجديدة، حيث أدت التطورات التكنولوجية إلى تغييرات هائلة في طرق أداء الخدمات وهياكل تكلفتها وطرق الرقابة عليها وأسعار الخدمات، كما تسعى الشركات إلى إيجاد فرص لتخفيض التكاليف من أجل الحفاظ على النتائج المالية ورضاء العملاء بشكل مقبول، لهذا كان لا بد من البحث عن نظم وأساليب حديثة تساعد الشركات في تخفيض التكاليف دون أي تأثير على جودة الخدمات المقدمة مع تحقيق الأرباح المرغوبة. باستخدام الأدوات والطرق الجديدة المناسبة لذلك، يمكن الحفاظ على انخفاض التكاليف وزيادة الإنتاجية. ويعد التحويل الرقمي أحد أهم التقنيات الحديثة التي تقوم عليها الأعمال في العصر التكنولوجي الحديثة. (ابراهيم، 2022)

### 8. تحسين أداء الموظف:

يعمل التحويل الرقمي على تحسين بيئة عمل مريحة يستطيع الموظفون من خلالها تحسين الانتاجية في حياتهم العملية اليومية، فأدوات تعاون المؤسسة هي أمثلة رائعة على ذلك، فمثلا يمكن لأدوات Microsoft Teams تقليل الخسائر وزيادة الإنتاجية والربحية في مؤسسات كبيرة وبالتالي تحقيق نفس الأهداف.

### 9. الالتزام بأمن البيانات:

يعد أمن البيانات التي يتم تجميعها أو تخزينها أو تنشئتها أو استقبالها أو إرسالها والحفاظة عليها مصدر قلق كبير لمختلف الهيئات والشركات اليوم، بغض النظر عن الجهاز أو التقنية أو العملية المستخدمة لإدارة البيانات، يجب أن تكون محمية دائما، فالتحويل الرقمي يعمل على أمن البيانات من خلال المعايير والتقنيات التي تحمي البيانات من التدمير أو التعديل أو الكشف المتعمد أو العرضي أو السرقة دون إهمال الأهداف المسطرة، لذلك أصبحت أهمية حماية البيانات من التهديدات أكثر أهمية اليوم مما كانت عليه في أي وقت.

### 10. الحفاظ على الميزة التنافسية:

يساهم التحويل الرقمي في تحقيق الميزة التنافسية، حيث يعد من المكاسب الرئيسية، حيث تتمثل في تعزيز العمليات وتحسين الكفاءة، فشركات التي تقوم بذلك بشكل أفضل ستحقق أهدافها، وستظل تلك الشركات تعمل على تطوير وتحسين وزيادة ميزاتها التنافسية على المنافسين والعمل على تحسين مكانتها أو على الأقل الحفاظ على مكانتها في السوقية.

### 11. السماح بالتركيز على الكفاءات الأساسية:

يعد استخدام التكنولوجيا للعمل بكفاءة أكبر أحد أكثر الطرق تأثيراً لتحويل عمل الشركات، حيث تعمل الشركات السريعة النمو على التقليل على الانفاق في الوقت والجهد على الكفاءات غير أساسية، لأن التحوّل الرقمي يسمح لها بإلقاء نظرة عامة وشاملة لكل ما هو ضروري لأعمالها، مما يسمح بترك بصمة خاصة تجعل من التحوّل الرقمي يمنح مزايا لمختلف الهيئات والشركات.

### المطلب الثاني: أبعاد التحوّل الرقمي.

تتطلب عملية التحوّل الرقمي النجاح تخطيطاً دقيقاً، وقصد القيام برقمنة حقيقة وجب العمل على توفير مجموعة من الإمكانيات والمتطلبات الضرورية وذلك بتجهيز وتهيئة بيئة معلومات، وهذا بوضع استراتيجية فعالة وخلق ثقافة تنظيمية تسمح بتطوير وتحسين مردود الهيئة أو الشركة. (شديد، 2021) لذلك تحتاج عملية التحوّل الرقمي إلى إمكانيات ومتطلبات ينبغي توفيرها للقيام بها، ومن بين متطلبات التحوّل الرقمي ما يلي:

### الفرع الأول: البعد البشري والتنظيمي.

#### 1. العامل البشري:

تعد الموارد البشرية الأساس في التحوّل الرقمي، ومن أهم مؤشرات جاهزية الدولة، إذ أن فاعلية الحكومات الإلكترونية ونجاحها تقاس عن طريق قياس مدى التفاعل والاستخدام من قبل الأطراف الأخرى التي تخدمها ومهما كانت إمكانيات بنية الحكومة، فهي ستبقى صماء إذا لم يتم استخدامها والاستفادة منها من قبل الأفراد سواء في التعاملات الشخصية أو التي ترتبط بالعمل المهني في المؤسسات المختلفة، ويحتاج الفرد المستخدم لهذه البنية إلى ثقافة معلوماتية أساسية، أي أن البنية الأساسية لأكثر الحكومات الرقمية تقدماً ستصبح ذات قيمة ضعيفة إذا لم يملك المواطنون المهارات اللازمة للحصول عليها واستخدامها. فالمهارات التقنية تؤثر في توجّه الأفراد نحو استخدام الخدمات الإلكترونية، كما تلعب العوامل البشرية دوراً رئيساً في العديد من الإخفاقات الأمنية، وقد يكون ذلك نتيجة لقلّة المعرفة والخبرة التقنية لديها.

لابد لجميع متخذي القرار والمسؤولين المشاركة والتعاون في هذا الجانب لما لهم من إمكانية للتأثير والتأكيد وزيادة التقبل للخدمات الحكومية في صورتها الرقمية وعلى أهمية وجود متخصصين في تقنية المعلومات، وإسناد المهمات إليهم حسب مجالات العمل المناسبة لمهاراتهم ومؤهلاتهم، وبذلك يساهم هؤلاء في تحقيق التحوّل الرقمي، ومن تمّ تحقيق أهداف الدولة.

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

لذلك فعملية التحويل الرقمي تحتاج إلى موظفين مؤهلين يمتلكون مهارات وكفاءات عالية التي تعتبر عاملاً مساعداً في إتمام مشاريع الرقمنة بجودة عالية، فهم جميع الموظفين من رؤساء ومرؤوسين، والذين جرى توظيفهم فيها لأداء كافة وظائفها وأعمالها، أو أنها مجموعة من الخطط والأنظمة والسياسات والإجراءات التي تنظم أداء العاملين لمهامهم وكيفية تنفيذ وظائفهم في سبيل تحقيق رسالة وأهداف المرجوة.

### 2. العامل التنظيمي:

يمثل العامل التنظيمي دور فعال في عملية التحويل الرقمي فهو يعتمد على ثلاثة أسس لإنجاح عملية التحويل والتي تتمثل فيما يلي: (شديد د.، 2021)

#### 1.2 الثقافة التنظيمية:

لإنجاح عملية التحويل الرقمي ضرورة توفير ثقافة تنظيمية للموظفين والعاملين دخل الهيئة أو المؤسسة، إذ تمثل الثقافة التنظيمية الحالة السائدة للمجتمعات والتي ترسخت خلال فترات زمنية متتالية حتى أصبحت تمثل السلوك الذي يمارسه الأفراد داخل تلك المجتمعات، وهذا ينطبق على الهيئات والشركات، فالثقافة التنظيمية هي مجموعة من الأسس والقيم والمفاهيم المشتركة بين قادة الهيئات والشركات والموظفين والعاملين القدامى ويتم نقلها وتعليمها للأفراد الجدد، فهي تتكون من القيم السائدة في المجتمع والمسيطرة التي تساعد في خلق التكامل بين أجزاء المنظمة.

#### 2.2 القيادة التحويلية:

تتمثل في قدرة القائد على إيصال رسالة الهيئة أو الشركة ورؤيتها المستقبلية بوضوح للموظفين والعاملين وتحفيزهم من خلال ممارسة سلوكيات أخلاقية عالية لبناء ثقة واحترام بين الطرفين لتحقيق الأهداف المنشودة، فهي نمط من أنماط القيادة يسعى من خلالها القادة إلى الوصول إلى الدوافع الظاهرة والكامنة لدى الموظفين والعاملين داخل الهيئة أو الشركة، كما أنها تلك القيادة التي تتعدى جانب الحوافز مقابل الأداء المرغوب إلى تطوير وتشجيع العاملين إدارياً وفكرياً وإبداعياً وتحويل اهتماماتهم الشخصية لتكون جزء من الاستراتيجية الرئيسية، فالقائد يعمل على الارتقاء بمرؤوسيه من أجل الإنجاز والتطوير للهيئة أو الشركة والموظفين العاملين، حيث تسعى القيادة التحويلية لبناء وتنمية قدرات العاملين بشكل مستمر لمواكبة التطورات.

### 3.2 الخطط والاستراتيجيات:

تعد السياسات والخطط والاستراتيجيات أدوات أساسية في تنفيذ التحوّل الرقمي واستدامته، وكلما تطلب ذلك، حيث يتم صياغتها بوضوح ودقة تعود بنتائج إيجابية في تحوّل الدولة رقمياً، وتسعى استراتيجيات التحوّل الرقمي إلى تحديد أولويات التحوّل وتنسيقها، ويمكن تقسيم ذلك إلى مدى جاهزية الدولة لهذا التحوّل إلى قسمين رئيسين هما:

#### ● التخطيط الاستراتيجي:

التخطيط الاستراتيجي يتمثل في وضع خطط وسياسات ورؤى وأهداف واضحة ومحددة، تشارك مختلف العناصر في تحقيقه وفق الامكانيات المتاحة والظروف السائدة.

#### ● تقييم الأداء:

يتمثل في القيام لمتابعة سير العمل وتحديد الإمكانيات والقدرات المتوفرة والمطلوبة، بالإضافة إلى معرفة مقدار التكاليف التي تم صرفها، والتي بحاجة إليها لإكمال العمل ونجاحه فآلية التحوّل الرقمي تعتمد في الأساس على وضع استراتيجية واضحة وشاملة من قبل مجموعة من الخبراء في المجال وتحديد الأولويات والأهداف المراد تحقيقها، مع ضرورة متابعة تنفيذ هذه الاستراتيجية من قبل القيادة لضمان سير العمل بالطريقة الصحيحة وناجحة. عند صياغة الاستراتيجية يؤخذ في الاعتبار مرونة هذه الاستراتيجية وقابليتها للتطوير والتغيير، كونها ترتبط بالتكنولوجيا المتغيرة، وتتأثر بالعوامل الأخرى المحيطة، واستعدادها للتعامل مع كل تغيير يتطلبه هذا التحوّل، وجاهزيتها من حيث الإمكانيات الإدارية والبشرية والمادية، سواء على مستوى الحكومة أو الشركات الخاصة، لذا تؤكد دراسات على ضرورة تعيين الجهة المسؤولة عن الإشراف على عملية التحوّل ومتابعتها، وأن لا يتوقف دورها ودور أصحاب القرار كذلك على وضع الاستراتيجيات والإشراف عليها فحسب، بل يمتد إلى المشاركة في تنفيذها.

### الفرع الثاني: البعد الأمني والقانوني.

يلعب الجانب الأمني والتشريعي دوراً هاماً في إطار عملية التحوّل الرقمي، حيث لا يمكن أن تكون عملية تحوّل رقمي بدون بعد أمني وقانوني.

#### 1. العامل القانوني والتشريع:

لابد من توافر تشريعات لتحوّل رقمي حقيقي وشامل، حيث يجب تحضير وسن مجموعة من قوانين والتنظيمات التشريعية لتبسيط الإجراءات والحد من النزاعات التي قد تحدث أثناء وبعد المعاملات الالكترونية.

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

قد بينت بعض الدراسات أن أسباب الفشل في تحقيق تحول رقمي تعود إلى عدم وجود تشريعات تنظم عملية التحويل الرقمي، مما أدى إلى بقاء الفساد وانتشاره كما هو الحال في حكومات التقليدية إذ تكمن أهمية وجود قوانين وتشريعات خاصة بالتعاملات الإلكترونية في البيئة الرقمية في الاختلاف بين طبيعة الخدمات التقليدية عن الإلكترونية، مما يجعل إيجاد تشريعات تنظم هذا الاستخدام، فمن بين أهم الأمور الواجب القيام بها عند عملية التحويل الرقمي هي تحديث ومراجعة القوانين والتشريعات لتجنب المشاكل التي قد تطرأ في حال عدم تناسب النظام القانوني المتبع، مع ما تتطلبه عملية التحويل الرقمي، فقد توصلت نتائج الدراسات إلى وجود تأخر في إنشاء نظام وقائي لمكافحة الجرائم الإلكترونية، وغياب التشريعات التي تحكم ذلك في دولة.

### 2. العامل الأمني:

كما يعد أمن المعلومات أحد العوامل المهمة للتنبؤ بتقبل استخدام الخدمات الحكومية الإلكترونية من قبل الأفراد والمؤسسات، لأنها تتعامل مع بياناتهم الخاصة، لذا إذ يعد التخوف من مخاطر أمن المعلومات والهجمات الإلكترونية عند استخدام الوسائل والخدمات الإلكترونية من أكبر التحديات للتحوّل إلى الحكومة الإلكترونية، مما يتطلب زيادة الحرص على جعلها آمنة، فبعض المواقع لا يتم تحديثها باستمرار لذلك فإن جودتها غير مضمونة الفائدة أحياناً، وقد يؤدي ذلك إلى الفشل التام للبرامج المستخدمة في الحكومة الإلكترونية، وبذلك يتعين على كل حكومة الأخذ في الحسبان التدابير الأمنية المناسبة لضمان استمرار العمل وجودته، مع وضع استراتيجية للاستجابة للحالات الطارئة والمفاجئة التي تتطلب حلولاً سريعة للتعامل.

### الفرع الثالث: البعد التكنولوجي والمالي.

يعد العامل التكنولوجي والعامل المالي مهمان لنجاح عملية التحويل الرقمي.

### 1. العامل التكنولوجي:

للقيام بتحويل رقمي شامل وجب توفير البنية التكنولوجية وهذا بتوفير المعدات والأجهزة التي تتطلبها هذا التحويل، ويعتبر من أهم المتطلبات الأساسية لمشروعات التحويل الرقمي للقيام بعملية الرقمنة، ومن بينها المعدات والأجهزة (أجهزة الإعلام الآلي أي الحواسيب، المساحات الضوئية، البرمجيات).

عند اتخاذ دولة ما قرار القيام بعملية التحويل الرقمي لابد من أخذها بعين الاعتبار الجانب التقني، من حيث جاهزيتها لهذا التحويل كونه يعتمد في الأساس على التكنولوجيا والإنترنت في تقديم الخدمات، ومدى كفاءة هذه التقنيات ومهارات الأفراد في استخدامها، فإن نسبة نجاحها قد تكون مضمونة، لأنه بإمكان العوامل التقنية أن تمنع

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

نجاح التحويل الرقمي في الدولة، وقد أكدت مجموعة من الدراسات أن البنية الأساسية تعد عنصراً حاسماً وقوة دافعة لتطبيقها واستدامتها، وتتكون من مرافق وأجهزة متنوعة وبرمجيات تخدم تطبيقها، كما أن الإدارة الجيدة بمثابة دافع مهم لنجاح عملية التحويل الرقمي. (العوفي، 2020)

### 2. العامل المالي:

للقيام بعملية التحويل الرقمي وجب توفير الموارد المالية الضرورية لغرض تمويل مشروعات الرقمنة من خلال شراء مختلف المعدات اللازمة لعملية الرقمنة، وصيانة المعدات، وكل ما يتطلبه مشروع الرقمنة، لذلك تعمل الجهات المختصة سواء كانت هيئات أو شركات على تخصيص ميزانية معتبرة لتنفيذ عملية التحويل الرقمي وتحقيق الأهداف المنشودة.

### المطلب الثالث: دوافع ومجالات التحويل الرقمي.

تسارعت جهود الحكومات والشركات في الأونة الأخيرة لتوجه نحو تحول رقمي شامل، حيث تعددت الدوافع التي أدت إلى ذلك بعض النظر عن مجال التحويل، إذ تسعى من ورائها إلى تحقيق جملة من الأهداف.

### الفرع الأول: دوافع التحويل الرقمي.

قامت شركة ديلويت بإجراء مقابلات مع أكثر من 1200 هيئة حكومية مختلفة من العالم ونجحت في تحديد أهم ثلاثة دوافع لعملية التحويل الرقمي في القطاع العام للقيام بعملية التحويل الرقمي، إذ تتمثل هذه الدوافع في

ثلاثة نقاط رئيسية : (بوشي، 2019)

- التكاليف والضغطات المفروضة على الميزانية؛
- متطلبات العملاء والمواطنين؛
- توجيهات الحكومة.

### 1. التكاليف وضغوط الميزانية:

لقد تدهورت أسعار البترول منذ أواخر العام 2014 ولهذا السبب تلجأ غالبية الدول الغنية بالبترول إلى مواجهة التراجع الكبير في حجم إيراداتها من خلال تخفيض حجم إنفاقها على الأصول والعمليات الحكومية، لذا تعتبر التدابير المتخذة لتوفير التكاليف وتنفيذ العمليات الحكومية الفعالة من أهم دوافع التحويل الرقمي.

### 2. متطلبات لعملاء والمواطنين:

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

حققت وسائل التواصل الاجتماعي شعبية كبيرة بين الشعوب ووفرت لهم قناة جديدة للتواصل، وأتاحت بذلك الفرصة أمام الحكومات والمواطنين للتعاون معا وسرعان ما لجأت الحكومات إلى الاستفادة من قناة التواصل هذه لمعرفة آراء المواطنين الذين اعتمدوا بدورهم على هذه القناة للمطالبة بتوفير مستوى أرقى من الخدمات الحكومية، مثل حلول الدفع عبر الانترنت.

### 3. توجيهات الحكومة:

تعتمد الحكومات على منهج التخطيط من القمة إلى القاعدة لاتخاذ قراراتها، وهذا ما يساعدها على تسريع وتيرة تنفيذ برامج التحويل الرقمي، ولكي تتمكن من توفير الميزانية المطلوبة لتنفيذ برامج التحويل الرقمي لابد لها من توفير شرطان مهمان هما:

### 1.3 إدراج التحويل الرقمي في الخطط:

بمعنى يجب أن تدرج برامج التحويل الرقمي ضمن قائمة أولويات الرؤى والخطط الوطنية.

### 2.3 اتخاذ القرارات السريعة:

إن اتخاذ قرارات السريعة يمكن الهيئات الحكومية تفعيل خطط التحويل الوطني بسرعة وفاعلية، حيث أصبح التحويل الرقمي استراتيجية لقيادة الشركات بعد أن كان مرادفا لتقنية المعلومات، وهذا نظرا لما يحققه من فوائد، بهذا أصبح الانتقال الرقمي للشركات والمؤسسات الحكومية في قائمة أولوياتهم، وضرورة ملحة، لذلك فالتحويل الرقمي يساعد الشركات والمؤسسات العمومية والافراد على:

- تقليل وتوفير الجهد والطاقة؛
- تخفيض التكاليف؛
- فتح مجال الإبداع من خلال طرق وكيفيات تقديم الخدمات التي يتم تقديمها للعملاء، مقارنة مع الطرق التقليدية في تقديم الخدمة؛
- يسهل عملية إشراف والمراقبة من طرف المسؤولين لتنظيم وسير العمل؛
- يساعد الشركات التجارية في التوسع وكسب شريحة أكبر من العملاء والجمهور؛
- يحسن الكفاءة التشغيلية وينظمها.

من خلال هذا يتضح أن الشركات الرقمية بالنظر إلى مزاياها أصبحت تهدد مستقبل الشركات التقليدية لأن الشركات الحديثة (الرقمية) أصبحت تمتاز بضخامة أعداد عملائها وجمهورها وانخفاض تكاليف معاملاتها، إضافة إلى

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

التغيرات الإلزامية العالمية الذي يشهده قطاع الأعمال، وهذا ما يفرض على الشركات التقليدية التعجيل في تبني الأعمال الإلكترونية والتحول الرقمي.

### الفرع الثاني: مجالات التحويل الرقمي.

هناك العديد من العمليات والاستراتيجيات المحددة المستخدمة في التحويل الرقمي، يمكن تقسيمها إلى أربعة مجالات رئيسية لتساعد على تسريع التحويل الرقمي وعلى مواكبة الواقع التكنولوجي، وتعزيز الكفاءة وتقديم أفضل الخدمات، بينما يأتي التحويل الرقمي بأشكال عديدة، هناك أربعة مجالات رئيسية يجب التركيز عليها وهي كما يلي: (بنقطيب، 2023).

#### 1. عملية التحويل:

تعد عملية التحويل تعاون الأشخاص واستخدام العمليات والتطبيقات الخاصة بالأعمال في عالم التحويل الرقمي، حيث ذلك يشير إلى تحويل مختلف العمليات والخدمات والنماذج التي تستخدمها الشركة أو الهيئات الحكومية، من خلال إدخال التكنولوجيا التي يمكنها الاستفادة من مهارات الموظفين والعمال ونجاحاتهم وفرصهم، إذ يعطي تحويل العملية أنشطة محدودة: مثل البيانات والتحليلات، طرقًا جديدة لاسترداد المعلومات ومعالجتها.

#### 2. نموذج العمل:

إن إصلاح نموذج العمل يعني دمج التكنولوجيا لأنها ستدفع الإيرادات وتحسن تجربة العملاء، بدلاً من مجرد تطبيق التكنولوجيا من أجل التكنولوجيا، ينظر تحويل النموذج إلى الاحتمالات اللاحقة للأعمال، من خلال ابتكار أو إعادة ابتكار نموذجها الحالي للنجاح والإضافة إليه، يمكن الشركات تحقيق تجديد يؤدي إلى فرص جديدة مهمة للنمو. هذا هو السبب في أن المزيد من الشركات يجب أن تحاول اتباع مسار مماثل.

#### 3. تحويل المجال:

تحدث تحويلات المجال عندما يكون أحد الأعمال قادرًا على الانتقال إلى منطقة أخرى بنجاح، حيث أن هذا المجال من مجالات التحويل الرقمي الذي لا يحظى بقدر كبير من الاهتمام، ولكنه أثبت أنه يتمتع بإمكانات هائلة، حيث تتمتع التقنيات الجديدة بالقدرة على إعادة تعريف المنتجات والخدمات، وتعزيز الفرص للمنافسين غير التقليديين، يوفر هذا الشكل من التحويل بالجملة فرصًا للشركات لخلق قيمة جديدة.

مثال ممتاز على كيفية عمل تحويل المجال هو حالة بائع التجزئة عبر الإنترنت، Amazon، الذي توسع إلى نطاق سوق جديد مع إطلاق (AWS). تعد AWS حاليًا أكبر مزود لخدمات الحوسبة السحابية والبنية التحتية

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

في العالم، في قطاع كان يهيمن عليه سابقًا عملاقان رفيعو المستوى Microsoft و IBM، لقد طورت بالفعل قدرات تخزين ضخمة لأنها سعت إلى دعم أعمالها العالمية بينما قدمت في نفس الوقت خدمات الحوسبة الرئيسية للشركات الناشئة وغيرها من الشركات النامية التي كانت جزءًا من عائلة أمازو، لذلك يجب على جميع الشركات التي تمر بتحول رقمي أن تضع في اعتبارها الفرص الجديدة لتحويل المجال التي تقدم نفسها مع دمج التكنولوجيا الجديدة.

### 4. تحول الثقافي وتنظيمي:

يستخدم الأشخاص أنظمة مختلفة؛ قد يكون جعل الجميع على نفس الصفحة وعلى استعداد لقبول التغييرات الكبيرة أمرًا صعبًا، لكن الأمر يستحق العناء إذا كانت الأعمال تقدم نتيجة أفضل بشكل عام لعملاء. حيث تتراوح الانعكاسات السلبية من التنبؤ البطيء للتقنيات الرقمية إلى فقدان القدرة التنافسية في السوق والفشل الحتمي للمبادرة وخسارة الإيرادات، من ناحية أخرى، يمكن للجهد الشامل والتعاوني أن يساعد في تحويل الثقافة لفهم واحتضان وتعزيز التحويل الرقمي في الشركة أو الهيئة، كما يجب على القادة صياغة رؤية واضحة للتحويل ونشرها بشكل فعال في جميع أنحاء الشركة أو الهيئة على أساس مستمر وأن يكونوا واضحين بشأن ماهية المخاطر الذكية التي تصادفهم قبل واثناء التحويل.

### المبحث الثاني: خطوات واستراتيجيات، مظاهر التحول الرقمي.

يعتمد التحول الرقمي على خطوات مختلفة لصياغة استراتيجية رقمية انطلاقاً من تشخيص الوضع الراهن وتحديد الفجوة بين القدرات الرقمية الحالية وما يجب أن تكون عليه في المستقبل، ثم العمل على تنفيذ الاستراتيجية من خلال تخصيص الموارد اللازمة سواء كانت مالية أو بشرية أو تجهيزات وآلات، ومراقبة تنفيذها والتقييم المستمر لتتائجها.

ونركز في هذا المبحث على خطوات واستراتيجيات التحول الرقمي وأهم التقنيات المستخدمة فيه التي ستساعد في وضع الأساس لتحقيق أقصى استفادة من الرقمنة وذلك من خلال ثلاثة مطالب.

### المطلب الأول: خطوات التحول الرقمي.

على الرغم من اختلاف عملية التحول الرقمي لكل هيئة حكومية أو شركة، إلا أن هناك بعض الخطوات المهمة التي يجب على كل هيئة حكومية أو شركة مراعاتها بوضع وتتبع خطوات مرجعية لبناء استراتيجيات تتيح حرية الابتكار وتطوير طريقة العمل للوصول إلى تحول رقمي ناجح يركز على تحول الرؤية، واعتماد ثقافة التغيير، وتغيير نموذج التكلفة، وبدء الأعمال في السحابة وتتبع العملية (بوشي، 2019).

### الفرع الأول: الرؤية وثقافة التغيير:

#### 1. تحول الرؤية:

إن تقنية التحول الرقمي تتطلب رؤية واضحة لنقطة انطلاق نحو هذا التحول، إذ يتعلق الأمر بإعادة التفكير في المنهج وكيف يمكن للتكنولوجيا الجديدة أن تساعد على تحقيقه، وفي هذا الصدد تقوم السلطات المختصة بإطلاق مشروع الدولة الالكترونية الذي تعلن فيه الدولة عن رؤيتها للتحول الرقمي، وتجسيد رؤيتها في البداية إلى تطوير الخدمات الحكومية من خلال عصنة مختلف القطاعات، وتحضير وإصدار مجموعة من القوانين التي تعزز من الناحية القانونية هذا التحول كقانون التجارة الالكترونية والقانون المتعلق بحماية الأشخاص في مجال المعالجة الآلية للمعطيات. كما يتم وضع الخطط الملائمة على المدى القصير والطويل لتطوير الاتصالات وتقنية المعلومات وتوسيع انتشارها وتسهيل الحصول عليها في جميع مناطق المناطق بشكل يلي احتياجات التنمية الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية والصحية، إضافة إلى تشجيع الاستثمار في هذه المجالات.

### 2. التحديث واعتماد ثقافة التغيير:

لنجاح عملية التحويل الرقمي ومعرفة نتائجها، يجب اعتماد ثقافة التغيير ويقصد بها تحويل الهيكل التنظيمي من التسلسل الهرمي التقليدي إلى فرق أصغر تكون محولة لاتخاذ القرارات، حيث يمكن ترجمة التعاون بين موظفي التطوير والتكنولوجيا المعلومات والوحدات الاستراتيجية إلى خدمات محسنة، ومن ثمة يعتبر التحويل في ثقافة الشركة أو الهيئة وبيئة العمل في المرحلة الأولى من التحويل كخطوة ايجابية تساهم في تنفيذ ونجاح التحويل الرقمي. لذلك من أجل مواكبة التغييرات في التكنولوجيا، من المهم انشاء قوة عاملة في مجال تكنولوجيا المعلومات تفهم الاتجاهات التقنية وتساعد على مواكبة التقدم في هذا المجال. (عمر، 2021)

### الفرع الثاني: نظم الادارة والتكلفة.

#### 1. العامل البشري يحدث الفرق:

تعتبر نظم المعلومات عاملا للتماسك والانتشار لهذه الثقافة الرقمية، وباعتبارها بناء اجتماعي للشركة فإن الثقافة تؤثر على الأفراد ومستوى أدائهم وابتكاراتهم، كما نرى أن للهيئات أو الشركات ذات الثقافة أكثر كفاءة نسبيا من غيرها خاصة في المجال الرقمي، وعليه إن العامل البشري عنصر مهم في عملية التحويل الرقمي ورفع معدل الذكاء الرقمي، لذا يجب على القائمين بالإدارة تمكين الموظفين والعاملين بتحسين وتطوير مهاراتهم الفردية، ومن ثمة إن نقص الكفاءات والقدرات المتمكنة يعد من أهم العوائق التي تحول دون تنفيذ ناجح لبرنامج التحويل وتحقيق أهدافه المرجوة.

#### 2. التسلسل الهرمي:

من حيث أساليب التشغيل توجد إمكانيات غير عادية مع التطوير الميسر للاستقلالية على مستوى الجهات الفاعلة، وترغب في العمل أكثر في المشاريع العضوية من المؤسسات الهرمية، وبهذا فإن فكرة التسلسل الهرمي تعد بمثابة الروتين في عملية التحويل الرقمي، خاصة أنها تؤدي إلى صعوبة تطبيق فكرة روح الفريق الواحد.

#### 3. أهمية الإدارة بالقيم:

يتطلب تعقيد الهيئات والشركات نماذج تنظيمية جديدة وقادة جدد لاسيما في أوقات الأزمات وفي مواجهة متطلبات الأداء على جميع المستويات، ومن ثم لم تعد الهياكل الهرمية من الأعلى إلى الأسفل قادرة على تحديد وتنفيذ استراتيجية ناجحة في البيئة الاقتصادية العالمية والمتنوعة والمتعددة الأوجه اليوم، وعليه من بين إحدى الطرق الممكنة هي تطويرها بالنجاح من خلال مشاركة نظام محدد من القيم، وتبرز أهمية الإدارة بالقيم في مجال التحويل الرقمي على

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

أنها تهتم بتوظيف الطاقات الكامنة في العامل البشري للوصول إلى درجة عالية من جودة الأداء والتي أساسها العلم، والضمير، والأخلاق العالية مما يؤدي إلى تقليل الفساد كالاختلاس والرشوة والمحسوبية... الخ.

### 4. تغيير نموذج التكلفة:

يمكن للميزانيات المصغرة دفع عجلة الابتكار لأن الفرق ستتخذ خطوات لابتكار عمليات جديدة تساعد على معالجة التحديات، ويمكن للخدمات السحابية أن تؤثر بشكل إيجابي في التكلفة بسبب قدرتها على تحديث البنى التحتية من دون استثمارات رأسمالية كبيرة، كما أن تفادي عمليات الشراء الطويلة والدفع المقدم يسمح بتنفيذ مزيد من المشاريع من خلال الوصول الفوري إلى موارد الحوسبة في أي وقت وأي مكان وعبر أي جهاز. كما يمكن أن يقلل الاستثمار في التكنولوجيا الرقمية كثيراً من تكاليف التشغيل الجارية، ومن خلاله أيضاً يمكن تحسين إجراءات العمل الحالية وخفض التكاليف من وفقاً لما يلي:

- صيانة المعدات؛
- الخدمات اللوجستية والتسليم؛
- نفقات الطاقة؛
- نفقات الموارد البشرية؛
- نفقات دعم العملاء.

### الفرع الثالث: الحوسبة السحابية ومتابعة نشاط التحويل.

#### 1. بدء الأعمال في سحابة:

أصبحت الحكومات والشركات في كل أنحاء العالم تتبنى التحويل الرقمي بالاعتماد على الحوسبة السحابية لتقديم الخدمات بشكل أسرع وبأمان، هناك البعض من المؤسسات والشركات تفضل القيام بنقل التراخيص والمشاريع الفردية إلى السحابة، وهناك من يفضل بدء الأعمال في السحابة مباشرة، فنجد في هذا الصدد استخدام عمليات DevOps التي تعزز التعاون عبر الفرق الصغيرة، يمكن تسريع تقديم الخدمات الجديدة بمزيد من الموثوقية والأمان، وتوفر DevOps عمليات مستدامة من خلال أتمتة البنية التحتية، والتكامل والتسليم المستمرين، والمراقبة، والمعالجة التلقائية، كما يتيح نظام DevOps للشركات تقديم تحديثات البرامج والأمن على الصعيد الداخلي والخارجي، وبتقديم تحديثات البرامج، والأمن بشكل أسرع وجعل العملية كلها أكثر موثوقية. (عمر، 2021)

### 2. تتبع عملية التقدم التحويل الرقمي:

عندما تتم عملية التحويل الرقمي الكامل لنشاط الهيئة الحكومية أو الشركة بشكل متقن وباحترام خطوات التحويل، سيساهم بتحسين خدمات الهيئات والشركات ورفع الأرباح للشركة التجارية، حيث تم إنشاء مقاييس لتتبع وقياس عملية التقدم المحرز، إذ أن مبادرة التحويل الرقمي في مختلف الهيئات أو المؤسسات تشكل أمرا صعبا للغاية، حيث غالبا ما يتضمن تحديد قيمة الفوائد غير ملموسة مثل تحسين الكفاءة ورضا العملاء، لذلك وجب تحديد ووضع الأهداف واضحة يسهل على تحديد شكل النجاح وتسهيل قياس عائد الاستثمار، فتحديد مؤشرات الأداء الرئيسية ستساعد على قياس التقدم والنجاح، حيث يشمل ذلك مقياس مثل تحسين الخدمة العمومية في اقل وقت وبأقل تكلفة وكذا زيادة الإيرادات، فتتبع عمل التحويل الرقمي تتضمن زيادة الإيرادات أو التوفير في التكاليف أم مستويات رضا العملاء، كما يشمل ذلك مقارنة تكلفة المبادرة بالفوائد التي تم تحقيقها أو استخدام تحليل مالي أكثر تعقيد لتقييم الاثر طويل يصعب المدى للمبادرة. (سينغ، 2023)

من خلال ما سبق يتضح أن عملية التحويل الرقمي للشركات ومختلف الهيئات الحكومية تتم عبر خطوات عامة مقترحة لاستراتيجيات الخاصة بمشروع التحويل الرقمي يمكن الاعتماد عليها والاسترشاد بها، وبهذا يعتبر التحويل الرقمي مشروع ضخم يجذب معظم الشركات والهيئات الحكومية في دول العالم خاصة في الآونة الأخيرة، وعليه إذا تم وفق خطوات صحيحة ومدروسة سيؤدي إلى نجاحه، إضافة إلى إنتاج أعمال تتماشى مع متطلبات العملاء والمواطنين في المستقبل الرقمي سريعة الحركة.

### المطلب الثاني: استراتيجيات التحويل الرقمي.

فالتحويل الرقمي أصبح استراتيجية لقيادة الشركات والهيئات الحكومية، وهذا نظرا لما يحققه من فوائد، بهذا أصبح الانتقال الرقمي للشركات والمؤسسات الحكومية في قائمة أولوياتهم وضرورة ملحة، لذلك فإن استراتيجية التحويل الرقمي تبدأ من مجموعة من العناصر التأسيسية، إلى التحليل، إلى المسارات إلى التحويل، من الاستراتيجيات لإطلاق المسارات، وأخيرا أدوات النجاح.

وتعتمد استراتيجية التحويل الرقمي على الركائز التأسيسية البيئية التمكينية والسياسات والتنظيم والبنية التحتية الرقمية والمهارات الرقمية والقدرات البشرية والابتكار الرقمي وريادة الأعمال (والقطاعات الحيوية) الصناعة الرقمية والتجارة الرقمية والخدمات المالية والحكومة الرقمية والتعليم الرقمي والصحة الرقمية والزراعة الرقمية لدفع التحويل الرقمي.

العرض التالي يفصل تلك الاستراتيجيات الأربعة: (الهادي، 2021)

### الفرع الأول: استراتيجية الرؤية وتعزيز التعاون القيادي.

#### 1. استراتيجية توضيح الرؤية:

المدخل التقليدي لاتباع تكنولوجيا المعلومات وخاصة في المصالح الحكومية أن تكون تكتيكية بطبيعتها فيما يتعلق بتحديد المشكلة، من خلال شراء الحل، النشر والتكرار، بينما قد تكون هذه الإجابة هي الصحيحة في بعض الحالات، إلا أنها يمكن أن تقود لبيئة مجزأة وفرص ضائعة، وعلى ذلك يجب البدء بتحديد النتائج المراد تحقيقها أولاً بدلاً من الوصول إلى الاحتياجات عند ظهورها، كما أن ذلك النهج يمكن أن يوجه اختيارات التكنولوجيات تجاه قيمة ذات مدى طويل، حيث أن التحويل الرقمي الناجح له أهداف ملموسة في جوهره، إذ يبدأ بتحديد النتائج وتعريفها بشروط ملموسة قابلة للقياس وبمجرد تحديد وتعريف ذلك، يقوم خبراء الأعمال والفنيين معا بتعريف المسار الآمن تجاه التطبيق الملائم من خلال خلق رؤية واضحة.

في هذا السياق، يجب أن تسمح البنية التحتية لتحقيق التنمية بصيغة مدمجة ومتدرجة، وقد تجد الشركات والهيئات نفسها في حالات كثيرة أهمية تقليل عبء العمل التكنولوجي بتقليص دور مركز البيانات أو من خلال شراء حل برمجيات كخدمة بدلاً من بناء تطبيق مخصص لذلك، كما يمكن أن يكون مفيداً أيضاً إلقاء نظرة واسعة على المخاطر المحتمل حدوثها، ويستلزم ذلك توسيع الرؤية التي تتطلب إدارة المشروع. والتحسينات التي تحتاجها الشركة أو الهيئة وكيفية توضيح النتائج بشكل أفضل لرؤيتها.

#### 2. استراتيجية تعزيز التعاون القيادي:

نجحت العديد من الهيئات والشركات في التحويل الرقمي وخاصة عند الاعتراف من قبل متخذي قرار تكنولوجيا المعلومات بالأهداف والفوائد المشاركة مثل زيادة سرعة الحركة والاستجابة، تحسين التكلفة، وسعة نطاق ترتكز على الإبداع، وعندما يتزامن متخذوا القرار يمكنهم معرفة وتنفيذ مداخل ابتكاريه جديدة أسرع مع تجنب مخاطر الفشل في الغالب، حيث يعتبر الاتصال النشط مفتاحاً لقيمة هذه العلاقة، وفي هذه الحالة يستطيع قادة الأعمال والحكومة المساعدة من خلال مشاركة تكنولوجيا المعلومات باستمرار في عملية التخطيط المستهدف، ومن خلال التركيز على النتائج المطلوبة يمكن العمل نحو تفهم ما الذي يدفع تلك النتائج وما التركيز لطرق الأمن التي تسهم في تحقيقه بسلامة.

في سياق بناء الميزانيات تطرح مجموعة من الأسئلة التي تساعد الهيئات والشركات في تشخيص القضايا التي تواجهها المتعلقة بالاتصال بين كل من العاملين الإداريين والعاملين فنياً المختصين بتكنولوجيا.

### الفرع الثاني: استراتيجية شراء بناء التحويل الرقمي:

يحتاج الناس لرؤية مسارا واضحا ودليلا على النجاح عند اتباع أساليب جديدة للتكنولوجيا المطبقة، حيث أن العديد من القادة الحكوميين وقادة الأعمال من ذوي التفكير المستقبلي صاروا متحمسون للمشاركة في تبادل معلومات إنجازاتهم ونجاحاتهم في تطبيق التحويل الرقمي. وبذلك يمكن الترابط معهم مباشرة في إمكانية الوصول لرؤية وبصيرة ثابتة تتعلق بالممارسات الأحسن التي يجب اتباعها، كما أنه في مقدرة مشاركي تكنولوجيا الشركة أن يصيروا هم أنفسهم مصدرا للمعلومات المحتاج لها. (الهادي أ.، 2021)

وفي هذا الإطار يمكن توضيح ثلاثة أبعاد من قصص نجاح الشركات في التحويل الرقمي الناجح التي تتمثل في ما يلي:

- مشاركة المواطنين مع إبداع الخدمات الرقمية من خلال المشاركة العامة التي تتضمن المواطنين في عملية اتخاذ القرار لكي يصبح جزءا من كيفية العمل بشكل متزايد مما يغير الطريقة التي تؤدي بها الأعمال على أساس يومي.
  - تبادل فوائد يجب أن يبني بيئة آمنة للغاية تجيب على الشكاوي وتحمي بيانات المواطنين، ويختص ذلك بالأمن والامتثال واستخدام تكنولوجيا السحابة التي كانت محدودة ومستعبدة من قبل، حيث تتيح برمجيات Azure التي صارت متاحة على نطاق واسع مرونة محتاج لها لخلق البيئة الأكثر أمنا لحد كبير.
  - تقوم الحكومة بالاعتماد على التحويل الرقمي قصد المشاركة المدنية الاستباقية التي تتمثل في الابتعاد عن العمليات اليدوية الورقية مع توصيل كل الخدمات المتعلقة بالمواطنين لمنصة رقمية تختص بذلك.
- وبالطبع يجتم ذلك إظهار مسار إيجابي نحو الأمام، الذي يشكل طريقة أخرى لمخاطبة خوف المواطنين من تأثيرات التغيير الناجمة من الإحلال التكنولوجي محل العمل الروتيني بشكل خاص، حيث يجب أن يمثل ذلك رحلة متدرجة يرهن النجاح فيه في كل خطوة ويحد من التخوف الراهن، وفي هذه الحالة، تساند تكنولوجيا السحابة السماح لتشغيل الخدمات المحتاج لها أو إيقافها بدون الحاجة للاستثمار الكثيف في البنية التحتية الرئيسية المحتاج لها، كما أن كل من التجريب، إثبات المفهوم، والمشروعات التجريبية تتطلب استثمارات قليلة غالبا، ويمكنها تقديم رؤي هامة، وتبرهن إمكانية عمل التغيير الحدث من خلال مبادرات التحويل الرقمي مع الاحتفاظ بتطبيق تكنولوجيا المعلومات الجديرة بالثقة.

في إطار مواجهة هذه التحديات المرتبطة أساسا بالميزانية، وضع مكتب المحاسبة العامة في الولايات المتحدة أن أكثر من 80% من إنفاق الحكومة الفيدرالية الأمريكية على تكنولوجيا المعلومات يتجه نحو تشغيل وصيانة النظم

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

القديمة التي تشكل قضايا مخاطر الكفاءة، الأمن السيبراني إلى جانب المهام مما يتطلب تكاليف متزايدة باستمرار للحفاظ على تلك النظم وتؤدي في العجز لتلبية متطلبات المهام الحديثة أو المتوقعة، وحتى يمكن مواجهة هذا التحدي، صارت المنظمات المختلفة تبحث عن طرق التي من خلالها يمكن للتحويل الرقمي استخدام التمويل المخصص لها بفعالية أكبر، وتوضح بعض مبادرات التحويل الرقمي الحديثة التزايد الواضح في التكلفة مقارنة بالحلول الحالية بسبب القدرة لإلغاء البنية التحتية المكلفة، كما انه في حالات أخرى يمكن إثبات أن العائد على المبادرات وغيرها تعمل من الاستثمار من خلال الإنتاجية المتزايدة، التكاليف الأقل أو النتائج المعززة. وعلى الرغم من أن الميزانية المعقدة والصارمة وعمليات الشراء تكون محبطة في بعض الأحيان، إلا أن ذلك يسبق العديد من مبادرات التحويل الرقمي الذي صارت تحركه تكنولوجيا السحابة التي توفر من رأس المال إلى النفقات التشغيلية مما يسمح من كثافة الاستثمار في تكنولوجيا السحابة.

وفي هذا السياق، أصبحت العديد من الهيئات التنظيمية ذات الطابع الدولي مثل مجلس معايير المحاسبة في الولايات المتحدة، الاتحاد الأوروبي، منظمة التعاون والتنمية الأوروبية (OECD)، المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية (IFRS)، تعمل من أجل تحديث المتطلبات التي تحتاج لها، كما أن بعض المنظمات الأخرى صارت تخاطب هذه القضايا من خلال اعتبار التحويل الرقمي كاستثمار رأسمالي، كما يستثمر البعض الآخر في التخطيط للتحويل الرقمي لكي يصبح جاهزون للتنفيذ عندما تتوفر لهم الموارد المالية اللازمة. (الهادي أ.، 2021)

لقيام الهيئات والشركات بالخطوات التي تحتاجها تجاه مستقبل التحويل الرقمي وجب تهيئة كل الظروف الضرورية وتوفير مصادر التمويل اللازمة من طرف القيادة حتى تصبح مستعدة لذلك.

### الفرع الثالث: استراتيجية تحديث المدخل لتكنولوجيا المعلومات.

إن التكنولوجيات الحديثة والمداخل التي صارت متاحة حديثا عملت على تقليل الحاجة لأداء المهجرة الجماعية والاستبدال بالجملة للتكنولوجيا الحالية. على سبيل المثال، ما زالت مصالِح حكومية وشركات كبيرة تعتمد على حاسبات مركزية للنظم بها، كما أن الاستبدال التكنولوجي ما زال هو الاختيار الوحيد السائد حتى الآن.

على الرغم من أن الحلول الهجينية المتاحة أصبحت تقدم خيارات للتحدي التدريجي باستخدام تكنولوجيات الافتراضية، وواجهات برمجة التطبيقات التي يمكنها ربط النظم القديمة مع قدرات تكنولوجية حديثة جديدة لتعزيز خبرة المواطنين، وتمكين أصحاب الإبداع، وإمكانية زيادة الأمن السيبراني، وتعزيز المرونة التي تحدث نتيجة التحويل التكنولوجي الحديثة، مما يساهم في تقليل الاعتماد على التكنولوجيا القديمة، كما يساعد من الاستغناء عن التكنولوجيا القديمة عندما يصبح ذلك ممكنا. (الهادي أ.، 2021)

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

قصد بناء تحول رقمي يجب القيام بمايلي:

- استخدام تكنولوجيا الحوسبة السحابية لتسهيل وترشد الإنفاق على المطورين وأصحاب المبادرات للتجريب، بدلا من الاضطرار لنشر قدرة جديدة. كما أنها تدور حول بيئة الاختبار في السحابة ويتوقف تشغيلها عند الانتهاء بسهولة.
  - تتجاوز خدمات السحابة حاليا البنية التحتية والتخزين للحوسبة البسيطة المحدودة في الشركة. وسواء كان الاهتمام يتمثل باكتشاف الذكاء الاصطناعي لآلية العمليات أو تمكين العمل الآمن عن بعد، من المحتمل عدم الاضطرار لبناء حل ما داخليا من نقطة الصفر.
  - اختيار شركاء تكنولوجيا مناسبين لإمكانية تقليل أعباء الامتثال والأمن بشكل كبير، ويعني نموذج المسؤولية المشتركة لخدمات السحابة عدم إدارة كل وجه من أوجه الامتثال والأمن، وفي هذا السياق، هناك بعض شركات التكنولوجيا العملاقة مثل مايكروسوفت لها بيئات سحابية التي تم بنائها للمصالح الحكومية في بعض المناطق الجغرافية من العالم على وجد التحديد.
- فإن تكنولوجيا المعلومات الحديثة يمكنها أن تساعد مختلف الشركات في تحسين الخدمات التي تؤديها، ومساندة الانتعاش الاقتصادي المستهدف، وزيادة التعاون الآمن، إلى جانب اختيار الحل أو المنصة الصحيحة التي تحقق النتيجة المخطط لها والمفهومة لدي رؤساء ومديري إدارات الشركة مع وظيفة تكنولوجيا المعلومات.

### المطلب الثالث: مظاهر وتقنيات التحويل الرقمي.

يعد الابتكار أمرا ضروريا لتحويل الرقمي من أجل نجاح أي عمل، كما أن الابتكار الرقمي في جوهره هو ممارسة تنفيذ التكنولوجيا الرقمية الحديثة لحل مشاكل الأعمال من خلال تحسين العمليات وتحسين تجارب العملاء وتقديم نماذج أعمال جديدة.

فالتقنيات والابتكارات المستخدمة في التحويل الرقمي ولاسيما إنترنت الأشياء والذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة، يمكن أن يشمل اعتماد أعمال الهيئات والشركات على هذه التقنيات الجديدة.

### الفرع الأول: مظاهر التحويل الرقمي.

من بين مظاهر التحويل الرقمي مايلي:

#### 1. التجارة الإلكترونية:

يتم طرح التحويل الرقمي كثيرا في التجارة الإلكترونية، دون الكثير من التلميح إلى ما تعنيه بالفعل، حيث يتلخص التحويل الرقمي في التجارة الإلكترونية في تنفيذ حلول جديدة تعتمد على التكنولوجيا، والطرق التي تحول بها

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

الرقمنة استراتيجية العمل يوماً بعد يوم التحويل الرقمي يتقارب في هدف واحد، حيث لم يتغير شيء يذكر، لتبني التحويل الرقمي، ما زلت بحاجة إلى عالم رقمي متسارع للغاية، حيث المخاطر أعلى من أي وقت مضى، تدير العديد من الشركات حلول التجارة الإلكترونية التي تجاوزتها بالفعل.

يجب أن يكون التحويل الرقمي للتجارة الإلكترونية أكثر إثارة من كونه مخيفاً. يمكن للعديد من الشركات استكشاف إمكانيات التحويل الرقمي باستخدام وظائف التجارة الإلكترونية، على الرغم من أن التحويل الرقمي قد يبدو وكأنه يهدف إلى تسهيل العمل لمستخدمي الأعمال، إلا أنه يمثل حقاً إطار عمل لإعادة تصور تجربة العملاء، وعادةً ما يبدأ ذلك باستخدام برامج أفضل، بما في ذلك التجارة الإلكترونية وتخطيط موارد المؤسسات. كما يسهل التحويل الرقمي على مستوى الشركة معرفة وفهم العمليات ضمن البيئة الرقمية، يمكن للموظفين الاستفادة من المعلومات في الوقت الفعلي لتحسين عملية اتخاذ القرار عبر العمليات التجارية الأساسية، بالنسبة للعميل، قد يكون التحويل الرقمي بسيطاً مثل ترقية وصول المتسوقين إلى المنتجات عبر جميع القنوات، يجب أن تتكامل برامج مواقع التجارة الإلكترونية، بالإضافة إلى المخزون والمحاسبة والطلب، بسلاسة لضمان تجربة للعملاء والعاملين.

فالتحويل الرقمي لأعمال التجارة الإلكترونية غير مخصص للشركات القائمة على المنتجات، يمكن لشركات الخدمات أن تتمتع بفوائد التحويل الرقمي أيضاً، حتى لو لم يكن لديهم منتج لتصنيعه وشحنه وتقديمه يؤدي تقديم حجوزات لمناطق الجذب أو أماكن الإقامة أو المركبات أو المطاعم عبر موقع الويب أو التطبيق إلى توسيع نطاق وصول الشركة مع تعزيز قدرة العميل على التعامل مع المنظمة مباشرة. ومع ذلك، يجب أن تكون هناك واجهة برمجية متكاملة تقدم الخيارات المتاحة بطريقة أنيقة يرغب العملاء في التفاعل معها، يمكن أن يؤدي وضع تطبيق للتجارة الإلكترونية مثل (AirBnB) أو (Uber) مثل إيجارات الإجازات أو سيارات الأجرة) إلى تحويل الأعمال القديمة إلى مؤسسة جديدة تماماً قادرة على الوصول إلى أسواق جديدة.

يشير تقرير حديث صادر عن شركة McKinsey إلى أن التحويل الرقمي يتجاوز مجرد تطبيق التقنيات الجديدة. في الواقع، يتطلب الفهم الأكثر شمولية لدور التكنولوجيا الجديدة تماماً تمكن مؤسسات الأعمال والتكنولوجيا من العمل كوحدة واحدة. (Cherukara، 2023)

فأصبحت الأعمال عبر الإنترنت هي التفضيل الأول للذين يبحثون ببساطة عن الخيارات المحتملة، حيث تمثل تجربة المستخدم عبر الإنترنت تنافسية لن يتحمل العملاء بعد الآن موقع ويب بطيئاً أو صعوبة في التنقل أو رحلة شراء مليئة بالاحتكاك أو الأخطاء. والأهم من ذلك، فهم يبحثون عن تجربة مخصصة عبر الإنترنت تتضمن التسعير المخصص والعروض الترويجية وتوصيات المنتجات.

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

على اعتبار التجارة الإلكترونية هي أحد القطاعات التي أحدث فيها التحويل الرقمي تأثيراً كبيراً، بالعودة إلى عام 2019، عندما تفشى جائحة COVID-19، تحولوا إلى التسوق الرقمي أو التجارة الإلكترونية لبيع وشراء الأشياء والخدمات عبر الإنترنت. وقد أدى ذلك إلى تحول كبير في المستهلكين الذين يتسوقون عبر الإنترنت بأعداد أكبر بدلاً من زيارة المتاجر الفعلية، وحتى الموظفين أصبحوا يمارسون وظائفهم عن بعد أي في منازلهم وحتى بعد تخفيف القيود، يستمر العملاء في التسوق أو حتى التسوق عبر الإنترنت وسيواصلون القيام بذلك في المستقبل المنظور. (Coll, 2023).

### 2. الحوسبة السحابية:

تعرف بالإنجليزية Cloud computing، ويعود ظهور هذا المصطلح إلى الستينيات من القرن المنصرم وذلك عندما بدأت بعض الشركات بالتفكير بمدى الفائدة التي ستحقق جراء جعل الحوسبة خدمة وأداة مساعدة تقدم إلى الأفراد عبر الإنترنت، ويشير هذا المصطلح إلى إمكانية حصول الشركات والأفراد على بعض الخدمات كالتخزين وقواعد البيانات والبرمجيات وغيرها من الخدمات المختلفة من خلال شبكة الإنترنت، ويوجد في العالم العديد من الجهات الرائدة في مجال تقديم الخدمات السحابية مثل Google Cloud Platform ويوجد لخدمة الحوسبة السحابية العديد من أنواع الخدمات التي تقدمها، حيث تقدم بعض الشركات خدمات البنية الأساسية أو ما يُعرف بالإنجليزية infrastructure as a service واختصار هذه الخدمة هو (IaaS) وتقدم خدمات التخزين عبر الإنترنت من خلال هذا النوع من الخدمات السحابية، كما يوجد نوع آخر من الخدمات السحابية وهو software as a service والذي يشار إليه بـ (SaaS) ويعني هذا النوع من الخدمات السحابية بتقديم خدمات البرمجيات المختلفة عبر الإنترنت، ويعتبر برنامج Microsoft Office 365 هو أحد البرمجيات الشائعة التي يمكن الحصول عليها من خلال (SaaS). كما يوجد العديد من الفوائد التي يمكن الحصول عليها من استخدام خدمات الحوسبة السحابية عبر الإنترنت، ومن أبرز هذه الفوائد والمزايا ما يلي: (زماري، 2018):

### 1.2 تقليل التكلفة:

يمكن الحد من شراء الأجهزة والبرامج المختلفة واستخدام خدمات الحوسبة السحابية عوضاً عن ذلك، مما سيسهم في تقليل نفقات الشراء والإعداد والصيانة.

### 2.2 السرعة:

يمكن القيام بالعديد من الأمور عبر الحوسبة السحابية وبسرعة هائلة ومن خلال نقرة زر.

### 3.2 إنجاز الأعمال:

إن استخدام هذا النوع من الخدمات قد يلغي الحاجة إلى الاعتماد على برامج إدارة الأعمال وتكنولوجيا المعلومات، كما أنه يُغني عن الحاجة إلى وجود مكان يتسع لتخزين الوثائق المختلفة.

### 4.2 الأمان:

فخدمات الحوسبة السحابية تقوم بعمل نسخ احتياطية للبيانات الموجودة عليها، كما أنها تستطيع العمل حتى بعد وقوع الكوارث الطبيعية، حيث ويوجد العديد من الشركات مزودو خدمات الحوسبة السحابية والتي لها تأثير كبير في تقديم خدمات الحوسبة السحابية عبر الإنترنت، ومن بين هذه الشركات ما يلي:

- **شركة مايكروسوفت:** حيث تقدم مايكروسوفت جميع الخدمات التي يمكن تقديمها عبر الحوسبة السحابية ولهذا الأمر فهي تحتل المركز الأول من حيث أكبر الشركات في هذا المجال.
- **شركة أمازون:** وهي ما تُعرف بالإنجليزية Amazon ويشار إليها باختصار (AWS) وقد حققت هذه الشركة عوائد مالية كبيرة في سنة واحدة بلغت قيمتها 16 مليار دولار أمريكي.
- **شركة آي بي أم:** أو ما تعرف بالإنجليزية IBM حيث قامت هذه الشركة بنقل خبرتها الكبيرة في مجال البرمجيات ووضعتها في خدمات الحوسبة السحابية وقد حققت عوائد مالية مقدارها 7 مليارات دولار أمريكي.

### 3. التسويق الإلكتروني

يعتبر التسويق الإلكتروني من بين مظاهر التحويل الرقمي الذي يوضح أهمية الحلول الرقمية التي تلعب تسويق البضائع والخدمات عبر الإنترنت، فهو يسهل على الشركات الوصول إلى مجموعة واسعة من العملاء المحتملين بسبب العدد الكبير من الأشخاص الذين يستخدمون الإنترنت اليوم، لذلك فالتسويق الإلكتروني مهم للأعمال الرقمية لعدة أسباب، مثل: (GAUTHIER, 2022)

- يتيح التواصل بشكل أكثر كفاءة مع الجمهور؛
- تخصيص استراتيجيات التسويق بناءً على اهتمامات العملاء؛
- زيادة ظهور وبرز المنتج سواء سلعة أو خدمة عبر الإنترنت من خلال مختلف شبكة التواصل الاجتماعي (انستغرام، فايسبوك، يوتوب، ...)
- تستخدم تقنيات رقمية مختلفة في التسويق الإلكتروني، مما يسمح للمتسوقين بقراءة الإعلانات

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

واستخدام وتلقي القسائم وعرض صور المنتجات ومقارنة الأسعار وإجراء عمليات الشراء ببضع نقرات بالماوس، مما يوفر الوقت والمال؛

لذلك التسويق الرقمي فهو جزء لا يتجزأ من التحويل الرقمي، فهو من الأساسيات، حيث ينطبق على مجال محدد ولكنه مهم للعمل.

يستخدم التحويل الرقمي تقريبًا كل تقدم رقمي وتقنية، من ناحية أخرى، يحتوي التسويق الإلكتروني على عناصر خاصة بكل مجال، بدون التحويل الرقمي، يتحقق التسويق الرقمي، فالتسويق الرقمي والتحويل الرقمي يمكن أن يكون لهما نتيجة واحدة فقط، التحويل الرقمي هو عملية تساهم في عمل التسويق الإلكتروني فهو مجرد خطوة واحدة في هذه العملية التي تتطلب العديد من مهارات التسويق الإلكتروني، يمكن للشركات من النجاح وخلق حضور رقمي فعال، بينما يساعد التسويق الإلكتروني الأعمال المحولة حديثًا على الازدهار من خلال الاستراتيجيات. وبالتالي، يعد التسويق الإلكتروني جزءًا مهمًا من عملية التحويل بأكملها ولا يمكن اعتباره بمفرده.

### 4.ريادة الأعمال الإلكترونية:

ريادة الأعمال الرقمية تشمل الأعمال التجارية عبر الإنترنت التي ينشئها ويديرها الأفراد، حيث يمكن أن تكون المشاريع الريادية عبر الإنترنت مصادر للدخل أو مواقع نشطة لبيع السلع والخدمات. يمكن أن توفر هذه الأعمال طرقًا جديدة للعثور على العملاء وتقليل التكاليف والتعاون مع الآخرين. كما يجمع رواد الأعمال الرقميون بين الأعمال والمعرفة بالسوق وتكنولوجيا الشبكات لإعادة تطوير وتحسين ممارسات الأعمال التقليدية من خلال الرقمنة.

كما تتميز المشاريع في ريادة الأعمال الرقمية ببعض الخصائص، فهي عادة مؤسسات فردية أو شركات ذات فرق صغيرة، تعمل عادةً عبر الإنترنت بالكامل، ولكن قد يقدم البعض أيضًا خدماتهم محليًا عبر محاور رقمية وعبر الإنترنت، قد يكون لهذه الشركات متوسط تكاليف عامة أقل، مما يساعدها على أن تكون أكثر مرونة في مواجهة التغيرات في الأسواق.

ففي ريادة الأعمال يقوم الشخص أو مجموعة الأشخاص المنشئين لمشروع جديد بخوض تحديات كبيرة للتغلب على كل المصاعب والعقبات التي تواجه نجاح مشروعهم، فيدفعون عن الفكرة والعمل بالابتكار والخروج لحلول جديدة رقمية ومبتكرة ويسعون دائما للتطور والتحسين بناء على احتياجات السوق. (مرقع، 2022)

### 5. المدن الذكية:

أصبحت المدن الذكية أكثر ذكاءً في تحسين جودة الحياة الأفراد والمجتمع، فتحويل رقمي يحدث في جميع جوانب الحياة، من الهواتف الذكية إلى المنازل الذكية، وسائل النقل الذكي، حيث تبنت العديد من الشركات هذا التحويل الرقمي الناشئ للأعمال، من المتوقع أن ينمو الطلب العالمي على الحلول الذكية بنسبة 60% تقريبًا بحلول عام 2026. كما تبني قادة المدن هذا الاتجاه الجديد، بدمج العمليات الذكية في عمليات المدينة، حيث ينظر في الأصل إلى تقنيات TSmart كأداة لتحسين الكفاءة الإدارية داخل المدينة، لكن في الوقت الحاضر لا يتعلق الأمر فقط بزرع تقنيات جديدة في البنية التحتية الحالية، كما تعد أجهزة الكمبيوتر والهواتف الذكية والإنترنت جزءًا لا يتجزأ من الحياة اليومية. يمكن استخدام التقنيات الذكية للتأثير بشكل مباشر على تجربة سكان المدينة.

على سبيل المثال، أحد التطبيقات التي طورتها المدينة لتتبع حافلات المدينة في الوقت الفعلي سيسمح للمقيمين والزائرين بمعرفة متى ستكون الحافلة في موقفهم بالضبط وفي الوقت نفسه، يمكن للتطبيق تتبع عدد السكان الذين يستخدمون نظام النقل العام وفي أي توقف وفي أي وقت. يمكن لقادة المدينة بعد ذلك استخدام هذه البيانات لاتخاذ قرارات بشأن طرق الحافلات التي قد تحتاج إلى تردد أكثر أو أقل، إذا كان لدى قادة المدينة بيانات يتم تحليلها تلقائيًا لمنحهم المعلومات التي يحتاجونها، فسيكونون قادرين على اتخاذ قرارات أفضل بسرعة أكبر.

**مثال:** فإذا ضرب عاصفة كبيرة مدينة وقد تسببت في تدمير عدد قليل من خطوط الكهرباء، تسمح العمليات الذكية بمعرفة متى وأين تعطلت خطوط الكهرباء وما هي الخدمات الأساسية التي قد تتعطل، حيث يمكن أن يساعد التحليل من التكنولوجيا الذكية إعطاء الأولوية لاستعادة الطاقة للمستشفيات وخدمات الطوارئ الأخرى. في الوقت نفسه، يمكن للتطبيق إخطار السكان تلقائيًا بفضل أتمتة العمليات الرقمية وبشأن انقطاع التيار الكهربائي والجدول الزمني لوقت استعادة الطاقة، لا يحتاج موظفو مركز الاتصال إلى الاستدعاء لعمليات الطوارئ، لذلك توفر المدينة الوقت والموارد التي يمكن تخصيصها لحل مشكلة خط الكهرباء في أسرع وقت ممكن، حيث تستخدم المدن الذكية أحدث التقنيات التي تنفذها الشركات لتحسين كفاءة المدينة وتجربة المقيمين من أجل جودة حياة أعلى بشكل عام. (Balanchine, 2021).

### 6. أجهزة الهواتف النقالة الذكية:

تنفق الشركات قدرا كبيرا من الوقت والمال في اكتشاف الطريق الأكثر فاعلية للأعمال التجارية والتحول الرقمي، لكنهم في بعض الأحيان يتجاهلون الأداة الأقوى المتوفرة، وهي الأداة التي في متناول أيدي موظفيهم هواتفهم الذكية.

لكي تكون أول الأجهزة المحمولة، يجب أن تبدأ الشركات في التحويل الرقمي الذي يركز على تجربة المستخدم، كما تعتبر الهواتف المحمولة هي مفتاح تحول الأعمال بسبب انتشارها في كل مكان في العالم القوى العاملة، ومن بين سبعة مليارات شخص، ستة مليارات منهم لديهم هواتف محمولة، يمكن للشركات الآن العمل فقط على الأجهزة المحمولة مع التقنيات الجديدة التي تجعل الاتصال والتعاون ممكنا.

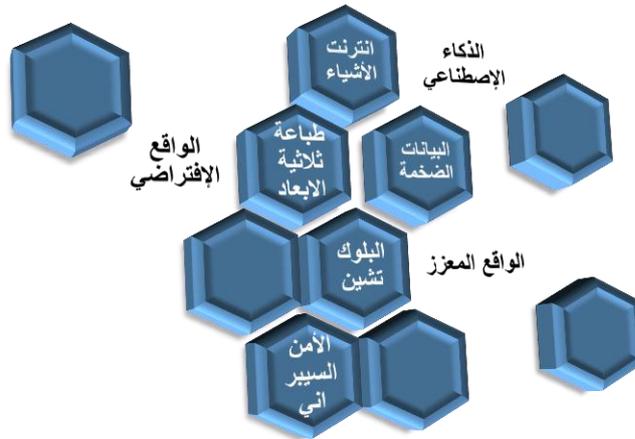
يمكن أن تكون الهواتف الذكية أسرع طريقة للشركات لتكثيف تحول أعمالها والاستفادة من أحدث التقنيات الرقمية. فهي محفز شامل للتطبيقات والواقع الافتراضي والذكاء الاصطناعي وغيرها من الابتكارات المستقبلية، حيث أن الاستفادة من الأجهزة المحمولة التي يعرفها العاملون الميدانيون بالفعل يقضي فعليًا على تكاليف التدريب والدعم الفني المرتبطة بتطبيقات سطح المكتب التقليدية. (Grodén-Morrison, 2020).

كما يقدر أكثر من 96% من العمال الشباب لديهم هواتف ذكية، بينما يُقدر أن 70% من الشركات التي نجحت في التحولات الرقمية، مثل تنفيذ قوة عاملة متصلة، قد فعلت ذلك من خلال الاستفادة من حلول الأجهزة المحمولة للعمال، وما يقرب من نصف العاملين في دراسة استقصائية عالمية حديثة أنهم يرغبون في أن يتمكنوا من الوصول إلى حلول تكنولوجية أفضل تؤدي الأجهزة المناسبة إلى زيادة المشاركة، مما يسمح للشركات في النهاية بفتح البيانات لمعرفة ما يحدث، ويعد الاستثمار في حلول العمال المتصلة بالهواتف المحمول أمرًا بالغ الأهمية لجمع بيانات الشركة، كما يمكن للقوى العاملة المتصلة من خلال تكنولوجيا الهاتف المحمول توفير ميزانية فرق قيادة التصنيع التي تنفقها على العناصر المادية التي يستخدمونها حاليًا وإلغاء تأمينها البيانات الهامة، فإن البيانات التي يتم فتحها باستخدام تقنية سهلة الاستخدام توفر مؤشرات رائدة لدعم التحسين المستمر، ستدفع الشركات في النهاية التحويل الرقمي الخاص بها إلى الأمام باستخدام تكنولوجيا الهاتف المحمول. (TAYLOR, 2021).

### الفرع الثاني: التقنيات والابتكارات المستخدمة في التحويل الرقمي.

تعد التقنيات والابتكارات الرقمية المستخدمة في مشاريع التحويل الرقمي كثيرة تكاد لا تُحصى، ولكن أكثرها شيوعًا حاليًا وأفضلها 10 تقنيات للتحويل الرقمي للشركات والهيئات، حيث يمكن أن تجعل تكنولوجيا الرقمنة الصحيحة العمل يصل إلى آفاق جديدة، بينما يمكن أن يشلها الخطأ. كما أكدت الدراسات الحديثة أن التحويل الرقمي يكلف مبالغ معتبرة في جميع أنحاء العالم، لكن العديد من المحاولات تفشل بسبب الاستراتيجيات والتقنيات المعيبة. يشير هذا أيضًا إلى أن الشركات تفترض أن جميع التقنيات تنطبق على جميع أنواع الأعمال وهذا ليس هو الحال، حيث يعتمد اعتماد التكنولوجيا بشكل أساسي على احتياجات العمل وقاعدة العملاء واتجاهات الصناعة. والشكل التالي يبين أهم التقنيات والابتكارات المستخدمة في التحويل الرقمي:

#### الشكل رقم (1-1) التقنيات والابتكارات المستخدمة في التحويل الرقمي.



المصدر : من إعداد الطالب بناء على المواقع الإلكترونية

- <https://www.techtarget.com/searchenterpriseai/definition/AI-Artificial-Intelligence>
- <https://magazine.wharton.upenn.edu/digital/internet-of-things-the-key-to-digital-transformation>
- <https://me.pcmag.com/en/vr/9919/augmented-reality-ar-vs-virtual-reality-vr-whats-the-difference>
- <https://blogs.idc.com/2020/12/14/how-blockchain-plays-into-digital-transformation>

- <https://control.com/technical-articles/printing-additive-manufacturing>
- <https://enterpriseproject.com/article/2020/8/how-big-data-aids-digital-transformation>
- <https://www.mckennaconsultants.com/what-is-the-relationship-between-digital-transformation-and-cyber-security>

الشكل رقم (1-1) يبين باختصار أهم التقنيات والابتكارات الحديثة المستخدمة من قبل الهيئات الحكومية والشركات في عملية التحويل الرقمي.

### 1. الذكاء الصناعي (AI) Artificial Intelligence

يعد أحد العلوم الحديثة التي انتشرت على نطاق واسع في الآونة الأخيرة، حتى إنه دخل في المجالات الصناعية والبحثية، وعلى رأسها الروبوت والخدمات الذكية للحكومات والشركات، فالذكاء الاصطناعي هو محاكاة عمليات الذكاء البشري بواسطة الآلات، وخاصة أنظمة الكمبيوتر، تشمل التطبيقات المحددة للذكاء الاصطناعي الأنظمة الخبيرة ومعالجة اللغة الطبيعية والتعرف على الكلام ورؤية الآلة.

مع تسارع الضجة حول الذكاء الاصطناعي، هو ببساطة أحد مكونات التكنولوجيا، مثل الإعلام الآلي. يتطلب الذكاء الاصطناعي أساسًا الأجهزة والبرامج المتخصصة لكتابة وتدريب خوارزميات التعلم الآلي، لا توجد لغة برمجة واحدة مرادفة لها ميزات شائعة لدى مطوري الذكاء الاصطناعي، حيث وبشكل عام، تعمل أنظمة الذكاء الاصطناعي من خلال استيعاب كميات كبيرة من بيانات، وتحليل البيانات من أجل الارتباطات والأنماط، واستخدام هذه الأنماط لعمل تنبؤات حول الحالات المستقبلية بهذه الطريقة، يمكن أن يتعلم روبوت المحادثة الذي يتم تغذيته بأمتلة من النص إنشاء تبادلات واقعية مع الأشخاص، أو يمكن لأداة التعرف على الصور أن تتعلم تحديد الكائنات في الصور ووصفها من خلال مراجعة ملايين الأمثلة. يمكن لتقنيات الذكاء الاصطناعي إنشاء نصوص وصور واقعية (ED Bums, 2023).

وقد ركز برمجة الذكاء الاصطناعي على المهارات المعرفية التي تشمل ما يلي:

**1.1 التعلُّم:** يركز هذا الجانب من برمجة الذكاء الاصطناعي على الحصول على البيانات وإنشاء قواعد لكيفية تحويلها إلى معلومات قابلة للتنفيذ، توفر القواعد، التي تسمى الخوارزميات، لأجهزة الحوسبة إرشادات خطوة بخطوة حول كيفية إكمال مهمة معينة.

**2.1 المنطق:** يركز هذا الجانب من برجة الذكاء الاصطناعي على اختيار الخوارزمية الصحيحة للوصول إلى النتيجة المرجوة.

**3.1 تصحيح الذات:** تم تصميم هذا الجانب من برجة الذكاء الاصطناعي لضبط الخوارزميات باستمرار والتأكد من أنها توفر أدق النتائج الممكنة.

**4.1 الإبداع:** يستخدم هذا الجانب من الذكاء الاصطناعي الشبكات العصبية والأنظمة القائمة على القواعد والأساليب الإحصائية وتقنيات الذكاء الاصطناعي الأخرى لإنشاء صور جديدة ونص جديد وموسيقى جديدة وأفكار جديدة.

### 2. إنترنت الأشياء (IoT): Internet of Things

تبدأ تقنية إنترنت الأشياء بالاتصال، لكنها تتحول إلى رقمنة حيث تصبح الأشياء مثيرة للاهتمام. يمكن لجميع الشركات، الكبيرة والصغيرة، التحول إلى شركات رقمية باستخدام منصة إنترنت الأشياء القادرة على رقمنة منتجاتها المادية.

كما يمكن منصة إنترنت الأشياء من تمكين التحويل الرقمي، تبدأ بيانات المصدر الداخلية عند المستشعر. حيث يتم تحويل تلك البيانات إلى حمولة رقمية، ثم تغليفها بالبروتوكولات بحيث يمكن إرسالها على الشبكة، يقوم عمل وكيل البرمجيات، التي يتم من خلالها جمع حمولة البيانات وإرسالها عبر شبكة التكنولوجيا التشغيلية إلى شبكة تكنولوجيا المعلومات، من هناك، تشق البيانات طريقها إلى السحابة العامة ثم إلى قاعدة بيانات، حيث يمكن معالجتها بواسطة برامج التحليلات أو الذكاء الاصطناعي، حيث تخلق هذه المعالجة نماذج تنتج المعلومات المخزنة في أنظمة أعمال الشركة والتي يمكن للأقسام المختلفة داخل الشركة الوصول إليها واستخدامها لتبسيط وتحسين طريقة عملها.

إذ أصبحت المزايا التنافسية الناتجة الآن في متناول جميع الشركات، الكبيرة والصغيرة، التي يمكنها تسخير إنترنت الأشياء لتحقيق التحويل الرقمي لمنتجاتها. بمعنى آخر، يمكن استخدام تقنيات إنترنت الأشياء كمفاتيح لدخول مملكة التحويل الرقمي. بمجرد دخولك إلى المملكة، لا حدود لذلك. (WG02, 2018)

### 3. تقنيات الواقع الافتراضي والواقع المعزز:

الواقع المعزز والواقع الافتراضي هما من تقنيات الواقع التي تعزز أو تحل محل بيئة الحياة الواقعية ببيئة محاكاة. تم طرح مصطلحات الواقع الافتراضي والواقع المعزز كثيرًا. تحظى سماعات الرأس VR، مثل Meta Quest 2 أو

Valve Index، وتطبيقات وألعاب AR، مثل Pokemon Go، بشعبية. تبدو متشابهة، ومع تطور التقنيات، فإنها تتداخل مع بعضها البعض بطريقة ما يتضح هذا بسهولة في Apple Vision Pro الجديد، وهي سماعة رأس لن يتم طرحها للبيع حتى بداية عام 2024.

لكن VR و AR لا يزالان مفهومين مختلفين للغاية، مع تحديد الخصائص التي تميز أحدهما عن الآخر.

(Greenwald, 2023)

### 1.3 الواقع الافتراضي (VR): Vertual Reality

تستحوذ سماعات الرأس VR على الرؤية تمامًا لتعطي انطباعًا بأن الشخص في مكان آخر. PlayStation VR 2 و Meta Quest 2 و Valve Index، مما يجلب محيط عند ارتداء، إذا تم وضعها عند إيقاف تشغيلها، فقد يشعر الشخص كما لو كان معصوب العينين، كل ما يتم عرضه يمكن أن يكون لعبة، أو فيديو بنطاق 360 درجة، أو مجرد مساحة افتراضية لواجهات المنصات بصريًا، حيث يتم اصطحاب المرئدي لها إلى أي مكان يريد، فسماعة الرأس الموضوعية تمكن الشخص استبدال العالم الخارجي بعالم افتراضي ومن هنا جاء الاسم.

لكل من الألعاب والتطبيقات يحل الواقع الافتراضي محل محيطك أين أنت جسديًا لا يهم في الألعاب، قد تجلس في قمرة القيادة في Starfighter. في التطبيقات، يمكنك فعليًا التجول في مواقع بعيدة كما لو كان الشخص هناك، نجد الكثير من الاحتمالات في الواقع الافتراضي، وكلها تتضمن استبدال كل شيء من حول الشخص بشيء آخر، هذا لا يعني أن محيط خارج الصورة تمامًا، على الرغم من ذلك، معظم سماعات رأس الواقع الافتراضي الحالية قادرة على مسح المحيط أو على الأقل تعيين حدود لإبقتك في المنطقة التي تم تطهيرها لاستخدامها.

### 2.3 الواقع المعزز: Aurgmented Reality (AR)

يحل الواقع الافتراضي محل الرؤية، فإن الواقع المعزز يضيف إليه أجهزة الواقع المعزز، مثل Microsoft HoloLens، ونظارة Google Glass الأصلية، والعديد من النظارات الذكية على مستوى المؤسسات، شفافة، مما يتيح رؤية كل شيء، تم تصميمه لحرية الحركة أثناء عرض الصور، يمتد المفهوم إلى الهواتف الذكية المزودة بتطبيقات وألعاب الواقع المعزز، مثل Pokemon Go، التي تستخدم كاميرا الهاتف لتتبع المحيط وتراكب معلومات إضافية بصريًا فوقه.

### 4. البلوك تشين: (Blockchain)

مع استمرار الهيئات والشركات في مسيرتها نحو السحابة المختلطة والتطبيقات السحابية كجزء من التحويل الرقمي، حيث تزيد البلوك تشين بشكل ملحوظ من شفافية المعاملات للجميع أو لمجموعة مختارة من الشركاء، إذ يزيد

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

من أداء المعاملات ومرونة البيانات والأمان مع خفض تكلفة ممارسة الأعمال التجارية، ومثل الخدمات السحابية، بعبارة أخرى البلوك شين دفتر رقمي موزع للمعاملات أو السجلات، وهو غير قابل للتغيير، الكتابة تلحق مرة واحدة بالعديد من التقنيات، يسمح بإضافة معاملات جديدة إلى سلسلة المعاملات الحالية من خلال توقيع رقمي آمن. عند دمجها مع بنية تخزين.

في عام 2021، توسعت سلاسل القيمة البارزة في الصناعة، التي تم تمكينها بواسطة البلوك شين، منصاتها الرقمية لتشمل أنظمتها البيئية بأكملها، مما قلل من تكاليف المعاملات بنسبة 35% الخاصة بالتحويل الرقمي العالمي. الهدف من خدمات التخزين التي تدعم البلوك شين هو تحدي التخزين السحابي التقليدي من حيث السعر والأداء والموثوقية، كما أن عروض التخزين السحابي المركزية التقليدية أقل أماناً ضد الهجمات المستهدفة، فإن النظام الأساسي اللامركزي مثل البلوك شين أكثر مرونة إلى حد كبير في حالات انقطاعات والاضطرابات الأخرى، كما أنه غير قابل للتغلب على الهجمات الخارجية، حيث بدأت Microsoft في تقديم تخزين قائم على البلوك شين من خلال خدمة Azure السحابية، بتكلفة 0.05 دولار جيغابايت في شهر، خدمة البلوك شين مُدارة بالكامل، فيمكن للمستخدمين من تنمية شبكات البلوك شين وتشغيلها وإلغاء الحاجة إلى إنشاء الشبكة الأساسية وإدارتها وتنميتها (Mearian., 2020)، حيث سيصبح التحويل الرقمي أمراً طبيعياً بالنسبة للشركات في المستقبل القريب، إذ أصبح العملاء يستخدمون بشكل متزايد الوسائل الرقمية للبحث عن الأعمال قبل شراء المنتجات أو الخدمات. نتيجة لذلك، تحاول الشركات استخدام التقنيات الرقمية المتقدمة في أكبر عدد ممكن من جوانب الأعمال لتحسين التفاعلات الرقمية مع العملاء، وفي النهاية زيادة العائد على الاستثمارات.

ف نجد تطبيق Netflix، على سبيل المثال، يستخدم الابتكارات الرقمية لدفع مقاطع الفيديو على نطاق واسع حتى يتمكن المشاهدون من مشاهدة الأفلام والبرامج على الإنترنت بدلاً من الذهاب للتلفزيون الكابلي أو البث التقليدي.

يزيد التحويل الرقمي أيضاً من الكفاءة التشغيلية، من خلال استخدام الشركات لتخزين معلوماتها القيمة في الأوراق أو على أجهزة الكمبيوتر الخاصة بالموظفين، يتعين عليهم إرسال بريد إلكتروني أو رسائل بريد إلكتروني لمشاركة المعلومات وأي تحديثات مع أصحاب المصلحة تتطلب هذه العملية الكثير من الأعمال الورقية وتستهلك موارد كبيرة. (Duong, 2023).

### 5. الطباعة ثلاثية الأبعاد: 3D Printing

إن استمرار التحويل الرقمي في الارتفاع، واهتمام دول العالم به، ارتفعت أيضًا تقنيات الحديثة مثل الطباعة ثلاثية الأبعاد، وكيف يمكن للطباعة ثلاثية الأبعاد أن تساعد المؤسسات الحكومية ومختلف الشركات والمصنعين والمتاجر في رحلتهم نحو التحويل الرقمي، لطالما كانت الطباعة ثلاثية الأبعاد محركًا للتحويل الرقمي، حيث تتصل بعض الطابعات ثلاثية الأبعاد بشبكة أو بالإنترنت يتم مراقبتها وتشغيلها عن بُعد، هذه العملية المبتكرة بمثابة مثال على مستقبل التصنيع، حيث تتجه العديد من الشركات نحو سلسلة رقمية كاملة، مما يتيح الأتمتة المتقدمة لتوسيع التحويل الرقمي بشكل أكبر، تعد الطباعة ثلاثية الأبعاد محركًا للتحويل الرقمي لأنها تدعم الاتجاهات المرتبطة بمستقبل التصنيع، مما يسمح بزيادة الأتمتة وتوفير الملاحظات والتشغيل عن بعد ودعم اللامركزية، وتوفر الطباعة ثلاثية الأبعاد المرونة والوقت في العمل تقليل التكاليف، كما أن العمل بفعالية يحتاج لتقنيات رقمية وإلى بيانات واقعية من الأجهزة المتصلة والعمليات الآلية لزيادة التحسينات وتقليل الوقت والتكرارات. (Kerns, 2021)

### 6. البيانات الضخمة: (Big Data)

ظهر مصطلح البيانات الضخمة لأول مرة منذ خمسة عشر عامًا لوضع اسم لأحجام البيانات الكبيرة والمتنوعة والمعقدة التي لا يمكن إدارتها بسهولة بواسطة ممارسات إدارة البيانات التقليدية، إذ أن البيانات الضخمة عبارة عن مزيج من جميع الأدوات والعمليات المستخدمة لإدارة مجموعات البيانات الكبيرة وهي استنادًا إلى مبدأ أنه كلما زادت معرفتك بأي موقف، كان من الأفضل لك التحليل والتنبؤ بما سيحدث في المستقبل. (Reche, 2019) في السنوات الأخيرة مع ازدياد قوة التحويل الرقمي، برزت البيانات الضخمة، حيث تتمثل هذه البيانات في قيام الشركات بإنشاء وتخزين قدر كبير من البيانات في جميع أقسامها البيانات الشخصية والشرائية للعملاء، وموقع وحالة الأصول، والبحث والتطوير، وما إلى ذلك، تحليل هذه البيانات، إلى جانب البيانات الأخرى قد تكون داخلية وخارجية المصادر، حيث تسمح للشركات بالعثور على علاقات خفية، للوهلة الأولى، اتجاهات أو أنماط يمكن أن تساعد في تقليل التكاليف أو تنمية الأعمال.

كما أن القدرة على تحليل كميات هائلة من البيانات المهيكلة وغير المهيكلة للحصول على رؤى، هي ما يدعم معظم جهود التحويل الرقمي، حيث يتم استخدام البصيرة المستمدة من تحليلات البيانات الكبيرة لدفع عملية رقمنة وأتمتة سير العمل.

فوجد قادة تكنولوجيا المعلومات الذين حققوا أكبر قدر من النجاح في استخدام البيانات الضخمة للمساعدة في التحويل الرقمي يتخذون نهجًا استباقيًا، كما يمكن لجهود البيانات الضخمة أن تعيق فعليًا التحويل

الرقمي، خاصةً إذا كانت البيانات غير مدعومة ببرنامج قوي لإدارة البيانات، وفقًا لذلك لا يمكن الهيئات والشركات ببساطة الوصول إلى المزيد من البيانات ومن المزيد من المصادر بدون إدارة البيانات الوصفية وجودة البيانات وكتالوجات البيانات والأمان. (Overby, 2020). إذ يمكن أن يؤدي توظيف البيانات والتحليلات في نماذج الأعمال الحالية إلى تمكين الشركات من اتخاذ قرارات عملية ومساعدتها على تقديم التجارب، واستخدام التكنولوجيا للكشف عن الارتباطات الخفية والرؤى المثيرة للاهتمام واتجاهات السوق والفرص الجديدة للنمو المربح والمستدام.

### 7. الأمن السيبراني: (Cyber Security)

يعد الأمن السيبراني جانبًا مهمًا من مشاريع التحويل الرقمي لأنه يحمي الأصول الرقمية للمؤسسات والملكية الفكرية وبيانات العملاء، حيث أدى التطور السريع للتقنيات الرقمية إلى تغيير كبير في وجهات النظر الأمنية وزاد من مخاطر التهديدات السيبرانية.

نظرًا لأن التحويل الرقمي أصبح استراتيجية شائعة بشكل متزايد داخل المؤسسات على مدار السنوات القليلة الماضية، فقد ازدادت أيضًا الحاجة إلى تحسينات في الأمن السيبراني الرقمي، يعكس التأثير والمخاطر على الأمن السيبراني الرقمي الذي يمكن إنشاؤه أثناء التحويل الرقمي وبعد اكتمال العملية، إذ يجب أن يؤخذ أمن التحويل الرقمي على محمل الجد كجزء من خطة التحويل لضمان حماية البرامج والتكنولوجيا والبيانات في العمل.

كما هو الحال مع أي مخاطر تتعلق بالأمن الرقمي، كلما زادت البيانات والبرامج والتطبيقات الموجودة في النظام الأساسي الرقمي في العمل، زادت مخاطر الأمان، هذا يجعل الأنظمة أكثر عرضة للخطر من زوايا مختلفة ونقاط دخول للهجمات الإلكترونية. (McKenna, 2020).

لقد تغيرت طبيعة التهديدات والهجمات السيبرانية، وأصبحت الهجمات الإلكترونية الآن أكثر تكرارًا وتعقيدًا وموجهة نحو الهدف، نظرًا لأن مشاريع التحويل الرقمي تنطوي على اعتماد تقنيات جديدة ودمج الأنظمة الرقمية، فقد أصبح الأمن السيبراني مشكلة على مستوى مجلس الإدارة للمؤسسات، كما تفرض التوقعات العديد من المسؤوليات المهمة على المؤسسات، من خلال توفير التوجيه والدعم طوال عملية التحويل الرقمي، حيث يمكن أن يساعد التوجيه المؤسسات على اتخاذ نهج آمن للتحويل الرقمي وحماية أصولها وبياناتها الرقمية، فتوجيه الأنشطة على منصات مختلفة أو داخل المؤسسات والمنظمات المستقلة أصبح أمرًا حيويًا لزيادة الوعي حول الأمن السيبراني، ويمكن أن يدعم تطوير ثقافة المرونة التنظيمية التي تعد ضرورية جدًا للحماية من مجموعة من التهديدات. (Yetim, 2023).

كما يساهم التوجيه في عملية الأمن السيبراني في مشاريع التحويل الرقمي بالطرق التالية:

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحول الرقمي.

**1.7 زيادة الوعي:** التوجيه يرفع الوعي بأهمية الأمن السيبراني في مشاريع التحول الرقمي ويتقف أصحاب المصلحة على حماية الأصول الرقمية.

**2.7 تقديم التوجيه:** يقدم الموجهون إرشادات حول أفضل ممارسات الأمن السيبراني ويساعدون المؤسسات على اتباع نهج استباقي للأمن بدلاً من الاستجابة للتهديدات.

**3.7 مشاركة الخبرات:** يمكن للموجهين مشاركة خبرتهم في تنفيذ تدابير الأمن السيبراني في مشاريع مماثلة وتقديم نظرة ثاقبة حول المزالق الشائعة والاستراتيجيات الفعالة.

**4.7 تحديد المخاطر والتخفيف من حدتها:** يمكن للموجهين مساعدة الهيئات والشركات على تحديد مخاطر الأمن السيبراني والتخفيف من حدتها ومساعدتهم على تنفيذ تدابير أمنية مخصصة.

### المبحث الثالث: واقع التحويل الرقمي في الجزائر

شهدت عملية التحويل الرقمي في الجزائر تسارعا مستمرا في السنوات الأخيرة، حيث توجت هذه العملية بإطلاق العديد من البوابات الحكومية للخدمات العمومية في نهاية 2022، فقد رفعت الجزائر بشكل كبير من سعة شريط النطاق الترددي الدولي لديها (ENTV, 2022). من خلال هذا المبحث نستعرض واقع التحويل الرقمي في الجزائر وأهم القطاعات التي مسها التحويل الرقمي.

سنتطرق من خلال هذا المبحث الخوض في معرفة الحكومة الإلكترونية وأهم نماذج التحويل الرقمي مع عرض تحديات ومخاطر التحويل الرقمي في الجزائر وذلك من خلال ثلاثة مطالب؛

#### المطلب الأول: الحكومة الإلكترونية.

حظي هذا المصطلح بالعديد من المصطلحات المستخدمة بصيغة ترادفيه، وتبادلية في الإنتاج الفكري منها الحكومة الإلكترونية، والحكومة الذكية، والحكومة المتصلة، والحكومة المحمولة، والحكومة الرقمية، وهي في مجملها تقوم على فكرة تحقيق الانسيابية في العمل بين الإدارات، كما تحتاج الحكومة الإلكترونية إلى خريطة طريق عالية المستوى من الأعلى إلى الأسفل مترافقة مع خطة تنفيذ تفصيلية من الأسفل إلى الأعلى. (المتحدة، 2020)، فقد شكل مشروع الجزائر الإلكترونية 2013 أول وثيقة رسمية تحمل معالم برنامج إدارة إلكترونية متكامل تم إطلاقه هذه المبادرة شهر ديسمبر من عام 2008م من طرف وزارة البريد والمواصلات، غير أن تجسيده الفعلي لم يتم، وبحلول شهر جوان من عام 2022 تم إرساء الاستراتيجية الوطنية للتحويل الرقمي في ثوبها الجديد والتي حملت في مضمونها عزم الجزائر على تدارك الوضع والمضي قدما في خوض غمار الرقمنة عبر الاستفادة من العثرات التي وقعت فيها في ظل الجائحة كوفيد-19. (منسل، 2023)

#### الفرع الأول: هيئة الحكومة الرقمية:

تشير هيئة الحكومة الإلكترونية E-government، بمعناه الواسع، إلى استخدام الوزارات ومؤسسات الدولة والدوائر الحكومية على اختلاف مستوياتها للتقنيات والمعلومات والاتصالات في إنجاز أعمالها والقيام بوظائفها المختلفة. ومختلف تطبيقات الإنترنت، وخاصة ما يتصل بتقديم الخدمات الحكومية إلى الجهات غير الحكومية أو مختلف، إلا أن بعضها الآخر يتبنى منظورا أكثر شمولية، فيدرج في إطار هذا التعريف جميع الأعمال والأنشطة جميعها التي تعتمد فيها أجهزة الدولة اعتمادا كاملا على التقنيات الحديثة في مجال المعلومات والاتصالات، من أجل تحقيق أهداف (الاستثمار، الاستدامة، التنافسية، ورفع العائد) مما يساهم في تحقيق قيمة مضافة للاقتصاد الرقمي.

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

إذ أصبحت الحكومات مؤخرًا تستخدم بشكل متزايد التكنولوجيات الرقمية لتحسين الاستجابة للكوارث والصدمات الأخرى لتحسين قدرة المجتمعات المحلية على الصمود. وفي الوقت نفسه، أضاف تطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بعدًا جديدًا من جوانب الضعف، ويتطلب ذلك تعزيز القدرة على الصمود في النواحي الأخرى التي لا تكون فيها الحكومات مجهزة على الدوام للمغامرة، وسعي الحكومات أيضًا إلى إيجاد السبل الكفيلة بضمان معايير و ضمانات جيدة في الخدمات العامة عبر الإنترنت، مثل الصحة الرقمية، مع العمل بشكل وثيق مع القطاع الخاص، وبشكل عام، في مجتمع المعلومات.

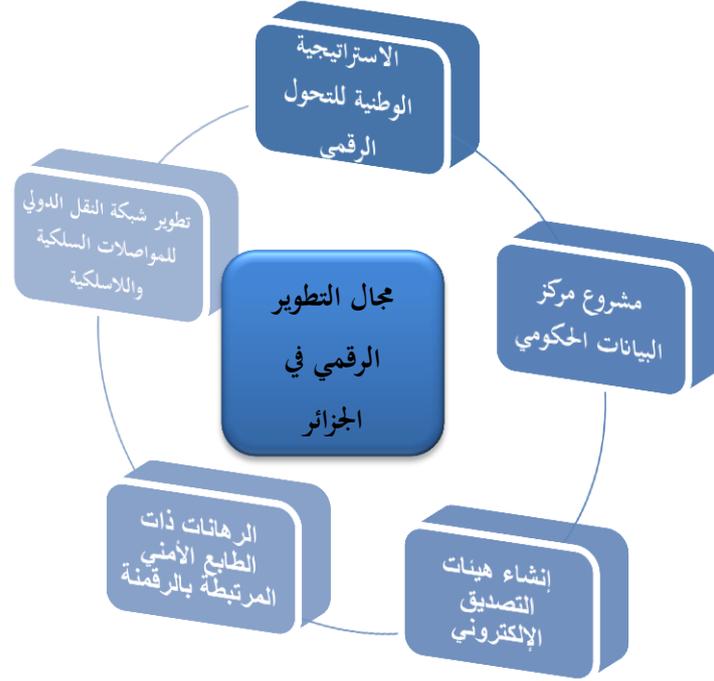
ويشير تقرير الأمم المتحدة للحكومة الإلكترونية 2020 الاتجاهات العالمية في الحكومة الإلكترونية، والتطور الإقليمي وأداء الدول فيما يخص الحكومة الإلكترونية، والتحديات والفرص الإقليمية، وتطورات الحكومة الإلكترونية على مستوى المدن والتجمعات البشرية، وقد عرض التقرير قياس مستوى التطور في تنمية الحكومة الإلكترونية من خلال مؤشرات رئيسية؛ هي: (علي، 2020)

- الخدمات الحكومية الإلكترونية؛
- رأس المال البشري؛
- البنية التحتية للاتصالات؛
- المشاركة الإلكترونية؛

### الفرع الثاني: مجال التطوير الرقمي في الجزائر.

تشهد الجزائر في المجال الرقمي تقدمًا ملحوظًا، حيث تشير الاحصائيات إلى زيادة في الاستثمارات وتحسن وتطوير البنية التحتية الأساسية، مثل شبكات الاتصالات والوصول إلى الإنترنت، وخاصةً مع تسريع تركيب FTTH والذي زاد عدد المشتركين فيه بنسبة تقرب من 40% في نهاية يناير 2023 ليصل إلى أكثر من 520000 مشترك. رغم امتلاك الجزائر لإمكانيات في مجال الاتصالات السلكية واللاسلكية، إلا أن وتيرة التطور لا تزال متوسطة جدًا مقارنة بدول أخرى، التي تتمتع بإمكانات مماثلة لدينا، لذلك درست الحكومة ملف التطوير الرقمي في الجزائر، من خلال تقديم مختلف العروض من قبل مسؤولي مختلف القطاعات الذين تعنى قطاعاتهم بشكل خاص بهذه العملية، ويتعلق الأمر بالمسائل والمواضيع الآتية: (ministerecommunication, 2023)

الشكل رقم (1-2) مجال التطور الرقمي في الجزائر.



المصدر: من اعداد الطالب اعتماد على الموقع الالكتروني

<https://www.ministerecommunication.gov.dz/ar/node/10494>

من خلال الشكل رقم (1-2) يوضح مجال التطور الرقمي في الجزائر، حيث يوضح الشكل مختلف النقاط الذي يتعرض لها عملية التحويل الرقمي.

### 1. الاستراتيجية الوطنية للتحويل الرقمي:

عرضت وزارة الرقمنة والإحصائيات الاستراتيجية الوطنية للتحويل الرقمي التي تأتي تماشيا مع مخطط الحكومة والذي يهدف إلى تحسين الربط البيئي وتعميم استعمال تكنولوجيات الإعلام والاتصال، لاسيما في إدارات الخدمة العمومية، وتحسين حوكمة القطاع الاقتصادي.

تجدر الإشارة بهذا الصدد، إلى أن الإدارات قد طورت في مجال الخدمات الإلكترونية 454 خدمة عمومية تعد عملياتية بالفعل عبر الإنترنت، بالإضافة إلى 178 خدمة عمومية تجري عملية رقميتها.

وقد تم تحديد عناصر هذه الاستراتيجية بالتشاور مع المؤسسات والإدارات العمومية ومؤسسات التكوين والبحث والخبراء ومختلف المتعاملين الاقتصاديين والفاعلين الرقميين وكذا المؤسسات الناشئة، بهدف تحسين الحوكمة العمومية من خلال رقمنة المرفق العام وتعزيز النظام البيئي لترقية الاقتصاد والمواطنة الرقمية، مع تبني مسعى شامل وجماعي وموحد.

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

كما تظطلع هذه الاستراتيجية إلى وضع آليات من شأنها ضمان تعاون وبناء علاقات وظيفية جد متينة بين مختلف الجهات الفاعلة من المؤسسات والشركات الاقتصادية وكذا الكفاءات والمواطنين من خلال نظرة شمولية تمكن من التأسيس لبنية اجتماعية واقتصادية جديدة.

بالتوازي مع ذلك، تسعى السلطات العليا في البلاد إلى إرساء خطط طموحة تمكن من خلالها تطوير قطاع الرقمنة والارتقاء به لمستويات تواكب الواقع التكنولوجي في المنطقة مما يسمح بالمساهمة في ترسيخ مكانة متميزة للجزائر إقليميا ودوليا في ظل التطور التكنولوجي السريع في معظم دول العالم.

### 2. مشروع مركز البيانات الحكومي:

قامت وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية بالعمل على إنشاء مشروع مركز البيانات الحكومي الذي يندرج في إطار برنامج رقمنة وعصرنة الإدارات والهيئات والخدمات العمومية، حيث يهدف إنشاؤه إلى تلبية الاحتياجات الحالية والمستقبلية للمؤسسات والإدارات العمومية من حيث تنظيم ومعالجة وتخزين وإيداع أحجام كبيرة من البيانات، مع ضمان استمرارية الخدمات وأمن البيانات، حيث يهدف مركز البيانات الحكومي إلى تأمين البيانات والعمل على إرساء السيادة الوطنية في المجال الرقمي وإنشاء بوابة حكومية تتيح الوصول افتراضيا وعن بعد إلى جل الخدمات العمومية التي تقدمها الإدارات العمومية المختلفة مع نشر خدمات جديدة تستند إلى التصديق الإلكتروني والهوية الرقمية.

### 3. إنشاء هيئات التصديق الإلكتروني:

تعمل وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية حول الشبكة الوطنية للتصديق الإلكتروني، ولاسيما السلطات الثلاث التي تقوم عليها، والمتمثلة تحديدا في السلطة الوطنية للتصديق الإلكتروني (ANCE)، والسلطة الحكومية للتصديق الإلكتروني (AGCE)، والسلطة الاقتصادية للتصديق الإلكتروني (AECE)، حيث حصلت سلطات التصديق الإلكتروني هذه على ختم WebTrust الذي يكرس اعتراف نظيراتها بها على الصعيد الدولي. إن سنّ القانون رقم 04-15 المؤرخ في 11 ربيع الثاني عام 1436 الموافق 01 فبراير سنة 2015، (القانون 04-15، 2015) الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين قد ساهم في وضع مخطط وطني للتصديق الإلكتروني يتألف من سلطة رئيسية وطنية وسلطتين تابعتين لها، سلطة مكرّسة للفرع الحكومي والأخرى للفرع الاقتصادي. ((ARPCE)، 2020)

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

تمّ تعيين سلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية بصفتها السلطة الاقتصادية للتصديق الالكتروني. فهي مُكلّفة بمتابعة ومراقبة مؤدي خدمات التصديق الالكتروني الذي يقدمون خدمات التوقيع والتصديق الالكترونيين لصالح الجمهور، كما أنّها تتولى المهام الآتية لفائدة مؤدي خدمات التصديق الالكتروني:

- إعداد سياستها للتصديق الالكتروني وعرضها على السلطة للموافقة عليها والسهر على تطبيقها؛
- منح التراخيص لمؤدي خدمات التصديق الالكتروني بعد موافقة السلطة؛
- الموافقة على سياسات التصديق الصادرة عن مؤدي خدمات التصديق الالكتروني والسهر على تطبيقها؛
- الاحتفاظ بشهادات التصديق الالكتروني المنتهية صلاحيتها، والبيانات المرتبطة بمنحها من طرف مؤدي خدمات التصديق الالكتروني بغرض تسليمها إلى السلطات القضائية المختصة، عند الاقتضاء، طبقاً للأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها؛
- نشر شهادة التصديق الالكتروني للمفتاح العمومي للسلطة؛
- اتخاذ التدابير اللازمة لضمان استمرارية الخدمات في حالة عجز مؤدي خدمات التصديق الالكتروني عن تقديم خدماته؛
- ارسال كل المعلومات المتعلقة بنشاط التصديق الالكتروني إلى السلطة دورياً أو بناء على طلب منها؛
- التحقق من مطابقة طالبي التراخيص مع سياسة التصديق الالكتروني بنفسها أو عن طريق مكاتب تدقيق معتمدة؛
- السهر على وجود منافسة فعلية ونزيهة باتخاذ كل التدابير اللازمة لترقية أو استعادة المنافسة بين مؤدي خدمات التصديق الالكتروني؛
- التحكيم في النزاعات القائمة بين مؤدي خدمات التصديق الالكتروني فيما بينهم أو مع المستعملين طبقاً للتشريع المعمول به؛
- مطالبة مؤدي خدمات التصديق الالكتروني أو كل شخص معني بأي وثيقة أو معلومة تساعد في تأدية المهام المخولة لها بموجب هذا القانون؛
- إعداد دفتر الشروط الذي يحدد شروط وكيفيات تأدية خدمات التصديق الالكتروني وعرضه على السلطة للموافقة عليه؛
- إجراء كل مراقبة طبقاً لسياسة التصديق الالكتروني ودفتر الشروط الذي يحدد شروط وكيفيات تأدية خدمات التصديق الالكتروني؛

تقوم السلطة الاقتصادية للتصديق الإلكتروني بتبليغ النيابة العامة بكل فعل ذو طابع جزائي يكتشف بمناسبة تأدية مهامها.

### 4. تطوير شبكة النقل الدولي للمواصلات السلكية واللاسلكية:

في إطار السياسة العامة للحكومة وبرنامج عملها، قامت وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية بإبراز أهداف هذا الإجراء الذي يرمي إلى تأمين الشبكة الدولية من خلال تنويع الوصلات في الجزائر وعلى الصعيد الدولي، وكذا رفع سعة النطاق الترددي الدولي تحسبا للتطور المعتبر لحركة البيانات الرقمية.

كما تم عرض أهم العمليات المنجزة بهدف تحقيق هذه الأهداف، والتي تتعلق بشكل خاص بتوسيع قدرات أنظمة الوصلات بالكوابل البحرية الحالية والانضمام إلى مشروع نظامي وصلات دولية جديدة بالكابلات البحرية. فيما يخص النطاق الترددي الدولي، الجزائر متصلة بشبكة الإنترنت العالمية من خلال خمسة كوابل دولية وأن القدرات الوطنية المتوفرة منذ سنة 2021 تبلغ 2.8 تيرابايت في الثانية، حيث أن القدرات التي تم الالتزام بها بموجب المشاريع الجديدة ستضع الجزائر كدولة ذات إمكانيات عالية من حيث خدمات الإنترنت.

### 5. الرهانات ذات الطابع الأمني المرتبطة بالرقمنة:

تتمثل هذه الرهانات في عرض حال حول تحديات ومخاطر التحويل الرقمي التي تتعلق بجوانب تأمين بيانات الأفراد والشركات والمؤسسات وتلك المتعلقة بحسن سير الأنظمة المعلوماتية التي تعتمد عليها الشركات والإدارات العصرية بشكل متزايد ونتيجة لذلك، أصبح الأمن الرقمي جانبا مهما من جوانب سيادة الدول ورهانا كبيرا أمام تنميتها الاقتصادية.

وفي هذا الصدد، فإن المسعى الذي اعتمدته الحكومة في هذا المجال يتركز على الجوانب التالية:

- حماية المواطنين والمنشآت الحكومية؛
- الاستجابة للتهديدات المحتملة للنظام البيئي الوطني؛
- تطوير خبرة وأنظمة وأطر الحوكمة؛
- التنسيق والتعاون من خلال إنشاء آليات قطاعية مشتركة.

### الفرع الثالث: النظام البيئي الرقمي في الجزائر.

تم إنشاء وزارة منتدبة مكلفة باقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة، حيث تم في هذا الإطار إلى جعل الجزائر تتبنى عملية التحويل الرقمي منذ عدة سنوات، والتي ارتكزت أساسا على تطوير نظام بيئي رقمي يساعد على إنشاء بني تحتية رقمية، مما يسمح لبروز اقتصاد رقمي حقيقي والولوج إلى الخدمات العمومية عبر الإنترنت.

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

كما شجع إنشاء حقيبة وزارية مكلفة بالمؤسسات الناشئة على تطوير نظام بيئي رقمي، لاسيما مع إنشاء إطار تنظيمي مخصص لذلك، يحدد لأول مرة في التنظيم الوطني مفهوم "المؤسسة الناشئة"، وإنشاء أدوات جديدة لتمويل المؤسسات الناشئة، وكذا ترقية هياكل المرافقة (الحاضنات والمسرعات).

بالإضافة إلى ذلك، تم إلغاء الطابع المادي للعديد من الإجراءات الإدارية، وذلك من خلال مختلف المنصات، مثل: المنصة الرقمية " **startup.dz** "، التي تسمح بالحصول على علامة "المؤسسة الناشئة"، فضلا عن المزايا ذات الصلة، والمنصة الرقمية " **ASF. dz** "، التي تسمح للمؤسسات الناشئة بتقديم طلباتها للتمويل دون الحاجة إلى التنقل. كما يتم إنجاز منصات أخرى لمرافقة المؤسسات الناشئة في إجراءاتها الإدارية.

كما تم مرافقة عملية الرقمنة من قبل الجامعة الجزائرية والتقدم المحرز في عمل خلية اليقظة لمكافحة التبعية التكنولوجية وفي هذا الإطار، بالتنسيق مع وزارة التعليم العالي والبحث العلمي بالتدابير التشريعية والتنظيمية والإدارية التي تم وضعها بعنوان الاستراتيجية الملتزم بها لتعميم وتوسيع استعمال الرقمنة مع تعبئة الوسائل اللازمة وتكوين التأطير قصد تحقيق هذا الهدف.

وتجدر الإشارة إلى أنه فيما يخص الرقمنة، فقد حقق قطاع التعليم العالي والبحث العلمي تقدما كبيرا في تجسيد هذه الرؤية الجديدة لمواكبة الجامعة نحو التحويل الرقمي من حيث التكوين والتعليم والبحث العلمي والحوكمة وأيضا مرافقة القطاعات الأخرى في هذه العملية.

فيما يخص التقدم المحرز في عمل خلية اليقظة لمكافحة التبعية التكنولوجية، تم إنشاء الخلية متعددة القطاعات لليقظة التكنولوجية المذكورة يأتي في إطار الإجراءات المتخذة من قبل الحكومة لإعطاء دفع جديد للتطور التكنولوجي في بلادنا وضمان اليقظة في مكافحة التبعية التكنولوجية، لاسيما في مجال الرقمنة.

وفي هذا الصدد، تم وضع خارطة طريق حكومية تشتمل على تقييم للقدرات البشرية والمادية لمختلف القطاعات، والتي من شأنها أن تساهم في تعزيز اليقظة حول الرهانات ذات الأولوية في مجال الأمن التكنولوجي واعتماد مفهوم موحد للآليات التي سيتم اقتراح تطويرها من قبل هذه الخلية، من أجل ضمان الأمن التكنولوجي الوطني. مع تكييف وتثمين القوانين الأساسية المتعلقة ببعض الأسلاك التقنية في الإدارة العمومية ولاسيما المستخدمين المكلفين بالرقمنة، حيث تمحور اقتراح الحكومة تعديل وتثمين القوانين الأساسية المتعلقة ببعض الأسلاك التقنية في الإدارة العمومية، حيث أشير إلى أن مسألة الارتقاء بالأسلاك المتعلقة بالنشاط الرقمي وضمان استقرارها تشكل رهانا أساسيا، يتوقف عليه نجاح السياسة العمومية للعصرنة والرقمنة سواء بالنسبة للإدارة العمومية أو للاقتصاد الوطني."

### المطلب الثاني: نماذج تطبيق التحويل الرقمي في الجزائر.

لإنجاح عملية التحويل الرقمي يجب تعميمها في القطاع العام والقطاع الخاص على حد سواء وذلك حتى تكون سهولة في المعاملات المشتركة بين القطاعين من أجل تحقيق أهداف عامة.

### الفرع الأول: نماذج تطبيق التحويل الرقمي في القطاع العام.

أصبح الآن وأكثر من أي وقت مضى، تتجلى الضرورة الملحة أمام الحكومات في تزويد المواطنين بمعلومات دقيقة ومحدثة وأنظمة سهلة الاستخدام من أجل إجراء المعاملات مع الوكالات والجهات المختلفة، لقد أصبح التحويل الرقمي ضروريا للقطاع العام من أجل تلبية الاحتياجات اليومية القائمة، وهذا ناهيك عن الاحتياجات المستقبلية؛ مما يفرض على الحكومات التحويل بسرعة وشمولية من خلال الإصلاح الشامل وترميم التسلسل الهرمي التنظيمي وعمليات سير العمل، حيث بادرت الحكومة الجزائرية إلى رقمنة العديد من القطاعات.

#### 1. رقمنة قطاع الداخلية والجماعات المحلية:

في إطار رقمنة وزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية تم وضع استراتيجية لرقمنة القطاع تسمح بإعطاء أكثر فعالية ونجاعة للخدمة العمومية وللقرارات الواجب اتخاذها. وقد تم العمل وفق برنامج يتركز على الأربعة (04) محاور أساسية تسمح بتحويل رقمي شامل وفيما يلي: (العمرانية، 2022)

- رقمنة كافة عمليات التسيير؛
  - تعميم الخدمات عن بعد والتي تسهل تقديم الخدمة للمواطن؛
  - التبادل البيني مع القطاعات الأخرى؛
  - دعم وتعزيز الشبكة الداخلية، وربطها مع القطاعات الأخرى؛
- وقد توج التحويل الرقمي الذي باشرته وزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية بتقديم أكثر من 80% من خدمات المرفق العام إلكترونيا عن بعد واقتصاد كميات هامة من الورق بعدما كانت مصالح الحالة المدنية للبلديات تستهلك قرابة 80 مليون ورقة سنويا.

من بين الانجازات عملية التحويل الرقمي، حيث تم تعميم رقمه استعمال الرقم التعريفي الوطني للأشخاص الطبيعيين (تخص أكثر من 71 مليون عقد ميلاد، بما فيها عقود ميلاد المولودين بالخارج)، بالإضافة إلى إطلاق دراسة لتوسيع استعماله إلى الأشخاص المعنويين، كما تم انجاز: 17.225.301 جواز سفر بيومتري و 26.252.547 بطاقة تعريف بيومترية، بالإضافة إلى 2.782.075 رخصة سياقة بيومترية.

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

كما تم تسجيل بداية العمل بالإمضاء الإلكتروني، سيما بانطلاق خدمة الاستخراج عن بعد لوثائق الحالة المدنية الممضية إلكترونيا، وإطلاق بطاقة التعريف الوطنية البيومترية والإلكترونية. إطلاق جوازات السفر الإلكترونية الإلكترونية البطاقة الرمادية و رخصة السياقة الإلكترونيين، التسجيل الإلكتروني للحج.

ومن بين أولويات العمل الحكومي لتدارك الفوارق التنموية والإقصاء بين مناطق الوطن، تم تطوير نظام معلوماتي يسمح بتعداد وإحصاء مناطق الظل عبر كل التراب الوطني، مع تحديد مختلف أوجه العجز بها، من جهة، والاحتياجات المالية والمادية المستعجلة من حيث المشاريع التنموية ذات الأولوية، حيث تم تطوير العشرات من الأنظمة المعلوماتية الأخرى والتي ساهمت في تحسين المرفق العام والتسريع والتدقيق في عمليات التسيير، حيث تعمل السلطات العليا في البلاد على تذليل كل العقبات وتجاوز كل الصعوبات البيروقراطية من أجل تحول رقمي شامل.

### 2. رقمنة القطاع الصحي الجزائري:

إن قانون الصحة الجديد أولى أهمية لعصرنة المنظومة الوطنية للصحة عبر إدراج أدوات تسيير عصريه، وتكنولوجيات جديدة لاسيما إنشاء البطاقة الإلكترونية للصحة وتأسيس الملف الطبي الإلكتروني للمريض، حيث تتجه الجزائر إلى التحويل الرقمي في القطاع الصحي وإدراجه ضمن منظومتها الصحية وذلك للحد من تنقل المرضى في الحصول على المواعيد وتسهيل الاجراءات الادارية عند مكاتب الدخول، ومراقبة تسيير المستشفيات خاصة فيما يتعلق بتمويل الميزانيات، ذلك لما يفرضه الوضع الراهن في إعادة النظر في إصلاح المستشفيات، لكن خبراء تكنولوجيا الاعلام والاتصال غير راضين بالسياسة التي تنتهجها وزارة البريد والمواصلات والوتيرة التي تسيير بها مقارنة بالدول المتطورة وحتى دول الجوار التي قطعت أشواطاً في هذا المجال، مؤكدين على ضرورة إشراك الخبراء في مجال رقمنة الادارات من أجل تسيير هذا الملف بشفافية ومهنية، وحسب موقع شركة "Annie App" المتخصصة في جمع وتحليل بيانات السوق المتعلقة بالتطبيقات فالسوق الجزائرية تحتوي على العديد من التطبيقات حول الصحة أغلبها تخص تطبيقات أجنبية وتطبيقات حول الطب التقليدي والديني، إضافة إلى المشاكل التي تواجه القطاع الصحي، فرقمنة القطاع الصحي عامة والمستشفيات خاصة قد تكون الحل لبعض المشاكل اليومية، كتتبع ملفات المرضى إلكترونيا رقمنة المواعيد عند الطبيب. (زوليخة، 2023) وهذا ما يجعل نظام الصحة الإلكترونية نظام متكامل لتوصيل الرعاية الصحية يمكن من استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كبديل للاتصال المباشر بين الأطقم الطبية والمرضى، وتضم تطبيقات عديدة مثل الطب عن بعد والسجلات الطبية الإلكترونية والاستشارات الطبية عن بعد والمشاورات الطبية بين المراكز الطبية والمستشفيات الحضرية وما إلى ذلك، حيث يتيح الصحة الإلكترونية بث

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

المعلومات الطبية وتخزينها واسترجاعها في نسق رقمي بين الأطباء والمرضات وغيرهم من العاملين في المجال الطبي.  
(كنزة، 2020)

من بين أهم الانجازات الرقمية في القطاع الصحي الجزائري نذكر ما يلي:

### 1.2 المنصة الإلكترونية الاستشارة الطبية عند بعد (إ. طبيب):

عبارة عن منصة إلكترونية محلية تقدم خدمات مجانية لاستشارة الطبية في فترة الحجر المنزلي أطلقتها شركة محلية جزائرية في مجال الحلول الذكية بالقطاع الصحي، تمنح المرضى الجزائريين إمكانية استئناف مواعيدهم الطبية في ظل الاجراءات المتخذة للحد من فيروس كورونا، تتعامل المنصة مع أطباء متطوعين من مختلف الاختصاصات الطبية ومن كافة الولايات وتهدف إلى تخفيف الضغط على المستشفيات وتجنب المرضى التنقل والاكتظاظ باستخدام الحاسوب أو الهواتف الذكية.

كما تهدف منصة "إ-طبيب" التي اختارت شعار "لا تعب بعد اليوم"، إلى تغيير ممارسة الطب من خلال توظيف تقنيات حديثة في المجال تخدم المواطنين بالرعاية الطبية تتماشى والمعايير الدولية. (إسلام، 2020).

### 2.2 المنصة الرقمية للمواعيد الطبية صحتك:

عبارة عن منصة رقمية تتشكل من مجموعة من العناصر رئيسية تتمثل في المؤسسة في القطاع الصحي، المرضى، المستشفيات والصيدليات، حيث تعتبر المنصة من بين أحد المشاريع الرقمية المبتكرة في الجزائر، فهذه المنصة عبارة عن شركة ناشئة من الجمع Eurl AFIND، فهي رائدة في مجال الصحة لأخذ المواعيد الطبية عبر الأنترنت، وهو تطبيق يرافق المرضى، ويوفّر لهم كل المستلزمات لرعاية المرضى عن بعد دون عناء التنقل والانتظار لساعات طويلة، وذلك من خلال زيارة البوابة الإلكترونية <https://sihhatech.com>، من خلال انشاء وتنظيم قاعدة البيانات يكون عن طريق الولاية، وعلى حسب التخصص الطبي مع توفير خانة اسم وعنوان المؤسسة الصحية، وكذلك الموقع الجغرافي الدقيق للوصول إليها.

فبالنسبة للمستخدمين بمجرد الدخول والضغط على بوابة مهني الصحة من قائمة نتائج البحث الذي تم ادراجه، تعرض المنصة جميع التفاصيل: العنوان، رقم الهاتف، أيام وساعات العمل وتحديد الموقع الجغرافي على خريطة جوجل، جدول أوقات عمل الطبيب مرتبط بقاعدة بيانات "صحتك"، الأوقات التي أخذت فيها المواعيد من قبل تأخذ بعين الاعتبار أوتوماتيكيًا بمجرد تحديد الموعد، ترسل المنصة رسالة قصيرة SMS تذكير إلى المستخدم 24 ساعة قبل موعد الفحص.

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

كما تهدف إلى ربط أجنحة الطبيب بقاعدة على موعد لدى الأطباء أو البحث عن صيدلية وموقعها، حيث تحتوي قاعدة بيانات هذه المنصة على معلومات يحتاجها المريض، ويمكن له أن يبحث على الطبيب الأخصائي بتحديد والإقامة من خلال الاستمارة التي تظهر على الصفحة الرئيسية وحجز مواعيد محددة.

كما استطاعت المنصة خلال 6 سنوات تقريبا من إطلاقها تحقيق نجاح كبير في قطاع الخدمات الطبية الجزائرية، وبنشاطها الرئيسي عبر تطبيق الهواتف الذكية، من خلاله تصفح مجموعة من أفضل الأطباء في البلاد في مختلف الولايات، شاملا كافة التخصصات الطبية. (حبيب، 2022)

### 3.2 المنصة الرقمية دوكتا تربط المرضى بالأطباء:

منصة دوكتا هي منصة رقمية موجهة للأطباء والمواطنين من أجل رعاية صحية ذكية أكثر سهولة، وتهدف إلى تنظيم المواعيد الطبية وإدارة المعلومات والملفات الطبية الخاصة بالمرضى على منصة واحدة وتسهيل التواصل بين الطبيب والمريض بشكل خاص، تأتي هذه المنصة الرقمية لمساعدة المريض على إيجاد أطباء أكفاء في وقت قصير والاطلاع على مواعيد عملهم، حيث قامت مجموعة من الكفاءات الجزائرية بإطلاق منصة رقمية خاصة بالصحة موجهة للأطباء والمواطنين للانضمام إليها، من أجل ضمان تجربة رعاية صحية أكثر سهولة، تحت اسم "دوكتا". في إطار الحاجة إلى حلول رقمية تساير الواقع وتحسن من تجربة الرعاية الصحية في البلاد.

تهدف منصة "دوكتا" إلى تنظيم المواعيد الطبية، وإدارة المعلومات والملفات الطبية الخاصة بالمرضى على منصة واحدة، إضافة إلى تحسين علاقة الطبيب مع المريض بتسهيل التواصل مع الأخير، حيث تبلورت الفكرة من الأزمة الصحية العالمية جائحة كورونا في إطار البحث عن رقمنة مختلف القطاعات بما فيها قطاع الصحة، ولكن عند ظهور الوباء المستجد تأكدت ضرورة رقمنة قطاع الصحة، خاصة مع وجود بعض الدوافع، مثل قاعات الانتظار المزدحمة، مدة الانتظار الطويلة، الحاجة إلى رقمنة الملفات الطبية وتسهيل التعامل بها، فهي تضمن تجربة رعاية صحية ذكية وسهلة، وجدت لتسهيل عمل الطبيب عن طريق تنظيم المواعيد وتسهيل التواصل مع المريض بشكل خاص، فالفكرة تحولت إلى واقع يستقطب العديد من المهتمين بميدان الصحة والرقمنة.

وبالنسبة للمريض، فإن هذه المنصة الرقمية تأتي لمساعدته على إيجاد أطباء أكفاء في وقت قصير، وتقدم له الفرصة للاطلاع على مواعيد عملهم وتتبع المواعيد مع طبيبه عن طريق ميزة الإشعارات والتنبيهات، كما أنه سيكون على دراية بكل المعلومات المتعلقة بحالته الصحية وإذا أراد كذلك حالة أفراد عائلته الذين يضمهم معه.

وتقدم المنصة العديد من التسهيلات للمرضى، حيث ستصل إلى العديد من المستعملين عن طريق استراتيجية تسويق سواء رقمية أو ما يسمى بالتسويق في الميدان، حيث وضعت تحت تصرفهم خدمة الزبائن.

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

كما أن هناك توجه نحو وصفة طبية رقمية في القريب العاجل حتى يستغني الطبيب والمواطن عن النسخة الورقية قريبا، والعمل على تصميم البطاقة الصحية الخاصة بهذه المنصة، من أجل وضع كافة معلومات المريض بشكل رقمي بطريقة سهلة، وبالتالي فإن المريض سيحصل على معلوماته من دون الحاجة إلى حمل النسخة الورقية. وتهدف هذه الفكرة الجديدة في الجزائر إلى تحسين تجربة الرعاية الصحية وتسهيل عمل الطبيب، خاصة بعد جائحة كورونا التي يعاني منها العالم وهي التي دفعت إلى وجود مثل هذا المشروع. (العكور، 2021)

### 4.2 المنصة الإلكترونية لتتبع تطور فيروس كورونا:

عبارة عن بوابة إلكترونية رقمية خاصة بوزارة الصحة لرصد تطورات فيروس كورونا بالجزائر من خلال تتبع التطورات المتعلقة بانتشار الفيروس برصد حالات الإصابة والشفاء والوفيات اليومية على مستوى كافة ولايات الوطن من خلال الخريطة الوبائية. تتولى هذه المنصة تقديم المعلومات والمستجدات للمواطن وتقديم نصائح وإرشادات حول الفيروس وإجراءات الوقاية.

لقد كانت المنصة الرقمية لرصد تطورات فيروس covid 19 بالجزائر، عبر البوابة الإلكترونية الخاصة بوزارة الصحة، كنتيجة لتوجه الدولة نحو تطوير المحتوى الرقمي والخدمات عبر الأنترنت في الجزائر، والتحول الرقمي التدريجي في مختلف المجالات، وعلى مستوى كافة المؤسسات، حيث لا تقتصر الخصائص التي تتحها هذه المنصة على تتبع آخر التطورات المتعلقة بانتشار فيروس كورونا في الجزائر، برصد إحصائيات حالات الإصابة والشفاء والوفيات الجديدة، في كل يوم على مستوى كافة ولايات الوطن من خلال الخريطة الوبائية *Carte épidémiologique* إنما تمتد إلى كون هذه المنصة تتولى تقديم المعلومات والمستجدات للمواطن، وكذلك نصائح توعوية سواء حول المرض أو إجراءات الوقاية، باعتبارها جزء من التدابير المتخذة لمواجهة هذا الوباء. (بوحفص، 2021).

### 3. رقمنة القطاع المصرفي:

حققت الجزائر تقدما في تعزيز ابتكارات التكنولوجيا المالية وتطوير الخدمات المالية الرقمية، حيث عرف القطاع المصرفي في الجزائر قفزة نوعية في إطار عصرنة الخدمات المالية والانتقال من التعاملات التقليدية إلى التعاملات الإلكترونية من خلال بطاقة المصرفية الإلكترونية إلى بطاقة الائتمان الممغنطة التي أعطت للبنك مكانة بارزة، ومن ثمة إن المصارف اوجدت آليات مصرفية مبتكرة وحديثة استنادا إلى الثورة الحاصلة في المجال الإلكتروني، فالمصارف تملك أدوات مصرفية قابلة للتطور بفاعلية وكفاءة مالية بمساندة التجارة الإلكترونية.

فالجزائر تعمل المزيد من الجهد لزيادة الوعي بمنافع الرقمنة وتحفيز نموها، والجزائر مثلها مثل منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا بأكملها تعرضت لصدمات اقتصادية تفاقمت بسبب جائحة فيروس كورونا، بما في ذلك

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحوّل الرقمي.

انخفاض أسعار النفط، ويعد التحوّل الرقمي، وهو أحد الأهداف الإنمائية الرئيسية للجزائر وعنصرا أساسيا في البلاد.

كما أن الحصول على الخدمات المالية بأسعار ميسورة هو أمر بالغ الأهمية للحد من الفقر وتحقيق النمو الاقتصادي وتوفّر القدرة على التكيف مع الأزمات كما أنه يمهد الطريق للشمول المالي، كما على يساهم في خفض التكاليف وزيادة السرعة والأمان والشفافية وتمكين خدمات مالية الأكثر أماناً، من شأنها زيادة إمكانية الوصول إلى المدفوعات الرقمية، فقد شهدت الخدمات المالية عبر الهاتف المحمول انتشار في العديد من البلدان النامية لتبدأ "الموجة الأولى" من الخدمات المالية الرقمية، في حين أن الاتصال بشبكات الهاتف المحمول ذات النطاق العريض في الجزائر أقل من المتوسط في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، فإن استخدام الخدمات المالية الرقمية لا يزال منخفضاً للغاية. (بوبار، 2021)

مؤخرا قامت السلطات العليا في البلاد إلى التوجه نحو اعتماد عملة رقمية، على اعتبار أن العملات الرقمية بدأ استعمالها يتوسع بقوة في العالم. (ياحي، 2023)

كما تعمل المدفوعات الرقمية في الجزائر السماح للمستهلك بتحويل الأموال أو دفع الفواتير أو دفع ثمن السلع والخدمات من منزله أو في السوق أو المتجر من خلال مجموعة من الاشكال، وقد زادت جائحة كورونا من هذه المنافع فهي تخفض بشكل كبير من الحاجة إلى الاتصال المادي في المعاملات التجارية والمالية، لذلك فأهم الأنواع المستخدمة في الدفع الرقمي في الجزائر هي: (الياحي، 2022).

### 1.3 البطاقات الائتمانية:

هي بطاقة رقمية يتم إصدارها للعملاء من قبل البنوك المنتشرة في كل بلد، والتي تعتمد أسلوب الدفع الإلكتروني، وذلك بالتعاون مع الشركات العالمية للدفع الرقمي مثل: ماستر كارد، فيزا كارد، حيث يستطيع العميل استخدامها في المتاجر التي تقبل التعامل بها.

### 2.3 بطاقة القيد الائتمانية:

تعد واحدة من وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر، فهي تشبه البطاقات الائتمانية من حيث طبيعة الاستخدام، ولكن تختلف عنها بكونها تسمح للعميل استخدامها في إجراء عمليات التسوق والشراء الخاصة به ودفع كامل المبلغ في المتاجر التي تتعامل بها وليس جزء منه.

### 3.3 بطاقات الصراف الآلي:

عبارة عن بطاقة يمنحها البنك للعميل بعد فتح حساب خاص به في نفس البنك، حيث تتيح هذه البطاقة للعميل من السحب والدفع للمتاجر من حسابه البنكي بشكل مباشر، كما تسمح له بتسديد الضرائب والفواتير المترتبة عليه عن طريق الربط بين البنك والمؤسسات التي يتعامل معها.

### 4. رقمنة القطاع التجاري:

أصبحت التجارة الالكترونية بالإضافة إلى السجل التجاري الإلكتروني، كخطوة هادفة لعصره قطاع التجارة من خلال استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، كما نص المرسوم التنفيذي رقم 112-18 المؤرخ في 18 أبريل 2018، الذي يحدد نموذج مستخرج السجل التجاري الإلكتروني الصادر بواسطة إجراء إلكتروني رقم 21 المؤرخة في 11 أبريل 2018 (112-18، 2018)، كما أطلقت "بريد الجزائر" بطاقة الائتمان الجديدة في أواخر عام 2016 تحت تسمية البطاقة الذهبية، بهدف تنشيط الدفع الإلكتروني في الجزائر وتسهيل عملية الدفع بخصوص فواتير تأخذ الكثير من الوقت والجهد، حيث بدأت البطاقة بدعم خدمات قليلة لكنها ستتوسع أكثر مستقبلاً (خضرة، 2022).

### 1.4 الخطوط الجوية الجزائرية: Air Algérie

تعتبر الخطوط الجوية الجزائرية شركة طيران الرئيسية المعتمدة في الجزائر بخدمات النقل الجوي داخليا وخارجيا، حيث تتطلع الشركة إلى فرض مكانتها ومنافسة الشركات الأخرى بخدمات راقية، ومن أجل تحسين مستوى خدمات شركة الخطوط الجوية الجزائرية وفي خطوة طموحة تهدف إلى رفع عدد المسافرين بتجارب سفر مرموقة داخل الجزائر وخارجها، أطلقت الشركة برنامجاً لتحويل وترقية معظم عملياتها وأنظمتها المتخصصة في إدارة السفر يمتد على مدى عشر سنوات، عبر برنامج يقدم مجموعة من الخدمات الأفضل ضمن فئتها للعملاء العالميين عبر تحويل كامل عمليات الخطوط الجوية الجزائرية إلى منصة رقمية مدعومة من "أماديووس"، حيث تعتبر هذه الأخيرة إحدى الشركات الرائدة في مجال حلول التكنولوجيا المتقدمة لقطاع السفر العالمي.

تأتي هذه الشراكة في الوقت الذي تسعى فيه شركات الطيران في كافة أنحاء العالم إلى تحسين عملياتها واكتساب مزايا تنافسية من خلال توظيف أنظمة إدارية أكثر ذكاءً. وتنقل الخطوط الجوية الجزائرية سنوياً ما يقارب 6 مليون مسافر في أربع قارات، وتطمح إلى توسيع عملياتها عبر مواصلة تحديث نظمها الإدارية ونظم المعلومات والارتقاء بها إلى مستويات جديدة من التميز، حيث سيتضمن البرنامج الأحدث لتحويل العمليات في الخطوط الجوية

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

الجزائرية، عملية نقل كاملة لجميع الحجوزات، وإصدار التذاكر، وإدارة المخزون، وإدارة الإيرادات ونظام التحكم بالتوزيع، والتجارة الإلكترونية إلى منصة رقمية تدعمها "أماديوس".

كما تهدف الشركة إلى تحسين برامج الخطوط الجوية الجزائرية للولاء والمدفوعات وحلول السفر الذكية، مع اعتماد مجموعة جديدة من حلول "أماديوس" عبر كافة مستويات الأعمال، وسيتم بدء العمل بالتطبيقات التكنولوجية ذات الصلة ببرنامج الترقية في العام الجاري، كما يجب أن تنسجم وتتماشى عمليات التطوير المتواصلة في الخطوط الجوية الجزائرية مع أرقى المعايير العالمية وأفضل الممارسات في القطاع، ومع الأخذ بالاعتبار أهمية التحسين المستمر لكافة عمليات، من أجل تحقيق القيمة الكاملة من تشغيل مجموعة من الحلول التكنولوجية المتكاملة عالية المستوى. علاوة على ذلك، ستمكن الخطوط الجوية الجزائرية، عبر اعتماد نظام واحد متكامل، من تقديم تجارب سفر مخصصة تتكيف مع احتياجات المسافرين ومتطلباتهم، في ظل الأداء القوي الذي تحققه على الصعيد المحلي وتوسع شبكة رحلاتها العالمية، لتحسين قدراتها الإدارية وتمكينها من تقديم أفضل قيمة في القطاع، إضافة إلى تعزيز مستويات الأداء والاستفادة من تجارب العملاء والذي ينعكس إيجاباً على نمو وتطور الأعمال في المستقبل." (زاوية، 2017)

### 2.4 اتصالات الجزائر : Algérie télécom

في إطار استراتيجية التنمية والتحول الرقمي، قامت اتصالات الجزائر بالإعلان عن إطلاق التطبيق المحمول الجديد "MY IDOOM" في بداية 2023. كما تسعى الشركة الجزائرية المتكلفة بخدمات الانترنت والهاتف الثابت في الجزائر، إلى التقليل بشكل كبير من معاناة الزبائن من دفع فواتير الهاتف الثابت وتعبئة الانترنت بدعمها للبطاقة الذهبية للقيام بعمليات الدفع التي تخصها، حيث يتم اطلاق الخدمة الجديدة عبر الأنترنت "MY IDOOM" متاحة مجاناً لكافة زبائن اتصالات الجزائر عبر منصة التطبيقات جوجل بلاي، ومتجر التطبيقات آب ستور. APP Store ، بإمكان زبائن اتصالات الجزائر الاستفادة من عدة خدمات إلكترونية على غرار فضاء الزبون والدفع الإلكتروني، علاوة على إمكانية تحديد موقع الوكالات التجارية لاتصالات الجزائر. (الجزائر، 2023)

كما تهدف شركة اتصالات الجزائر من خلال مختلف الخدمات التي اطلقتها ولاسيما الخدمة الجديدة إلى تسهيل الاستفادة من الخدمات الإلكترونية لاتصالات الجزائر من أجل تلبية احتياجات المواطنين بصفة فعالة، وهذا ما يجسد رقمنة قطاع الاتصالات بصفة فورية وكاملة والذي يعتبر من بين أهم القطاعات التي قطعت اشواطاً في التحويل الرقمي في الجزائر.

### 3.4 الجزائرية للمياه: (ADE) Algérienne des Eaux

تسعى شركة توزيع المياه في الجزائر إلى القيام بتسهيل عملية دفع فواتير المياه يجعلها إلكترونية وباستعمال البطاقة الذهبية، حيث تمكن زبائنهم وشركاتها الفرعية عبر التراب الوطني الحاملين للبطاقة البنكية الصادرة عن كافة البنوك وكذا البطاقة الذهبية لبريد الجزائر من دفع فواتيرهم إلكترونياً عبر الإنترنت من خلال منصة المؤسسة الإلكترونية أو تطبيقها الإلكتروني "مياهي موب". كما تعمل الشركة على تعميم استعمال أجهزة الدفع الإلكتروني على جميع وكالات الجزائرية للمياه وفروعها الموزعة عبر كامل التراب الوطني التي تشكل خطوة جديدة في مسار تعزيز الرقمنة وتعميمها على كافة التعاملات اليومية للمواطنين من أجل تسهيل دفع مستحقات استهلاك المياه، مما يشجع على تحصيل أكبر للمستحقات بشكل يعود بالنفع والفائدة على الجزائرية للمياه واستقرارها المالي، وعلى المواطن أيضاً الذي يعاني من هذا الجانب سواء ما تعلق ببيع الوكالات التجارية أو عراقيل الدفع الكلاسيكي.

وهذا في إطار سعي السلطات العليا للبلاد لعصرنة الخدمة التي تقدمها الشركة بشكل أخص وتحسين مؤشراتهم بشكل عام، مما يسمح بتعزيز البنية التحتية لرقمنة وعصرنة الخدمات التي تقدمها الجزائرية للمياه قصد تحقيق التحويل نحو مجتمع رقمي أكثر تطوراً ومرونة، والتحسين المتكامل لمؤشرات الدفع الإلكتروني بالجزائر في الفترة الأخيرة. كما أن الرقمنة تعد خطوة استراتيجية بل صارت خطوة إلزامية من أجل التحكم الأمثل وعصرنة الخدمة العمومية للمياه، إلى أنه بالرغم من الإجراءات العديدة المتخذة من أجل رقمنة قطاع الري بهدف عصرنته، إلا يزال الكثير من العمل من أجل بلوغ هذا الهدف. (رقيق، 2023)

### 4.4 شركة توزيع الكهرباء والغاز: Sonal gaz

إن محور التحويل الرقمي من أهم التحديات المستقبلية، حيث حُدِدَت سنة 2026 لرقمنة كلية لسونلغاز من خلال التجربة التي اكتسبت من جائحة كورونا، كما قامت الشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء والغاز بتجسيد ذلك من خلال توفير خدمات للمستهلكين عن طريق موقعها الإلكتروني في الاطلاع على طريقة التسديد الإلكتروني للفاتورة وكذا خدمة الرسائل القصيرة بالإضافة إلى الاطلاع على الفاتورة الإلكترونية، وللإستفادة من هذه الخدمات من طرف المستهلكين للكهرباء والغاز، يمكن للزبائن بدفع فواتيرهم عبر الإنترنت من خلال أربعة مواقع إلكترونية لشركات توزيع التابعة لمجمع سونلغاز وذلك 24 / 24 ساعة وعلى مدار الأسبوع عن طريق استعمال البطاقة الذهبية.

كما تجسدت الرقمنة في الشركة من خلال إطلاقها لخدمة أعلمني فهي خدمة جديدة استحدثت للتواصل بين مديريات توزيع الكهرباء والغاز الموزعة على مستوى الوطن مع زبائنهم، وهذه الخدمة تتمثل في نظام تواصل بواسطة الرسائل النصية القصيرة SMS عبر الهاتف النقال، وكذا عبر البريد الإلكتروني من أجل إعلام الزبائن بالعديد من

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

المعلومات الهامة مثل انقطاع الكهرباء أو الغاز بسبب الأشغال، التذكير بأجال تسديد الفواتير وغيرها من المعلومات الأخرى، ولإنجاح هذه الخدمة يطلب من الزبائن تقديم أرقام هواتفهم النقالة إلى الوكالات التجارية الممونة لهم من خلال ملء استمارة البيانات المتعلقة بهذه الخدمة. (هالة، 2021)

وتعد هذه الخدمات المقدمة من بين الاجراءات التي اتخذتها المديرية العامة من أجل تحول رقمي حقيقي في الشركة.

### 5. رقمنة قطاع العدالة:

يعد قطاع العدالة من بين القطاعات التي شملها التحويل الرقمي وذلك بصدور رقم 03 - 15 المؤرخ في أول فيفري سنة 2015 المتعلق بعصرنة العدالة، حيث يهدف هذا القانون إلى عصرنه سير قطاع العدالة من خلال اعتماد التكنولوجيات الحديثة في التسيير بهدف التخفيف من الإجراءات البيروقراطية، إذ تمكّن القطاع من قطع أشواط معتبرة، في مجال استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال، والتحول نحو العالم الرقمي، حيث تم تجسيد عديد المشاريع بغية الوصول إلى عدالة عصرية بالمعايير الدولية، لاسيما في مجال تسهيل اللجوء إلى القضاء لكافة شرائح المجتمع، تبسيط وتحسين الإجراءات القضائية وترقية أساليب التسيير القضائي والإداري، وكذا توفير وتطوير الخدمات القضائية عن بعد لفائدة المواطن والمتقاضي ومساعدتي العدالة.

إذ سمحت الجهود المبذولة في هذا المجال، بإنجاز وتطوير شبكة اتصال داخلي خاصة بقطاع العدالة، تربط الإدارة المركزية بكافة الجهات القضائية والمؤسسات العقابية وكذا الهيئات تحت الوصاية بواسطة الألياف البصرية، والتي تعد بمثابة بنية تحتية وقاعدة ضرورية لاستغلال مختلف الأنظمة المعلوماتية من طرف كفاءات القطاع، حيث عملت وزارة العدل إلى تجسيد رقمنة حقيقة من خلال مجموعة من الخدمات والاعمال الالكترونية الرقمية من بينها ما يلي:

(العدل، 2020)

### 1.5 تجسيد عدالة رقمية:

سعت وزارة العدل إلى اعتماد تقنية التصديق والتوقيع الإلكترونيين في المجال القضائي، وفقا للقانون رقم 03-15، المؤرخ في 01 فيفري 2015، المتعلق بعصرنة العدالة، (قانون 0-1، 2015) من خلال استحداث مركز شخصنة الشريحة للإمضاء الإلكتروني وإنشاء سلطة التصديق الإلكتروني، وتمكين كافة المتدخلين في نشاط القطاع، من إهمار الوثائق الإدارية والمحركات القضائية بتوقيع إلكتروني موثوق، بهدف إتاحة الخدمات القضائية عن بعد. وذلك من خلال تقديم عدة خدمات من بينها ما يلي:

■ تمكين المواطن من استخراج القسيمة رقم 03 لصحيفة السوابق القضائية وشهادة الجنسية ممضاتين

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

إلكترونيا، عبر الإنترنت؛

■ تمكين الجالية الجزائرية بالخارج من الحصول على شهادة الجنسية، ممضاة إلكترونيا، وذلك عبر الممثلات الدبلوماسية أو القنصلية بالخارج؛

■ تمكين الجالية الجزائرية بالخارج والأجانب الذين سبق لهم الإقامة بالجزائر من الحصول على القسيمة رقم 03 لصحيفة السوابق القضائية، ممضاة إلكترونيا، وذلك عبر الممثلات الدبلوماسية أو القنصلية بالخارج؛

■ إتاحة إمكانية للمحامين لسحب النسخة العادية من الأحكام والقرارات القضائية الموقعة إلكترونيا، عبر الإنترنت؛

■ توفير خدمة سحب النسخة العادية للقرارات الصادرة عن المحكمة العليا ومجلس الدولة موقعة إلكترونيا انطلاقا من المجالس القضائية، دون الحاجة إلى التنقل إلى مقر الجهة القضائية المصدرة لها؛

■ توفير خدمة التصحيح الإلكتروني للأخطاء الواردة بسجلات الحالة المدنية، لتمكين المواطنين من تقديم طلبات التصحيح والوثائق المرفقة بها، عبر الإنترنت أو على مستوى أقرب محكمة أو بلدية وكذا على مستوى الممثلات الدبلوماسية أو القنصليات بالخارج؛

■ مواصلة رقمنة الملف القضائي في جميع مراحلها، بما في ذلك التبادل الإلكتروني للعرائض خارج الجلسات؛

■ توفير إمكانية تتبع القضايا، والاطلاع على منطوق الحكم عبر البوابة الإلكترونية لوزارة العدل؛

■ فتح عناوين إلكترونية لاستفادة المواطن من الخدمات القضائية عن بعد، وإتاحة خدمة المصادقة على صحة الوثائق القضائية، الموقعة إلكترونيا والمسحوبة عبر الإنترنت؛

■ استحداث مركز للنداء، بعنوان قطاع العدالة، قصد التكفل بانشغالات المواطنين والمتقاضين والرد عن استفساراتهم ذات الصلة بالمجالين القضائي والقانوني، من خلال الرقم الأخضر (10-78)؛

■ تمكين مختلف الإدارات والهيئات العمومية من الاطلاع وسحب صحيفة السوابق القضائية (البطاقة رقم 2)، ممضاة إلكترونيا؛

■ تحسين وسائل التحصيل من خلال اعتماد آلية تحصيل الغرامات والمصاريف القضائية من طرف الجهات القضائية، التي تستند على نظام آلي متكامل وقاعدة معطيات وطنية؛

■ مع إقرار التحفيز في مجال تنفيذ الأحكام القضائية، بتمكين المعنيين من الاستفادة من نظام الدفع بالتقسيط ومن نسبة تخفيض المبالغ المستحقة في حالة التسديد الطوعي؛

■ إنشاء أرضية للتكوين عن بعد؛

- إنشاء أرضية النيابة الإلكترونية "e-nyaba" لتمكين الأشخاص الطبيعية أو المعنوية (الإدارات والمؤسسات، الشركات الخاصة والجمعيات، ...) من تقديم الشكاوى أو العرائض أمام النيابة عن بعد؛
- تمكين المواطن من التسجيل للإستفادة من خدمة استخراج النسخة الإلكترونية عن بعد، لصحيفة السوابق القضائية (القسيمة رقم 3)، للمدانيين وغير المدانين؛
- استحداث فضاءين بالموقع الإلكتروني الرسمي لوزارة العدل؛
- انشغالات لتلقي انطباعات وتطلعات وانشغالات المواطنين عن بعد، بخصوص مختلف خدمات مرفق العدالة؛

### 2.5 اعتماد منظومة معلوماتية مركزية للمعالجة الآلية للمعطيات المتعلقة بالنشاط القضائي:

سعت السلطات إلى استحداث نظام معلوماتي موحد ومؤمن خاص بالقطاع لضمان انسجام وتوافق المعطيات بغرض تسهيل استغلالها وتفاذي تكرار البيانات واعتماد تقنية المحادثة المرئية في تنظيم المحاكمات عن بعد، على الصعيد الوطني والدولي، ساهمت بشكل كبير في تسهيل الإجراءات القضائية والتسريع من وتيرة الفصل في القضايا، من خلال سماع الشهود والأطراف والخبراء عن بعد واجتناب تحويل المحبوسين. إضافة إلى استخدام ذات الآلية، لتنظيم جلسات العمل والمحاضرات والدورات التكوينية.

### 3.5 تطوير أساليب تسيير الإدارة القضائية:

يتم اعتماد نظام التسيير الإلكتروني للوثائق الإدارية والقضائية وكذا سجلات الحالة المدنية الممسوكة على مستوى المجالس القضائية، قصد الاستغلال الأمثل لأرشيف القطاع والمساهمة في تجسيد مبدأ الإدارة الإلكترونية وإرسال الوثائق وتبادل المعلومات باستخدام البريد الإلكتروني الداخلي للقطاع؛ كما تسعى إلى تكريس آلية إرسال تقارير الخبرة ممضاة إلكترونياً وتبادل الوثائق بصفة الكترونية، بين الجهات القضائية والمصالح العلمية للضبطية القضائية؛ واعتماد آلية إرسال الوثائق والإجراءات القضائية بالطريق الإلكتروني، قصد تمكين الجهات القضائية من إرسال الاستدعاءات إلكترونياً، عوضاً عن إرسالها بالطرق القانونية التقليدية، وإعلام المتقاضين بمآل قضيتهم، وبمختلف المعلومات التي تخصه بواسطة مجرد رسائل نصية قصيرة.

### 4.5 تدعيم الحقوق والحريات الفردية:

قامت السلطات العليا في البلاد إلى استحداث مصلحة مركزية للبصمات الوراثية، يديرها قاض وتساعدته خلية تقنية، تشرف على عملية إنشاء وإدارة قاعدة المعطيات الوطنية للبصمات الوراثية، وفقاً لأحكام القانون رقم 03-16، المؤرخ في 19 جوان 2016 المتعلق باستعمال البصمة الوراثية في الإجراءات القضائية والتعرف على

الأشخاص (قانون ق.، 2016)، وذلك لضمان الحماية القانونية للمعطيات الوراثية المحفوظة على مستواها؛ بالإضافة إلى استحداث نظام معلوماتي بيومتري، يقوم على استغلال خصائص البصمة البيومترية، وقاعدة معطيات بيومترية وطنية لتشمل جميع بصمات المتابعين قضائياً ونزلاء المؤسسات العقابية، من أجل المساهمة في التعرف على الهوية في وقت قياسي وإضفاء المرونة والسرعة على الإجراءات القضائية وكذا تسهيل عملية تسيير المؤسسات العقابية وتفادي حالات انتحال الشخصية؛ وكذا استحداث نظام آلي يرمي إلى محاربة ظاهرة اختطاف الأطفال، يمكن من الإعلان عن إنذار بحالة اختطاف الأطفال عبر مختلف وسائل الإعلام، قصد النشر الواسع للمعلومة بصفة آنية وعن بعد، وكذا المساعدة في إجراءات البحث والتحري من طرف كافة شرائح المجتمع.

### الفرع الثاني: نماذج تطبيق التحويل الرقمي في القطاع الخاص.

إن التحولات التكنولوجية الكبرى التي يعرفها عالم الاتصالات في البلدان المتقدمة بدأت في الوصول إلى الجزائر، حيث أن الشركات الجزائرية الخاصة والشركات الجزائرية الممثلة للشركات الأجنبية أظهرت رغبتها في التكيف مع هذه التغيرات، حيث تكمن أهمية اللجوء الرقمي في الشركات الصغيرة والمتوسطة في كونه طريقاً نحو المستقبل ومواكبة للثورة الرقمية وكذا النهوض بالاقتصاد الرقمي وتنميته، ومن بين هذه الشركات تعد شركة أوريدو، وموبيليس، وكندور، ومصير الحياة نماذج من القطاع الخاص الذي يسعى إلى تبني التحويل الرقمي.

#### 1. شركة أوريدو Ooredoo :

قامت شركة أوريدو باختيارها لشركة إس إيه بي شريكاً لتمكين التحويل الرقمي الكامل لأعمالها وتوحيد جميع حلولها لتخطيط موارد المؤسسات في غالبية شركات مجموعة أوريدو. وتوفير، التي تعد أكبر مزود في العالم لبرمجيات تطبيقات المؤسسات، عدة حلول لتسهيل عملية التحويل الرقمي الكامل في أوريدو، والذي يعد هدفاً استراتيجياً للشركة، إلى جانب إتاحة الفرصة لها لتوحيد جميع حلولها لتخطيط موارد المؤسسات في شركات المجموعة ضمن منصة سحابية مركزية، وستساعد هذه الشراكة في ضمان حصول أوريدو على البنية التحتية الملائمة والتي ستمكن الارتقاء بتجربة عملائها وموظفيها ومورديها، وذلك بالاستعانة بأنظمة وإجراءات متكاملة، إلى جانب تعزيز فعالية تلك الإجراءات وتحويلها إلى آلي، فالحلول التي تهدف إلى تطبيق مجموعة من التطبيقات الذكية المتكاملة التي تمكن استخدام إجراءات أعمال شاملة ومرنة، في إدارة جميع الجوانب التنظيمية في الشركة، ابتداءً بتجربة الموظفين والعملاء والموردين ووصولاً إلى منتجات الشركة وشؤونها المالية وأنظمتها التكنولوجية، والتي تمكنها من الاستفادة من فوائد تجارية واستراتيجية على نطاق واسع، وبرمجيات إس إيه بي المتكاملة لتخطيط موارد المؤسسات، بالإضافة إلى منصة SAP Ariba لحلول التوريد والمشتريات، وكذا حلول الجيل القادم لإدارة رأس المال البشري، في الوقت الذي تجمع

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

فيه منصة SAP Business Technology Platform تكنولوجيا الأعمال كلاً من التطبيقات الذكية للمؤسسات مع قاعدة البيانات وإدارة البيانات، وأدوات تحليلية، وتكامل تقنيات ذكية مثل التشغيل الروبوتي للعمليات (أوريدو، 2022)

كما يوفر المتعامل أوريدو بالجزائر تطبيق My Ooredoo Algérie حيث يسمح بمتابعة استهلاكك، والاطلاع على الفواتير، التسجيل واشتراك وتعبئة الرصيد في كل وقت. زيادة على ذلك يسمح تطبيق My Ooredoo Algérie بتقديم خدمات جديدة مختلفة، حيث تتمثل وظائف التطبيق فيما يلي:

- الاطلاع على تفاصيل استهلاكك؛
- الاطلاع وتحميل الفواتير؛
- تسديد الفاتورة مباشرة من التطبيق؛
- تسيير اشتراكات المكالمات والإنترنت: الاطلاع، الشراء؛
- الاطلاع على تفاصيل العرض الخاص بالزبون؛
- ضبط الأرقام المفضلة لزون؛
- تعبئة رصيد بطاقة تعبئة أو عبر الإنترنت باستعمال بطاقة CIB.

## 2. شركة موبيليس: mobilis

تعد شركة موبيليس أقوى شركات الاتصالات في الجزائر، التي بدأت أعمالها عام 2003. ومنذ إطلاقها، قدمت موبيليس عروض مميزة وحصرية وجذبت إليها قطاعات ضخمة من شرائح العملاء، نظراً لسرعتها وتوفرها في جميع الأوقات والأماكن في الجزائر حيث تغطي 58 ولاية، حيث تسعى شركة موبيليس من خلال التكنولوجيات الحديثة لتحويل رقمي شامل وفعال يساهم في الترويج لتعزيز وتطوير الاقتصاد الرقمي في الجزائر والتي تهدف إلى إنتاج محتوى محلي. وتعمل "موبيليس" من خلال ذلك على تشجيع إنشاء مثل هذه الأرصيات الرقمية المعروفة بنقطة تبادل الانترنت، وبذلك تطمح بالتزامها بتطوير النظام الإيكولوجي الرقمي الوطني.

كما تنوعت خدمات موبيليس وتطورت خططها لتلبية كافة احتياجات المواطن الجزائري، بما في ذلك الإنترنت وغيرها من خطط الاتصال المختلفة الخاصة بالإنترنت الشهري والمكالمات وعروض الانترنت مسبق الدفع، وعروض الفليكسي مسبق الدفع. (الجزائر أ.، 2022)، كما يوفر أيضا المتعامل موبيليس نفس خدمة تعبئة الرصيد عبر البطاقة الذهبية، ومن التطبيقات نجد تطبيق MobiSpace الذي يسمح بالتحكم في حساب Mobilis

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

الخاص بسهولة، والتشاور من رصيد، وإعادة تحميل الحساب، والمساعدة عبر الإنترنت، بالإضافة إلى تفعيل وتعطيل عروض وخدمات، بالإضافة إلى تطبيق MobiSpace الذي يسمح بالتحكم في حساب موبيليس بكل سهولة ومعرفة الرصيد، التعبئة والمساعدة عبر الإنترنت....، حيث يسمح تطبيق بتقديم مجموعة من الخدمات من بينها

مايلي: (mobilis, 2023)

- عرض المعلومات الشخصية: الاسم اللقب والعنوان؛
- عرض آخر فاتورة زبائن الدفع البعدي أو الرصيد زبائن الدفع المسبق؛
- فاتورة مفصلة لزبائن الدفع البعدي؛
- الحصول على تفاصيل الاستهلاك الحالي؛
- تعبئة رصيدكم عبر بطاقة التعبئة أو خدمة E-rselli عبر بطاقة CIB والبطاقة الذهبية؛
- تحويل الرصيد وشراء جوازات الإنترنت أو البرامج؛
- تغيير العروض وتشغيل أو توقيف الخدمات؛
- التحكم في الأرقام المفضلة؛
- معرفة مواقع الوكالات التجارية موبيليس؛
- الدردشة الحية مع خدمة الزبائن موبيليس.

وتعتبر بوابة MobiliStore من المنصات الرقمية التي أنشأتها موبيليس بوابة ألعاب الهاتف النقل تسمح بالاستمتاع بمختلف ألعاب النقل واللعب بلا حدود وشراء ميزات اختيارية شراء داخل التطبيق.

### 3. شركة جيزي JEZZY

تعمل شركة جازي على تنفيذ برنامج التحويل الرقمي الذي بدأت فيه عام 2015 بدعم من الصندوق الوطني للاستثمار من أجل أن تصبح شركة رائدة رقمية حقيقية في الجزائر، وبالتالي المساهمة الفعالة في ظهور الاقتصاد الرقمي الذي يمكن أن يخلق قيمة مضافة للاقتصاد الجزائري، ومن الناحية الفنية فإن هذا النظام الجديد يمثل تقنية حديثة تستعمل للخدمات الرقمية، حيث قامت شركة جازي الرائدة في تقنيات الاتصالات الرقمية، واريكسون، الشركة الرائدة عالمياً في تقنيات وخدمات الاتصالات، عن اتمام تنفيذ اتفاقهما الاستراتيجي لتفعيل منصة أنظمة دعم الوظائف الرقمية، مما يمثل محطة هامة في برنامج التحويل الرقمي للشركة، ويمثل خطوة مهمة في برنامج التحويل الرقمي في المجتمع، حيث قامت جازي واريكسون عن التنفيذ الناجح للنظام الجديد الذي يدير العلاقة الشاملة مع الزبائن بما

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

فيها الفوترة والتسعير والعروض التجارية وتخصيصها من أجل الاطلاع المسبق على احتياجات المشتركين وفقا لنماط الاستهلاك.

كما تهدف شركة جيزي إلى تغيير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات في فروع مجمع فيون في 11 دولة، مما يتيح رقمنة أنظمة دعم الوظائف باستخدام تقنيات البرمجيات الجديدة، مع اعتماد هذه المنصة الرقمية الجديدة، تسعى جازي إلى تقوية قربها من الزبون من خلال مضاعفة قنوات التفاعل الخاصة بها وتحسين تجربة المستخدم النهائي من خلال عروض مختلفة وقابلة للتطوير، وأخيرا التكفل المثل بطلبات المشتركين، إذ تسعى لتقديم أفضل الخدمات للزبون من خلال الحلول التي من شأنها تسريع تطوير المنتجات والخدمات الرقمية، مع تخصيص خدماتها، زيادة على واجهة المستخدم بهدف تحسين خدمة الزبون على جميع المستويات، فعملية التحويل الرقمي من خلال تقنية جديدة أكثر خفة وتوفر المزيد من المرونة وعروض أفضل لمستخدمي. (الاي، 2018).

### المطلب الثالث: تحديات ومخاطر التحويل الرقمي.

أصبح اليوم التحويل الرقمي على رأس أولويات الأعمال الاستراتيجية للهيئات والشركات في جميع المجالات. حيث يقدم التحويل الرقمي فرصة لإعادة تصور الطريقة التي تدار بها الاعمال من خلال استخدام العمليات والأدوات الرقمية الجديدة، ومع ذلك هناك تحديات تحتاج إلى مواجهتها في كل مرحلة من مراحل عملية التحويل الرقمي. فتحديات التحويل الرقمي لا ترتبط دائما بشكل مباشر بالمخاوف التكنولوجية أو الحواجز التقنية، إذ تشمل أيضًا قضايا تتمحور حول الأشخاص، والهياكل التنظيمية، وعوامل أخرى غير تقنية أفضل طريقة للتغلب عليها هي تحديد وتقييم المخاطر المحددة التي تؤثر على تحول رقمي كامل.

### الفرع الأول: تحديات التحويل الرقمي.

قد أظهرت التحولات الحديثة أن التكنولوجيا والبيانات الرقمية قد أصبحت من الأدوات التي لا غنى عنها للمصالح الحكومية ومنشآت الأعمال المختلفة من أجل التكيف مع المتغيرات المستجدة، وقد أدى ذلك لأن يعيد قادة الدول تقييم خططهم وتصورهم للمستقبل المستهدف الذي تكون فيه تكنولوجيات المعلومات الحديثة أداة رئيسية تساعد المصالح الحكومية ومنشآت الأعمال في محاولات التغلب على التحديات التي قد تواجهها في الظروف الراهنة. إذ صارت كثير من منشآت الأعمال والمصالح الحكومية المختلفة وخاصة في الدول النامية تواجه كثيرا من التحديات نحو سعيها في التحويل الرقمي المنشود، حيث قد تكون الميزانية المخصصة محدودة في نطاقها ومقتصرة على أنشطة معينة، مما يجعل الحكومات ومنشآت الأعمال ينتقلوا في عمليات الشراء والموافقة عليها. كما أن تأهيل وتدريب وتحسين مهارات القوى العاملة التي تتواجد بالفعل مع جذب مواهب جديدة للقيام بما تتطلبه مهام التحويل

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

الرقمي ما زالت تمثل تحديا كبيرا، وخاصة مع العمل عن بعد بل والحكومة عن بعد. إلى جانب كل تلك التحديات يجب مواجهة تأكيد تحديات الأمن السيبراني، والمرونة المطلوبة للتحويل الرقمي.

فيما يلي استعراض تحديات التحويل الرقمي المستهدف من قبل الشركات المختلفة، التي يمكن دمجها في ثلاث عوامل رئيسية تمثل التحديات المألوفة الموجهة بواسطة كافة المنشآت والأجهزة الحكومية في سعيها نحو الحداثة والتي تتمثل في ما يلي: (الهادي، 2021)

- تحديات مواءمة تكنولوجيا المعلومات والأعمال في المنشآت والمصالح المختلفة؛
- تحديات قيود الميزانية المفروضة؛
- تحديات المخاطر الكامنة.

### 1. تحديات مواءمة تكنولوجيا المعلومات والأعمال في المنشآت والمصالح المختلفة:

هناك رغبة وسعي محسوس من قبل كثير من منشآت الأعمال والمصالح الحكومية من أجل الحفاظ علي بيئة متوافقة، التي يمكن إدراكها من خلال متخذي القرارات وقادة مسؤولين، وفي هذا السياق قد تتواجد بعض الانقطاعات عند افتقار إدارات أو مراكز تكنولوجيا المعلومات بهذه المنشآت أو المصالح لرؤية النتائج المتوقع حدوثها بواسطة متخذي القرارات، أو عندما يشعرون بأنهم يجب أن يكونوا خبراء في التكنولوجيا بغية الحصول على عمل أي شيء، لذلك صار التركيز على الاتصال والمواءمة بين كل من تكنولوجيا المعلومات، والتمويل والإنتاج عناصر جوهرية تمكن من مساعدة قيادة تلك المنشآت والمصالح.

### 2. تحديات قيود الميزانية المفروضة:

تواجه منشآت الأعمال والمصالح الحكومية المختلفة ميزانيات محدودة وعمليات ميزانية معقدة، فهذه المنشآت والمصالح تكون مسؤولة أمام عملائها ومواطنيها الذين ينفقون أموالهم في الحصول على المنتجات والخدمات الموجهة لهم، إلى جانب ذلك هذه المنشآت والمصالح المختلفة بسبب الإيرادات المحصلة منهم، بالإضافة لأولويات المجتمع، كما تنعكس في قواعد الشراء والتزود مختلف الضوابط والتوازنات الملائمة، وفي هذه الحالات صارت منشآت الأعمال والمصالح الحكومية تستعد لمجابهة الوضع المالي التي تتعرض له، حيث أن الإنفاق يجب أن يفحص ويبرر بدقة متناهية، إلى جانب تداخل الاختصاصات، وفي سياق الفروق بين النفقات الرأسمالية والتشغيلية، والعمل لمواجهة التعقيدات في التحضير للميزانيات والموافقة عليها، حيث أن كل هذه الأبعاد يمكن أن تحد من سرعة التحويل الرقمي المستهدف.

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

وفي نفس الوقت، التكنولوجيا الحديثة يمكن أن تقلل التكاليف الكامنة إلى حد كبير. وفي حالات كثيرة تكون الاستثمارات أكثر توقعاً من المدخرات مما يستوجب تواجد مداخل جديدة تزيد من مصادر التمويل وتكلفة أقل. وفي بعض الأحيان، تشتمل التحديات الناجمة من الميزانية على أساسيات الفرص المتاحة، حيث يمكن للتغيرات أو الأزمات الناجمة إطلاق جملة من مصادر التمويل بشكل غير متوقع كما حدث بالفعل عند محاولات مواجهة جائحة فيروس كورونا المستجد الذي أصاب العالم حديثاً. وعلى ذلك امتلاك رؤية واضحة من منظور تكنولوجيا المعلومات والتي يمكن أن يساعد في عمل معظم هذه الاحتمالات حتى ولو كانت الفرصة المتاحة محدودة.

### 3. تحديات المخاطر الكامنة:

قد تفقد الأعمال المال أو العملاء عندما تفشل مبادراتها الرقمية، حيث أن المصالح الحكومية المسؤولة عن الصحة العامة، الجودة البيئية، النقل، العدالة أو الخدمات البشرية، يمكن أن تكون المخاطر الناجمة عن عدم توافر مبادرات رقمية هامة مشكلة للأفراد، وفي هذا الصدد صممت المنظمات الحكومية من أجل الاستمرار والبقاء وتمكنها من إمداد الخدمات وحماية الجمهور بما يتجاوز القادة والأفراد والمبادرات، وقد صار ذلك يستوجب تتبع سجل أي مدخل جديد، بالإضافة إلى تحديد مستويات ملائمة قبل تطبيق التكنولوجيا الجديدة في النظام البيئي Ecosystem الحكومي، حيث أن كثيراً من منشآت الأعمال والمصالح الحكومية تتعامل مع بيانات أكثر حساسية، وتحتاج لضوابط أمن سيبراني والخصوصية، إلى جانب الاحتفاظ بأعلى معايير الامتثال لمجابهة المخاطر المختلفة، كما أنه من خلال التكنولوجيا الرقمية الحديثة يمكن زيادة الحاجة لتوافر الأمن، المرونة والاستثمار في اختيارات التكنولوجيا، وفي هذا السياق تؤدي النظم الهشة غير المتجانسة والمتقدمة مخاطر كثيرة لإمكانية الاحتفاظ بها من خلال إعادة النظام الأساليب واستبدالها، وتلقي أي أزمة على كثير من هذه التحديات التي من الأسهل لها القيام بالتحديث خلال فترة محاولة زيادة عدد المبرمجين المتطلبين على سبيل المثال المضافين لهيئة العاملين الحالية، لذلك صار متطلباً من الأجهزة الحكومية المسؤولة عن الوفاء بمعايير الشهادات المتطلبة والامتثال لنظام تكنولوجيا محدود وموثوق منه، ويسهم في خلق زيادة تكلفة جديدة، وعدم قابلية التوسع مستقبلاً.

### الفرع الثاني: مخاطر التحويل الرقمي.

تعتبر التهديدات المحتملة في إدارة مخاطر التحويل الرقمي كثيرة الحدوث وفقاً للأسس العلمية وكذلك بالاعتماد على التجارب السابقة في المجالات التي تكون فيها المعلومات إما غير كافية أو غير موجودة، بالرغم من وجود أوجه قصور بهذه الطريقة، فهي لا تزال تعتبر الطريقة الأكثر فعالية لتحديد وتوثيق التهديدات التي يتعرض لها نظام

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي.

المعلومات في وقت معين وكذلك لتحديد الاجراءات المثلى للقضاء الكلي أو الجزئي على التهديدات من أجل اتخاذ القرار المناسب، ومن بين مخاطر التحويل الرقمي نذكر مايلي: (دبا، 2022).

### 1. السببرانية:

يشهد العالم التكنولوجي اليوم تنامي من حيث الأجهزة والمعدات المتصلة خطر أكثر تطورا، مما يستدعي احتمال وقوع هجوم سببراني غير منتظر حاليا أو مستقبل وفي أي مكان ودون سابق انذار، فالفضاء السببراني لا يقتصر على شبكة الانترنت بل يشمل شبكات عالمية وخاصة أخرى: GPS/ACARS/Swift/GSM/PST فهو نظام معالجة تقارير اتصالات الطائرات ونظام رموز.

### 2. السحابة الإلكترونية:

تشمل مختلف العمليات والتطبيقات الالكترونية التي تستهدف تخزين البيانات والبرامج على الانترنت والبنية التحتية والتطبيقات عبر الانترنت ومباشرة وعلى أجهزة موجودة في أماكن بعيدة.

### 3. التحوار عبر منظومة مغلقة:

تعتبر تقنيات Microsoft Teams من بين الانظمة التوجيهات التكنولوجية والادارة الحكومة، حيث ينتج عنها تحديات تتجاوز مساحة الاشراف والادارة الحكومية والمخاطر ومنصات التحوار.

### 4. الطرف الثالث:

إن المشاركون من خارج منظومات التحوار لهم أهميتهم في توسيع قاعدة الموارد المتنامية ودعم وظائفها المتعددة، إذا أهملت إدارتها، فإن الثغرات في الموارد الخارجية بتنوع مصادرها ووظائفها قد تصبح أخطار تهدد المنظمة.

### 5. أتمنة العمليات:

إن التوجه من العمليات اليدوية إلى التحويل إلى الأتمنة الرقمية، حيث غالبا ما ينجم عن هذا الانتقال أخطار غير مرئية التي ينتج عنها مخاطر تؤثر في سير العمل، وتؤثر كل المجتمع.

### 6. قوة العمل:

توزيع قوة العمل واقتصاديات فرص العمل المؤقتة تخلق كفاءة عملياتية، لكنها تجلب معها أيضا تحكّم مباشر بالهوية الجديدة وتحديات مراقبة التهديدات المحتملة.

### 7. مخاوف الخصوصية:

أصبح الحفاظ على الخصوصية الشخصية في العالم الرقمي اليوم أكثر صعوبة، حيث يشكل خطر سرقة المعلومات والبيانات السرية الشخصية وبيعها أمرا في غاية الخطورة.

### 8. أخطار عدم الكشف عن الهوية:

توفر التكنولوجيا الرقمية مجالا واسعا للمستخدمين لإخفاء هويتهم، وتشير كثير من الدراسات إلى أنه من المرجح أن يتصرف الناس بشكل معاد للمجتمع إذا لم يعتقدوا أنه سيكون هناك عواقب.

### 9. العزلة الاجتماعية:

أصبح العالم اليوم يشهد تحول رقمي في الجميع المجالات، حيث حلت الآلات الرقمية محل الافراد، إذ أصبح الاشخاص يتسوقون عبر الانترنت ويقومون بمختلف العمليات المالية المصرفية عبر الانترنت، ويدفعون الفواتير عبر الانترنت ويعملون بشكل متزايد عبر الانترنت، كما أصبح اليوم مؤتمتا في بعض الدول، مما سيؤدي في النهاية إلى أن تصبح سيارات الأجرة ومركبات التوصيل خالية من السائقين. والشعور بالوحدة وقلة الاتصال نمطا شائعا في عصر التحويل الرقمي.

### الفرع الثالث: سياسات إدارة مخاطر التحويل الرقمي.

يتم تحديد ما يستلزم التعديل أو التغيير من نموذج العمل، وانتقاء ما يناسب الاحتياجات من الادوات التي تمكن من تنفيذ المهام على الانترنت، والقيام بالعمليات الادارية والتسويق والمبيعات والأتمتة والتواصل مع العملاء، حيث يتم وضع عدت عوامل في الحسبان منها التكلفة، السهولة، والأمان، والمقدرات التقنية للموظفين والعمال والفئات المستهدفة على حد سواء، حيث تشمل هذه التغييرات الرؤية والرسالة والأهداف، وخطة العمل، والميزانية، وذلك بإجراء التغييرات اللازمة لتواكب المتغيرات الحالية التي تترافق وعملية التحويل الرقمي للهيئات والشركات بل يتسم بما يكفي من انفتاح لاستيعاب التسارع الهائل في التطور التكنولوجي الرقمي وتحقيق الاستدامة والقدرة على الصمود في السباق الرقمي الذي يشمل العالم.

كما أن التعامل مع مخاطر التحويل الرقمي تتم وفقا لوسائل التحكم في مسببات الخسارة وأيضا وسائل تمويل الخسارة والتي منها ما يلي:

### 1. الاحتفاظ بالخطر:

وذلك في حالة القدرة على التعامل مع الخسائر الناجمة عن تحقق هذه الأخطار.

### 2. التجنب:

التخلص من هذه المخاطر نهائيا نظرا لصعوبة التعامل معها فبدلا من زيادة إنفاق الموارد على التصحيح يتم تجنب مثل هذه المخاطر.

### 3. الحد من الخسارة:

الحد من الخسارة وذلك في حالة القدرة على اتخاذ بعض الإجراءات التي من شأنها تقليل الخسائر الناجمة عن التحويل الرقمي.

### 4. التحويل:

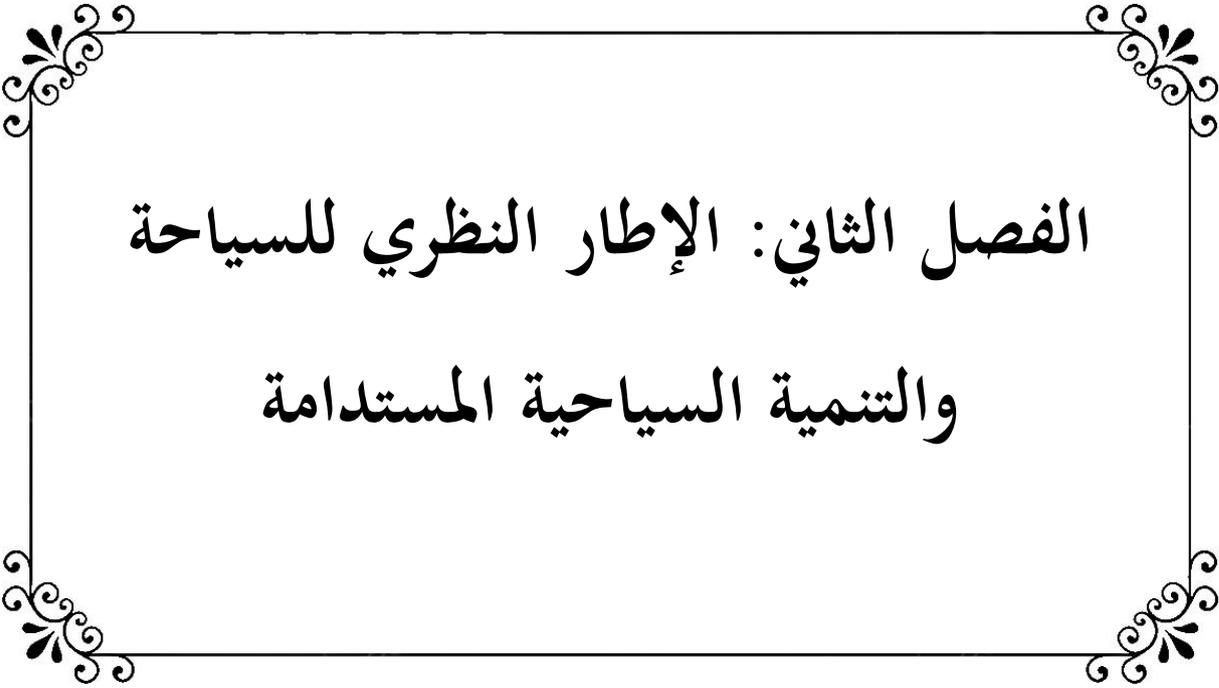
اتخاذ القرار بأن أفضل طريقة للتعامل مع هذه المخاطر هي جعلها مشكلة شخص آخر يتعهد بالتعويض عن أي خسائر تقع في المستقبل وذلك في حالة الأخطار التي قد يترتب على حدوثها خسائر كبيرة يصعب تحملها.

### خلاصة الفصل:

تمثل عملية التحويل الرقمي مجموعة من القواعد والإجراءات التي تنظم مختلف الأعمال في المؤسسات والهيئات الحكومية وتقلل من صور التعارض والاختلاف والتضارب بين إدارة أعمال الهيئات والشركات والسعي إلى تحسين بيئة الأعمال، من خلال التركيز على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بالإضافة إلى وضع الأهداف ورصد ومتابعة الأداء، ومن أهم الأسباب والدوافع التي أدت إلى ظهور التحويل الرقمي في الهيئات والشركات التكاليف والضغوطات على الميزانية؛ متطلبات العملاء والمواطنين؛ توجيهات الحكومة.

أصبحت أهمية تطبيق عملية التحويل الرقمي في المؤسسات الحكومية والشركات حاجة ملحة في ظل العولمة والانفتاح الاقتصادي والأزمات الناجمة عن سوء سير الإدارة، وقد أظهرت السنوات السابقة أنّ اقتصاديات العديد من الدول قد تعثرت نتيجة افتقارها إلى الرقمنة، مما ألحق أضرار بالغة بأعمال الهيئات والشركات.

اعتمدت العديد من الدول المتقدمة على الرقمنة وأدرجتها ضمن سير اقتصادياتها ومؤسساتها، أمّا الدول الناشئة فهي تخطو خطوات إيجابية لتعميم الرقمنة على كل القطاعات، ولاسيما القطاع السياحي الذي أصبح محل اهتمام العديد من دول العالم والتي تسعى من خلاله إلى تحقيق تنمية سياحية مستدامة.



الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة  
والتنمية السياحية المستدامة

تمهيد:

تعتبر السياحة من أهم القطاعات الاقتصادية على مستوى الاقتصاد العالمي وأكثرها ديناميكية، إذ تعد من الأنشطة الاقتصادية، فهي تساهم في الناتج المحلي وخلق فرص عمل وهو ما يجعلها من أهم المحركات المساندة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

وتحظى السياحة مؤخرا باهتمام العديد من دول العالم ولاسيما الدول النامية التي تمتلك المقومات السياحية التي تساعدها في الاهتمام بالقطاع السياحي وجعله أساس اقتصادها، وهو ما تسعى الجزائر إلى العمل به من أجل بناء اقتصاد قوي يتسم بالتنوع، حيث شكل القطاع السياحي مؤخرا اهتمام السلطات العليا في البلاد، من خلال مختلف المشاريع السياحية والحفاظ على البيئة السياحية من أجل تنمية سياحية مستدامة مما يسمح لها بمنافسة دول الجوار وفرض المنتج السياحي الجزائري في الأسواق الدولية.

انطلاقا مما سبق ولالإلمام أكثر بالموضوع، ارتأينا تقسيم هذا الفصل إلى المباحث التالية:

**المبحث الأول: الإطار العام لسياحة.**

**المبحث الثاني: سياسيات عامة حول التنمية السياحية المستدامة.**

**المبحث الثالث: واقع التنمية السياحية المستدامة في الجزائر.**

### المبحث الأول: الإطار العام لسياحة.

على مدى العقود الماضية، شهدت السياحة نمواً مستمرا وتنوعا متزايدا، لتصبح واحدة من أسرع القطاعات الاقتصادية نمواً في العالم، فهي أحد القطاعات الرئيسية في التجارة الدولية، وتمثل في الوقت نفسه أحد مصادر الدخل الرئيسية للعديد من البلدان.

### المطلب الأول: مفهوم السياحة خصائصها وأنواعها، مقوماتها.

تعد السياحة بمفهومها وأنواعها ومقوماتها، خصائصها وسيلة للتعايش الثقافي والتفاهم بين شعوب العالم.

### الفرع الأول: مفاهيم عامة حول السياحة.

تعتبر السياحة نشاط يقوم به الفرد من أجل الترويح عن نفسه في مدة زمنية معينة، ولقد جاء مفهوم السياحة من تنقل وترحال الانسان من المكان الذي يعيش فيه، ثم أصبح بعد ذلك نشاط انساني واجتماعي بدافع المعرفة وحب الترحال والاكتشاف والتعلم من أجل اكتساب معلومات ومهارات جديدة بشتى اصنافها وذلك عبر رحلة إنسانية اجتماعية تقوم السياحة اليوم على انها عنصر أساسي من حرية الانسان، ونموذج جديد للعلاقات بين الشعوب والحضارات لتحقيق المعرفة المتبادلة والتقارب الفكري والاجتماعي والسياسي والاقتصادي من أجل تحقيق تقارب بين الشعوب من خلال الاطلاع على الثقافات والحضارات.

ويطلق على السياحة بأنها "صناعة القرن العشرين أو الصناعة المتداخلة أو المركبة أو الصناعات المتكاملة، أو بتزول القرن الواحد والعشرين" التي قيل عنها أنها "ظاهرة سابقة لعصر متقدم" فصناعة السياحة ليس مجرد أليات وهيكل عمل وموارد بشرية، وإنما هي في جوهرها صناعة (الرؤى الإنسانية) صناعة تحول اللاملموس إلى ملموس من خلال خدمات ترفيهية ترقى إلى تحقيق السعادة للإنسان، وهي في قمة الحاجات في الهرم الإنساني لدورة الحياة. (عبيد، 2010)

يوجد للسياحة أكثر من تعريف، حيث يختلف كل تعريف عن الآخر حسب اختلاف الرؤية لنشاط السياحي.

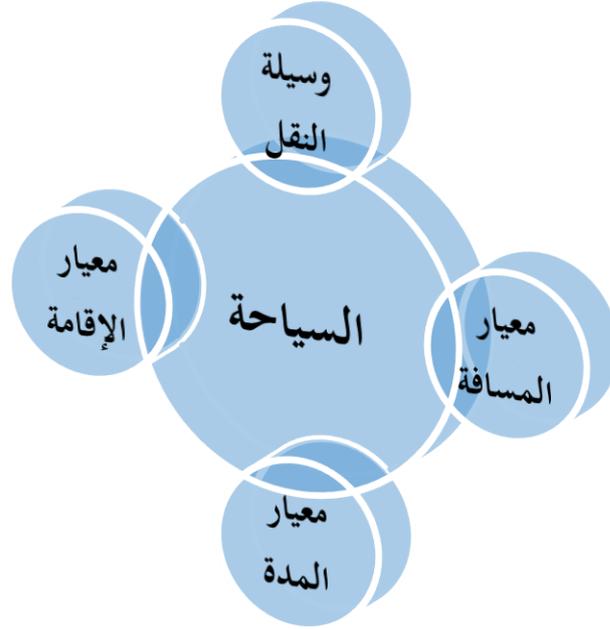
### 1. مفهوم السياحة:

- عرفت المنظمة العالمية للسياحة بأنها ظاهرة اجتماعية وثقافية واقتصادية تستلزم انتقال الأشخاص إلى بلدان أو أماكن خارج بيئتهم المعتادة لأغراض شخصية أو تجارية، مهنية يطلق على هؤلاء الأشخاص اسم زوار (قد يكونون إما سياحا أو متنزهين؛ مقيمين أو غير مقيمين) وتتعلق السياحة بأنشطتهم، وبعضها ينطوي على نفقات السياحة (UNWTO, 2023).

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

- قد عرفت السياحة على أنها نشاط انساني يقوم به الانسان بهدف الحصول على الراحة والمتعة عبر الانتقال من محل إقامته إلى مكان آخر داخل حدود البلد أو خارجه لمدة لا تقل عن يوم ولا تزيد عن سنة ولمسافة لا تقل عن 80 كلم. (الوزني، 2016)
- ركزت بعض التعاريف حول السياحة على جانب واحد وهو الاهتمام بالبعد المكاني، حيث ينظر للشخص الذي ينتقل من مقر إقامته إلى مكان آخر من خلال مسافة معينة على أنه سائح، فالسياحة حسب هذا المفهوم ركزت على المسافة وارتبطت بالمسافة التي يقطعها المسافر من مقره إلى مكان آخر ولقد اعتبرت مفوضية السياحة الوطنية الامريكية للموارد السياحة بأنها "نشاط ينتقل من خلاله الفرد مسافة لا تقل عن 50 ميلا باستثناء النشاط الذي ينطوي على ذهاب الفرد إلى مكان عمله، أما فترة المكوث أو المصاريف المترتبة على الانتقال فلم تأخذها المفوضية في الاعتبار، ثم جاء مكتب الاحصاء السكاني الامريكي ليزيد المسافة إلى 100 ميل، مضيفا إلى ذلك شرط مكوث المسافر ليلة أو أكثر بعيدا عن مقر مسكنه. (عبيد، 2010).
- في سنة 1942 قدم الباحثان (Hunziker and Krapf) في كتابهما المعنون "بالنظرية العامة للسياحة" تعريفا للسياحة على أنها " مجموعة الظواهر والعلاقات الناتجة عن السفر وبقاء السائحين (غير المقيمين) طالما أن بقاءهم لا يؤدي إلى الإقامة الدائمة ولا ينتج عنها أي نشاط مأجور. (Leonard Lickorish, 1997)
- كما عرفت السياحة بأنها صناعة مرتبطة بالرغبة الإنسانية في المعرفة وتخطي الحدود. (الزعيبي، 2013)
- حسب تعريف اتحاد التربويين ومستشاري فكلمة السياحة هي تتكون من العديد من العناصر، تتكون من مناطق الجذب السياحي، توفير وسائل النقل والإقامة وما يرتبط بها من مرافق ومصادر للترفيه، قد يتم توفير هذه العناصر من قبل شركة واحدة أو مجموعة شركات في صناعة السياحة، كما يتضمن أيضاً استمتاع السائح بهذه المنتجات من وقت خروجهم من منزلهم حتى وقت عودتهم إلى المنزل. (Morton, 2018)
- ويعرف الدكتور صبيحي أحمد الدليمي السياحة فهي الانتقال من مكان إلى مكان آخر بغرض الترفيه وليس العمل. (الدليمي، 2020). حيث يجب أن تتوفر عدة معايير حتى نطلق على الرحلة "لفظ سياحية" وهذه المعايير يمكن أن نلخصها حسب الشكل الموالي:

الشكل (1-2) معايير السياحة.



المصدر : من إعداد الطالب بالاعتماد على صبيحي أحمد الدليمي جغرافية السياحة، دار أجد للنشر والتوزيع عمان الأردن 2020.

- مما سبق يمكن إعطاء تعريف شامل ومختصر للسياحة، هي ظاهرة اجتماعية واقتصادية وثقافية تترتب نتيجة انتقال الأشخاص خارج مكان إقامتهم للاستمتاع سواء داخل البلد أو خارجها لعدة أسباب سواء مهنية، علاجية، رياضية، ثقافية، تجاري.

## 2. مفهوم السائح:

يعدّ السائح القلب النابض لعملية التسويق السياحي، إذ تتحدّد وتختلف الرؤى حول تعريفه من خلال

التعاريف الآتية:

- تعرف منظمة الامم المتحدة السائح بأنه أي شخص يسافر إلى بلد غير بلد إقامته المعتاد وخارج بيئته العادية لفترة لا تزيد عن 12 شهرًا، أما الهدف الأساسي من الزيارة فليس ممارسة عمل مقابل أجر في البلد قيد الزيارة، ويبقى هذا السائح ليلة واحدة على الأقل في مكان إقامة جماعي أو خاص في البلد قيد الزيارة. (الأسكوة، 2022)
- كما يعرف مصطفى يوسف كافي السائح هو ذلك الشخص الذي يسافر خارج محل إقامته الأصلي أو

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

الاعتيادي ولأي سبب غير الكسب المادي أو الدراسة سواء كان في دخل بلده (السائح الوطني) أو في داخل بلد غير بلده (السائح الاجنبي) ولفترة تزيد عن 24 ساعة وأن تقل عن ذلك فهو يعتبر قاصد للنزهة (كافي، 2017).

● يعرف السائح ذلك الشخص الذي يقوم بالانتقال لغرض السياحة لمسافة ثمانين كيلومتر على الأقل من منزله. (الزغبى، 2013)

● ويعرف السائح ذلك الشخص الذي يسافر خارج محل اقامته الاصيلي أو الاعتيادي، ولأي سبب غير الكسب المادي أو الدراسة، سواء كان داخل بلده (السائح الوطني)، أو في داخل بلد غير بلده (السائح الأجنبي)، ولفترة تزيد عن (24) ساعة، وأن تقل عن ذلك فهو يعتبر قاصد للنزهة. (عبوي، 2016) ويمكن أن نعرف المسافر لغرضين:

■ **السواح:** الذين يزرون بلاد أو مدن لأكثر من (24) ساعة، للأغراض التالية:

- ترفيه: التمتع، الرحلة، العطلة، صحة، دين، رياضة، ثقافة، تاريخ، ... الخ؛
- أعمال أو مؤتمرات؛
- عوائل (اجتماعية)؛
- اجتماعات أعمال، مؤتمرات، ثقافة، فن، ... الخ.

■ **المنتزهين:** الذين يزرون مناطق لأقل من (24) ساعة، هؤلاء لا يدخلون ضمن تقسيم السواح، وإنما يعتبرون منتزهين.

■ مما سبق يمكن اعطاء تعريف شامل ومختصر للسائح، فهو ذلك الشخص الذي يسافر خارج بلده بغض النظر عن هدف الزيارة في فترة لا تقل عن يوم وليلة.

### الفرع الثاني: أنواع السياحة

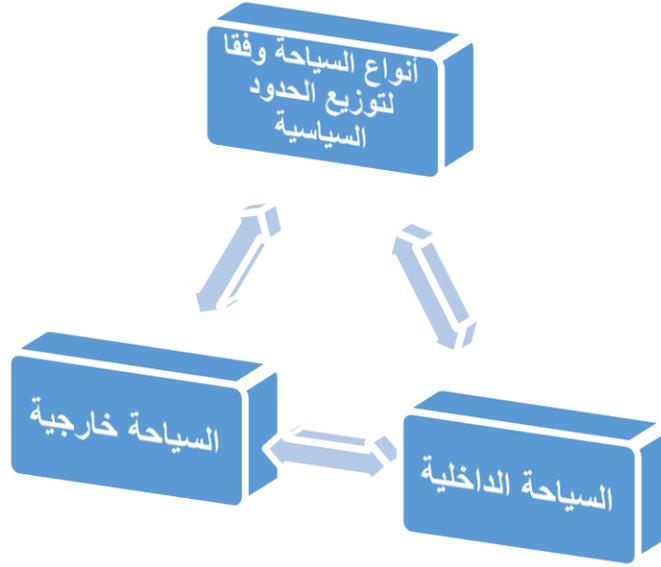
يوجد عدة أنواع للسياحة لقضاء وقت وممتع والذهاب في رحلة أو مغامرة، أو استكشاف أماكن جديدة، أو تجربة الرياضات الخطرة أو قضاء بعض الوقت في الطبيعة، وكل هذا مرتبط بالسياحة وصناعة السياحة بشكل عام.

وفقاً لاتجاهات الحديثة لسياحة في السنوات الاخيرة، شهدت صناعة السفر نموًا وتوسعًا مطردًا في السنوات القليلة الماضية، أصبح السفر أسهل من أي وقت مضى، ومن خلال ذلك يمكن أن تقسيم السياحة إلى عدة أنواع.

## 1. أنواع السياحة وفقا لتوزيع الحدود السياسية:

هناك نوعان من الأشكال الرئيسية للسياحة، فقد تعتمد على الوجهة وبلد المغادرة، وفقاً لمنظمة السياحة العالمية: السياحة الداخلية، والسياحة الخارجية، حيث يتم تنقسم السياحة وفقاً للحدود الجغرافية، فهي تتكون من سياحة محلية وسياحة دولية. (علام، 2008).

### الشكل رقم (2-2): أنواع السياحة وفقاً لتوزيع الحدود السياسية.



**المصدر:** من إعداد الطالب بالاعتماد على، أحمد عبد السميع علام، علم الإقتصاد السياحي دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر الأسكندرية مصر ص 25-26.

**1.1 السياحة الداخلية:** كما يعبر عنها بالسياحة المحلية فهي تلك الأنشطة المرفقية التي تتضمن جميع الظروف السياحية للمواطنين التي تشير إلى سفر الأفراد أو المجموعات داخل بلدهم لغرض للاستمتاع بأوقاتهم والترفيه.

**2.1 السياحة الخارجية:** كما يعبر عنها بالسياحة الدولية، حيث تشير بشكل عام إلى مختلف الأنشطة المرفقية من خدمات سياحية للأجانب وكذلك التي ينتقل فيها المواطنين إلى الخارج لنفس الغرض.

## 2. أنواع السياحة وفقاً لمفهوم الرغبة:

تختلف الرغبة من سائح إلى سائح آخر وحسب ظروف كل واحد، فالرغبة يقصد بها، أي رغبة السائح في الترويج عن النفس بما يتوافق اتجاهاته وظروفه الاقتصادية والاجتماعية، فهي تنقسم إلى ما يلي: (علام، 2008)

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

**1.2 سياحة الاستجمام:** يقصد بـسياحة الاستجمام كل الأنشطة التي يختارها السائح القيام بها أثناء السفر، قصد الاستمتاع وجعل أوقات فراغه أكثر تشويقاً ومتعة من خلال انتقاله إلى أماكن جذابة طبيعية أو اصطناعية، ومن أمثلة الأنشطة الترفيهية المشي والسباحة والتأمل والقراءة وممارسة الألعاب.

**2.2 السياحة الدينية:** تعتبر السياحة الدينية مفهوماً جديداً، حيث كان الناس يسافرون إلى عدة أماكن دينية منذ القديم، حيث أن عبادة وهي الانتقال إلى الأماكن الدينية، فقد كان السفر مقتصرًا على قيام الأشخاص بممارسة مختلف الشعائر الدينية، فالسياحة الدينية هي سوق متخصص، فقد يسافر الأشخاص داخل بلادهم وخارجها لزيارة الوجهات الدينية على وجه التحديد بسبب معتقداتهم.

**3.2 سياحة رجال الأعمال:** تعد سياحة الأعمال الغرض الذي ينتقل بسببه الأشخاص الذين يسافرون لأغراض تتعلق بعملهم، كما تمثل سياحة الأعمال أحد أقدم أشكال السياحة، فقد سافر الإنسان بغرض السفر منذ القديم، حيث تعتبر سياحة الأعمال وسيلة سفر تتم بسبب الأهمية الأساسية للنشاط المرتبط بالعمل. كما تعمل سياحة الأعمال على تعزيز وتطوير البنية التحتية وأنظمة النقل المتقدمة والتي تفيدها أشكال السياحة الأخرى، كما تدعم سياحة الأعمال صناعة الضيافة، أي حجوزات الفنادق وحجوزات المطاعم، يشار إلى هذا باسم سياحة الترفيه، وهي مزيج من الأعمال الترفيه، وغالبًا ما يتم تنظيمها من قبل وكالات السفر وشركات تخطيط الأحداث وإدارات السفر في الشركات.

ومن أمثلة عن الأعمال لغرض السياحة والتي تشير إلى سفر الأفراد للأنشطة المتعلقة بالأعمال، مثل حضور الاجتماعات والمؤتمرات والمعارض التجارية وغيرها من الأحداث، كما تعتبر سياحة الأعمال مساهماً هاماً في الاقتصاد المحلي والعالمي.

**4.2 السياحة الطبية:** تعرف بالسياحة العلاجية، وتسمى أيضًا السياحة الصحية، السياحة الجراحية، أو السفر الطبي السفر الدولي بغرض تلقي الرعاية الطبية، حيث يهدف هذا النوع من السياحة إلى الاهتمام بالناحية الصحية والعلاجية للسائحين، وذلك بتوفير كل الظروف الراحة التي يسعون للحصول عليها، حيث ينخرط العديد من المرضى في السياحة العلاجية، لأن العمليات التي يسعون إليها يمكن إجراؤها في بلدان أخرى بتكلفة منخفضة نسبيًا ودون تأخير أو الانتظار على قائمة الانتظار، بالإضافة إلى ذلك، يسافر بعض المرضى إلى وجهات محددة للخضوع للعمليات غير متوفرة في وطنهم، مما يعود على الدولة بكثير من المداخيل لفائدة الاقتصاد الوطني.

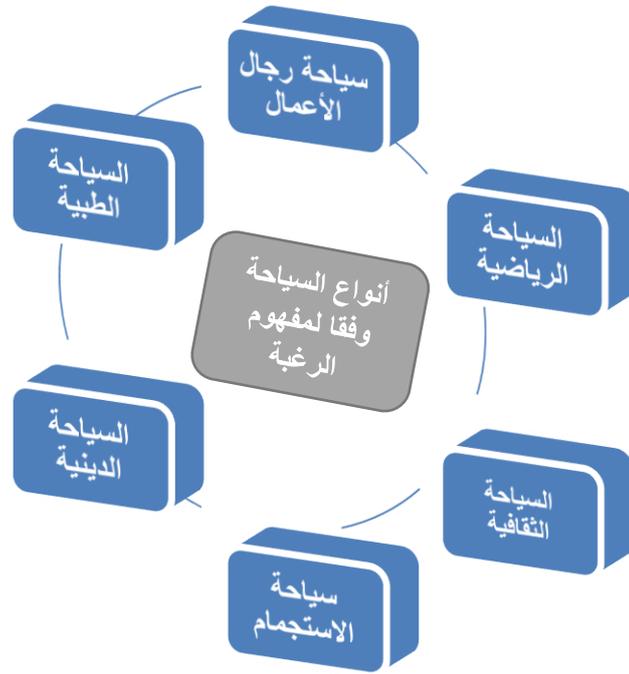
من بين الأسباب الأكثر شيوعًا التي تجعل الأشخاص يرغبون في الذهاب في رحلات السياحة العلاجية جراحة التجميل ورعاية الأسنان وزرع الأعضاء والأنسجة وعلاجات الخصوبة وعلاج السرطان.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

**5.2 السياحة الرياضية:** يقصد بالسياحة الرياضية هي السفر من منطقة أو دولة أو ولاية من أجل المشاركة وممارسة نشاط متعلق بالرياضة، فهي تجمع بين حب الرياضة والرغبة في تجربة وجهات جديدة، ومن أمثلة على السياحة الرياضية الألعاب الرياضية سواء التي تقام على المستوى المحلي أو الدولي.

**6.2 السياحة الثقافية:** تشمل السياحة الثقافية حركات الأشخاص من أجل أهداف ثقافية، مثل جولات الدراسة والفنون المسرحية، والسفر إلى المهرجانات وغيرها من الأحداث الثقافية، وزيارة المناطق والأثرية، والسفر لدراسة مختلف الفنون، فهي تهدف إلى الترويج عن النفس بالإضافة إلى الترويج والتعريف بثقافة البلدان.

### الشكل رقم (2-3): أنواع السياحة وفقا لمفهوم الرغبة.



**المصدر:** من إعداد الطالب بالاعتماد على أحمد عبد السميع علام علم الاقتصاد دار الوفاء لدينا الطباعة والنشر 2008 الاسكندرية مصر ص 26.

هناك عدة أنواع من السياحة وفق مفهوم الرغبة الأساسية للسائح، ولا تكون هناك سياحة حقيقة بدون رغبة. وانطلاقا من الشكل (2-3) المبين أعلاه نلخص أنواع السياحة حسب رغبة السائح.

### 3. حسب عدد الأشخاص:

وهي تعتمد على نوعان هما: (شنيبي، 2019):

**1.3 سياحة فردية:** هي سياحة لا تعتمد على برنامج محدد أو منظم، حيث يقوم بها مجموعة أو شخص واحد بغرض زيارة مكان محدد أو بلد، تتراوح مدة إقامتهم حسب وقت الفراغ المتوفر لديهم أو حسب تمنعهم بالمكان.

2.3 سياحة جماعية: فهي سياحة تكون منظمة، يتم ترتيب كل شيء مسبقاً من طرف الوكالات السياحية.

الفرع الثالث: خصائص السياحة ومقوماتها.

### 1. خصائص السياحة:

يتمتع قطاع السياحة بالعديد من الخصائص، فهو يُظهر بعضاً من هذه الخصائص، تحدد هذه الخصائص نطاق الصناعة ومزيج استراتيجيات التسويق التي يمكن استخدامها لزيادة المبيعات في صناعة سياحية، لذلك تتميز صناعة السياحة بالعديد من الخصائص المتعددة والمختلفة أهمها: (كافي، 2017)

- تعتبر السياحة صادرات غير متطورة فهي تمثل عرضاً للخدمات بصفة أساسية وليست منتجا ماديا يمكن نقله من مكان لآخر، والمستهلك يأتي بنفسه إلى مكان المنتج السياحي للحصول عليه ومن ثم فإن الدولة المصدرة للمنتج السياحي " الدولة المضيفة" لا تتحمل نفقات النقل على غرار الصادرات السلعية الأخرى، أي أن السائح سوف يستهلك المنتج في البلد المصدر للسياحة؛. (الوهاب، 1994)
- يعتبر المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي "الموارد السياحية الطبيعية التاريخية الأثرية" لا تباع إلا من خلال السياحة، فهذه الموارد لا تدر عائداً بطبيعتها إلا إذا بيعت في شكل منتج سياحي، وهذا المنتج لا يباع في معظم الأحوال من غير وجود سلع وخدمات مساعدة التي تتمثل في التسهيلات السياحية التي يجب أن تتواجد جنباً إلى جنب مع الموارد السياحية وتتمثل هذه التسهيلات السياحية في أربع مجموعات:

■ **ضرورة توفر مختلف الهياكل الأساسية القاعدية:** توفير الخدمات المرفقة للسياحة

كشبكات النقل المختلفة، توفير المياه والكهرباء، ومختلف وسائل الاتصال لاسيما الهاتف والانترنت، توفر الأمن والاستقرار.

■ **توفر المنشآت الإقامة:** الهياكل الفندقية وغيرها من الإقامة التكميلية، القرى السياحية

المخيمات.

■ **توفر النقل:** من خلال توفير مختلف وسائل النقل البري والجوي، البحري.

■ **توفر المنشآت السياحية الترويحية:** كأماكن حدائق التسلية ومدينة الألعاب والترفيه،

محلات التي يبيع الهدايا التذكارية التي ترمز للمنطقة أو البلد.

• عادة ما يعبر المنتج السياحي عن مقدار الرضا النفسي والجسدي الذي يقدمه أو يسلمه للسياح عندما

يسافرون إلى مكان جديد أو في طريقهم إلى وجهة معينة يمكن أن يكون محلياً ودولياً، فالمنتج السياحية

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

هو منتج يتكون من مزيج مشكل من مجموعة عناصر متعددة تكامل بعضها البعض، وتوفر وتتأثر بمختلف القطاعات الأخرى في المجتمع.

فالسائح يستهلكون مجموعة من السلع والخدمات منها التي لا تبيعها المنشآت السياحية كالإقامة، الإطعام، النقل، الهدايا، دور اللهو، ومنها ما يتعلق بالتي تبيعها المنشآت الأخرى في البلد المضيف وهذه المنتجات تتكامل مع بعضها البعض بحيث لو انخفض مستوى السلعة أو الخدمة في الفنادق أو المطاعم أو النقل أو الإجراءات الجمركية، انخفض المستوى السياحي، وتأثرت العناصر وأثرت في القطاعات الأخرى (الدخل، العمالة).

- تعتبر السياحة الدولية منتج تصديري فهي تتسم بالمرونة فهي تتأثر بقوى خارجيه فتعرض في بعض الأحيان إلى درجة من عدم الاستقرار بسبب القوة الخارجية، ومرونة عالية ولاسيما بالنسبة لكل من السعر والدخل بالإضافة إلى مشكل الموسمية التي تؤثر على النشاط السياحي.
- يتصف العرض السياحي بأنه غير مروون على المدى القصير، فهو جامد وقليل المرونة وعدم قابلية للتغيير في المدى القصير، حيث لا يمكن انتاج منتجات سياحية أو اقامة مشاريع سياحية في وقت قصير، كل هذا يحتاج إلى وقت وجهد كبير (Clarke, 2001).

### 2. مقومات السياحة:

من أجل صناعة سياحية حقيقية وجب توفير مجموعة من العناصر الاساسية التي من شأنها أن تساعد على تنمية قطاع السياحة، حيث تتمثل مقومات السياحة فيما يلي: (كافي، 2017)

**1.2 المقومات الطبيعية:** تتمثل في كل الموارد الطبيعية التي تتميز بها كل وجهة سياحية التي تنفرد بها بعض البلدان، ومن أهم هذه الموارد: الأنهار، البحار، المناخ، الغابات، الواحات، الجبال، المناظر الطبيعية التي تسخر بها كل منطقة، الجو الذي يميز المنطقة، الثلوج، المياه المعدنية.

**2.2 المقومات البشرية:** يعد العامل البشري عنصر فعال ومهم من بين المقومات الاساسية التي يعتمد عليها في تنشيط العمل السياحي، إذ يلعب عامل الموارد البشرية دورا بارزا في تعزيز صورة البلاد كأحد أهم الوجهات السياحية، يعتبر الموظفون مثل المرشدين السياحيين ووكلاء السفر ومنظمي الرحلات السياحية وموظفي المطارات وموظفي الفنادق بمثابة الموارد البشرية الفعالة في صناعة السياحة والضيافة.

كما يعتبر العمل الذي يتمثل في الانجازات السياحية الجديدة، والمضافة إلى الانجازات التي تركها الأجداد واستكمالها الأجيال المتلاحقة، إضافة إلى ما تركه الآباء والأجداد من ثروات مختلفة سواء كانت تاريخية أو ثقافية

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

وغيرها من الآثار التاريخية القديمة التي تمثل مختلف الحضارات التي تتميز بها بعض الدول، فالعامل البشري يتجلى في الجهود التي تبذل في مختلف الأنشطة السياحية حتى تستطيع إعطاء صورة من صور العمل الذي يعد عنصرا هاما من عناصر المنتج السياحي واستخدامه، يساعد على جذب السياح مثل القرى السياحية، والمنتجات والمنشآت الحديثة سواء كانت فنادق، مطاعم إلى جانب المناطق الترفيهية المختلفة التي تعمل على راحة وجذب السياح سواء كانت ملاهي، بواخر سياحية، أسواق تاريخية، رياضيات خاصة وغيرها من وسائل الترفيه والراحة والاستمتاع، وبصورة عامة فان عناصر الجذب الطبيعية غير قابلة للمنافسة إذ لا يمكن للإنسان أن يبني جبال وسهول، أما عناصر الجذب غير الطبيعية فيمكن المنافسة عليها ما عدا الآثار والأماكن الدينية، فأغلب الدول تتنافس على هذا النوع من عناصر الجذب السياحي.

● رأس المال البشري هو مدى استثمار في إعداد وتحضير رأس المال البشري في القطاع السياحي بهدف تطوير وزيادة الطاقة الانتاجية والتشغيلية لتقديم خدمة سياحية راقية في مجمل الأنشطة السياحية ولاسيما في القرى السياحية، المؤسسات الفندقية، وكالات السفر والسياحة، وسائل النقل والمواصلات، مراكز الترفيه والتسلية من خلال إعداد اطارت متخصصة لها قدرة من المعارف والمهارات في السياحة تكون قادرة على النهوض بالسياحة من أجل مواكبة الاسواق الدولية.

وينقسم رأس البشري إلى قسمين يتم توفيرهم من المناطق السياحية:

- الأشخاص العاملون في القطاع السياحي سواء العاملون في المؤسسات الرسمية الحكومية مثل: وزارة السياحة ومديريات السياحة ومختلف الهيئات السياحية، دواوين السياحة، ووكالات السياحة والسفر.
- الجمهور المتصل بالسياحة وهناك مجموعة من العوامل التي تساعد على نجاح العامل البشري ودعمه لتطوير قطاع السياحة.

**3.2 المقومات المالية:** يعد رأس المال من بين المقومات الأساسية الثلاثة لصناعة السياحة، فهو يعتبر من أهم المقومات التي تعمل على تخصيص أغلفة مالية لاستثمار الأموال في مختلف المشروعات السياحية وزيادة القدرة التنافسية بإقامة منشآت سياحية ومؤسسات فندقية وكالت سياحية وغيرها من الوسائل وأدوات والهيكل من أجل نجاحها في سوق العمل السياحي، لذلك يعتبر رأس المال من العناصر الأساسية في تحسين مستوى الأداء نظرا للأهمية الكبيرة في المجال السياحي من خلال توفير الأموال لإنجاز مختلف المشروعات الاستثمارية السياحية المختلفة وتدعيم الخدمات السياحية.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

كذلك من خلال توفير رأس المال يتم تمويل العمليات المخصصة للحملات الدعائية والإعلامية من أجل تسويق المنتجات السياحية، حيث يمكن من خلال ذلك تخطيط للعمليات الدعائية في الداخل والخارج وبشتى الطرق والوسائل المتاحة سواء عبر تقنيات الفيديو أو المطبوعات للترويج ومواكبة الأسواق المحلية والدولية، والتي تعد من بين التسهيلات لتوجيه السائح وبذلك يعتبر رأس المال عنصر أساسي في التعريف بالمنتجات السياحية في مختلف الأسواق.

ضف إلى ذلك تعد التسهيلات السياحية المقدمة إلى السواح والأسعار المناسبة للخدمات السياحية المقدمة التي تساعد على النقل وما يتوفر عليها من راحة وأمان وسرعة والتي تعتبر من بين العناصر الأساسية التي تساهم في تدعيم المقومات السياحية بصفة عامة.

### المطلب الثاني: أركان ومكونات السياحة.

ترتكز السياحة على عدة أركان أساسية وهو توضيح مدى ارتباط هذه الأركان ببعضها البعض لتحقيق التطور من أجل تنمية سياحية شاملة، فلا يمكن أن توجد سياحة دون هذه الأركان، فتختلف إحدى العناصر يشكل على السياحة، (كافي، 2017)

### الفرع الأول: أركان السياحة:

تتمثل أركان السياحة فيما يلي:

**1. النقل:** يعتبر قطاع النقل عنصر أساسي في صناعة السياحة، ونجاح وتطور السياحة، حيث أنها مرتبطة بقطاع النقل إذ أنه لا يمكن أن تكون سياحة بدون نقل ومواصلات وطرق، ويشمل النقل مختلف وسائل النقل.

**1.1 وسائل النقل البري:** وهي السيارات الدراجات، والحافلات، والقطارات.

**2.1 وسائل النقل البحري:** تتمثل في السفن، الزوارق والمراكب.

**3.1 وسائل النقل الجوي:** وهي الطائرات، الهليكوبتر.

**2. أماكن الإقامة:** يعد الإيواء أول شيء يبحث عنه السائح عند وصوله في رحلته السياحية، لكن مع التطور التكنولوجي أصبح السائح يحجز عن بعد من خلال مختلف التطبيقات الرقمية السياحية، وهو مكان الإقامة التي سيقضي فيها فترة إقامته ومكان الإقامة وتمثل الفنادق والقرى السياحية، المخيمات، والموتيلات، شقق سياحية بالإضافة إلى الطعام والشراب.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

**3. البرامج السياحية:** إن قيام السائح برحلة سياحية تجعله يقوم بوضع برامج خاص يكون محدد مسبقا سواء من طرفه أو من طرف الوكالات السياحية يختلف برامج السياحي حسب هدف الرحلة بداية من حجز تذكرة الطيران والإقامة وزيارة المناطق التاريخية والأثرية والطبيعية والترفيهية والدينية والعلاجية والرياضية بالإضافة إلى زيارة الحدائق والمنتزهات مراكز التسوق المحلات.

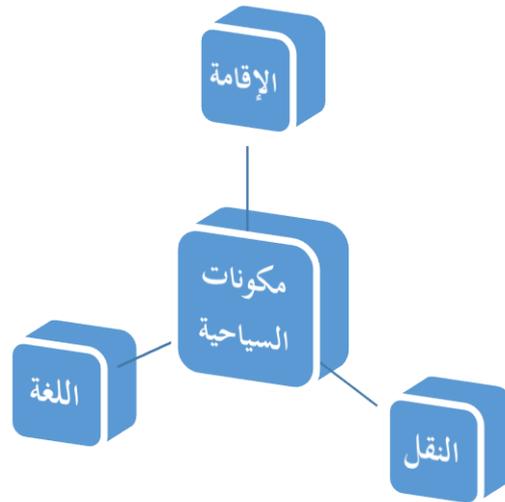
**4. البنية التحتية:** تعد البنية التحتية العامة عنصر أساسي من أركان السياحة، فهي تشمل مختلف المرافق والأنظمة والمباني التي تملكها أي دولة والتي يجب أن تتوفر في أي منطقة سياحية ويشمل جميع البنى التحتية المفتوحة لعامة الناس تشمل البنية التحتية جميع الأنظمة والمرافق الأساسية التي تسهل التشغيل السهل للأنشطة اليومية للاقتصاد وتحسين مستوى معيشة السكان، وتشمل المرافق الأساسية مثل الطرق وإمدادات المياه صالح لشرب، الصرف الصحي، والكهرباء والاتصالات، البنوك، المستشفيات، كما تتمثل البنية التحتية في السياحة في المنشآت الفندقية، مراكز التسوق والترفيه ووكالات السفر والسياحة.

### الفرع الثاني: مكونات السياحة.

#### 1. مكونات السياحة وفقا للمفهوم الحديث القديم:

لا يمكن تصور وجود سياحة بدون عنصر من هذه العناصر، إذ كانت السياحة من قبل تتكون من مكونات معينة، من بينها ثلاثة تعتبر مكونات أساسية للسياحة.

#### الشكل رقم (2-4) : المكونات الأساسية للسياحة.



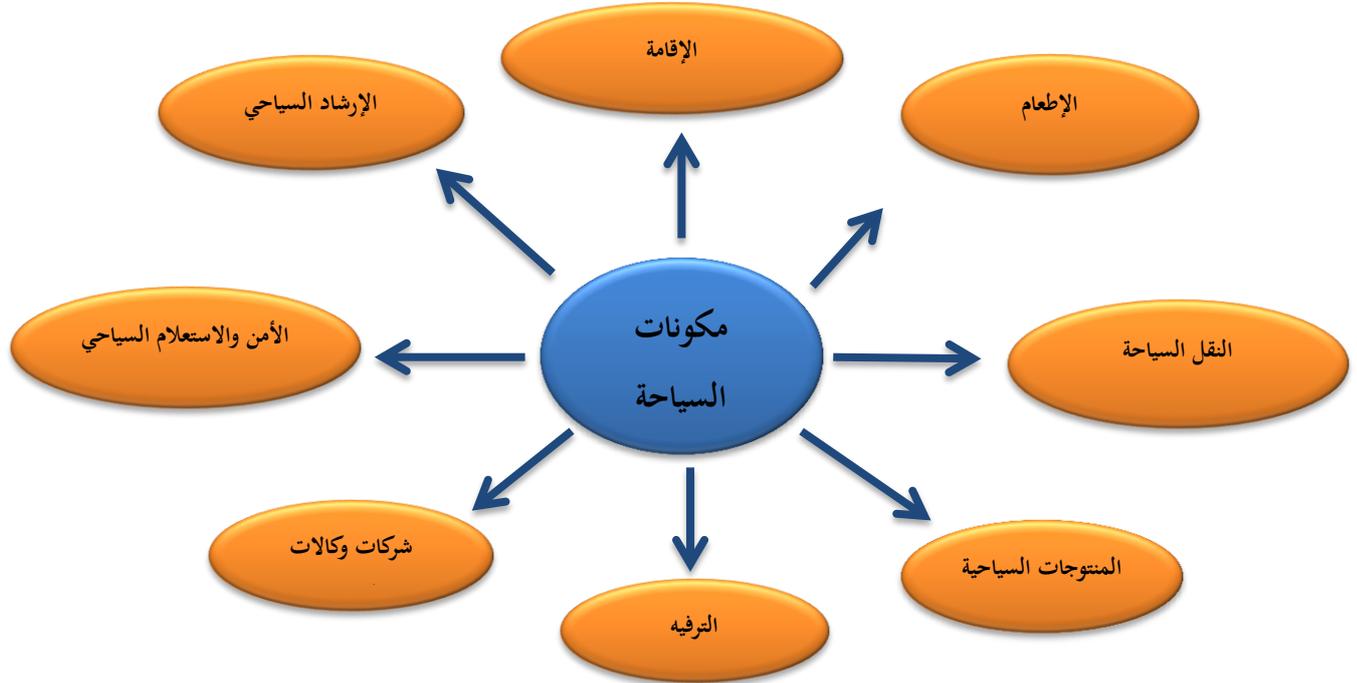
المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على

N.JAYAPALAN, **an Antroduction in Tourism**, ATLANTIC PUBLISHED AND DISTRIBUTORS Delhi, 2001, page 41.

## 2. مكونات السياحة وفقا للمفهوم الحديث:

أصبح مفهوم السياحة بالمفهوم الحديث يتضمن عدة عناصر جديدة وفقا للتغيرات الحديثة بعدما كانت تقتصر على ثلاثة عناصر أساسية والشكل التالي يبين كل مكونات السياحة التي أصبحت مكونات أساسية لا يمكن الاستغناء عليها وهي كما يلي:

### الشكل رقم (2-5): مكونات السياحة.



**المصدر:** من إعداد الطالب بالاعتماد على مصطفى يوسف كافي، مدخل إلى علم السياحة ألفا للوثائق والنشر قسنطينة 2017 ص 55.

تحتاج السياحة إلى العديد من المكونات الأساسية، وبدون هذه المكونات، فإنها لا تكون هناك صناعة السياحة حقيقة وانطلاقا من الشكل (2-5) المبين أعلاه نحدد مكونات النشاط السياحي كما يلي:

### 1. أماكن الإقامة:

وتتمثل في الفنادق والشقق الفندقية والمخيمات والشاليهات، والقرى السياحية والمنتجعات السياحية...

وتخضع هذه العناصر إلى عدة معايير مختلفة نذكر منها:

#### 1.1 معيار الموقع:

يشكل الموقع دور أساسي في تصنيف درجة الفنادق ونوع السواح التي ترتادها، وحسب

هذا المعيار نجد التصنيفات التالية:

- فنادق موجودة في وسط المدينة تقوم باستقبال رجال الأعمال وسائحين.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

● فنادق موجودة بمحاذاة المطارات وهي التي تستقبل سائحي العبور وملاحى الطائرات ونجد رجال الأعمال في بعض الأحيان.

● يمكننا القول أن فندق المنتجع يشبه مجمع الفنادق، وبهذا يتضمن كافة الخدمات والتسهيلات لسواح، فهذا يعني أن فندق المنتجع ليس مجرد مكان للإقامة السياحية، ومن الواضح أنه يوفر غرفاً وأجنحة، أو حتى فيلات في بعض الحالات، لاستيعاب السواح، فهو مخصص لقضاء العطلات الذين يمكنهم الاستفادة من العديد من الخدمات داخل فندق المنتجع، يقع فندق المنتجع عمومًا بعيدًا عن وسط المدينة.

يوفر فندق المنتجع لعملائه العديد من الخدمات: تقديم الطعام، والأنشطة الترفيهية (الأنشطة الترفيهية، والمنتجع الصحي، وحمام السباحة، والجولف، والبوتيك، وما إلى ذلك)، وبالتالي، يتوفر لدى السواح كل ما يحتاجونه في الموقع ويمكنهم الاستمتاع به دون مغادرة المنتجع.

### 2.1 معيار الخدمة: فقا لهذا المعيار تنقسم وسائل الإقامة إلى ما يلي:

● عبارة عن وحدات إقامة تقدم مختلف الخدمات السياحية كالفنادق، الموتيلا، إقامة الشباب أي بيوت الشباب.

● عبارة عن إقامات خاصة تقوم بتقديم خدمات ذاتية تقوم على الخدمة الذاتية كالكرفانات والمخيمات والشاليهات الفيلا، ويجب أن تتضمن هذه الأماكن على كافة التسهيلات للراحة.

3.1 معيار التسهيلات المتاحة: تتمثل مختلف التسهيلات المتاحة التي تتضمنها وحدات الإقامة السياحية، وأهمها ما يلي:

- تسهيلات في عمليات الحجز، مثل الحجوزات التي تتم عن بعد دون التنقل إلى الفندق أو الحجز الآلي؛
- تقديم تسهيلات ترفيهية متعدد في مختلف الخدمات ولاسيما وجود العديد من المطاعم وملاعب التنس والقولف والنوادي الرياضية والترفيهية والمساح والحمامات المعدنية.

### 2. النقل السياحي:

يعد النقل من أهم العناصر التي يعتمد عليها القطاع السياحي، فالسائح هو الذي يستوجب التنقل وليس المنتج السياحي، لذلك كلما تطورت وسائل النقل ساهمت في تنشيط القطاع السياحي، ويتمثل النقل السياحي على مجموعة من الأنواع يمكن تلخيصها فيما يلي:

1.2 النقل الخارجي: تعدد وسائل النقل الخارجي، فهي تساهم في تسهيل انتقال السائح من بلده الأصلي إلى بلدان أخرى، حيث يتجسد هذا النوع من النقل في انتقال السائح من خلال وسائل مختلفة كطائرة، القطار،

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

الحافلات، السيارات، فهي تتحدد حسب بعد المسافة، الإمكانيات المادية، للسائحين وتكلفة النقل ومدة الرحلة، ومدى توفر البنية التحتية للقطاع النقل من هياكل النقل كالمطارات والموانئ والطرق البرية، السكك الحديدية.

**2.2 النقل الداخلي:** يتمثل النقل الداخلي في تنقل السائح داخل حدود الدولة معتمداً في ذلك على وسائل النقل المختلفة (برية، جوية، بحرية).

### 3.2 الوسائل التي يعتمد عليها النقل السياحي:

- النقل البري: ويعتمد في التنقل على عدة وسائل مختلفة كالسيارات، الحافلات والقطارات.
- النقل الجوي: وهو يعتبر أسرع وسيلة نقل وأكثرها راحة وأمان من بينها الطائرات والهيلوكبتر.
- النقل المائي: وذلك باستعمال السفن والعبارات.

### 3. الأنشطة والوكالات السياحية:

تساهم الشركات والوكالات السياحية في النشاط السياحي، حيث تساهم الشركات السياحية بنشر الوكالات السياحية في مختلف المناطق، أما الوكالات السياحية فهي كوسيط بين السائح والدولة المضيفة من أجل تعريف واشهار للوجهات السياحية من جهة واستشارة وترتيب الرحلات السياحية بالنسبة لسياح من جهة أخرى، وتنقسم شركات السياحة إلى ما يلي:

**1.3 منظمي الرحلات:** يتواجد هذا النوع من الشركات في الدول المصدرة للسياح، فهي تقوم بتسويق والتعريف والاشهار للوجهة السياحية، وتنظيم وتنفيذ البرنامج السياحي، حيث تقوم بتجميع عناصر البرنامج السياحي المسطر.

**2.3 وكالات الخدمات السياحية:** تتواجد الخدمات السياحية في الدولة التي تستقبل السياح، وتقوم بتنفيذ البرامج السياحية التي تم إعدادها مسبقاً.

**3.3 وكالات السفر والسياحة:** تتواجد وكالات السفر والسياحة في الأسواق التي تعد مصدراً للسائحين، والتي تقوم ببيع ما ينتجه منظمو الرحلات السياحية، كما تعمل هذه الوكالات في انتشارها وتواجدها في مراكز التجمعات السكانية وقربها من الزبائن، وتخضع هذه الوكالات إلى تنظيمات وتشريعات وتنظيم نشاطها السياحي وتختلف من دولة إلى أخرى.

ويشمل نشاط شركات السياحة على الأعمال التالية:

- حجز تذاكر السفر وبيعها؛

- تقديم خدمات الترفيه السياحية؛
- تقديم خدمات النقل السياحي؛
- تقوم بحجز الغرف والفنادق؛
- تقوم بإعداد وتنفيذ البرامج السياحية؛
- القيام بالرحلات السياحية.

### 4. الإرشاد السياحي:

يعد من الأنشطة التي تكمل النشاط السياحي، فهو يتطلب كفاءة عالية ومتمكنة في عرض والتعريف بالعنصر السياحي ولاسيما في المجال الجغرافي والثقافي، والدبني والتاريخي والطبيعي والحضاري، بالإضافة إلى دراية ومعرفة باللغات الأجنبية الأساسية المنشرة عالميا.

لذلك يتصف المرشد أو الدليل السياحي بمجموعة من الصفات الاساسية حتى يتسنى له الرد على مختلف من استفسارات واسئلة السياح أثناء تواجدهم بمختلف المناطق السياحية تاريخية، دينية، أثرية، متاحف.

### 5. الترفيه:

هي مختلف الأنشطة الترفيهية التي تقوم بها حدائق التسلية واللعب أو المركبات الفندقية، والتي تعتبر النشاط جزء من أجزاء المنشآت السياحية، حيث يرتبط نشاطها الرئيسي ارتباطا مباشرا بالعمل السياحي للمنشأة السياحية.

### 6. الأمن والاستعلام:

من بين أهم مكونات النشاط السياحي يجب توفر عنصر الأمن والاستعلام حتى يكون نشاط سياحي، على اعتبار أن الظروف الأمنية لها دور فعال سواء في تنشيط العمل السياحي.

### 7. المشتريات السياحية:

تعد المشتريات السياحية من ضمن الأنشطة التي ترتبط بالعمل السياحي، فهي لها تأثير واضح على معدلات الإنفاق السياحي، من خلال تزايد اقتناء السائحين لتذاكر السياحة وكذا السلع والهدايا. كما تعتبر من بين الأنشطة التصديرية الهامة، فهي مصدر هام من مصادر جلب العملة الصعبة وتدرج من ضمن الأنشطة الدعائية القوية المؤثرة في الأسواق الخارجية.

### المطلب الثالث: أهمية السياحة ودورها في تدعيم المؤشرات الاقتصادية الدولية.

يعد القطاع السياحي من بين القطاعات الأكثر نمو في العالم، كما يعد من أهم القطاعات التي تساهم بدرجة كبيرة في التجارة الدولية، حيث يلعب دورًا مهمًا كقوة دافعة للتنمية الاقتصادية، حيث يعتمد تأثير هذه الصناعة في المراحل المختلفة من التنمية الاقتصادية على الخصائص المحددة لكل بلد، بالنظر إلى تعقيد كل بلد، فهو يساهم في زيادة الدخل القومي ومصدرا للعمالات الصعبة ويساهم في تحسين ميزان المدفوعات وهدفا لتحقيق برامج التنمية وفرصة لتشغيل اليد العاملة على اختلافها.

### الفرع الأول: أهمية السياحة.

تتجلى أهمية السياحة في حاجة الفرد إلى الراحة والترفيه عن النفس التي يحتاجها نتيجة الإرهاق العضلي، والعقلي والنفسي، والذهني نتيجة مشاق الحياة اليومية، ومن هنا برزت حاجة الانسان إلى الحصول على قسط من الراحة النفسية الجسدية قصد استعادة طاقته من أجل استعداد للقيام بالعمل والإبداع، حيث تعتبر السياحة وزيارة أماكن في البلد أو خارجها ضرورية للإنسان، حتى تسمح له بالمحافظة على توازن حياته، وتعد صناعة السياحة مصدر لقوة الاقتصاد العالمي لما لها من دورا كبير هام في التنمية الثقافية والاجتماعية والاقتصادية في دول العالم. لذلك أصبحت عالمنا اليوم يولي أهمية كبيرة لصناعة السياحة على اعتبارها ظاهرة اجتماعية وثقافية اقتصادية أهمها ما يلي: (عبيد، 2010)

### 1. الأهمية الاقتصادية للسياحة:

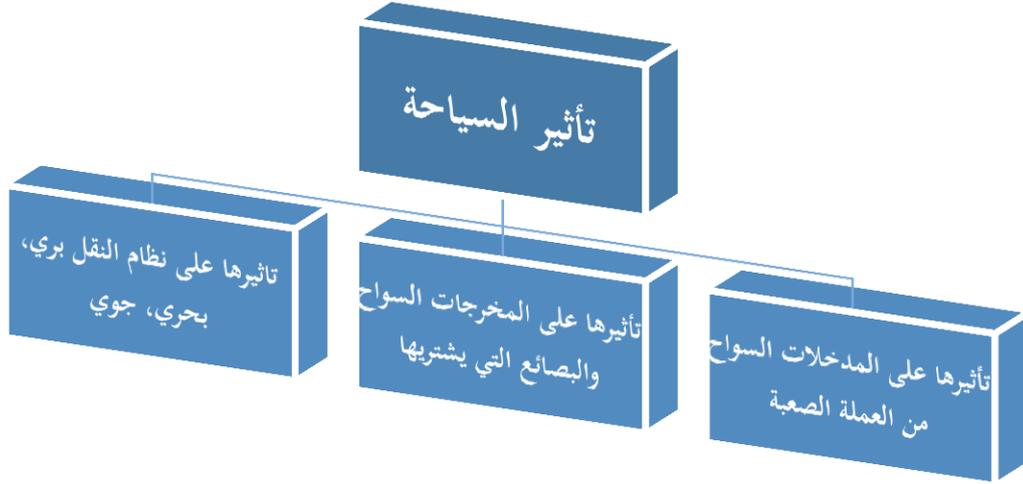
تعد السياحة في العديد من دول العالم اليوم عنصر هاما من الناحية الاقتصادية فهي تساهم في جلب العملة الصعبة، وتعمل على توطين الاستثمارات الأجنبية، وتوفر فرص العمل، فالسياحة اليوم بمختلف مجالاتها تعد أكبر صناعة في العالم في مجال القوة العاملة، فهي تساهم في تقليل من نسبة البطالة والقضاء عليها، فهي تساهم في اقتصاديات دول العالم، وطبقا لإحصائيات "مجلس السياحة والسفر العالمي (WTTC) بالتعاون مع مؤسسة وارتون للتنبؤ الاقتصادي Wharton on Economic Forecasting Association، تزود السياحة سوق العمل بفرص عمل مباشرة وغير مباشرة.

فقد شهد قطاع السياحة نمو معدلات متزايدة خلال النصف الثاني من القرن الماضي، مما جعل السياحة تنافس قطاعات الصناعة والنفط والزراعة مما جعلها تحتل موقعا متميزا، حيث تساهم بنسبة كبيرة في الناتج القومي الإجمالي في العديد من الدول، مما جعل بعض الدول تعتمد في اقتصادها بشكل كلي على قطاع السياحة.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

وتعد صناعة السياحة سوق قابل للتوسع نظرا لارتباطها بمختلف الصناعات ولاسيما الصناعة والتجارة والزراعة، وتستمد السياحة كصناعة لما لها من أهمية كبيرة تؤثر على هيكل الاقتصاد وأدائه والتي يمكن تلخيصها من خلال الشكل التالي:

### الشكل رقم (2-6): الأهمية الاقتصادية لسياحة.



المصدر: إعداد الطالب طه أحمد عبيد، مشكلات التسويق السياحي الاسكندرية مصر 2010 ص 125.

يعتبر قطاع السياحة نشاطا ديناميكيا يتسم بحركية كبيرة ذات تأثير فعال ومباشر على مختلف الأنشطة الاقتصادية للدول وخارجها، كما تؤثر وتتأثر على قطاع الإنتاج، والنقل والمواصلات بمختلف أنشطته الموانئ، والمطارات والطرق، والاتصالات، والفنادق، والبنوك، وعمليات التجارة الداخلية والخارجية... الخ

### 2. الأهمية الثقافية والحضارية للسياحة:

تساهم السياحة في انتشار الثقافات والحضارات بين شعوب ومناطق العالم، وتعد كوسيلة في تعارف الشعوب والأمم بين دول العالم مما يسمح بتوطيد العلاقات الانسانية وتقريب المسافات بينهم. كما أصبحت السياحة اليوم كحل للمختلف المشاكل التي تقف في تحقيق التكامل بين مختلف الشعوب، فهي تساهم في توطيد العلاقات وإزالة المعوقات ولاسيما العرقية والثقافية والدينية وبالتالي تعزيز التبادل الثقافي والحفاظ على تراث الشعوب والأمم ورفاهية الأفراد والمجتمع الهوية والتراث وتساعد على تحديد هوية المجتمع وتراثه، إنها توفر إحساسًا بالانتماء والارتباط بالماضي والمكان في العالم.

### 3. الأهمية البيئية والعمرانية للسياحة:

إن الاستغلال الأمثل لمختلف الموارد البشرية والطبيعية والمحافظة عليها، يجعل من السياحة عنصر فعال إذ تعتبرها ثروة هامة، وبذلك تعمل الأنشطة السياحية على تخطيط وتنظيم وتحديث استخدامات الأراضي لتحقيق منفعة عامة من خلال تهيئة المناطق السياحية بالشكل الذي يحقق أقصى منفعة ممكنة مع العمل على المحافظة على بيئة خالية من مشاكل أو آثار بيئية سلبية، ضف إلى ذلك تساهم النشاطات السياحية بالاهتمام بالجانب الجمالي للمعطيات سواء كانت من صنع الإنسان أو طبيعية، وبالتالي العمل على المحافظة عليها من خلال صيانتها وترميمها بشكل صحيح.

### الفرع الثاني: دور السياحة في تدعيم المؤشرات الاقتصادية.

#### 1. دور القطاع السياحي في خلق فرص عمل:

تعد السياحة واحدة من أكبر الصناعات في العالم، وفقاً لمجلس السياحة والسفر العالمي (WTTC)، حيث أن القطاع يساهم بشكل كبير في الاقتصاد والتوظيف، كونه أحد المحركات الاقتصادية الرئيسية للدول، كما يمكن للسياحة أن تخلق الكثير من الوظائف، حيث يكون الموظفون في قطاع السياحة جزءاً لا يتجزأ من المنتج الذي يبحث عنه الزوار، وتعد صناعة السياحة أحد هذه القطاعات التي تتطور بمعدل سريع مما يخلق المزيد من فرص العمل للشباب، ففرص عمل لا حصر لها للشباب في وكالات السفر ومنظمي الرحلات السياحية وموظفي التذاكر وموظفي النقل والخدمات اللوجستية وإدارة الفنادق وشركات الطيران والرحلات البحرية.

(AGARWAL, 2019)

كما يمكن للسياحة توفير فرص عمل متنوعة في العديد من القطاعات المختلفة، حيث تشمل صناعة السفر على أنشطة وخدمات مختلفة تخلق تجربة سياحية شاملة، تشمل الصناعات ضمن سلسلة القيمة السياحية الإقامة، والنقل، وخدمات الطعام والشراب، والترفيه، فجميع الجوانب المذكورة أعلاه جزء من صناعة السياحة.

كما يمكن تقسيم فرص العمل في السياحة إلى تلك التي تم إنشاؤها بشكل مباشر أو غير مباشر، وذلك لأن سلسلة القيمة السياحية واسعة بشكل استثنائي وتخلق المزيد من التأثيرات على التوظيف، والتي لا تقتصر

بالضرورة على السياحة. (Soja, 2022)

#### 1.1 التوظيف المباشر في السياحة: تندرج جميع الوظائف التي يشارك فيها الموظفون في إنشاء ناتج سياحي

مباشر ضمن فئة التوظيف السياحي المباشر، حيث تشمل الوظائف المباشرة في الفنادق وشركات الطيران ووكالات

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

السفر ومنظمي الرحلات والمتاحف والمتنزهات الوطنية وخطوط الرحلات البحرية... إلخ. حيث تشترك هذه الوظائف في تركيزها الوحيد على السياحة فهي تعمل للسائحين.

**2.1 التوظيف غير المباشر في السياحة:** فقا لتقرير منظمة السياحة العالمية، تخلق وظيفة واحدة في صناعة السياحة الأساسية حوالي وظيفة ونصف إضافية (غير مباشرة) في الاقتصاد المرتبط بالسياحة، علاوة على ذلك، هناك ثلاثة عمال يعتمدون بشكل غير مباشر على كل شخص يعمل في الفنادق، مثل موظفي وكالة السفر، والمرشدين، وسائقي سيارات الأجرة والحافلات، وموردي الأغذية والمشروبات، وعمال الغسيل، وعمال النسيج، والبستانيون، وموظفي المتاجر لبيع الهدايا التذكارية، وغيرهم، مثل وكذلك موظفي المطار.

لذلك، تعتبر هذه الأنواع من الوظائف أيضا جزءا من صناعة السياحة، وعندما يجتمعون جميعًا معًا، يتم خلق فرص العمل، حيث يكون الموظفون في قطاع السياحة جزءا لا يتجزأ من المنتج الذي يبحث عنه الزوار ويدفعونه.

## 2. دور القطاع السياحي في الناتج المحلي:

يساهم قطاع السياحة في تحقيق نفس النمو في الدخل كمثل التي تحققها صادرات الموارد الطبيعية. وعلى عكس صناعات النفط والغاز واستخراج المعادن التي تؤدي إلى تدهور الموارد الطبيعية، يمكن أن يصبح قطاع السياحة قطاعًا أخضر، فالسياحة لها تأثير قوي على التوسع الاقتصادي.

كما يكشف عدد كبير من الاقتصاديين عن تأثير السياحة على المدى الطويل على النمو الاقتصادي. ويمكن أن يكون بمثابة محرك للنمو من خلال المساهمة في نمو الناتج المحلي الإجمالي، وخلق فرص العمل، وجلب العملة الصعبة، وفي المقابل، يؤثر النمو الاقتصادي أيضًا بشكل إيجابي على التنمية السياحية من خلال تطوير المرافق والبنى التحتية، مثل تطوير وسائل النقل، وتطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والنقود الإلكترونية، والفنادق، والمطاعم، وغيرها من الخدمات والمرافق الترفيهية.

فالنشاط السياحي يمكن أن يحفز التقدم الاقتصادي، حيث له تأثيرًا إيجابيًا على الدخل، بالإضافة إلى ذلك فالسياحة توفر الأموال اللازمة لتمويل أنشطة الشركات، وتحفز إنتاجية الشركات المحلية وتخلق فرص عمل جديدة مما تزيد من رفاهية البلاد وتحسين معيشة الأفراد، فالنمو الذي تقوده السياحة يؤدي لتوسع السياحي والتقدم الاقتصادي فضلا على ذلك، فالسياحة لها تأثير إيجابي على اقتصاد، ويكون لديها فرصة كبيرة لتعزيز

تقدمها الاقتصادي. (Naseem, 2021)

### 3. دور القطاع السياحي في ميزان المدفوعات:

يركز ميزان المدفوعات على شرح العلاقة الاقتصادية بين المقيمين وغير المقيمين ويشمل بوضوح المعاملات المرتبطة بالسياحة الدولية التي تحددت على أساس مفهوم محل الإقامة مماثل للمفهوم المستخدم في ميزان المدفوعات ونظام الحسابات القومية، وبعبارة أخرى، تعد السياحة المساهم الرئيسي في بلد يتمتع بميزان مدفوعات قوي. كما أن السياحة تؤكد دورها الدافع في الاقتصاد، فهي تسمح بالزيادة في التدفقات السياحية في للاقتصاد السياحي بالتأثير بشكل إيجابي في ميزان مدفوعات، حيث أن هناك علاقة متبادلة كبيرة بين قطاع السياحة وميزان المدفوعات، فقد بدأت معظم الدول في وضع تدابير للتعامل مع ميزان المدفوعات من خلال استخدام قطاع السياحة، الدول التي تعتمد في اقتصادها على الأنشطة السياحية، يمكن أن تعاني من ضعف ميزان المدفوعات، إذا لم تعتمد على السياحة الدولية، ويشار إلى المصدر الرئيسي للمعلومات عن الدخل المكتسب من قطاع السياحة في حساب ميزان المدفوعات، ويتمثل السفر في جزء في حساب ميزان المدفوعات إلى المبالغ التي تم الحصول عليها من صناعة السياحة.

وبين هذا الحساب أيضا الوضعية الإجمالية للتدفقات الداخلة والخارجة من حيث الدخل في صناعة السياحة، ويطلق على ميزان المدفوعات الذي يتم الحصول عليه من قطاع السياحة بميزان المدفوعات غير المرئي. وذلك لأن السياحة خدمة غير مرئية.

وهذا يعني أن صادرات السلع والخدمات يتم وضعها مقابل الصادرات والواردات من السياحة الأجنبية للوصول إلى ميزان المدفوعات، وفي الوقت نفسه، تتم مقارنة الدخل الذي ينفقه السائحون الأجانب الذين يزورون البلاد أيضاً مع النفقات التي ينفقها السائح المحلي على الدول الأجنبية.

إن ميزان المدفوعات غير المرئي هو الذي ينتج عن صناعة الخدمات مع قطاعات السياحة والبنوك

والاستثمارات. (panda, 2019)

### 4. دور القطاع السياحي في التجارة الخارجية:

تعمل السياحة على تشجيع التجارة والتجارة تشجع السياحة، فرحلات العمل والزيارات إلى البلد المضيف ستؤدي إلى التبادل الدولي للسلع والخدمات، حيث أن العلاقات التجارية القائمة تحفز رحلات العمل إلى بلدان المقصد، علاوة على ذلك، فإن توفر نفس السلع أو الخدمات في بلد المقصد المستوردة عن طريق التجارة، والتي يستهلكها السياح في بلدهم، يسهل أيضاً السياحة.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

كما يفترض أيضًا احتمال أن يجد الزائرون بغرض الترفيه في رحلات العطلات فرصًا تجارية محتملة، والتي قد يحققونها في مرحلة لاحقة، على سبيل المثال، قد يجد السائحون سلعة أو خدمات معينة مريحة وقد يدركون أيضًا فائدتها في بلدهم، مما قد يؤدي إلى واردات من الوجهة الرئيسية للسائح علاوة على ذلك، فإن استهلاك السلع أو الخدمات من قبل المواطنين الأجانب أثناء رحلاتهم يعزز أيضًا الموازين التجارية. (Mukesh Kumar, 2019)

فالسياحة بلا شك مصدر رئيسي للنقد الأجنبي لأي بلد ومع ذلك، فإن الاعتماد على السياحة لتحقيق النمو الاقتصادي ينبغي أن يكون أقل بالنسبة للاقتصادات الأكبر حجمًا نظرًا لأن القطاعات الأخرى تعمل أيضًا بشكل بارز في المساهمة في الاقتصاد الوطني. علاوة على ذلك، فإن تحسين وسائل الراحة فيما يتعلق بالنقل والبنية التحتية ونظام الاتصالات ضروري أيضًا لتعزيز السياحة.

### المبحث الثاني: أساسيات عامة حول التنمية السياحية المستدامة.

أصبحت الاستدامة في السياحة محل اهتمام في السنوات الأخيرة، حيث برزت الاستدامة وأصبحت مصدر قلق بالغ الأهمية يجب معالجته في أي استراتيجية تنمية سياحية قابلة للتطبيق، وقد أدى الوعي المتزايد حول الاستدامة إلى محاولة معرفة مختلف المفاهيم المتعلقة بها.

### المطلب الأول: مفهوم وخصائص، مبادئ، أهداف التنمية السياحية المستدامة.

تعد التنمية السياحية المستدامة كغاية تطمح إلى تحقيقها من خلال تخطيط كامل وشامل باستراتيجيات تعد مسبقا مع مراعات الشروط البيئية من أجل تحقيق حاجات افراد المجتمع فهي بذلك لها عدة خصائص ومبادئ، فمن خلال التنمية السياحية المستدامة يتم تحقيق مجموعة من الاهداف ذات أبعاد اجتماعية واقتصادية وبيئية وثقافية سواء على المدى القريب أو البعيد.

### الفرع الأول: مفهوم التنمية السياحة المستدامة.

تعتبر التنمية السياحية المستدامة محور هام في تطور المجال السياحي (لخضر، 2019)

### 1. نشأة وتطور مفهوم التنمية السياحية المستدامة:

مر مفهوم السياحة المستدامة بعدة مراحل، حيث يعتبر إدخال مصطلح الاستدامة في التنمية السياحية حديثا في المجال السياحي.

**1.1 المرحلة الأولى:** تم ادخال مبدأ السياحة المستدامة كأول مرة في بداية سنة 1988 من طرف المنظمة العالمية للسياحة حيث كان الهدف من هذه الاستدامة إدارة كافة جميع الموارد بطريقة تمكن من خلالها تلبية كافة المتطلبات الاقتصادية والاجتماعية، مع الحفاظ في نفس الوقت على الخصوصيات الثقافية والعمليات البيئية، والتنوع البيولوجي، حيث أصبحت الاستدامة محل اهتمام والشغل الشاغل للسياسات والخطط والاستراتيجيات الوطنية والمحلية، فالمجتمعات المضيفة تهتم بمشاكل السياحة، زيادة على ذلك جعل السياح اليوم يطالبون بمعايير بيئية أفضل من الخدمات السياحية المعتادة، علاوة عن الالتزام بقدر كافي بخدمة الاقتصاديات المحلية والمجتمعات.

**2.1 المرحلة الثانية:** في هذه المرحلة أقر أصحاب المصلحة الرئيسيين المتمثلة في المنظمات الحكومية وغير الحكومية وأصحاب القطاع الخاص التي تهتم بالسياحة الدولية بأهمية مبدأ السياحة المستدامة في ادراجه في جدول الاعمال القرن 21 الخاص بصناعة السياحة والاسفار في سنة 1995 ولقد عممت العديد من الجهات المعنية بقطاع السياحة جدول الاعمال خاص بعام 1995 على المستوى المحلي.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

فقد دعت لجنة التنمية المستدامة خلال الدورة السابعة إلى انشاء فريق عمل يعنى بالسياحة ويهتم بأصحاب المصالح المتعددين، ولقد اهتم هذا الفريق بتنفيذ برنامج خاص بالتنمية السياحية المستدامة الذي كان مدرج في جدول أعمال لجنة التنمية السياحية المستدامة في دورتها السابعة، ويعتبر هذا الفريق كآلية تنسيق بين مختلف الفاعلين الرئيسيين ولاسيما الحكومات والمنظمات الدولية من أجل العمل على تنمية سياحية مستدامة.

**3.1 المرحلة الثالثة:** في جانفي 2000 بكوستاريكا دعت المنظمة العالمية للسياحة للاجتماع أعضاء الفريق العامل قصد تحديد المواضيع ذات الاولوية، حيث حدد بـ 12 موضوعا يهتم بالتنمية السياحية المستدامة، ونظرا لانعدام التمويل أثر سلبا على تجسيد هذا البرنامج.

وهذا ما جعل العالم اليوم يهتم بمصطلح التنمية السياحية المستدامة، نتيجة تعدد مفاهيمها.

### 2. مفاهيم حول التنمية السياحية المستدامة.

سننطلق إلى مفهوم السياحة المستدامة وأهدافها.

**1.2 مفهوم التنمية السياحية المستدامة:** اعتمدت المنظمة العالمية للسياحة على قواعد الاستدامة في السياحة، مما سمحت بتشكيل أسس التنمية المستدامة في دراسات التنمية ومجالات التخطيط السياحي.

■ تعرف السياحة المستدامة حسب منظمة الامم المتحدة UNWTO على أنها السياحة التي تأخذ في الاعتبار بالكامل آثارها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية الحالية والمستقبلية، وتلبية احتياجات الزوار والصناعة والبيئة والمجتمعات المضيفة، فهي أحد القطاعات الاقتصادية العشرة المحددة في تقرير الاقتصاد الأخضر لبرنامج الأمم المتحدة للبيئة، والتي يمكن أن تؤدي تحضيرها إلى زيادة الرخاء وخلق فرص العمل والحد من الفقر بالإضافة إلى ذلك، يطالب السياح بشكل متزايد بتخضير السياحة، ومن ثم ينبغي أن يكون للتنمية السياحة نهج مستدام، لتكون قادرة على تعزيز النمو على المدى الطويل مع الحفاظ على الاستخدام المتوازن للموارد، يجب دعم ذلك على المستويات المحلية والوطنية والإقليمية والدولية. (UNWTO, 2023)

■ كما تعرف التنمية السياحية المستدامة والمتوازنة بأنها تنمية يبدأ تنفيذها بعد دراسة علمية كاملة ومخططة داخل إطار التخطيط المتكامل للتنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية داخل الدولة ككل، أو داخل أي إقليم من الدولة، تتجمع فيه مقومات التنمية السياحية من عناصر جذب طبيعية وحضارية أو أيهما. (كافي، 2017)

■ وقد عرف الاتحاد الأوربي للبيئة والمنتزهات القومية في عام 1993 التنمية السياحية المستدامة على أنها: نشاط يحافظ على البيئة ويحقق التكامل الاقتصادي والاجتماعي ويرتقي بالبيئة المعمارية. (الرضا، 2013)

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

- تعرف التنمية السياحية المستدامة بأنها تمثل تنمية تلبي احتياجات السياح والمجتمعات المضيفة الحالية والمستقبلية، كما تعمل على تحقيق الأهداف الاقتصادية والإجتماعية والبيئية والثقافية مجتمعة. (لخضر ..، 2019)

والجدول التالي يوضح مقارنة بين التنمية السياحة التقليدية والتنمية السياحية المستدامة.

### جدول رقم (1-2) مقارنة بين التنمية السياحة التقليدية والتنمية السياحية المستدامة.

أوجه الاختلاف	التنمية السياحية التقليدية	التنمية السياحية المستدامة
من حيث الخصائص	تنمية سريعة	تنمية تتم على مراحل
	قصيرة الأجل	طويلة الأجل
	ليس لها حدود	لها حدود وطاقة استيعابية معينة
	إدارة عمليات التنمية من الخارج	إدارة عمليات التنمية من الداخل عن طريق السكان المحليين
من حيث الاستراتيجيات	تخطيط جزئي لقطاعات منفصلة	تخطيط شامل ومتكامل
	التركيز على انشاء البناءات	مراعاة الشروط البيئية في البناء وتخطيط الأرض
	برنامج خطط لمشروعات	برنامج خطط لمشروعات مبنية مفهوم الاستدامة

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على: مصطفى يوسف كافي السياحة المستدامة السياحة الخضراء ودورها في معالجة ظاهرة البطالة الطبعة 2017 دار النشر الفا للوثائق قسنطينة ص 99.

- من خلال مما سبق يمكن إعطاء تعريف شامل ومختصر، حيث يتضح أن التنمية السياحية المستدامة تتمثل في تلبية مختلف متطلبات السياح والمجتمعات المضيفة والمستقبلية، من خلال تحقيق الأهداف الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والبيئية.

2.2 أهداف التنمية السياحية المستدامة: اتبعت دول أعضاء في الأمم المتحدة سنة 2015 أجندة خاصة إلى غاية 2030 للتنمية السياحية المستدامة وهي تمثل وسيلة لزيادة الفوائد الاقتصادية للدول النامية بالاهتمام بالتنمية السياحية المستدامة، منح الدعم وتقديم المساعدة والإرشادات لكل دول أعضاء المنظمة في هذا المجال الحيوي، وتضم هذه الأجندة أهداف التنمية السياحية المستدامة، ويندرج في الإطار العام لهذه الاستراتيجية التوجه للقضاء على مشكلة أفة الفقر المنتشرة والتي تعاني منها الدول النامية، وخاصة تلك الدول التي تعاني من الفقر

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

والتي يشهد اقتصادها نمواً أقل، وتحقيق المساواة بين كافة أفراد المجتمع، والعمل على تقليل من المخاطر الناتجة عن الاحتراس الحراري نتيجة التقلبات المناخية التي يشهدها العالم إلى غاية سنة 2030.

كما أن أهداف التنمية السياحية المستدامة تختلف باختلاف الزمان والمكان ويمكن أن تصلح لدولة أو إقليم معين ما قد لا يصلح لدولة أو إقليم آخر وهذا حسب الظروف الاقتصادية والاجتماعية والبشرية لكل دولة، بالرغم من ذلك يمكن وضع أطر عامة لمختلف الأهداف ولاسيما القطاع السياحي لتنمية سياحية على وجه الخصوص. يمكن حصر هذه الأهداف فيما يلي: (لخضر ص.، 2019)

● **الأهداف الاقتصادية للتنمية السياحية المستدامة:** تسعى دول العالم إلى جعل القطاع السياحي يساهم بصفة فعالة في الاقتصاد الوطني وهذا بتكامل عدة عناصر، كتنمية المناطق المحلية والجهوية والرفع من مستوى التشغيل للعمالة وتحسين مستوى ميزان المدفوعات، واستغلال كل الفرص المتاحة من أجل إعادة توجيه السياسات وتعزيز الاختيارات الصحيحة في سياسة الاقتصاد الكلي، تتمثل الأهداف الاقتصادية التي تسعى الحكومات لتحقيقها فيما يلي:

■ **القضاء على الفقر مختلف أشكاله في العالم:** على اعتبار قطاع السياحة سريع النمو ويتسم بالمرونة فهو يساهم في وظائف عمل مختلفة وفي أماكن عمل جديدة، حيث تساهم التنمية السياحية المستدامة في التأثير بصفة كبيرة على جميع مستويات المجتمع، فبذلك فهي تساهم في القضاء على الفقر بصفة عامة من خلال تشجيع على انشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومرافقتها ولاسيما تدعيم الفئات التي تحتاج دعماً مثل فئة الشباب والنساء.

■ **القضاء على الجوع وتحقيق الأمن الغذائي في العالم:** إن تبني أفضل أسلوب الزراعة المستدامة يتوقف على تحسين نوعية الغذاء من أجل تحقيق الأمن الغذائي، وتشجيع الإنتاج الزراعي المستدام لغرض تحقيق فائض في الإنتاج الزراعي، وهذا من خلال التقليل من استخدام المواد الكيماوية العضوية الملوثة للتربة والمحاصيل الزراعية وترشيد المياه، وعملية إنتاج الأغذية واستهلاك منتجات زراعية محلية في الفنادق والمنتجعات السياحية وجعلها مرتبطة بسلسلة قيمة سياحية وانظمة الزراعة الحديثة يمكن دمجها مع أساليب الزراعة التقليدية خالية من المبيدات والكيماويات والعناصر الضارة، كما أن الدخل الإضافي المتأتي من نشاط المجتمعات المحلية يساهم في تحسين وتدعيم قيمة الخبرة في التنمية السياحية المستدامة.

■ **تحسين ورفع إنتاجية العمل والنمو الاقتصادي:** إن دعم التنمية المستدامة يزيد من نمو الانتاجية وزيادة الدخل كفيلاً بنمو اقتصادي مستدام يحقق من خلاله معدلات مرتفعة، حيث يعتبر قطاع السياحة

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

قطاع اقتصادي رائد على المستوى المحلي والدولي كونه قطاع يتصف بكثافة اليد العاملة، فقطاع السياحة يشغل 1 من كل 11 مشغل فهو يساهم في رفع معدلات العمالة، وذلك بصفة مباشرة أو غير مباشرة، لذلك التنمية السياحية المستدامة لها دور فعال في خلق مناصب الشغل سواء بالنسبة للشباب أو النساء من خلال المشروعات الصغيرة والمتوسطة وتقديم الدعم مرتبط بالمحافظة على المنتجات التقليدية من الاندثار وتنشيطها وبالتالي رفع من مستوى وثقافة المجتمع.

■ **تطوير الصناعة والتكنولوجيا الملائمة والبنية الأساسية:** لتحقيق تنمية سياحية مستدامة وجب توفر بنية تحتية أساسية ضرورية لقطاع الأعمال والمجتمع ويتيح لها تلبية الحاجات الأساسية مما يسمح للحكومات بتحسين وتطوير البنية التحتية بصفة دائمة ومستمرة وجعل هذه البيئة كعنصر فعال كفيل يجلب والاستثمارات المحلية والأجنبية من خلال تشجيع ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فهذا يساعد على إقامة صناعة حقيقية مستدامة وجذب السواح من استخدام التكنولوجيا في تسهيل الخدمات السياحي.

■ **ضمان تحقيق إطار عام للإنتاج والاستهلاك المستدام:** أصبح قطاع السياحة اليوم يملك قدرة كبيرة على تبني أساليب فعالة كفيلة بجعل للاستهلاك والإنتاج يتسم بالاستدامة، مما يسمح بذلك المشاركة بصفة فعالة في تحقيق التنمية المستدامة، خاصة استحداث مناصب عمل جديدة لسكان المحليين تتماشى مع الواقع الاقتصادي والاجتماعي السائد وحماية البيئة والمحافظة عليها وتدعيم وتشجيع المنتجات التقليدية والمحافظة على الثقافة الاصيلة والتقاليد، وقد بادرت منظمة العالمية للسياحة برنامج السياحة المستدامة (STP) والذي يمثل المكون الأساسي لإطار برنامج العشر سنوات لنماذج الاستهلاك والإنتاج المستدام، ويهدف هذا البرنامج إلى تطوير عمل السياحة المستدامة، ويتضمن برامج وخطط تشجع على الاستخدام الأمل للموارد المتاحة (موارد طبيعية) بأقل التكاليف من اجل الحصول على مخرجات اجتماعية واقتصادية مستدامة.

● **الأهداف الاجتماعية لتنمية السياحة المستدامة:** تتمثل الأهداف الاجتماعية والحضارية في تحقيق نهضة اجتماعية وحضارية لأفراد المجتمع، من خلال العمل على رفع درجة وعيهم وتعليمهم ومدى اهتمامهم لتاريخ بلادهم. وزيادة فرص التمتع بالسفر والسياحة والترويج بالنسبة للسائحين الأجانب والمواطنين، والتي يمكن ايجازها ايجازها فيما يلي:

■ **رفع المستوى الصحي والشعور بالسعادة:** من بين الأهداف التي تدخل في التنمية السياحية

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

المستدامة تحقيق مستوى صحي جيد للأفراد مما يجعلهم بالشعور بالسعادة لجميع أفراد المجتمع، لأن الدخل المتأتية من السياحة يستطيع الفرد إعادة استثمارها في الحصول على الخدمات والرعاية الصحية للأفراد، وبذلك فهي تهدف لرفع من مستوى الصحي في شكل العلاج والوقاية الصحية، والقضاء على تفشي الأمراض المعدية التقليل من معدل وفيات الأطفال، ويعتبر تعميم مشاعر السعادة هدفا يسعى لتحقيقه كل فرد، وقد قامت الأمم المتحدة بنشر تقرير السعادة العالمي لحث الدول على تبني استراتيجيات للتنمية تستهدف إلى جعل الإنسان يشعر بالسعادة مما يساعد على القضاء على مختلف العوامل المسببة للإمراض النفسية للأفراد.

■ **القضاء على الأمية وتحسين منظومة التعليم:** يمكن من إعداد قوة عمل متمكنة تساهم بالنهوض بالتنمية السياحية المستدامة، يستطيع قطاع السياحة أن يجلب القوة العاملة من خلال تقديم الحوافز في مجالات التعليم والتدريب، وبذلك يسهل انتقال اليد العاملة المدربة والمؤهلة في داخل الوطن وخارجه، ويمكن للمجتمع بمختلف فئاته من شباب والنساء من الاستفادة من برامج مهني لتدريب والتأهيل في إطار مشروعات السياحة المستدامة.

■ **تحقيق المساواة بين الجنسين:** تساهم السياحة المستدامة في تمكين المرأة من ممارسة عدة وظائف مختلفة مما يعمل ذلك على إتاحة فرص عمل مختلفة في شكل مشروعات سياحية صغيرة ومتوسطة وهذا ما يساهم في إنشاء العديد من مناصب الشغل، وبذلك تصبح السياحة المستدامة وسيلة فعالة في توفير مناصب العمل للنساء مما يساعدهن ويسمح لهن من لعب دور فعال في المجتمع والمساهمة في تنمية محلية مستدامة.

■ **تطوير المجتمع المحلي وإحداث التوازن الإقليمي:** تساهم السياحة المستدامة في تطوير المجتمعات المحلية وتعمل على تقليل الفوارق بين أفراد المجتمع، فالسياحة البيئية تساهم في تحقيق التنمية الحضرية والريفية، وتقلل من عدم التوازن الإقليمي وإعطاء فرص وجعل المجتمعات المحلية تطور نفسها ذاتيا بما يلائم بيئتها الاجتماعية والثقافية، حيث تعد السياحة وسيلة فعالة للتنمية المستدامة في العديد من دول العالم مما يساعدها مواكبة الاقتصاد العالمي.

■ **إنشاء مؤسسات عمل قوية تساهم في السلام وتحقيق العدالة الاجتماعية:** إن إقامة منظمات وجمعيات تهتم بالتنمية المستدامة يعد من بين الاسباب الهامة في تحقيق العدالة الاجتماعية، فالأعمال السياحية تساهم في الجمع بين شعوب ذوي ثقافات مختلفة، وبذلك فالسياحة تحقق فرصة كبيرة للتفاهم والثقة المتبادلة ونشر روح التسامح بين مختلف الثقافات والروافد الحضارية، وبذلك فهي سبيل لتحقيق

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

التعايش والسلام والحد من البؤر الصراع والعنف في العالم، فالتنمية السياحية المستدامة تساهم في تطور وتقدم المجتمعات المحلية، وبذلك فهي تساعد في الحد من الاضطرابات والصراعات بين المجتمعات، وتعمل على إصلاح المجتمعات التي خرجت حديثاً من الأزمات الأمنية ولاسيما الحروب الأهلية فهي تعمل على تحقيق التنمية المستدامة.

● **الأهداف البيئية للتنمية السياحية المستدامة:** تعد حماية والحفاظ على البيئة من بين الأهداف البيئية الرئيسية لتحقيق تنمية مستدامة، ويكون ذلك من خلال الاستخدام الأمثل للموارد الطبيعية المتاحة بطريقة عقلانية، والعمل على تفادي كل أسباب التي تؤدي إلى التلوث، وحماية البيئة الطبيعية عن طريق التقييد بالطاقة الاستيعابية القصوى للمناطق السياحية. وذلك من خلال ما يلي:

■ **الحفاظ على الأحياء المائية في البحار والمحيطات واستخدامها على نحو مستدام:** إن الحفاظ على الطبيعة وحماية الأحياء المائية في البحار والمحيطات من بين أهم العناصر الفعالة لتحقيق التنمية المستدامة، كما تعد السياحة الشاطئية وزيارة الأماكن البحرية كأساس السياحة في الجزر والمناطق المطلّة على البحار، ويجري العمل على تأمين وتوفير حماية بيئية بحرية لتبقى صحية وسليمة، ولذلك يجب دمج التنمية السياحية المستدامة مع إدارة المناطق السياحية الشاطئية والبحرية، حتى يتسنى لها المساعدة في المحافظة على النظم البحرية وبذلك تكون أداة فعالة في تحقيق اقتصاد أحضر كثيف العمالة مما يساهم في تنمية شاملة.

■ **توفير المياه الصالحة للشرب والربط بشبكة الصرف الصحي:** تساهم السياحة في لعب دورا فعالا في الربط بشبكات الصرف الصحي وإعادة تدوير النفايات وتوفير المياه الصالحة للشرب ومراقبة مصادر المسببة في تلوث المياه والهواء والتربة، وكذلك العمل أعلى استخدام تكنولوجيا حديثة تتسم بالنظافة والأمن من أجل الحفاظ على المياه.

■ **توسيع استخدام مصادر الطاقة النظيفة:** أصبح استخدام المتزايد لمختلف مصادر الطاقة المتجددة النظيفة بصورة كبيرة في قطاع السياحة، فالتحول من استخدام مصادر الطاقة التقليدية الملوثة للبيئة إلى مصادرة طاقة بديلة وحديثة كطاقة الرياح والطاقة الشمسية يشجع على المدى القريب أو البعيد من الحد من انبعاثات الغازات السامة والاحتباس الحراري والتغيرات التي تطرأ على المناخ.

■ **بناء مدن جديدة ومجتمعات مستدامة:** أصبحت دول العالم اليوم تسعى إلى إقامة مدن مريحة لمواطنيها وللسائحين الوافدين إليها، وبذلك ستكون للتنمية السياحية المستدامة قدرة على انشاء بنية أساسية على المستوى الحضري، لهذا فمن خلال تشجيعها على المحافظة على حماية وصيانة التراث الحضاري الثقافي

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

والطبيعي، وهي بعض الركائز الثابتة التي تركز عليها السياحة، والتوجه نحو الاستثمار في البنية الأساسية والاقتصاد الأخضر ضف إلى ذلك مختلف شبكات الطرق والمواصلات والنقل ويخفف من مصادر التلوث البيئي ويحافظ على الأماكن التاريخية والتراثية المفتوحة، تسعى بعض الدول إلى إقامة العمارة الخضراء وهو ما يعود بالفائدة على المدن التي تكون بدورها مفيدة للمواطنين المحليين أولاً وكذلك الوافدين إليها من السياح.

■ **الحد من التغيرات المناخية:** تتأثر السياحة وتؤثر على التغيرات المناخية، كما تلعب دور هام ورائد في الاستجابة لما يشهده العالم من تحديات نتيجة لتغيرات المناخية، ويعد التوجه نحو التحول إلى مصادر أخرى بديلة كفيلة بخفض استهلاك الطاقة ولاسيما في قطاع المواصلات والنقل، وهذا ما جعل القطاع السياحي سباق نحو التوجه للطاقات البديلة التي تتسم بالنظافة والاستدامة والتي تعتبر من التحديات الكبرى اليوم في عصرنا.

■ **المساهمة في المحافظة على الزراعة المستدامة وحماية الغطاء النباتي:** تعمل السياحة المستدامة على حماية وتشجيع الاستخدام الأمثل والمستدام للنظم البيئية، والاستغلال غير المفرط للعبات ومصادر الثروة الطبيعية المتاحة، ومحاربة التصحر وحماية الأرض، وتقليل النفايات وتدويرها، والحفاظ على الموارد الطبيعية، وبذلك سيتحقق التنوع البيولوجي، ويمكن للسياحة البيئية أن تلعب دورا كبيرا، ليس فقط في الحفاظ على التنوع البيولوجي، بل أيضا حماية النظم البيئية وتحقيق التوازن البيئي، فالتراث الطبيعي ملك للجميع.

### الفرع الثاني: خصائص التنمية السياحية المستدامة.

تتمثل خصائص السياحة المستدامة في العناصر التالية: (القادر، 2006).

#### 1. الاستمرارية:

تساهم السياحة المستدامة في تحقق التوازن بين استمرار الموارد الأرضية المتاحة وعدم استغلالها بسرعة، واستمرار البيئة الثقافية للمجتمع المضيف مع ضمان خبرات وتجربة كافية تساهم في تلبية دوافع سفر الزوار ومختلف الخدمات السياحية التي يحتاجونها.

#### 2. النوعية:

تعمل السياحة المستدامة على تقديم الخبرات من أجل تحسين وتطوير خدمات سياحية ذات نوعية عالية للزوار مما يسمح بتطوير نوعية الحياة للمجتمع، وبذلك تساهم في حماية البيئة الطبيعية والتنوع البيئي والحيوي.

### 3. التوازن:

السياحة المستدامة تساهم في تحقق التوازن البيئي بين ثلاثة أطراف التي تتمثل في احتياجات صناعة السياحة وأنصار البيئة والمجتمع المحلي مما يؤثر على المصالح الاقتصادية والاجتماعية، وإضافة لذلك التركيز على الأهداف المشتركة والتعاون بين السواح، عكس الطريقة التقليدية لمفهوم السياحة الذي يعتقد أحيانا أن هناك اختلاف بين مصالح تلك الأطراف الثلاثة.

### الفرع الثالث: مبادئ وركائز التنمية السياحية المستدامة.

#### 1. مبادئ التنمية السياحية المستدامة.

نظرا لأهمية التنمية السياحية المستدامة في تحقيق التنمية الاقتصادية، فهي بذلك تساهم في زيادة الدخل الفردي ومن ثم تعتبر من بين مصادر الدخل القومي. (لخضر ص.، 2019).

**1.1. تنمية مبدأ السياحة المستدامة:** نتطرق في هذا العنصر إلى بروز مبدأ السياحة المستدامة، ثم تدعيم مبادرات السياحة المستدامة.

● **بروز مبدأ السياحة المستدامة:** إن بروز مبدأ السياحة المستدامة نتج عن حركة المجتمع الدولي، وذلك من خلال قمة ريو ديجانيرو، وتعزز في مؤتمر جوهانسبورغ.

■ **إسهامات قمة ريو (من التنمية المستدامة إلى السياحة المستدامة):** فقد تضمنت المذكرة الواحد والعشرون (أجندة القرن الواحد والعشرون) لمبادئ التنمية المستدامة كافة المجالات، من ضمنها القطاع السياحي، حيث تحدث الفصل الثامن من المذكرة عن تكامل القرارات بين البيئة والتنمية في كافة المجالات، ومنها السفر والسياحة، ففي المذكرة الـ 21 للصناعة والسياحة والأسفار تم الاتفاق على خارطة طريق من خلال تعريف صناعة الأسفار والسياحة، ضمن التفاعل البيئي، الاجتماعي والاقتصادي وترقية تنمية المجتمع الدولي، وبالتالي فالأسفار والسياحة يجب أن تحقق حياة صحية غنية بالثروات الطبيعية، تحافظ على البيئة ونظامها، الشيء الذي أدى إلى تفعيل السياحة المستدامة التي تراعي التأثيرات الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية والبيئية، وكذا مساهمة الجماهير في ذلك.

■ **إسهامات ملتقى جوهانسبورغ (سياحة مستدامة من اجل تنمية مستدامة):** بعد عشر سنوات من مؤتمر ريو قامت الأمم المتحدة بتنظيم قمة عالمية بجوهانسبورغ (جنوب إفريقيا) حول التنمية المستدامة من 06 أوت إلى 04 سبتمبر 2002، فكان الهدف الأساسي هو العمل على القضاء على الفقر التي تعاني منه

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

الدول النامية، ومن ثم معالجة موضوع السياحة ودورها في التنمية خاصة السياحة المتصلة بالطبيعة والبيئة، وقد تم التوصل إلى اتفاق بين المنظمة العالمية للسياحة ومنظمة التعاون الدول على التوجه نحو تحقيق سياحة مستدامة مصدر اقتصادي للقضاء على الفقر والبؤس، وبرز مصطلح السياحة البيئية والسياحة غير مضرّة بالبيئة.

● **تشجيع مبادرات السياحة المستدامة:** تحتاج التنمية لسياحية إلى تشجيع أي مبادرة من شأنها أن تساهم في تحقيق ذلك تشمل:

■ **التشجيعات على المستوى الدولي:** أعلنت الأمم المتحدة سنة 2002 كسنة خاصة بالبيئة وقد كانت تهدف من وراء هذا التوجه حسب المنظمة العالمية للسياحة إلى وضع جملة من النقاط:

✓ قامت بوضع أولويات من أجل توعية الحكومات والشعوب بخصوص الملكيات، واعطاء أهمية للمناطق الطبيعية والحضائر الريفية.

✓ بعث أساليب تقنية جديدة يتم من خلالها التخطيط وتنظيم وتسيير ومراقبة السياحة البيئية من أجل ضمان الاستدامة لمدة أطول.

✓ تشجيع تبادل الخبرات والمهارات التي تصب في ميدان السياحة المستدامة.

■ **التشجيعات على المستوى المتوسطي:** بالنسبة لمنطقة حوض البحر المتوسط، تتميز بالاهتمام بالسياحة لما تتميز به من مقومات سياحية متنوعة ولاسيما ثروات طبيعية ومواقع سياحية هامة، فقد أقيم في سنة 1993 ملتقى وزاري حول السياحة ضمن التنمية المستدامة في فرنسا تم فيه الاتفاق على ما يلي:

✓ العمل على الحفاظ على الثروة الطبيعية البحرية والبشرية من خلال نشر الوعي بين مختلف الأطراف المعنية؛

✓ خلق تعاون جهوي بين دول منطقة حوض المتوسط في الجانب السياحي؛

✓ تبادل المهارات والتقنيات والخبرات للقضاء على المشاكل المتوقع حدوثها مستقبلا.

فقد تم بعد ذلك تطوير الفكرة في الاجتماعات التي تمت في، كل من مدينة الدار البيضاء المغربية وبرشلونة (1995) واسبانيا (1997).

### 2.1. تعزيز مبدأ السياحة المستدامة:

بعدها تمت تنمية السياحة المستدامة جاء دور تعزيز هذا المبدأ، وهذا من خلال مجموعة من النصوص.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

• النصوص الدولية التي تركز السياحة المستدامة: تشمل النصوص الدولية التي تركز السياحة المستدامة ما يلي:

▪ النصوص التي تبني صناعة السياحة: تتضمن تبني صناعة السياحة ما يلي:

✓ خريطة السياحة المستدامة، من أجل نشر الوعي والمعرفة المتعلقة بمبدأ السياحة المستدامة التي خرج بها اجتماع المنعقد بين 24-29 افريل 1995 بإسبانيا.

✓ قامت الجمعية العامة للمنظمة العالمية للسياحة رقم 13 والمنعقد بالشيلي من 27 سبتمبر إلى 01 أكتوبر 1999 بإصدار القانون الدولي للأخلاق في السياحة، حيث يتضمن هذا القانون مختلف الضوابط التي تحكم وتنظم السياحة الأسفار، حتى يتسنى التوفيق الاقتصادي والبيئي والتنمية.

▪ النصوص التي تبني الممثلون البيئيون: تشمل:

✓ من أجل الحفاظ على الثروات الطبيعية والثقافية العالمية، قامت منظمة اليونسكو (باريس 1972) بوضع اتفاقية الملكية العالمية.

✓ اصدار اتفاقية رمصاد، والتي انعقدت برمصاد بإيران في فيفري 1972 الخاصة بالمناطق الرطبة وحمايتها.

✓ تمت في نيروبي بكينيا في 22 ماي عام 1992 بإصدار اتفاقية التنوع البيولوجي، وهذا من أجل حماية التنوع البيولوجي والحفاظ على البيئة والاستعمال المستدام للموارد الطبيعية.

• النصوص المعتمدة من قبل الهيئات الأوروبية من اجل السياحة المستدامة: تعتمد الهيئات الأوروبية على عدة نصوص من اجل السياحة المستدامة وتشمل ما يلي:

▪ سياسات المجلس الأوروبي، حيث تمثل هذه السياسات في سياسة عامة لتنمية السياحة المستدامة والحفاظة على البيئة وسياسيات السياحة المستدامة المتخصصة في المناطق الهشة؛

▪ استراتيجية التنوع البيولوجي والمناظر الطبيعية (الأوروبي).

**3.1. المقاربة متعددة الأبعاد للتنمية المستدامة:** عرفت السياحة المستدامة كمنشأ ضمن خريطتها

للسياحة المستدامة، فحسب المنظمة العالمية للسياحة يجب أن يكون عقلاني على المدى الطويل، والتقييد بالمخطط البيئي الاقتصادي والتوازنات الاجتماعية والأخلاقية للمجتمعات المحلية، مع احترام استخدام الموارد السياحية الطبيعية بشكل أمثل ومعقول، والأخذ بعين الاعتبار مساهمة الشعوب المحلية.

وبالتالي فهي تعتمد على النقاط التالية:

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

- استخدام الموارد السياحية الطبيعية بشكل الاستخدام أمثل معقول؛
- يجب الأخذ بعين الاعتبار مساهمة الشعوب المحلية؛
- المردودية الاقتصادية.

### 4.1. المبادئ الأساسية للسياحة المستدامة المرتبطة بها:

هناك العديد من المبادئ الأساسية يجب أخذها بعين الاعتبار عند التخطيط للسياسات وممارسات السياحة المستدامة وتمثل فيما يلي:

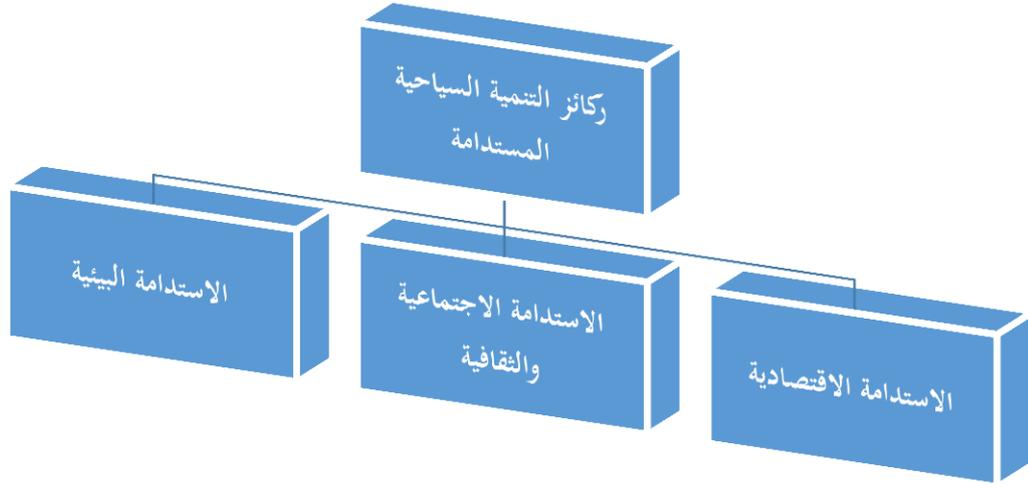
- القيام بإشراك عدة أطراف على اختلافها كالوكالات العامة والخاصة والمواطنين، نتيجة دمج استراتيجيات تنمية السياحة وتخطيطها ضمن استراتيجيات التنمية المستدامة؛
- احترام ثقافة وتقاليد وبيئة المنطقة المضيغة من طرف الهيئات والمؤسسات المسيرة؛
- مراعاة مبادئ الاستدامة أثناء عملية تخطيط وتسيير وإدارة أنشطة السياحة، من أجل الحفاظ على البيئة الطبيعية والموارد في المنطقة المضيغة؛
- أثناء عملية التنمية السياحية يجب الأخذ بعين الاعتبار المتطلبات البيئية والاجتماعية؛
- يتم تطبيق التدقيق والرقابة أثناء جميع مراحل تنمية السياحة.
- كما يمكن إضافة عوامل أخرى تؤثر على دعم أو رفض التنمية السياحية المستدامة، وهي:
  - يؤثر المقيمون الذين لهم موقف إيجابي نحو البيئة (الطبيعة، الموارد الطبيعية الحيوانات النباتات) على البيئة فهم يشكلون كتلة داعمة للسياحة المستدامة؛
  - بالنسبة للاقتصاد المحلي، فالمقيمون يشجعون على السياحة المستدامة. لأنهم يهتمون بتحسين وتطوير الاقتصاد المحلي من خلال خلق الوظائف؛
  - بالنسبة للفوائد الاقتصادية، فالأرباح الاقتصادية مثل الاستثمار، العملة الأجنبية ترتبط إيجابيا بالسياحة المستدامة؛
  - بالنسبة للفوائد الثقافية، فالمقيمون الذين يرغبون في تنمية ثقافتهم المحلية من خلال الأنشطة الثقافية، التبادل الثقافي، التعريف بالثقافة فهم يرتبطون إيجابيا بالسياحة المستدامة؛
  - ترتبط الآفات الاجتماعية (زيادة الإجرام، التلوث، الفوضى، التخريب) ارتباطا مباشرا بالسياحة المستدامة فهي تؤثر بشكل سلبي عليها.

### 2. ركائز التنمية السياحية المستدامة:

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

ترتكز السياحة المستدامة على (03) ثلاثة مكونات أساسية لها وهي الجانب الاقتصادي والجانب الاجتماعي الثقافي والجانب البيئي وهذه العناصر أو المكونات تتداخل فيما بينها ونلخصها في الشكل التالي: (حميدة، 2022)

الشكل رقم (2-7): ركائز التنمية السياحية المستدامة.



المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على، د حسن حميدة، محاضرات في مقياس التشريع السياحي كلية الحقوق والعلوم السياسية قسم القانون الخاص جامعة البليدة 02 علي لوني، 2021/2022.

**1.2 الاستدامة الاقتصادية:** تمثل غالبية مؤسسات صناعة الضيافة، وتشكل الاستثمارات التي تنتمي إلى سلاسل علمية.

**2.2 الاستدامة الاجتماعية والثقافية:** تتمثل في تقليل نسب البطالة ومشاركة المرأة في النشاطات السياحية، وتنشيط الصناعات الحرفية واليدوية.

**3.2 الاستدامة البيئية:** تضم العناصر والأنظمة الحيوية التي تقدمها الطبيعة كليا، أو التي عمل عليها الإنسان، والعوامل المناخية وما تقدمه من عناصر وامكانيات وتحويلات في الفصول الأربعة، بحيث تتحول هذه العناصر إلى مكونات سياحية كبرى.

مما تقدم تتجلى الاستدامة في السياحة من خلال:

- الاستدامة تقتضي المحافظة على الموارد الطبيعية والتاريخية والثقافية والموارد الأخرى المتعلقة بالسياحة بهدف

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

ضمان الاستمرار بصلاحية استخدامها في المستقبل، كما أنها تقدم الفوائد للمجتمع حالياً؛

- تنمية السياحة وفق قواعد الاستدامة لتؤمن تخطيطها وإدارتها؛

- اتخاذ قرارات الزيارة من قبل السائح تكون وفق معايير ومستويات الجودة في البيئة؛

- انطباق السائح عن المكان يعتبر عامل مهم في الترويج للسياحة؛

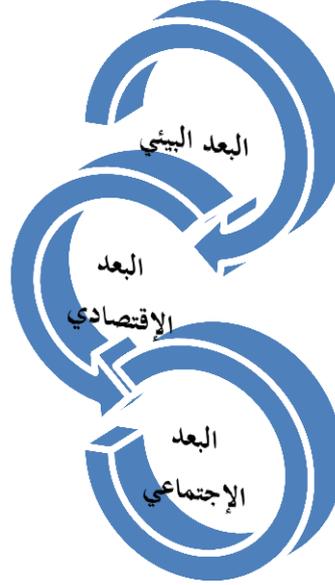
- عوائد السياحة تنعكس على المجتمع المحلي والعمل على التوزيع العادل لها.

### المطلب الثاني: الأبعاد الثلاثة للسياحة المستدامة.

تهدف السياحة بوجه خاص ومباشر إلى تحقيق العديد من الأهداف، من خلال أحد مقاصد أهداف التنمية المستدامة المحققة وضع وتنفيذ سياسات لتعزيز السياحة المستدامة التي تخلق فرص العمل وتعزز الثقافة والمنتجات المحلية، وتسلب الضوء أيضاً على أهمية السياحة المستدامة بوصفها محركاً لخلق فرص العمل وتعزيز الثقافة والمنتجات المحلية، كما تعتبر السياحة إحدى الأدوات التي تمكن أقل البلدان نمواً والدول الجزرية الصغيرة النامية من الفوائد الاقتصادية للاستخدام المستدام للموارد البحرية (والاستدامة، 2023)

فالسياحة لها آثار بيئية واقتصادية واجتماعية، تدور السياحة المستدامة حول تعظيم الآثار الإيجابية وتقليل الآثار السلبية، حيث يبدو أن الآثار البيئية سلبية، والآثار الاقتصادية إيجابية، والآثار الاجتماعية مزيج من كليهما، ومع ذلك من المهم أيضاً إدراك أن هناك روابط واضحة بين الجوانب الثلاثة للسياحة: (محمود، 2022)

الشكل رقم (2-8): الأبعاد الثلاثة للتنمية السياحية المستدامة.



المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على الموقع الالكتروني، دنيا محمود

<https://www.almrsl.com/post/9064442022/04/03>

### الفرع الأول: البعد البيئي

بالنسبة للعديد من أفراد المجتمع، ترتبط الاستدامة بالبيئة، وبشكل كبير بالبيئة الطبيعية والمادية، وحماتها ومع ذلك، فإن البيئة أكثر بكثير من مجرد المناظر الطبيعية وهناك أربعة عناصر للبيئة وهي:

#### 1. الموارد الطبيعية:

تستخدم العديد من الموارد الطبيعية في صناعة السياحة، وفي العديد من الحالات، فالموارد الطبيعية مثل الأرض والهواء النقي والمياه المعدنية ومياه البحيرات والأنهار والوديان والبحار قد تكون الجاذبية الأساسية لمنتج الوجهة، وبذلك فالموارد الطبيعية تدخل في قوى الجذب السياحي.

#### 2. البيئة الطبيعية:

تؤثر صناعة السياحة أو نشاط واحد من بين الأنشطة السياحية على الطبيعة، بذلك يغير المناظر الطبيعية، حيث أن الإنسان يساهم عبر الزمن بأفعاله في تغيير ملامح الطبيعة، فالعديد من المناظر الطبيعية أو الأماكن البرية في العالم تأثرت بسبب هذه الأفعال، حيث تمثل المنظر الطبيعية أساس المنتج السياحي في عديدة متنوعة كالغابات الطبيعية والمناطق والجبال التي تستقطب الزوار بسبب مناظر الأنهار والوديان والبحيرات.

### 3. البيئة المستزرعة:

تتضمن البيئة المستزرعة مجموعة متنوعة من منظومة زراعية بما في ذلك المناظر الطبيعية الزراعية التي هي من صنع الإنسان والمزارع السمكية والغابات.

### 4. الحيوانات البرية:

من الواضح أن يمكن للسياحة أن تكون ضارة جدًا بالحياة البرية من خلال تدمير البيئة التي تعيش فيها الحيوانات، وتأثر على مختلف عادات السائدة في الحياة البرية، وتساهم في تعطيل أنواع التكاثر، وتسبب في الحرائق الغابات والاحراش، والافراد الذين يقطعون الغابات والنباتات النادر وممارسة الصيد العشوائي.

### الفرع الثاني: البعد الاقتصادي.

يتعلق البعد الاقتصادي بضمنان النمو الاقتصادي المستدام والشامل، حيث يشمل ذلك على تعزيز الاستثمارات والابتكار وتطوير الصناعات السياحية المستدامة وتوفير فرص العمل اللائقة وتعزيز التجارة العادلة والاقتصاد الأخضر.

في الجدل حول السياحة المستدامة، غالبًا ما يُولى البعد الاقتصادي اهتمامًا ضئيلاً نسبيًا مقارنة بالقضايا البيئية السياحة ظاهرة اقتصادية للأسباب التالية:

- تعتبر مصدر لكسب وجلب العملات الأجنبية؛
- تعد أساس نمو العديد من الشركات عبر الوطن؛
- وهي تمثل نسبة كبيرة من الدخل السنوي المتاح.

### الفرع الثالث: البعد الاجتماعي.

لم يحظ البعد الاجتماعي للسياحة باهتمام أقل في مناقشات السياحة المستدامة من الآثار البيئية للسياحة، وذلك لأن الآثار الاجتماعية والثقافية للسياحة عادة ما تحدث بعد بمرور الوقت بطريقة غير بطيئة كما أنها غير مرئية إلى حد كبير وغير ملموسة.

عندما يتم النظر في التأثير الاجتماعي للسياحة المستدامة عادة ما يكون التأثير الاجتماعي للسياحة دائمًا مع القليل من الفرص أو لا توجد فرصة لعكس التغييرات بمجرد حدوثها، كان التركيز عادة على المجتمع المضيف.

كما أن هناك العديد من العوامل التي تحدد ما إذا كان توازن التأثيرات الاجتماعية والثقافية سيكون إيجابيًا أم سلبيًا في موقع معين أم لا وذلك من خلال مايلي:

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

- مدى قوة وتماسك المجتمع والثقافة المحلية السائدة في المجتمع المحلي؛
- نظرا لتخصص كل منتج بنوع خاص من السياحة فيكون حسب طبيعة السياحة في المنتج؛
- مستوى التنمية الاقتصادية والاجتماعية للسكان المضيفين بالنسبة للسياح؛
- نظرا لارتفاع التكاليف الاجتماعية والثقافية تم اتخاذ التدابير من قبل القطاع العام في الوجة لإدارة السياحة بطرق تقلل من التكاليف الاجتماعية والثقافية.

### المطلب الثالث: مؤشرات واستراتيجيات التنمية السياحية المستدامة.

تسعى الجزائر إلى ادماج السياحة في التنمية المستدامة من خلال اعتمادها على عدة مؤشرات وأدوات مختلفة مناسبة لذلك. حيث تساعد هذه المؤشرات في تنمية السياحة في الجزائر.

### الفرع الأول: مؤشرات التنمية السياحية المستدامة.

بناء على مبادرة المنظمة العالمية للسياحة التي وضعت مجموعة من مؤشرات الاستدامة الخاصة بالسياحة وقد تم تقسيمها إلى ثلاثة مجموعات كانت الجزائر من بين الدول التي أخذت ها بعين الاعتبار، حيث قسمت مؤشرات الاستدامة الخاصة بالسياحة إلى ثلاثة أقسام أساسية: (شني، 2019)

#### 1. مؤشرات بيئية:

يقوم هذا النوع من المؤشرات على ضغط النشاط البشري على البيئة في المقصد السياحي، بحيث إذا تجاوزت المنطقة السياحية الطاقة الاستيعابية بها، مما قد ينعكس ذلك سلبا مما يستوجب الأخذ بعين الاعتبار بعض الأنواع من المؤشرات البيئية التي تدخل لقياسها، ولعل أبرزها تتمثل فيما يلي:

**1.1 مؤشر تدوير النفايات :** يشمل هذا المؤشر كل أنواع النفايات بما فيها النفايات سواء صلبة أو سائلة.

**2.1 مؤشر كثافة استخدام التربة:** يتم قياس هذا المؤشر إما كثافة السياح إلى السكان المحليين، أو معدل المساحة الذي تحتله البيئة الأساسية للسياحة إلى مجموع المساحة.

**3.1 مؤشر كثافة استخدام المياه:** من خلال هذا المؤشر يتم معرفة حجم استخدام المياه من طرف السياح إلى حجم استخدام السكان المحليين، أو درجة استخدام السياح للمياه إلى الحجم الكلي من المياه الصالحة للشرب المتاحة.

**4.1 مؤشر حماية الجو من التلوث:** يقيس هذا المؤشر درجة تلوث الهواء أثناء فترات مختلفة في السنة ومختلف المواسم السياحية، فإكتساب التنمية السياحية صفة الاستدامة يتطلب الحفاظ على القدرة الاستيعابية

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

للموقع السياحي وعدم تجاوزه الطاقة الاستيعابية للموقع السياحي، من الحفاظ على نوعية البيئة ومستوى الإشباع لدى الزائرين.

### 2. المؤشرات الاجتماعية:

يرتكز هذا النوع من المؤشرات على واقع أثر زيادة النشاط السياحي على الوسط الاجتماعي، فهي مؤشرات أساسية تقيس المؤثرات السياحة على الجانب الاجتماعي، نذكر منها ما يلي:

#### 1.2 مؤشر الانعكاس الاجتماعي: يقيس مؤشر الانعكاس الاجتماعي مدى تأثير الظروف الاجتماعية

على تأثير السياحة على الظروف المعيشة لسكان الموقع السياحي من حيث الصحة، التعليم، التوظيف.

#### 2.2 مؤشر رضى السكان المحليين: يختص هذا المؤشر بمستوى الرضى لدى السكان المحليين بالمشاريع

السياحية والتجاوب معها .

● **مؤشر الأمن:** يحدد هذا المؤشر درجة تردد السياح على مراكز الأمن، بمعنى يقيس مدى انتشار الجريمة

في وسط سكان المحليين المقصد السياحي.

● **مؤشر الصحة العامة:** يختص مؤشر الصحة العامة درجة انعكاس تطور النشاط السياحي على

مستوى صحة السكان المحليين. ولاسيما مستوى توفر الخدمات الصحية، عدد الأطباء والهيكل

الصحية.

### 3. المؤشرات الاقتصادية:

تختص المؤشرات الاقتصادية بقياس انعكاس النشاط السياحي على وسط السكان المحليين، من خلال

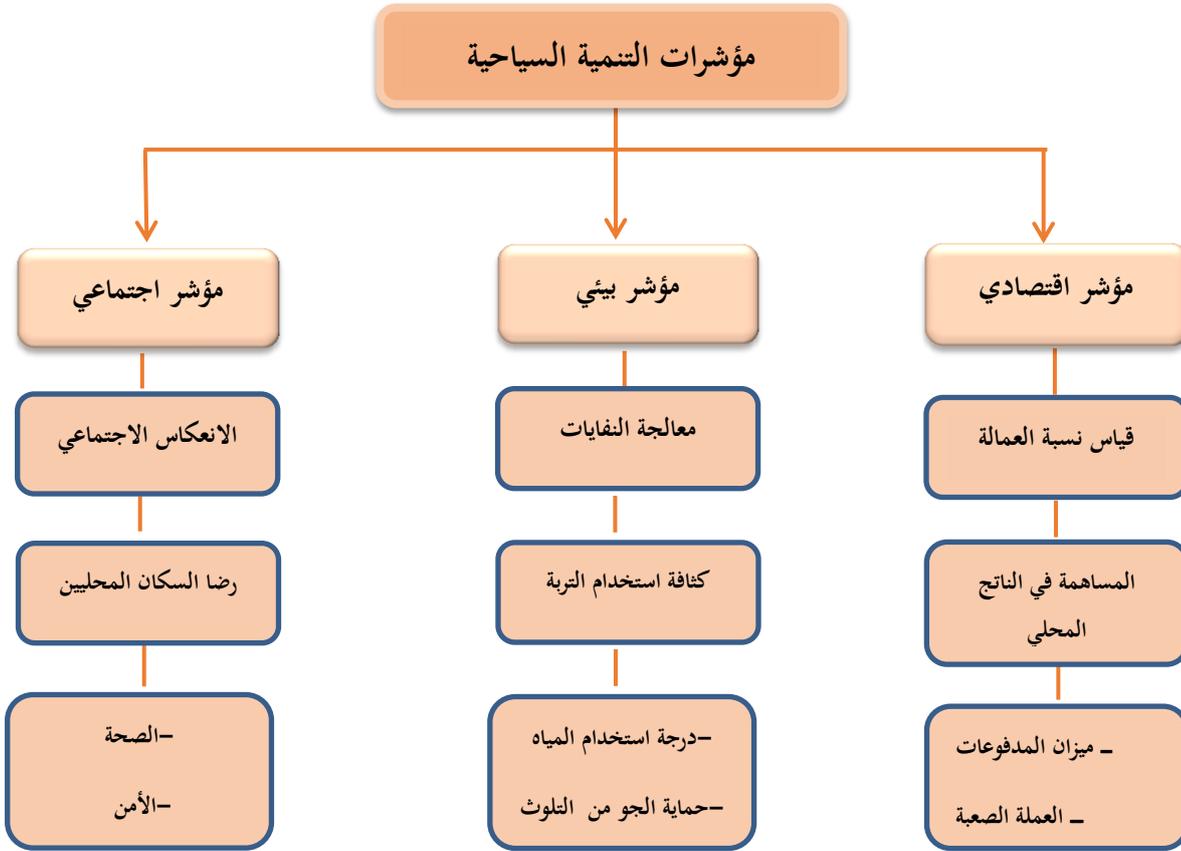
معدل التشغيل بالقطاع السياحة، حجم الاستثمار ونسبة المساهمة في الناتج المحلي على المستوى الكلي

للاقتصاد من خلال جلب العملة الصعبة، ميزان المدفوعات.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

يمكن ادراج مؤشرات السياحة المستدامة في الشكل التالي:

الشكل رقم (2-9): مؤشرات التنمية السياحية المستدامة.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على، صورية شني، السعيد بن لخضر، البحث والتطوير لتحقيق التنمية السياحية المستدامة `حالة الزيادة العالمية (فرنسا) ص 58.

الفرع الثاني: أدوات التنمية السياحية المستدامة.

تساهم الأدوات التنمية السياحية في تنشيط قطاع السياحة من أجل سياحة مستدامة تتماشى مع الظروف الحالية والمستقبلية، حيث تتمثل هذه الوسائل في وسائل قانونية البيئية (وثائق التخطيط ووثائق الرقابة) ووسائل اقتصادية (الوسائل الجبائية، وسائل تطوعية).

### 1. الوسائل القانونية البيئية:

تحتاج التنمية الحضارية للسياحة ولاسيما تهيئة وأشغال كبرى، مؤسسات، بني تحتية مباني جديدة، فالتسيير الجيد للسواحل يضمن عن طريق وثائق مخططات تعمل على الوقاية والحماية، والمراقبة والمتابعة لضمان الاستدامة وتشمل:

**1.1 وثائق التخطيط:** تحتاج التهيئة الحضرية واستغلال الاراضي إلى مخططات وخرائط لمختلف المشاريع فهذا التخطيط يعتبر مرحلة أساسية تسبق أعمال التهيئة الحضرية فهي ضرورية لتسيير كافة المراحل، حيث تمثل حتما جزءا من توقعات الوثائق العامة للتخطيط.

- **الوثائق العامة للتخطيط:** تتعلق بالبحث عن مقاييس المخطط التوجيهي للتهيئة ومخططات التهيئة الحضرية مع الأخذ بعين الاعتبار انسجام بين التنمية السياحية وحماية المناطق الحساسة.
- **الوثائق الخاصة للتهيئة السياحية:** هي الوثائق التي تتعلق بمخططات التوجيه السياحية ومخططات التهيئة الحضرية السياحية.

**2.1 وثائق الرقابة:** من أجل سياحة شاملة ومستدامة وقصد تسيير أحسن للقطاع السياحي وحب دراسة الأثر البيئي، حيث تعد هذه الدراسة العملية التي تسمح بتقييم وبتقدير وقياس مختلف الظواهر البيئية المباشرة وغير مباشرة، متوسطة وطويلة المدى لنشاط الوحدات الصناعية، الفلاحية والتجارية، وذلك قبل الانجاز وبداية نشاط هذه الوحدات.

## 2. الوسائل الاقتصادية:

تعد المبادرات الطوعية والتنظيم الذاتي وسيلة جديدة للسياحة للوصول إلى مختلف الأهداف الاستدامة من خلال ما يلي:

**1.2 تبني الوسائل الجبائية:** من أجل القضاء على مختلف المشاكل البيئية والتأثير البيئي للسياحة، يتم فرض رسوم تتمثل فيما يلي:

- **الرسوم الفندقية:** يتم فرض رسوم على الأعمال التي تتسبب في تلوث البيئية نتيجة استعمال الفنادق للمواد تضر بالبيئة كالنفايات وغيرها من المواد.
- **صناديق حماية المناطق السياحية:** يتم تمويل مختلف أشغال التهيئة الحضرية عن طريق صناديق خاصة للخزينة.

**2.2 تبني الوسائل التطوعية:** يساهم القطاع السياحي بصفة فعالة لحماية البيئة من خلال نقطتين ما يلي:

- **منح علامة الجودة:** من أجل منح علامة الجودة البيئية للفنادق ومشغلي السياحة بصفة عامة، يتم المساهمة بدرجة كبيرة في الدخول للأسواق قصد تحقيق تنمية مستدامة للقطاع.

- وضع مدونة القيادة الجيدة (أخلاقيا): الهدف من وضع مدونة القيادة أخلاقيا هو تشجيع مسيري الهيئات السياحية والعمومية والخاصة، من اجل الحفاظ على أخلاقيات السياحة.

### الفرع الثاني: استراتيجيات التنمية السياحية المستدامة.

للقيام باستراتيجية تنمية سياحة مستدامة يتم الاعتماد على تحليلات كمية وكيفية، تظهر أن الأنشطة السياحية الفاعلة لا تتوافق مع مبادئ السياحة المستدامة، مع الأخذ بعين الاعتبار الثقافة المحلية، كالمشروط البيولوجية والايكولوجية المتعلقة بالحظائر، حيث تنشأ ثقافة تربية بيئية عبر الإعلام والمثقفات والتظاهرات والمنظمات الغير حكومية... الخ، وهكذا تختلف المواقف تجاه السياحة المستدامة.

#### 1. موقف المقيمين نحو السياحة المستدامة:

إن النظريات المختلفة قد قامت بالتعبئة، من اجل دراسة المبدأ، وتكلف كبير لمنهج ونظرية تحليل السياحة المستدامة، والتي تتطلب حرصا اكبر وتكاليف أكثر على عاتق المقيمين تجاه السياح ومبادئ السياحة المستدامة.

#### 2. موقف السياح تجاه السياحة المستدامة:

رغم الدراسات القليلة في هذا المجال، إلا أنها صنفت الموقف حسب نوع السياحة، سياحة بيئية، سياحة طبيعية، سياحة حضرية، والنتائج بينت حساسية كبيرة للسياح البيئيون تجاه الاعتقاد والمواقف البيئية فيما يخص: الدفاع عن البيئة وحمايتها، المشاركة الانعكاسية بالخبرة، التحفيز، وبالتالي خلق بيئي يقترح انتهاج سابق للحاجيات الشخصية للزوار.

#### 3. موقف الحكومات والمؤسسات تجاه السياحة المستدامة:

المؤسسات والحكومات لها دورا كبيرا وفعالا، وبالتالي انطبعا ايجابيا نحو السياحة المستدامة، حيث تصدر قرارات أساسية تحقق ترقية مخصصة للسياحة بصفة عامة، رغم قلة الدراسات إلا أنها تساهم في ترقية السياحة المستدامة مساهمة كبيرة.

#### 4. التسويق والمشاريع الإقليمية:

من خلال تشجيع التسويق الإقليمي للتنمية المستدامة، وجعل التنافسية بين الوجيهات، فيما يتعلق بوضع

السياحة المستدامة في مخطط تسويقي فهو يشمل ما يلي: (Gerard Seguin, 2010)

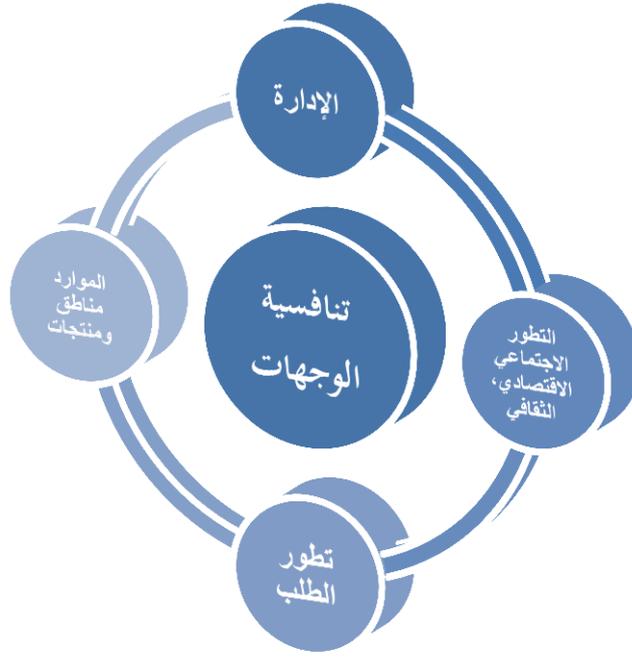
- البيانات الاجتماعية والاقتصادية للطلب السياحي وتطوراتها؛
- إمكانية الوصول نحو أسواق السياحة المستدامة؛

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

- استحقاق نشاط السياحة المستدامة والوجهات السياحية؛
- نفسية المستهلك المستهدف؛
- العوامل المؤثرة على رضا المستهلك عن منتجات السياحة المستدامة؛
- تسويق الأبراج؛
- الأسعار والتكاليف؛
- استعمال تكنولوجيا المعلومات؛
- تميز منتجات السياحة المستدامة ووضوعيتها.

والشكل الموالي يمثل أبعاد نموذج التنافسية في السياحة المستدامة.

الشكل رقم (2- 10) أبعاد نموذج التنافسية في السياحة المستدامة.



المصدر: من اعداد الطالب بناء على

Gerard Seguin, **Emmanuellebenzet Marketing du tourisme durable**, Dunod, Paris France 2010, p 124

5. الوسائل والمساعدات المنهجية لمبادرات السياحة المستدامة: التي تسمح بما يلي:

- مرافقة فاعلي الإقليم في التسيير اليومي لمشاريعهم؛
- التعين بالمقارنة مع معايير محددة في إطار منطقي؛
- التنويع بالمقارنة مع التطبيقات الجيدة للقطاع.

هذا لا يأتي إلا عن طريق مؤشرات معينة، وتقنيات ومعايير تقييم المشاريع.

### 6. المشاريع التي تنطوي على السياحة المستدامة:

تختلف هذه المشاريع وتمثل بالدرجة الأولى في ما يلي:

■ الحظائر الطبيعية الجهوية؛

■ المحطات الحمية؛

■ مشاريع تسيير المحيط؛

■ التسيير المتكامل للمناطق السياحية.

### 7. التسويق كمتجه لتنمية الشبكات، والشراكة في السياحة المستدامة:

وذلك عن طريق الشراكة العمومية والخاصة، وذلك بوفق مايلي:

■ تنمية الشعور بملكية واكتساب مشاريع السياحة المستدامة من قبل الفاعلين؛

■ المحافظة على الثقة بين الشركاء، التقنيين وكل الفاعلين الآخرين؛

■ خلق عملية آلية التنظيم عبر اتفاق جماعي، عن طريق التزام طويل المدى لمجموع الفاعلين في الإقليم؛

■ إبلاغ الشركاء بكل عمليات الزيارات؛

■ ضمان الارتباط أو التطابق.

### المبحث الثالث: واقع التنمية السياحية المستدامة في الجزائر.

قصد تحقيق تنمية سياحية مستدامة وحب توفر جملة من الشروط، تتضمن تلك الشروط مختلف الإمكانيات المادية والبشرية المتاحة لاستغلال تلك الموارد السياحية، حيث تتمثل الموارد أساسا في المعطيات الجغرافية كالمناطق الطبيعية، أماكن الراحة، الترفيه، الوديان، البحيرات، الشلالات الجبال، الأنهار، الشواطئ والغابات، الصحاري بالإضافة إلى المواقع التاريخية التي تتميز بأثار معمارية، الدينية والصناعات التقليدية، الطبوع والفنون الشعبية المختلفة، العادات والتقاليد التي تتميز بها كل منطقة، وتعتبر هذه الموارد أساسية للممارسة النشاط السياحي، فبدونها لا وجود للنشاط السياحي. (التقليدية و..، 2023)

### المطلب الأول: مؤشرات السياحة في الجزائر.

يرتبط القطاع السياحي بمختلف القطاعات سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، ومن بين تلك المؤشرات تتمثل فيما يلي:

### الفرع الاول: المقومات السياحية في الجزائر.

#### 1. المقومات الطبيعية:

تعتبر المقومات الطبيعية من بين عوامل الجذب السياح إلى إقليم سياحي أو منطقة سياحية معينة، والترابط بين مختلف المقومات الطبيعية من موقع جغرافي ومناخ وشواطئ وغطاء نباتي يمكن الأقاليم السياحية من كسب أهمية كبيرة في جذب السائح. حيث تمتاز الجزائر بتوفر وتنوع هذه العوامل وتكاملها في موقع استراتيجي جغرافي يربط بين الشمال والجنوب، كما تمتاز بمناخ معتدل يساعد على استمرار الموسم السياحي طوال السنة. (التقليدية..، 2024)

#### 1.1 المعطيات الجغرافية: الجزائر دولة تقع في شمال افريقيا ضمن المغرب العربي، وتعد اكبر دولة في البحر

الأبيض المتوسط والأكبر مساحة في افريقيا، يحدها من الشمال الشرقي تونس ومن الشرق ليبيا وجنوبا مالي والنيجر ومن الجنوب الغربي موريتانيا والصحراء الغربية وغربا المغرب، حيث تمتد الجزائر على مساحة 2 381741 كلم وتمتد بشريط ساحلي طوله أكثر من 1200 كلم كما تتواجد تضاريس متنوعة تمثل تشكل تضاريس الجزائر من ثلاثة كتل كبرى: التل في الشمال، الهضاب العليا والأطلس الصحراوي في الوسط والصحراء في الجنوب.

#### 2.1 المناخ: يسود الجزائر مناخ البحر الأبيض المتوسط فهو يميز طول كامل الحافة الشمالية التي تغطي

الساحل والأطلس التلي (صيف حار جاف، شتاء رطب وبارد) وشبه جاف على الهضاب العليا في وسط

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

البلاد، وصحراوي بمجرد عبور جبال الأطلس الصحراوي. يمكن أن تكون الاختلافات كبيرة في درجة الحرارة في يوم واحد، كما هو الحال في الصحراء، حيث يمكن أن تتأرجح درجة الحرارة من وقت إلى آخر في غضون بضعة ساعات (أكثر من 40 درجة مئوية في اليوم وأقل من 5 درجات مئوية في الليل).

**1.3 الغطاء النباتي:** تتواجد النباتات في شمال البلاد ذات طابع متوسطي، حيث تمتد الغابات (الصنوبر، الفلين، الخروب، البلوط...) على طول الشريط الساحلي وعلى جانب الأطلس التلي والعديد من الأزهار المتنوعة التي تنبت في الحدائق والبساتين (الياسمين، الورد، الإكليل، والجيرانيوم...). وماعدا الحلفاء فقليل من النباتات تنمو في الهضاب العليا بوسط البلاد. وقد تم في جنوب البلاد وضع أساليب مبتكرة للسقي تساعد الفلاحين على زراعة كل أنواع الفواكه والخضراوات إضافة إلى التمور التي تتميز المنطقة.

### 2. المنتجات السياحية الجزائرية:

نظرا للموقع الاستراتيجي التي تتميز به الجزائر والطابع الجغرافي المتنوع جعلها تنفرد بمنتجات سياحية متنوعة قلة ما يجدها في دول العالم، حيث تنقسم المنتجات السياحية الجزائرية إلى ما يلي:

**1.2 السياحة الصحراوية:** تعد الصحراء الجزائرية ثاني أكبر صحراء في العالم، وذلك لشاسعتها، حيث تقارب مساحتها 2 مليون متر مربع وتحتوي على تراث طبيعي وثقافي وتاريخي غني ومتنوع، تعد السياحة الصحراوية جوهر المنتج السياحي الجزائري، كما تحتوي الصحراء على 05 حظائر ثقافية مصنفة، وهي حظيرة الطاسيلي في ولاية ايليزي، المقار في ولاية تمنراست، وادي ميزاب في ولاية غرداية والحظيرة الثقافية للأطلس الصحراوي في حظيرة توات، قورارة، تيديكلت.

**2.2 السياحة الساحلية:** تسخر الجزائر بساحل يحتوي على شواطئ خلابة جعلتها من بين أجمل شواطئ البحر الأبيض المتوسط، وتعد مصدراً لمتعة المنتزهين والسباحين والصيادين وممارسي الرياضات المائية.

**3.2 السياحة الثقافية:** بالإضافة إلى التراث غير المادي، تحتوي الجزائر على 7 مواقع ثقافية مصنفة في قائمة اليونسكو كتراث مادي عالمي:

- قلعة بني حمادة 1980؛
- وادي ميزاب 1982؛
- جميلة 1982؛
- تيمقاد 1982 تيبازة 1982؛
- طاسيلي ناجر 1982؛

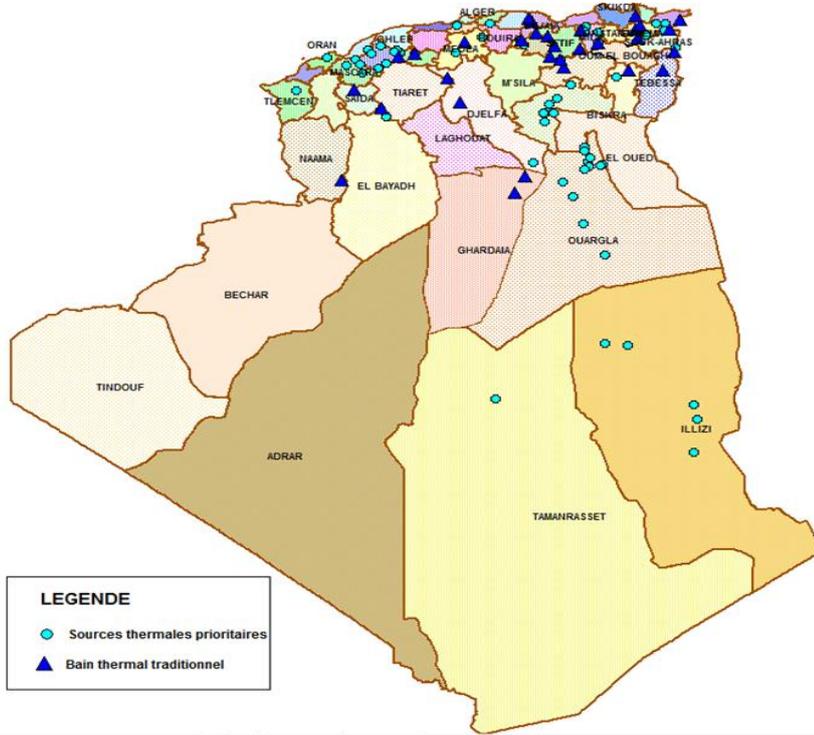
■ قسبة الجزائر 1992؛

■ بإضافة إلى حوالي 1000 موقع ومعلم ثقافي وتاريخي مصنّف كتراث وطني.

### 3. الحمامات المعدنية:

تزخر الجزائر بقدرات ومؤهلات حموية معتبرة منتشرة في كل أنحاء التراب الوطني، مياهها الحموية تتسم بالعديد من المميزات والخصائص العلاجية؛ فهي تحتوي على إمكانيات كبيرة فيما يخص السياحة الحموية، حيث تزخر بأكثر من 282 منبع حموي ذو خصائص علاجية تم احصائه في جميع أنحاء البلاد. كما تم ادراج 30 محطة حموية لاستقبال الالاف من المستجمين من مختلف مناطق الوطن البعض لاستمتاع بعطل الاستجمام واللياقة البدنية والبعض الاخر لأسباب علاجية محددة.

### الشكل رقم (2-11): الحمامات المعدنية بالجزائر.



المصدر: بالاعتماد على الموقع الالكتروني لوزارة السياحة والصناعة التقليدية الجزائرية 2023/11/27  
26h.21

<https://www.mta.gov.dz/>

من الشكل رقم (2-11) المبين أعلاه تقع غالبية هذه المحطات في الجزء الشمالي من البلاد فيما يقع البعض الآخر منها في الصحراء، كما تقوم الدولة حاليا بتحديث المحطات الموجودة وتشجيع أصحاب المشاريع الاستثمارية على إنشاء محطات جديدة من أجل تلبية الطلب المتزايد من المستجمين وكذا السياح الباحثين عن

عطل إعادة اللياقة البدنية.

### 4. المقومات التاريخية والأثرية:

عرفت الجزائر الحضارة عبر مختلف العصور فقد عثر على بقايا وآثار نشاط إنساني تعود إلى نحو سبعة آلاف عام ق.م واحتكت بعدة حضارات سجلها التاريخ كالحضارة الفينيقية التي تعامل معها الامازيغيون سكان الجزائر آنذاك، خضعت الجزائر في القرن السابع ق.م لحكم قرطاج ثم احتلها الرومان سنة 42 ق.م وفي عام 682م بدأ عصرها العربي الإسلامي.

بالرجوع إلى قائمة التراث العالمي المدرجة من طرف لجنة التراث العالمي في اليونسكو في مواقع التراث الدولية، التي يمكن أن تكون هذه المواقع طبيعي كالجبال وسلاسل الجبال، وقد تكون من صنع الإنسان كالبنائيات والمدن.

الجدول رقم (2-2): المواقع التراثية والتاريخية في الجزائر حسب تصنيف يونسكو  
UNESCO إلى غاية 2024.

سنة التسجيل	مواقع التراث العالمي لليونسكو في الجزائر	الرتبة
1980	قلعة بني حماد في المسيلة	1
1982	جميلة سطيف	2
1982	قصة الجزائر	3
1982	وادي ميزاب	4
1982	ناجر طاسيلي	5
1982	تيمقاد	6
1982	تيازة	7
2002	واحات الفقارة والقصور في عرق الغرب الكبير	8
2002	المواقع الأوغسطينية وأماكن ومسارات المغرب الأوسط	9
2002	ندرومة وترارة تلمسان	10
2002	واد سوف	11
2002	أضرحة الملكية في نوميديا وموريتانيا والآثار الجنائزية قبل الإسلام تيازة	12
2002	بارك دي أوريس مع مستوطنات واحات وديان الروفي والقنطرة بسكرة	13

المصدر: من اعداد الطالب اعتماد على الموقع الالكتروني

<https://www.worldatlas.com/articles/unesco-world-heritage-sites-in-algeria.html>

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

2024/04/02 00.20

من خلال الجدول رقم (2-2) المبين اعلاه نلاحظ أن منذ سنة 1982 لم تقم الجزائر بإدراج المواقع تاريخية وأثرية حتى إلى غاية عام 2002، حيث تم ادراج عدة مواقع أثرية وتاريخية. بالرغم من كل هذه المقومات التي تمتلكها الجزائر إلا أن ترتيبها في مؤشر تنافسية السياحة العالمي لا يعكس مقوماتها السياحية التاريخية التي تتمتع بها.

**5. الأطراف المساهمة في صناعة السياحة:**

**1.5 طاقة الايواء حسب فئة تصنيف الفنادق:** تتمثل قدرة الإيواء في المؤسسات الفندقية وكل الهياكل المعدة لاستقبال السياح في الجزائر وقدرتها الاستيعابية المتمثلة في عدد الأسرة، ومن بين المقومات المادية التي تعزز من جاذبية الوجهات السياحية، والجزائر بصفة عامة تتميز بمحدودية هياكلها الفندقية والتي تتمثل معظمها في الفنادق الغير مصنفة، كما هو موضح في الشكل التالي:

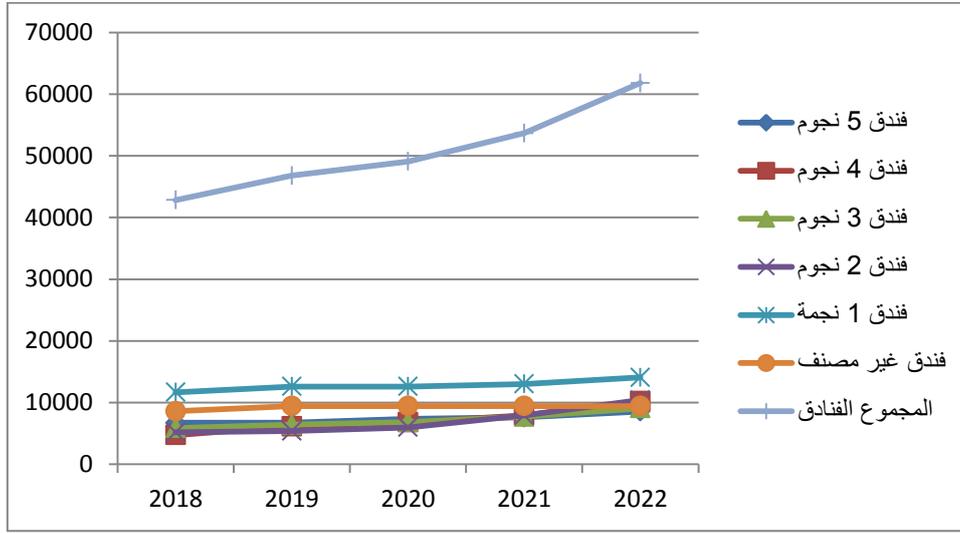
**جدول رقم (2-3) توزيع الأسرة حسب فئة الفنادق في الجزائر في الفترة 2018-2022.**

السنوات	2018	2019	2020	2021	2022
فندق 5 نجوم	6734	6734	7345	7613	8559
فندق 4 نجوم	4746	6161	6824	7935	10223
فندق 3 نجوم	5886	6427	6861	7707	9083
فندق 2 نجوم	5185	5381	5995	7935	10403
فندق 1 نجمة	11684	12612	12612	13027	14075
فندق غير مصنف	8590	9456	9456	9456	9456
مجموع الفنادق	31345	46771	49093	53673	61799

المصدر: بالاعتماد على الموقع الإلكتروني وزارة السياحة والصناعة

التقليدية <https://www.mta.gov.dz> 13h :40 2023/11/24

الشكل رقم (2-12): توزيع الأسرة حسب فئة الفنادق في الجزائر في الفترة 2018-2022.



المصدر: بالاعتماد على الموقع الإلكتروني لوزارة السياحة والصناعة

التقليدي <https://www.mta.gov.dz> 13.40 2023/11/24

نلاحظ من خلال الجدول رقم (2-3) والشكل رقم (2-12) أن عدد الأسرة الموزعة حسب كل فئة الفنادق على مستوى القطر الوطني شهدت نمو متزايد من السنة 2018 إلى 2022، حيث بلغ إجمالي الأسرة الفنادق بمختلف تصنيفاتها بين 31345 سرير إلى 61799 سرير بالنسبة لكل الفئات الفندقية، أي شهدت نمو معتبرا قدرة بـ 50.72% أي ضعف عدد الأسرة إجمالا؛ وهذا ما يفسر اهتمام السلطات العليا بملفات الاستثمار السياحي من خلال تبسيط الاجراءات دفع الملفات عن طريق الرقمنة من خلال بوابة الخدمة العمومية التي استحدثتها وزارة السياحة والصناعة التقليدية، هذه الزيادة نتيجة الطلب على وجهة الجزائر وهذا راجع عودة الأمن وتحسن الأوضاع السائدة والاستقرار السياسي في البلاد، كل هذا يدخل في الجهود التي قامت بها السلطات لتنويع الاقتصادي التي انتهجتها الجزائر مؤخرا.

**2.5 تطور عدد الوكالات السياحية:** تعد الوكالات السياحية والسفر من أهم المقومات السياحية التي تساهم بشكل كبير في تنمية القطاع السياحي مما يعود بالفائدة على الاقتصاد الوطني 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.

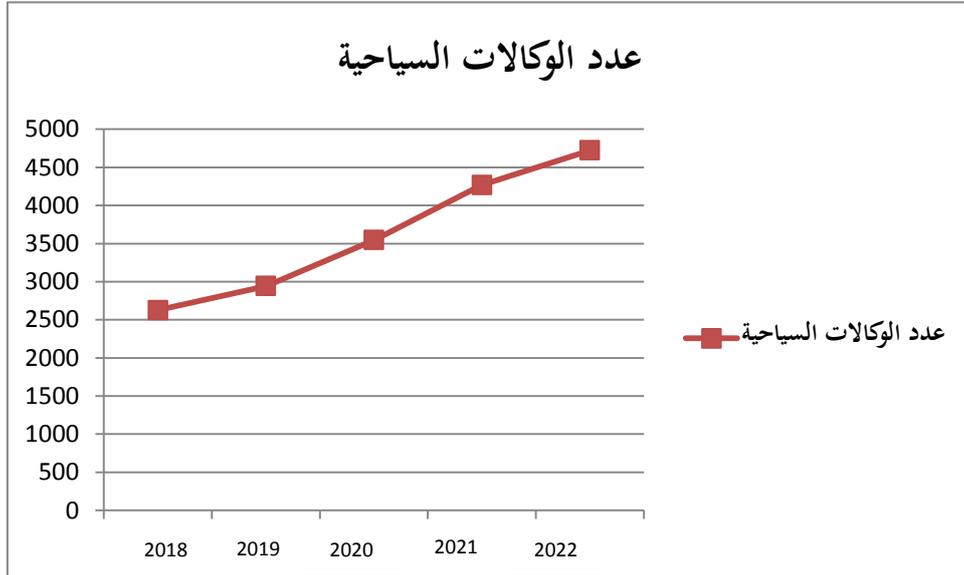
والجدول التالي يبين مدى تطور انشاء الوكالات السياحية في الجزائر من الفترة 2018 إلى 2022

الجدول رقم (2-4) تطور عدد الوكالات السياحية الجزائرية في الفترة 2018-2022.

السنة	2018	2019	2020	2021	2022
عدد الوكالات السياحية	2626	2942	3546	4267	4722

المصدر : بالاعتماد على الموقع الإلكتروني لوزارة السياحة والصناعة التقليدية <https://www.mta.gov.dz> 13.40 2023/11/24

الشكل (2-13): تطور الوكالات السياحية في الجزائر في الفترة 2018-2022.



المصدر: بالاعتماد على الموقع الإلكتروني لوزارة السياحة والصناعة التقليدية <https://www.mta.gov.dz> 13.40 2023/11/24

من خلال الجدول رقم (2-4) والشكل رقم (2-13) نلاحظ أن عدد الوكالات السياحية في الجزائر عرفت تطورا ملحوظا من سنة 2018 إلى سنة 2022، حيث بلغت بين 2626 إلى 4722 وكالة سياحية بنسبة زيادة تقدر بـ 55,61%، ويمكن تفسير ذلك النمو زيادة الطلب على فتح وكالات سياحية يرجع إلى تسهيل وتبسيط إجراءات عملية فتح وكالة سياحية من خلال رقمنة القطاع السياحي بالإضافة زيادة الطلب على خدمات الوكالات السياحية والتي يمكن أن تساهم في التسويق للوجهة السياحية الجزائرية، إلا أن هذا النمو يبقى لا يستجيب لأي من تطلعات القطاع السياحي الجزائري، خاصة وأن غالبية الوكالات السياحية في الجزائر لا تساهم في التأثير على التدفق السياحي بصفة كبيرة، وهذا دليل على ضعف تسويق الوجهة السياحية في الخارج،

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

كما أن سبب تراجع حجم السياحة في الجزائر يرجع إلى تدني الخدمة المقدمة من طرف الوكالات السياحية وارتفاع تكلفتها مقارنة الدول الجوار.

### الفرع الثاني: الوجهات السياحية في الجزائر.

يمكن تقسيم المناطق السياحية في الجزائر إلى (06) ستة مناطق، وهذا تبعا لتنوع المعطيات الجغرافية:

(خالد ك.، 2004)

#### 1. منطقة السواحل والسهول الشمالية وهضاب الأطلس الشمال:

تتميز هذه المنطقة بطول شواطئها 1200 كلم، وبعدد كبير من المواقع الأثرية والتي تعود إلى عهد الرومان والعرب والمسلمين وأثار تعود إلى العصور القديمة.

#### 2. منطقة السلسلة الأطلسية:

والتي توجد بها أكبر قمة جبلية في الشمال "الالا خديجة" بـ 2308م، كما نجد جبال الأوراس، الونشريس، سلسلة جبال موزاية للسواحل تتميز بإمكانيات كبيرة لتنمية أنواع سياحة عديدة، كالنشاطات الرياضية الشتوية، كالترحلق، التسلق، الصيد...

#### 3. منطقة الهضاب العليا:

تتميز هذه بمناخها القاري وبمواقعها الأثرية وبصناعاتها الحرفية والتقليدية المتنوعة.

#### 4. منطقة الأطلس الصحراوي:

هي المناطق الواقعة بين الهضاب العليا والصحراء الكبرى التي يمكن، فيها تنمية السياحة المناخية، المعدنية، الصيد.

#### 5. منطقة واحات شمال الصحراء:

تتميز هذه المنطقة باعتدال درجات الحرارة، فهي أقل ارتفاعا من درجات الحرارة بالصحراء الكبرى وبها تتمركز الواحات بنخيلها، وبجاراتها، وتتوفر صناعات تقليدية.

#### 6. منطقة الصحراء الكبرى:

منطقة الصحراء الكبرى معروفة بمنطقة بالجنوب الكبير (المقار والتاسيلي) وتتميز بالمساحات الشاسعة والجبال الشاخمة وبالحرارة المعتدلة طوال فصول السنة، والتي تشكل مصدرا هاما للسياحة الشتوية.

### المطلب الثاني: آليات تحقيق تنمية سياحة مستدامة في الجزائر.

توجد العديد من الآليات التي يمكن استخدامها لتطوير السياحة المستدامة للنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر.

### الفرع الأول: المخطط الهيكلي للتهيئة السياحية.

في إطار التنمية المستدامة، تم وضع مخطط هيكلي للتهيئة السياحية، فهو يحدد الأدوات الكفيلة بتنفيذها وشروط تحقيقها؛ وهو جزء من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية الذي يبرز الكيفية التي تريد من خلالها الدولة ضمان التوازن الثلاثي: العدالة الاجتماعية، الفعالية الاقتصادية، الدعم الإيكولوجي في إطار التنمية المستدامة. ويشرح أهداف الدولة السياحية على مدى السنوات القادمة، للوصول إلى درجة الامتياز السياحي في منطقة. (التقليدية و..، 2023)

### 1. المخطط التوجيهي لتنمية سياحة مستدامة 2030:

يعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 (SDAT) مرجعا لسياسة جديدة تبنتها الدولة الجزائرية ويعد جزءاً من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم في آفاق 2030 (SNAT) فهو المرآة التي تعكس لنا مبعثي الدولة فيما يخص التنمية المستدامة وذلك من أجل تحقيق توازن ثلاثي يشمل الرقي الاجتماعي والفعالية الاقتصادية والاستدامة البيئية. ولهذا السبب وفي إطار التنمية المستدامة، تعطي الدولة توجيهات استراتيجية للتهيئة السياحية في كافة التراب الوطني.

**1.1 أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية:** تسعى الجزائر إلى جعل السياحة قطاع مساهم في تنمية الاقتصاد وكبديل لقطاع المحروقات مما يساهم في تنويع الاقتصاد الوطني. حيث قامت بوضع مخطط توجيهي للتهيئة السياحية، حيث وضعت مجموعة من الأهداف تتمثل فيما يلي:

#### • جعل السياحة إحدى محركات النمو الاقتصادي: وذلك من خلال ما يلي:

- ترقية اقتصاد بديل؛
- تنظيم العرض السياحي للمنتوج الجزائري باتجاه السوق الوطنية؛
- إعطاء مكانة للجزائر من خلال التعريف بالوجهة الجزائرية سياحياً دولياً وجعلها وجهة بامتياز ومنازة في حوض المتوسط قصد المساهمة في خلق وظائف جديدة وبصورة أساسية في الاقتصاد الوطني.

- الدفع بواسطة الأثر العكسي على القطاعات الأخرى (الفلاحة، البناء، الأشغال العمومية، الصناعة التقليدية، الخدمات): وذلك من خلال ما يلي:

▪ النظر إلى السياحة في إطار مقارنة عرضية تشمل مختلف العوامل (النقل، التعمير، البيئة، التنظيم المحلي، التكوين).

▪ الانسجام مع استراتيجية القطاعات الأخرى، وإحداث حركية شاملة على مستوى الإقليم الوطني.

- التوفيق بين ترقية السياحة والبيئة: يتعلق الأمر بإدماج مفهوم الديمومة في مجمل حلقة التنمية السياحية (اقتران الاجتماعي بالاقتصاد وبالبيئة).

- تهمين التراث التاريخي، الثقافي والديني: يقيم الاقتصاد السياحي علاقة متينة مع الإقليم (المكان المعبر عن التاريخ والتنوع الثقافي)، وهي العناصر التأسيسية للتراث الثقافي (الانسائي، الطبيعي، المناخي، التاريخي،... الخ)

- تحسين صورة الجزائر بصفة دائمة: يرمي برنامج بناء صورة الجزائر إلى إحداث تغيرات في التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون في السوق الجزائرية ضمن آفاق لجعل منها سوقا هامة وليست ثانوية بما في ذلك الموارد والطاقت المتاحة والتي تستجيب لحاجيات المستهلكين الدوليين. مما يحسن صورة الجزائر السياحية.

## 2.1 أسس المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية: يركز المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على خمس عناصر

أساسية هي: (D'artisanat, 2023)

- تشجيع الوجهة الجزائرية لزيادة جاذبية وتنافس الجزائر؛
- تطوير الأقطاب والقرى السياحية المتميزة من خلال ترشيد الاستثمار والتنمية؛
- نشر مخطط جودة السياحة (PQT) لتطوير التميز في العروض السياحية الوطنية بإدماج التكوين من خلال الارتقاء المهني والتعليم والانفتاح على تكنولوجيا الاعلام والاتصال؛
- وضع مخطط الشراكة بين القطاعين العام والخاص؛
- مخطط تمويل السياحة.

## 2. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الولايات:

يمثل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الولاية تنمة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في آفاق

2030. حيث يشكل خريطة طريق لتسيح الولاية على المدى القريب، المتوسط والبعيد، حيث تم في 48

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

ولاية إطلاق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، تم إنجاز المخطط في 47 ولاية بينما يظل قيد الدراسة في ولاية واحدة.

### الفرع الثاني: البنية التحتية.

تتضمن البنية التحتية اللازمة لنجاح القطاع السياحي عدة عناصر، نذكر منها ما يلي:

- إقامة المطارات وموانئ التنزه والربط بالطرق البرية والسكك الحديدية وتوفير وسائل النقل المتاحة كالمetro وترامواي والقطار والمصاعد الهوائية للوصول إلى المناطق السياحية.
- توفر مرافق الإقامة العالية الجودة، مثل الفنادق والمنتجعات السياحية والقرى السياحية الفاخرة؛
- توفير الخدمات الأساسية والربط بمختلف الشبكات مثل الهاتف والانترنت، الكهرباء والمياه الصالحة للشرب والصرف الصحي؛
- توفير المرافق والخدمات السياحية الأخرى، مثل المطاعم والمتاحف والمعارض والمنتزهات والحدائق؛
- توفر النشاطات والأنشطة السياحية المتنوعة، مثل الرياضات المائية والجبلية والسفاري والرحلات البحرية والتسوق؛

تطوير وتحسين هذه العناصر يمكن أن يزيد من جاذبية المناطق السياحية ويزيد من عدد السياح، حيث

يتم ذلك بواسطة عدة طرق يتم استخدامها لتطوير وتحسين البنية التحتية السياحية في الجزائر، بما في ذلك:

- زيادة التمويل المخصص لتطوير البنية التحتية السياحية، سواء من خلال زيادة الميزانية العامة للدولة أو من خلال جذب الاستثمارات الخاصة؛

- تحسين البنية التحتية النقل وذلك لتحسين شبكة النقل في الجزائر، بما في ذلك تطوير المطارات والموانئ

وتحسين جودة الطرق والمرافق العامة، لتسهيل وصول السياح إلى الوجهات السياحية، حيث يمكن أن يساهم ذلك في زيادة عدد السياح وتعزيز النمو الاقتصادي وتوفير فرص العمل؛

- تطوير الفنادق والمنتجعات يمكن من خلاله تطوير وتحسين جودة الفنادق والمنتجعات في الجزائر، بما في ذلك

توفير المرافق الحديثة والمريحة وتحسين مستوى الخدمة المقدمة للسياح؛

- تنوع الوجهات السياحية في الجزائر، بما في ذلك تطوير المناطق الريفية والمناطق الثقافية والتاريخية والطبيعية،

لجذب مجموعة متنوعة من السياح؛

- تعزيز التسويق السياحي من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والإعلانات والحملات الترويجية،

لجذب المزيد من السياح إلى البلاد؛

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

- تطوير البنية التحتية الرقمية في الجزائر من خلال توفير خدمات الإنترنت عالية السرعة وتوفير التكنولوجيا الحديثة في الفنادق والمنشآت السياحية، لتحسين تجربة السياح وتسهيل التواصل والحجوزات؛
- تطوير المنتجات السياحية المبتكرة وذلك بتقديم منتجات سياحية جديدة ومبتكرة، مثل رحلات السفاري والرحلات البحرية والفعاليات الثقافية والرياضية، لجذب المزيد من السياح وزيادة إقامتهم في البلاد؛
- تطوير القوانين واللوائح المتعلقة بالقطاع السياحي في الجزائر، لتسهيل الاستثمارات السياحية وتحسين بيئة الأعمال في القطاع.

### الفرع الثالث: مناطق التوسع السياحي.

وفرت الدولة عدة شروط لترقية الاستثمار السياحي وذلك من أجل تجسيد مخطط عمل استراتيجي، لذلك قامت السلطات العمومية بتهيئة أوعية عقارية لاستيعاب كافة المشاريع الاستثمارية بصفة أولوية داخل مناطق التوسع السياحي.

#### 1. توزيع مناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية:

تم توزيع مناطق التوسع السياحي بالشكل الحالي الذي يساعد على جعل الجزائر وجهة سياحية، وحسب ما جاء في المرسوم التنفيذي رقم 07-86 المؤرخ في 11 مارس 2007 المحدد لكيفيات اعداد مخطط التهيئة السياحية لمناطق التوسع والمواقع السياحية (23، 2007)، حيث تحصى الجزائر حاليا 225 موقع لتوسع السياحي، مخصصة لإقامة مشاريع سياحية متنوعة بمساحة إجمالية تقدر بـ 56472 هكتار على المستوى الوطني إلى غاية المرسوم التنفيذي رقم 16-01 المؤرخ في 03/01/2016 والذي يعدل المرسوم رقم 88-232 المتضمن الموافقة على مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع والموقع السياحي، (محمد، 2020)

فتوزيع مناطق التوسع والمواقع السياحية بالشكل الحالي يساعد على جعل الجزائر وجهة سياحية بامتياز، مع ضرورة خلق مناطق توسع جديدة تتوزع عبر كافة ولايات الوطن، ونظرا لوجود أغلب مناطق التوسع والمواقع السياحية بالشريط الساحلي يجد من السياحة في الجزائر ويجعلها فصلية بالدرجة الأولى، ولاستدراك ذلك وقصد معالجة هذا الخلل يتعين خلق مناطق جديدة للتوسع السياحي، حيث توزيع مناطق التوسع السياحي بالشكل الحالي يساعد على جعل الجزائر وجهة سياحية، ليتحول السائح العالمي إلى شخص مولع باستكشاف الطبيعة وحماية البيئة، وبذلك أصبح يتعين على الجزائر التفكير مليا في استغلال المؤهلات السياحية التي تتوفر عليها كل الأوليات دون استثناء، ولا سيما وأن الجزائر تسخر بموقع جغرافي استراتيجي يسمح لها بأن تصبح من بين أهم الوجهات السياحية في المنطقة، وهذا ضمن الاستراتيجية المتبعة من طرف القطاع لضمان سياحة مستدامة على

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

مدار السنة من خلال إعطاء الأهمية اللازمة للمناطق السياحية الجبلية والمناخية والبيئية، حيث أن 95% من مناطق التوسع السياحي بالجزائر تقع بـ 17 ولاية، في الوقت الذي لا تتوفر فيه 17 ولاية أخرى على أية منطقة توسع، أما بالنسبة للسواحل فقد أصبح من الضروري التحول إلى تشجيع الاستثمارات الموسمية كالمخيمات والسكنات الشاطئية البنغالوهات مع استخدام مواد بناء صديقة للبيئة لكونها مناطق هشة.

### 2. الاستثمار في مناطق التوسع السياحي:

يساهم الاستثمار السياحي في تطوير البنية السياحية من خلال تطوير مناطق التوسع لسياحي بالجزائر وهذا بالقيام بجملة من الإجراءات تتمثل فيما يلي: (التقليدية و.، 2023)

### 1.2 إجراءات المصادقة على المخططات الفندقية للمشاريع السياحية:

هناك عدة اجراءات متعلقة بالمصادقة على المشاريع الفندقية، وذلك من خلال القيام بتوجيه المستثمرين لإداع ملفاتهم التقنية والادارية لدى مديرية السياحة والصناعة التقليدية للولاية موطن إقامة المشروع، حيث تقوم اللجنة المختصة بالدراسة والموافقة على المخططات الفندقية تصدر القرارات التالية:

■ الموافقة المبدئية؛

■ الموافقة المبدئية بتحفظات؛

■ الرفض.

بعد دراسة الملف تصدر اللجنة قرار يتم تبليغه إلى المستثمر من أجل استكمال ملفه وهذا من أجل استخراج رخصة البناء وكذا التمويل وامتيازات الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار والسجل التجاري.

### 2.2 متابعة ودعم المشاريع السياحية: تعمل الهيئات الادارية المختلفة على تسوية الوضعيات، حيث إذا

كانت القطعة الأرضية مخصصة للمشروع فهي موطن المشروع الذي يتواجد داخل مناطق التوسع السياحي، لا بد من رأي مسبق للوكالة الوطنية لتنمية السياحة وموافقة الوزير المكلف بالسياحة، فمنح الامتياز على المستوى المحلي يتم من خلال المزايا التالية:

■ الإتاوة التجارية السنوية تمثل 33/1 من القيمة التجارية للقطعة الأرضية محل منح الامتياز؛

■ تخفيض الإتاوة التجارية السنوية لمنح الامتياز للقطعة الأرضية؛

■ 90% خلال فترة الانجاز، من سنة واحدة إلى ثلاث سنوات؛

■ 50% خلال فترة الاستغلال، من سنة واحدة إلى ثلاث سنوات؛

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

■ الدينار الرمزي للمتر المربع (م<sup>2</sup>) خلال فترة عشر سنوات (10) بالنسبة لولايات الجنوب والهضاب العليا؛

■ الدينار الرمزي للمتر المربع (م<sup>2</sup>) خلال فترة خمسة عشر سنة (15) بالنسبة لولايات الجنوب الكبير.

**3.2 مرافقة المستثمرين:** بعد تسليم الموافقة المبدئية للمخططات الفندقية، تقوم مديرية الاستثمار السياحي، بالعمل من أجل مساعدة المستثمرين، وهذا من خلال:

- توجيه وإرشاد المستثمرين في اتخاذ وإتباع الإجراءات السليمة خلال مراحل الانجاز؛
- المرافقة من أجل الحصول على رخصة البناء، رخصة البناء التعديلية وكذا شهادة المطابقة؛
- المرافقة من أجل الحصول على قرض بنكي والحصول على التخفيض على معدل الفائدة؛
- التدخل لدى جميع المصالح الولائية المتعلقة بالاستثمار، وكذا في حالة عراقيل تواجه المستثمر خلال طول فترة الانجاز.

**4.2 أهم المشاريع السياحية في الفترة الممتدة بي 2018-2022:** سعت الجزائر إلى اقامة مجموعة من المشاريع السياحية من خلال تخصيص أغلفة مالية معتبرة من أجل النهوض بالسياحة وجعلها قطاع بديل للمحروقات، والشكل الموالي يتم عرض وضعية تقدم مختلف المشاريع السياحية في الفترة الممتدة بين 2018 و 2022.

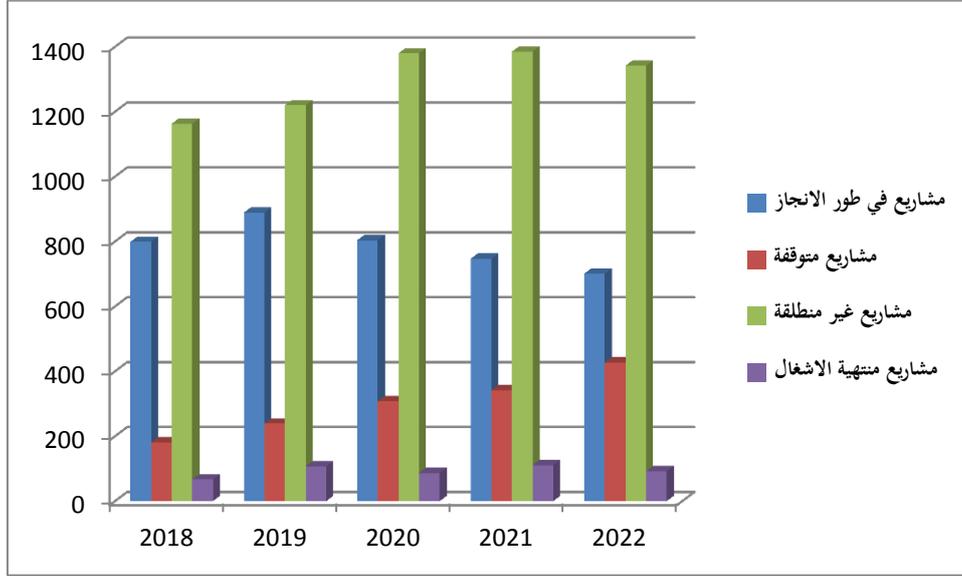
### الجدول (2-5) وضعية المشاريع السياحية للفترة 2018-2022.

السنة	2018	2019	2020	2021	2022	وضعية المشاريع
	799	889	804	747	701	مشاريع في طور الانجاز
	181	239	308	342	427	مشاريع متوقفة
	1163	1220	1380	1385	1342	مشاريع غير منطلقة
	67	107	87	111	92	مشاريع منتهية الاشغال
	2210	2455	2579	2585	2562	المجموع

المصدر: من اعداد الطالب وزارة السياحة والصناعة التقليدية <https://www.mta.gov.dz> 2023/11/24

h13.40

الشكل رقم (2-14): وضعية المشاريع السياحية للفترة 2018-2022.



المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على الموقع الالكتروني لوزارة السياحة والصناعة التقليد  
<https://www.mta.gov.dz> 2023/11/24 13.40 h

من خلال الجدول (2-5) الشكل رقم (2-14) المبين أعلاه، يبين وضعية المشاريع السياحية التي تمت برمجتها الفترة الممتدة 2018 إلى غاية 2022، حيث عرفت زيادة في عدد المشاريع، حيث رصدت الجزائر لهذه البرامج التنموية مبالغ مالية ضخمة تهدف من خلالها إلى النهوض بالقطاع السياحي مما يعود بالفائدة على الاقتصاد الوطني، حيث شملت هذه مختلف المشاريع تكتسي أهمية اقتصادية واجتماعية لها صلة مباشرة بقطاع السياحة، لهذا خصصت الدولة مبالغ مالية معتبرة للنهوض بالقطاع السياحي، فهي مفصلة كما يلي:

■ تشكل المشاريع المنجزة عدد قليل من مجموع المشاريع المسجلة في الفترة الممتدة بين سنة 2018 إلى 2022 وهو عدد ضئيل مقارنة مع البرامج التنموية المسطرة، وهذا ما يعكس حجم العراقيل التي تقف في وجه تقدم هذه المشاريع ولاسيما توقف الأشغال وطول مدة إنجازها نتيجة عدم نضج الدراسات بصفة كافية وهذا ما يقف في تجسيد المخططات السياحية ومن ثم تحقيق الأهداف المحددة بحلول سنة 2030.

■ عدد المشاريع غير منطلقة تشكل نسبة كبيرة من مجموع المشاريع المسجلة في كل السنة، وعدم إنطلاقها في وقتها المحدد يرجع إلى جملة من الأسباب، كعدم تقديم التصاريح والموافقة وعدم كفاية التمويل اللازم

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

لانطلاق هذه المشاريع، كل هذا نتيجة عدم نضج الدراسات. كل هذه الأسباب تأثر على انتهائها في الوقت المحدد مما يعود بالسلب على تقدم القطاع السياحي.

### 3. دراسة وتهيئة مناطق التوسع السياحي (ZET):

نظرا لضعف الكبير المسجل في تطوير القطاع السياحي، قامت وزارة السياحة والصناعة التقليدية باهتمام خاصا بالتعريف بقدرات السياحة التي تتمتع بها الجزائر ولاسيما بالمؤهلات والقيام بعدة دراسات بخصوص الجانب السياحي بالنسبة للتنمية السياحية تمثلت في إنجاز العمليات التالية: (التقليدية و.، 2023)

**1.3 مخططات التهيئة السياحية PAT:** عملاً بالمرسوم التنفيذي رقم 07-86 المؤرخ في 11 مارس 2007 المحدد لكيفيات اعداد مخطط التهيئة السياحية لمناطق التوسع والمواقع السياحية، تشمل دراسة المخططات التهيئة السياحية 198 موقع من ضمن 225 موقع لتوسع السياحي، بمساحة إجمالية 56.472.06 هكتار موزعة على 34 ولاية، وهي مفصلة كالتالي:

● 61 مخطط للتهيئة السياحية تمت المصادقة عليه؛

● 33 مخطط للتهيئة السياحية قيد المصادقة؛

● 82 مخطط للتهيئة السياحية قيد الدراسة.

**2.3 تهيئة مناطق التوسع السياحي (ZET):** تم تهيئة 25 موقع لتوسع السياحي منها من تمت المصادقة على مخطط التهيئة السياحية بمرسوم ومنها من لاتزال قيد الاعداد.

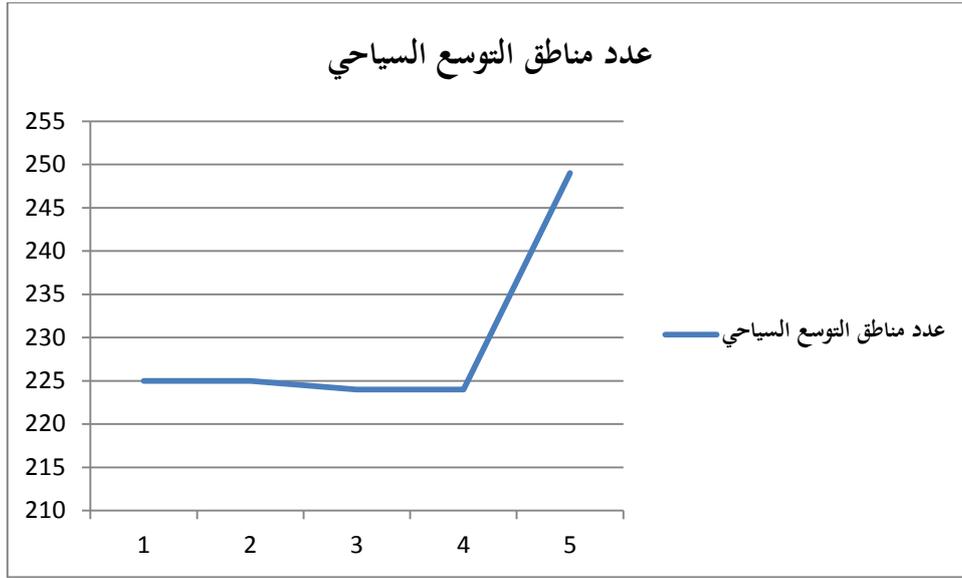
الجدول رقم (2-6) تهيئة مناطق التوسع السياحي في الفترة بين 2018 إلى 2022.

السنة	2018	2019	2020	2021	2022
عدد مناطق التوسع السياحي	225	225	224	224	249

المصدر: من اعداد الطالب وزارة السياحة والصناعة التقليدية <https://www.mta.gov.dz>

13.40 2023/11/24

الشكل رقم (2-15) مناطق التوسع السياحي في الفترة الممتدة بين 2018 و 2022.



المصدر: من اعدا الطالب بالاعتماد على الموقع الالكتروني لوزارة السياحة والصناعة التقليدية

13.40 2023/11/24 <https://www.mta.gov.dz>

من خلال الجدول رقم (2-6) الشكل (2-15) المبين أعلاه سجلت زيادة في عدد مناطق التوسع السياحي في الجزائر في الفترة الممتدة بين 2018 و 2021 كانت ثابتة باستثناء سنة 2022 التي عرفت زيادة في عدد مناطق التوسع السياحي وهذا يرجع إلى سياسة الدولة في الاهتمام بالقطاع السياحي من خلال خلق مناطق جديدة واقامة مشاريع استثمارية وبالتالي التوجه نحو التنوع الاقتصادي مما يعود بالفائدة على الاقتصاد الوطني.

### المطلب الثالث: معوقات وآفاق التنمية السياحية المستدامة في الجزائر.

بالرغم من تمتع الجزائر بمناظر طبيعية وأرث تاريخي وثقافي مميز قل ما نجد في دول اخرى، من حيث التنوع من خلال الزخم الكبير للمواقع التاريخية والثقافية التراثية من ناحية وأسعارها المنخفضة من ناحية أخرى، إلا أن نصيبها في السياحة العالمية لا يزال أدنى بكثير من مكائنها وطاقاتها الكامنة، حيث سعت الجزائر من خلال سياستها إلى تحسين صورة الجزائر السياحية من خلال سياستها، بالرغم من الجهود المبذولة إلا أن هناك عدة تحديات متلاحقة واجهت السياحة خلال السنوات الماضية.

من بين المعوقات التي واجهت وقد تواجه قطاع التنمية السياحية في الجزائر، سنحاول الوقوف على أهم معوقات التنمية السياحية ومن ثم البحث عن سبل القضاء عليها وكيفية تجنبها، وتتمثل فيما يلي: (تركية، 2018)

الفرع الأول: معوقات التنمية السياحية المستدامة.

1. الافتقار إلى الوعي السياحي:

يعد غياب الوعي السياحي كتحدٍ يقف في تحقيق تنمية سياحية مستدامة، ومن بين النقاط التي تؤدي إلى افتقار الوعي السياحي نذكر منها ما يلي:

- غياب دراسات على مستوى الوزارة والسياحة والصناعة التقليدية تبين بصفة دقيقة الأجهزة المسؤولة عن النوعية السياحية قصد تحميلها المسؤولية ومدىها بالإمكانات اللازمة لتأدية مهامها؛
- انعدام تنسيق بين مختلف الأطراف الفاعلة في القطاع السياحي في الجزائر، إذ أنه لا يوجد تنسيق بين مديريات السياحة والوكالات السياحية والمؤسسات السياحية الأخرى.

2. مشكلة التمويل:

يحتاج الاستثمار السياحي إلى أموال ضخمة لإنشاء منشآت ومؤسسات سياحية وهو يعد من بين المخاطر المرتفعة لأن الاستثمار يتم في أصول ثابتة لمدة طويلة كما أن المشروع السياحي يحتاج إلى مدة ثلاث سنوات من تاريخ الاستغلال حتى يتمكن من تحقيق المردودية ولا يصل إلى مرحلة تحقيقها فعليا إلا بعدد مدة تصل في المتوسط إلى ثمان سنوات، مما يتطلب تكييف الائتمان المصرفي مع هذه الخصوصيات من خلال تقديم منتجات مالية متميزة خاصة بالقطاع السياحي مع تخفيض معدلات الفائدة وإمكانية تأجيل الدفع.

3. عدم استقرار الإطار القانوني والتشريعي للنشاط السياحي:

إن صدور قانون السياحة في سنة 1966 أدى إلى إرساء سياسة سياحية تهدف إلى تطوير السياحة الخارجية وعملت كل البرامج والمؤسسات القائمة آنذاك على القطاع في تجسيد ذلك على الواقع ولكن مع بداية سنة 1970 والمخطط الرباعي الأول تم إعادة حل هذه المؤسسات وإنشاء مؤسسات أخرى وبسن قانون سنة 1976 وتوجيه المسؤولين نحو تطوير السياحة الداخلية والتحول في السياسة المنتهجة أدى إلى مراجعة في التنظيم القائم في القطاع السياحي، هذا التنظيم الجديد الذي تعرض إلى مراجعة وتعديل بعد ثلاث سنوات إلى أن تم إعادة هيكلة المؤسسات وفقا لبرنامج التعديل الهيكلي الذي خضعت له الجزائر، والذي أدى في كل مرة إلى سن قوانين تتماشى مع السياسة المنتهجة، إن عدم استقرار التنظيم يؤدي إلى فشل التنظيم في أداء مهامه.

#### 4. عجز في المرافق والمنشآت القاعدية للقطاع السياحي:

- نظرا لتأخر الجزائر بالاهتمام بتنمية السياحة جعلها تعاني من نقص في الهياكل القاعدية للسياحة لاسيما منها قدرة الإيواء، ويرجع ذلك في إلى جملة من الأسباب التي أدت إلى هذا العجز والتي نجيزها في النقاط التالية:
- بالرغم من المشاريع الحالية التي يتم انشائها إلا أن عدم وجود طرق سريعة تربط الجهات الأربع للجزائر ببعضها، ما عدا مشروع الطريق شرق غرب، فالطرق الأخرى لا تكفي لجعل الجزائر أن تصبح قطب سياحي بامتياز؛
  - تسعى الجزائر من خلال انشاء مطار الجزائر الدولي الجديد وتحديث بعض المطارات إلى تطوير البنى التحتية، إلا أن هذه المشاريع تبقى غير كافية، وأسعار النقل الجوي لا تشجع على السياحة الداخلية؛
  - الغياب التام لربط المواقع السياحية والأثرية ببعضها البعض مما يسهل على السائح زيارتها بسهولة؛
  - التلوث الذي يميز أغلب الشواطئ الجزائرية نظرا لتقصير والاهتمام من طرف السلطات الذي يبقى خلال موسم الاصطياف فقط؛
  - صعوبة الاستثمار في القطاع السياحي لما يتطلب من أموال كبيرة فضلا على عدم مرونته، بحيث لا يمكن تحويل النشاط السياحي في حالة الركود أو الإفلاس إلى نشاط آخر؛

#### 5. الظروف الأمنية:

إن الظروف الأمنية التي مرت بها الجزائر في السنوات السابقة والتي مازالت تبعاتها إلى حد اليوم والتي تعتبر من بين أكبر المعوقات التي أضرت بقطاع السياحة، حيث شهدت الجزائر في عشرية التسعينات ظروف أمنية جد صعبة مما أدى إلى تصنيف الجزائر منطقة ذات درجة خطورة مرتفعة، حتى أن الوكالات الأجنبية التي كانت تنظم رحلات إلى الصحراء ألغيت وتم شطب الوجهة الجزائرية من كل برامجها ولم يعد وجود لوجهة اسمها "الجزائر" ممدا أثر على توافد السياح.

فالسياحة تتطور في ظل توفر الأمن والاستقرار والشعور بالأمان من كل النواحي وتزيد هذه الصناعة أهمية في الصناعات الأخرى.

#### 6. عجز في تكوين وتأهيل المستخدمين:

حسب آخر إحصائيات في القطاع السياحي في الجزائر أن نسبة كبيرة من مستخدمي القطاع هم على وشك التقاعد، في حين أن ميدان القطاع السياحي يحتاج إلى تقنيين وعمال شباب، فحسب دراسة منظمة

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

السياحة العالمية لا يجب أن يتعدى مستخدمي الإدارة في السياحة 8 % من مجموع المستخدمين، فلطالما عانت الجزائر من نقص في مجال التكوين السياحي.

لقد سطر المخطط التوجيهي للسياحة من خلال بطاقة التكوين، الخطوط العريضة لاستراتيجية تنمية التكوين في مهن السياحة والفندقة التي تهدف إلى مسايرة العرض الوطني للتكوين في مهن السياحة والفندقة ومتطلبات تنمية القطاع خاصة المتعلقة منها بتطوير كفاءات وقدرات الموارد البشرية وتوفير تأطير رفيع المستوى لتسيير النشاطات السياحية، حيث يوجد ثلاث مراكز متخصصة على مستوى البلاد (التقليدية و..، 2023)

**1.6 المدرسة الوطنية العليا للسياحة :** تعد المدرسة الوطنية العليا للسياحة من بين الهياكل المتخصصة في تكوين الإطارات المختصة في السياحة، فهي مدرسة موجهة إلى طور التعليم العالي لتكوين مسيرين في الفندقة والسياحة ذوي مستوى عالي؛ فمجال تدخلها في التكوين المتخصص للإطارات المتوجهين نحو البحث العلمي في السياحة بفتح مستوى ما بعد التدرج؛ كما تعمل على تجسيد ملف المصادقة على شهادة "ليسانس في التسيير الفندقي والسياحي" (بالتشاور مع وزارة التعليم العالي والبحث العلمي).

**2.6 المعاهد الوطنية للفندقة والسياحة لتيزي وزو وبوسعادة:** تساهم المعاهد الوطنية للفندقة في كل من ولاية تيزي وزو وبوسعادة في تزويد المؤسسات الفندقية بالإطارات المختصة في الفندقة، فقد احتفظت هذه المعاهد بالقانون الأساسي كمعاهد موجهة نحو مستوى التكوين "تقني سامي" و"التقني" في مهن الفندقة والسياحة، حيث تم توسيع مهامها عبر ما يلي:

■ إنشاء شعب جديدة وفروع شعب، التي يحتاجها القطاع خاصة شعبة "دليل سياحي" ومختلف المهن المتعلقة بالإيواء؛

■ فتح التكوين لنهيل شهادة الدراسات المتخصصة (DES) ذات طابع مهني في الفندقة والإطعام موجهة إلى المتحصلين على شهادة "تقني سامي" في هذه الميادين؛

■ تكوين "تقنيين" في المهن الأساسية في الفندقة والسياحة.

**الفرع الثاني: الاجراءات اللازمة للتنمية السياحية مستدامة.**

تسعى الجزائر إلى تنمية سياحية مستدامة وذلك للنهوض بالقطاع من خلال مجموعة من الاجراءات

الجديدة وذلك من بواسطة مايلي: (خالد ق.، 2013)

## 1. زيادة الإنفاق الحكومي على قطاع السياحة:

يعد تطور قطاع السياحة والسفر بالجزائر من بين اهتمامات وأولويات السياسة الاقتصادية في فهو يتطلب بالضرورة أن يكون من خلال زيادة حجم الإنفاق العام على هذا القطاع قصد التمكين من خلق قاعدة متينة يتركز عليها وتسمح باستدامته تطوره، حيث أن رقي هذا القطاع يتطلب سهر الهيئات العمومية على توفير أفضل الظروف التي تعمل على استقطاب السياح الأجانب، وذلك من خلال ما يلي:

- بناء هياكل ومؤسسات سياحية أساسية وتطوير وتحسين البنى التحتية؛
- الاستفادة من خبرات وتجارب الدول السياحية من خلال تشجيع عقد اتفاقات شراكة وتعاون مع الدول المتطورة سياحيا؛
- إقامة مشاريع سياحية؛
- تهيئة الإقليم وحماية المناظر الطبيعية.

## 2. تنمية الوعي السياحي والثقافة السياحية في المجتمع:

إن الاهتمام بالموارد البشرية خصوصا في القطاعات الخدمائية ولاسيما قطاع السياحة التي تعتمد بالدرجة الأولى على العنصر البشري في أدائها، وعلى هذا الأساس فإن تكوين العنصر البشري في مجال السياحة يعتبر أمرا ضروريا، من أجل النهوض بمستوى الخدمات والرقي بها على المستوى العالمي من جهة، وبما يساهم من جهة أخرى أيضا في تحسين طرق التسيير السياحي وكذا خلق ثقافة سياحة في أوساط المجتمع وتشجيعه على تقبل الآخر.

وقد عملت الجزائر منذ بداية الستينات على إنشاء مدارس ومعاهد متخصصة خاصة بالتكوين السياحي مثل مراكز التكوين المهني في كل من وهران وقسنطينة، ثم معهدي تيزي وزو وبوسعادة فالمعهد العالي للفندقة بالجزائر العاصمة، لكن عدم وجود استراتيجية واضحة تركز التكوين السياحي زيادة على غياب الاهتمام والدعم والإشراف الحكومي على عملية التكوين ساهم في تراجع دور هذه الهيئات في عملية خلق موارد بشرية مؤهلة في المجال السياحي.

أما من ناحية توليد ثقافة سياحية في أوساط المجتمع، فإن احتلال الجزائر للمرتبة 129 عالميا فيما يخص تنافسية الفهم الوطني للسياحة على مستوى قطاع السياحة والسفر فهو دليل على صعوبة التحدي الذي تواجهه، حيث مازال المجتمع يعاني من حالة انغلاق اجتماعي وعدم استعداد للتفتح على الآخر خصوصا مع ارتباط السياحة بعدد القضايا التي تتنافى وعادات وتقاليد افراد المجتمع، مما يجعل من إمكانية انفتاح المجتمع

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

على السياحة بجميع جوانبها أمرا في غاية التعقيد ويضع عائقا أمام جهود النهوض بقطاع السياحة في الجزائر، ولو أن ذلك يمكن تجاوزه عن طريق العمل على ضبط النشاط السياحي وجعله يتماشى والوضع الاجتماعي السائد رغم ما قد يكون لذلك من تأثير محدود على تطور القطاع السياحي في وجهة نظر الكثير من المختصين.

### 3. تطوير البنى التحتية والمنشآت الأساسية:

تساهم البنى التحتية في تطوير قطاع السياحة، وحسب العديد من التجارب الدولية، حيث لها أهمية كبيرة الدور الذي تلعبه في نمو القطاع، حيث أنها توفر سهولة الحركة وريح الوقت والجهد ومن ثم توفير الراحة والطمأنينة في نفوس السياح.

بعد خروج الجزائر من العشرية السوداء شرعت في تطوير وتحسين بنيتها التحتية إلا أن تلك الجهود لا زالت غير كافية لنهوض بالقطاع ليكون لها تأثير واضح على تطور قطاع السياحة في الجزائر، حيث تسعى الجزائر إلى تطوير وتحسين منشآتها السياحية لتتماشى وما تملكه من مواقع سياحية وهذا في إطار تعزيز توفير خدمات راقية ترافق عادة النشاط السياحي، إذ انه لا معنى من توافر مواقع سياحية دون أن توكبها خدمات النقل، والمبيت والإطعام وهذا كله لا يتأتى إلا من خلال تواجد منشآت وبنى تحتية تمكن من توفير ذلك ومواصفات عالمية، فالواقع يشير فيما يخص الفنادق إلى عجز في طاقات الاستقبال وعدم استجابة الكثير منها للمعايير الدولية، أما فيما يخص النقل فيسجل سوء الخدمات بشكل كبير خصوصا النقل الجوي (التأخر في الرحلات وعجز في الربط بين المناطق السياحية المعروفة)، وهو ما يدفع إلى ضرورة توسعة طاقات الاستقبال، توسعة الموانئ والمطارات وربط شبكات الطرق والسكك الحديدية خصوصا بين مختلف المواقع السياحية المعروفة لتسهيل الحركة والتنقل.

### 4. تحسين ومراجعة الأطر القانونية والتنظيمية الخاصة بالقطاع:

إن احتلال الجزائر للمرتبة 112 عالميا فيما يخص تنافسية الإطار التنظيمي يدل على تخلف القوانين التنظيمية والرقابية على مستوى قطاع السياحة، مما تشكل كعراقيل تقف وتحّد من تحسين وتطوير القطاع ومساهمة في النشاط الاقتصادي كل هذه العراقيل دفعت بالسلطات إلى العمل على خلق ديناميكية متزايدة في إعداد الإطار القانوني والتنظيمي اللازم الذي يعد شرطاً أساسياً لأي استثمار وتنمية مستدامة، حيث قامت الجزائر بتحسين إجراءات الحصول على التأشيرات لتجنب التأخير وما لذلك من تفضيل للسياح الأجانب لوجهات سياحية في بلدان أخرى ذات تسهيلات أفضل، كما يتعين عليها وتماشيا مع المعايير الدولية تحسين

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

وتبسيط إجراءات التأسيس والبدء في المشاريع الاستثمارية أمام القطاع الخاص بما يعزز من تطور الخدمات المقدمة.

### 5. تحسين الخدمات المرافقة للنشاط السياحي:

لا يقتصر توافد السياح فقط على المواقع السياحية، وإنما يمتد ليشمل حتى الخدمات المرافقة التي تسمح للسياح الأجانب بالاستمتاع بالأوقات وتجنب التعب وضياح الوقت والجهد، وفي الجزائر تم تسجيل نقص كبير في القطاع السياحي وذلك من خلال ضعف الخدمات المصرفية: حيث قامت الجزائر بإصلاح المنظومة المصرفية في الجزائر من أجل مواكبتها للتطورات الدولية مما ينعكس إيجاباً على طبيعة الخدمات المصرفية المقدمة وذلك بتوفير وسائل الدفع الحديثة والتي تتمشى في الغالب وطلبات الأجانب ومواكبة التكنولوجيا الحديثة في الإعلام والاتصال التي تشهد تطورات كبيرة في العصر الحالي، والعمل على تطوير وتحسين أداء عمل وكالات الأسفار وجعلها تتكيف ومواكبة التطورات الدولية.

### 6. اتباع سياسة ترويجية فعالة:

قصد تعريف الجزائر بتراتها السياحي وتوفرها على قدراتها في هذا المجال يتعين عليها اتباع سياسة ترويجية تسمح بالتعريف بالوجهة الجزائرية من أجل وإيصال أفضل صورة عنها في الخارج، ونظراً للظروف الصعبة التي مرت بها الجزائر على المستوى الأمني فإن مطالبة بإزالة كل الشكوك التي قد تتبادر إلى الأذهان حول مدى توفر السلامة والأمن فيها باعتبارها عاملين جد مؤثرين على توافد السياح لأي بلد. وعلى هذا الأساس فإنه من الواجب العمل على تطوير الاستراتيجيات التسويقية، والتي تركز على استغلال جميع فضاءات الاتصال والمشاركة بقوة في التظاهرات والمعارض السياحية الدولية للتعريف بالتراث السياحي الجزائري ومختلف الخدمات والحوافز الموفرة للسياح المتوافدين إليها.

### الفرع الثالث: آفاق التنمية السياحية المستدامة في الجزائر .

تسعى الجزائر إلى النهوض بالقطاع السياحي وذلك من خلال وضع مخطط التوجه للتهيئة السياحية، حيث تسعى من خلاله إلى ضمان الانطلاق السريع للسياحة الجزائرية، ولهذا الغرض ركزت السلطات على مخطط الأعمال، وذلك من أجل تحقيق تنمية سياحية مستدامة. (عيسى، 2022)

وفقاً للمخطط التوجه للتهيئة السياحية والذي وضع مجموعة من التدابير اللازمة لمواجهة التحديات والعراقيل، والنهوض بالقطاع السياحي على جميع الأصعدة.

### 1. على المستوى الاقتصادي:

نظرا لانفتاح الجزائر على العالم من خلال الاتفاقيات التي تمت مع مختلف الأطراف والهيئات، ولاسيما في إطار المنظمة العالمية للتجارة والشراكة الأورو متوسطية، أو حتى الاندماج الجهوي في القارة الإفريقية أصبح من الضروري أن تستفيد من الفرص المتاحة لتنمية قدراتها السياحية.

### 2. على المستوى الاجتماعي:

تسعى الجزائر إلى مواجهة التحديات التي تعنى مواجهتها، حيث تعمل على تقديم منتجات سياحية تتماشى مع حاجيات الشباب، وتوفر لهم وظائف دائمة وعائدات وتأهلها لمكانة مطلوبة.

### 3. بالنسبة الموارد البشرية:

من أجل تحقيق تنمية سياحية مستدامة تعمل الجزائر على تحسيس وتوعية المواطن الجزائري بالمشاركة في ترقية السياحة الجزائرية؛ وتكوين وتأهيل كل العاملين في القطاع السياحي ولاسيما الهيئات والمؤسسات السياحية التي تحتك مباشرة مع السائح.

### 4. استراتيجية مخطط وجهة الجزائر:

تسعى الجزائر من خلال ذلك إلى تحسين صورتها التي تعد مسألة أساسية لترويج لوجهة الجزائر، مع زيادة الطلب على وجهة الجزائر واعطاء صورة شاملة لتصبح وجهة سياحية مطلوبة.

**1.4 إنشاء أرضة متقدمة لمخطط وجهة الجزائر:** على غرار الدول السياحية الكبرى في العالم ونظرا للمقومات السياحية التي تمتلكها الجزائر وجب أن تكون الوجهة الجزائرية من بين أهم الوجهات الرئيسية الموفدة للسائح، وتجميع كل الطاقات السوسيو مهنية الحالية والمستقبلية لتأمين إرادة والتزامات بغية تحديد استراتيجية تسويق واضحة وتنفيذها بواسطة خطة عمل، وذلك من خلال إنشاء "دار الجزائر"، التي يمكن أن تكون فرصة مواتية لخلق بوابة جديدة للتعريف بالسياحة الجزائرية.

**2.4 إقامة مركز مزود بوسائل الرصد والعناية السياحية:** من أجل ضمان استدامة سياحية وتحقق الاستمرارية لابد من بلوغ الهدف هو خلق مركز حقيقي للموارد السياحية، مهياً على شكل أرضة للسياحة الجزائرية.

**3.4 إطلاق أقطاب الامتياز السياحية:** سعت الجزائر إلى اطلاق اقطاب امتياز لرسم الخارطة السياحية، حيث تعد هذه الأقطاب من بين فضاءات السياحة النوعية، تساعد على تشييد إقامات سهلة الوصول وذات

## الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة.

نوعية، وبالتالي في إطار ربط وتعاون الكفاءات والمعارف والحرف والإمكانيات المادية والمالية، حيث تتوزع على ثلاثة أقطاب سياحية للامتياز كما يلي:

- المنطقة الشمالية تشمل القطب السياحي للامتياز شمال شرق والقطب السياحي للامتياز شمال وسط، والقطب السياحي للامتياز شمال غرب؛
- المنطقة الجنوبية تشمل القطب السياحي للامتياز جنوب شرق (الواحات)، القطب السياحي للامتياز جنوب غرب؛
- الأقطاب السياحية للجنوب الكبير الذي يتضمن قطبين سياحيين للامتياز وهما: القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير الطاسيلي نيجر والقطب السياحي الأهقار الجنوب الكبير، وتتضمن الولايات الجنوبية إليزي وتمنراست.

### 5. تنفيذ مخطط الجودة:

تعمل الجزائر على إشراك القطاع العام والخاص في تنفيذ مخطط الجودة، حيث يساهم كل من القطاع العمومي والخاص في تنمية القطاع السياحي، وذلك بتفعيل الشراكة بين هاذين القطاعان، إذ يلعب القطاع العمومي دورا هاما ضمن تهيئة الإقليم وحماية المناظر العامة ووضع المنشآت الكبرى، في حين أن القطاع الخاص يضمن أساسيات الاستثمار والاستغلال السياحي، ومخطط تمويل السياحة باعتبار أن السياحة صناعة ذات عائد استثماري فإن عملية تحسين الريح كما تتطلب مرافقة وإيجاد طرق دعم من الدولة في العمليات، وهذا هو الشيء الذي يصبوا إليه مخطط التمويل، كما تسعى الجزائر من وراء هذا إلى إعادة الاعتبار إلى السياحة الجزائرية من خلال الاستثمار في القطاع السياحي الذي أصبح ضرورة حتمية لتنمية السياحة في الجزائر، والعمل على بلوغ الأهداف واتخاذ تدابير واجراءات أكثر فعالية ووضع استراتيجية شاملة للنهوض بالقطاع، بحيث شكل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لسنة 2030 الإطار الاستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية للجزائر، وتعلن الدولة من خلالها عن نظرتها للتنمية السياحية الوطنية في مختلف الآفاق على المدى القصير، والمتوسط والبعيد، وذلك في إطار التنمية المستدامة، قصد جعل البلد مستقبلا للسياح.

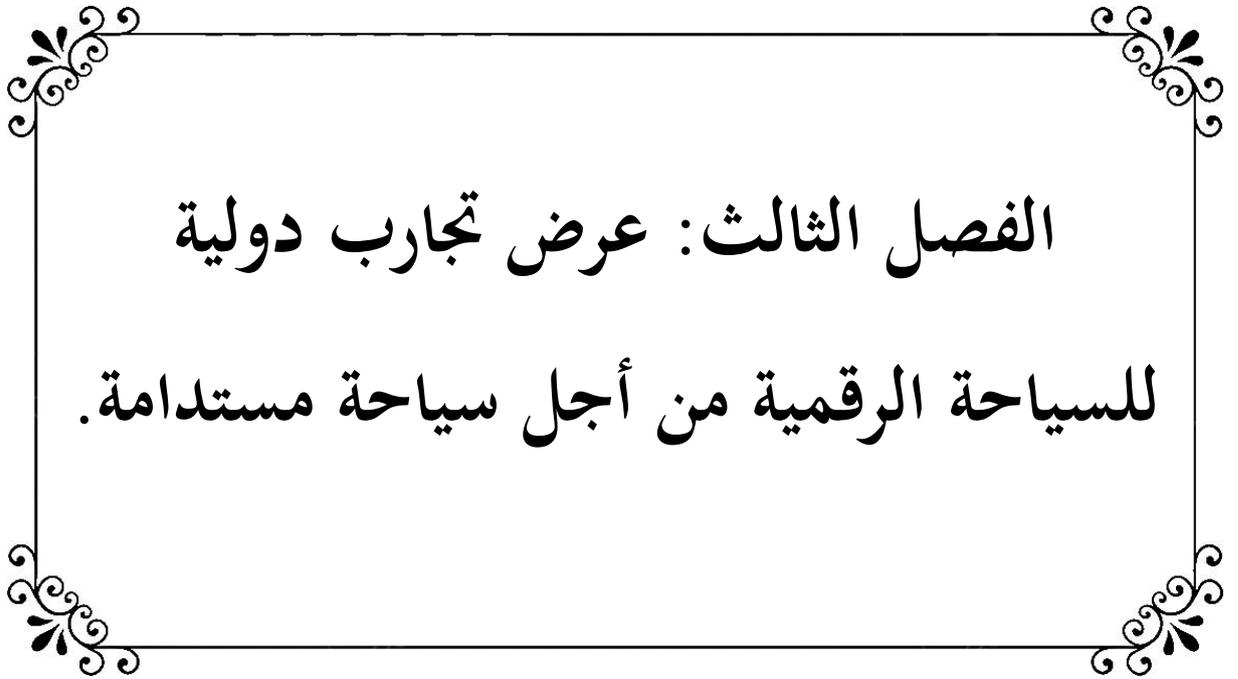
### خلاصة الفصل:

السياحة هي واحدة من أسرع الصناعات نمواً في العالم ومصدر مهم للنقد الأجنبي والعمالة، فهي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالرفاه الاجتماعي والاقتصادي والبيئي للعديد من البلدان، حيث عرفت السياحة في الأونة الأخيرة إهتماماً متزايداً للعديد من دول العالم باعتبارها أصبحت مورد هام للإقتصاديات الدول النامية والمتقدمة، لما لها من تأثير على المستوى الإقتصادي والاجتماعي، حيث تساهم في تحقيق التنمية الإجتماعية والإقتصادية والحد من الفقر وخلق فرص عمل، إذ يعد القطاع السياحي مصدر الدخل الاجمالي في العديد من الدول، مما جعل بعض الدول تعتمد في اقتصادها بشكل كلي على قطاع السياحة.

برزت مقارنة جديدة للسياحة تتمثل في السياحة المستدامة وما لها من أثر إيجابي على كل القطاعات الإقتصادية، حيث سعت عدة دول تبني تنمية مستدامة في القطاع السياحي، وذلك من خلال عدة أشكال واستراتيجيات في إرساء هذه الاستدامة، حيث تساهم في تحقيق التنمية الإقتصادية، والحد من الفقر، وخلق فرص العمل وتوليد الدخل، كل هذا بفضل سياسة الحكومة التي تجعل من القطاع مصدر هام لتنوع الإقتصاد.

والجزائر كغيرها من الدول تبنت إستراتيجية سياحية راعت فيها شروط الإستدامة، حيث سطرت الحكومة برامج واستراتيجيات للنهوض بالقطاع، وهذا ما وتسعى إلى تحقيقه في المستقبل من خلال عدة مشاريع سياحية في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

ومع تواصل النمو وتزايد الاهتمام بالاستدامة بقطاع السياحة، أصبحت العديد من دول العالم الرائدة في السياحة تهتم بالاستثمار في مجال التكنولوجيا الرقمية، التي تشكل جزءاً لا يتجزأ من صناعة السياحة الرقمية.



الفصل الثالث: عرض تجارب دولية  
للسياحة الرقمية من أجل سياحة مستدامة.

### تمهيد:

قامت منظمة السياحة العالمية بتشجيع تبني السياحة الرقمية، وذلك تحت شعار "السياحة والتحول الرقمي"، ومع تواصل النمو وتزايد الاهتمام بالاستدامة بقطاع السياحة، تم تسليط الضوء على أهمية التطورات والابتكارات في التكنولوجيا الحديثة في السياحة، حيث أصبحت العديد من دول العالم الرائدة في السياحة تهتم بالاستثمار في مجال التكنولوجيا الرقمية، التي تشكل جزءاً لا يتجزأ من صناعة السياحة الرقمية، وهذا قصد خلق الريادة في قطاع السياحة، كما تعمل المنظمة على تشجيع الحكومات على دعم الشركات السياحية العاملة في القطاع للتحويل إلى السياحة الرقمية، إذ أضحت أساليب الاتصال الحديثة المستخدمة من المبادئ الأساسية التي تركز عليها عملية التحول الرقمي.

الأمر الذي أدى إلى زيادة اهتمام دول العالم بالسياحة الرقمية، حيث تمكنها من النهوض بالقطاع السياحي من خلال التقدم التكنولوجي، بما في ذلك التطبيقات الرقمية والذكاء الاصطناعي، لقد خطت بعض الدول خطوات كبيرة في هذا المجال، وأصبحت مرجعاً فيه، ولاسيما المملكة العربية السعودية ومصر والمملكة الأردنية.

في الآونة الأخيرة أظهرت الجزائر اهتماماً بالسياحة الرقمية، حيث قامت بتبني عدة إجراءات واستراتيجيات لإنجاح عملية التحول الرقمي في القطاع السياحي، بتسخير الابتكار والتطورات الرقمية، مما يوفر للسياحة فرصاً لتحسين التنمية المتكاملة للسياحة المستدامة.

من خلال هذا الفصل سنتطرق للسياحة الرقمية ونحاول دراسة وتحليل معوقات وعوامل نجاح تجربة احتواء عملية التحول الرقمي في كل من المملكة العربية السعودية ومصر والمملكة الأردنية مع دراسة واقع تبني الجزائر لعملية الرقمنة في القطاع السياحي ومحاوله استخلاص مدى إمكانية استفادة الجزائر من تجارب هاته الدول لإنعاش القطاع السياحي بالجزائر.

انطلاقاً مما سبق وللإلمام أكثر بالموضوع، ارتأينا تقسيم الفصل الثالث إلى المباحث التالية:

**المبحث الأول: لمحة حول السياحة الرقمية.**

**المبحث الثاني: عرض تجارب دولية في مجال السياحة الرقمية.**

**المبحث الثالث: التوجهات الحديثة للسياحة بالجزائر في ظل بيئة رقمية.**

## المبحث الأول: لمحة حول السياحة الرقمية.

يمثل مفهوم السياحة الرقمية تطور التجارب السياحية في العصر الرقمي ويمكن أن يتمثل ذلك التطور في دمج التقنيات الحديثة في الأنشطة السياحية التقليدية مثل استخدام التطبيقات الإلكترونية في الفنادق لحجز غرف والمطارات لتسهيل وتسريع عمليات تسجيل الوصول والمغادرة، مما يوفر مستوى أعلى من الراحة للسياح، حيث ساهم في تطوير القطاع السياحي بشكل كلي أثر على نمو القطاع حسب مستوى كل دولة.

## المطلب الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة الرقمية.

أصبح من الممكن للسياحة الرقمية أن تتجاوز الحدود الجغرافية والزمنية، مما يسمح للسائحين باستكشاف الوجهات من خلال الوسائل الافتراضية، فيقوم السائح باكتشاف تجارب سياحية والانخراط فيها دون الحاجة إلى السفر الفعلي.

## الفرع الأول: مفهوم السياحة الرقمية وخصائصها:

### 1. مفهوم السياحة الرقمية:

- تعرف السياحة الرقمية بأنها تعميم التحول الرقمي على نطاق واسع، فهي مجمل العمليات التي تحول من العالم الحقيقي إلى شكل رقمي (Pajorska, 2022).
- يمكن تعريف السياحة الرقمية على أنها الدعم الرقمي للتجربة السياحية قبل وأثناء وبعد النشاط السياحي، قد يكون هذا نظام توصية لمساعدة شخص ما في العثور على سكن مناسب أثناء التخطيط للعطلة (David Benyon, 2013).

مما سبق يمكن القول أن السياحة الرقمية هي استخدام وتوظيف الأدوات الرقمية لإعداد وتنظيم ومتابعة والاستمتاع بتجربة السفر عند القيام بالسياحة قبل أو أثناء أو بعد السفر.

### 2. مرتكزات السياحة الرقمية:

تتمثل أهم مرتكزات نجاح السياحة الرقمية فيما يلي: (Kaur, 2017)

#### 1.2 موقع عالي الجودة:

يعد موقع الويب عالي الجودة شرطاً أساسياً قبل إنشاء نشاط سياحي عبر الأنترنت، فهو لا يساعد عملاً على تجاوز الحدود الجغرافية للوصول إلى آفاق جديدة فحسب، بل يعمل أيضاً كوجهات رقمية للجمهور الذي يمكنه الوصول إليه 24 ساعة، 7 أيام.

## 2.2 وجود قوي على وسائل التواصل الاجتماعي:

تمكن منصات التواصل الاجتماعي مثل Facebook و X Twitter و LinkedIn و Instagram الشركات من الوصول إلى مستخدميها والتحدث إليهم مباشرة، إذ يساعد التواجد على هذه المنصات التسويق للوجهات والخدمات السياحية على تحسين خدمات العملاء، كما يوفر أيضا رؤى حول محتوى المنتج السياحي.

## 3.2 التسويق عبر البريد الإلكتروني:

يخلق استخدام التسويق عبر البريد الإلكتروني الفرصة لتقديم أي منتج سياحي بأقل تكلفة، ويتيح التسويق عبر البريد الإلكتروني للمستخدمين معرفة أحدث العروض السياحية التي تقدمها الفنادق والصفقات الخاصة على باقات العطلات، يتم إرسال رسائل البريد الإلكتروني الخاصة بالمعاملات إلى المستخدمين لإبقائهم على اطلاع دائم بحالة حجوزاتهم، إذ تعد رسائل البريد الإلكتروني طريقة جيدة للحفاظ على استمرار العلاقة مع العملاء، بعد اكتمال المعاملة يتم إرسال رسائل بريدية خاصة إلى العملاء في أعياد ميلادهم واحتفالات الذكرى السنوية من خلال تقديم سعر خاص على الخدمات، مما يوفر حافزا للعملاء لإجراء عملية شراء أثناء زيارة المنافسين.

## 4.2 إشراك المحتوى:

يجب أن يؤدي المحتوى المستخدم في مختلف المنصات عبر الأنترنت إلى زيادة معدلات المشاركة، إذ تحتاج الهيئات والمؤسسات السياحية إلى التأكد من أنها تنشر محتوى ذا صلة بالسياحة عبر منصات مختلفة في الوقت المناسب، يعد التدوين طريقة ممتازة للتفاعل مع الجماهير وتجاوز مجرد بيع المنتجات السياحية.

## 5.2 التوافق مع الهاتف المحمول:

يجب أن يكون كل ما تفعله الشركة رقميا متوافقا مع المحمول، غالبية مستخدمي الأنترنت اليوم يصلون إلى الأنترنت على هواتفهم المحمولة، وهذا يجب أن ينعكس في كل جانب من جوانب التسويق عبر الأنترنت.

## الفرع الثاني: مراحل تطور السياحة الرقمية.

تعد المراحل من أبرز المحطات التي ساهمت في تطور صناعة السياحة استجابةً للتقدم التقني، وتحول طريقة السياح في السفر وكيفية تحول الصناعة استجابة لظهور الأدوات الرقمية بدء من انتشار الأنترنت على نطاق واسع في التسعينيات إلى ظهور سلسلة الكتل (التقنية، 2023).

## 1. المرحلة الأولى: ظهور التواصل الإلكتروني (التسعينيات):

شهدت هذه المرحلة ظهور مواقع الويب البسيطة للفنادق وشركات الطيران تحولا كبيرا في صناعة السفر، حيث وضع الأساس لعصر رقمي يستمر في التطور مع دمج التقنيات المبتكرة، فالانتشار واسع النطاق للإنترنت في التسعينيات سمح بإنشاء مواقع الإنترنت لوكالات السفر عبر الإنترنت والأشكال المبتكرة لأنظمة الحجز عبر الإنترنت، وتعد من بين الأساليب التقليدية للحجز واسترجاع المعلومات إلى المنصات الرقمية، حيث تعد التجربة أكثر سلاسة وملائمة لكل من الشركات والمسافرين، فقد بدأت شركات الطيران والفنادق في إدراك إمكانات الإنترنت كأداة قوية للوصول إلى جمهور عالمي، مما يجعل المعلومات وعمليات الحجز في متناول جمهور أوسع. على غرار أسلوب قائمة Yahoo في ذلك الوقت، ظهر Travelweb.com كأول دليل شامل للممتلكات الفندقية في جميع أنحاء العالم، وبعد وقت قصير تضمن مكونا لإجراء الحجوزات، تم إنشاء الموقع من قبل فريق صغير نسبيا تحت إشراف "جون ديفيس" من شركة The Hotel Industry Switch Company THISCO، وهو شخصية رئيسية في تاريخ السفر عبر الإنترنت، والذي شكل أحد مزودي تكنولوجيا الحجز الرئيسيين في الصناعة، تم تصميم الموقع في المقام الأول وجعله شائعا للعديد من الزوار الويب (May, 2014).

## 2. المرحلة الثانية: الحجوزات الإلكترونية (أواخر التسعينيات وبداية الألفية):

تمثل هذه المرحلة تطور مواقع الحجوزات الإلكترونية لتشمل فنادق ورحلات جوية وسيارات أجرة عبر عدة مراحل، حيث شهدت تحولات تكنولوجية في نطاق الخدمات المقدمة، ومع تطور التكنولوجيا وزيادة الطلب على عمليات حجز الفندق توسعت العملية لتشمل الرحلات الجوية ثم تم إضافة إلى الموقع خدمات سيارات الأجرة لتلبية احتياجات المسافرين المتزايدة على هذه الخدمة بشكل كبير، ومع تطور التكنولوجيا، تكاملت أنظمة الحجز لتتيح للأفراد حجز غرف فندقية وتذاكر رحلة طيران وسيارات أجرة في نفس الوقت، مما يحسن تجربة الأفراد من خلال واجهات سهلة الاستخدام وتبسيط عمليات الدفع، مما ساهم في تسهيل التخطيط للرحلات

## 3. المرحلة الثالثة: الانتشار الواسع للإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي (منتصف الألفية):

أصبحت الإنترنت جزءا لا يتجزأ من حياتنا اليومية، مما أحدث ثورة في الاتصالات، لدرجة أنها أصبحت الوسيلة الأكثر استخداما للتواصل اليومي، حيث نستخدم الإنترنت في كل المعاملات اليومية، ولاسيما المعاملات السياحية، إذا كنت ترغب في زيارة موقع سياحي، كان عليك السفر إلى ذلك البلد من خلال تنظيم رحلة سياحية، لكن اليوم نقرة أو اثنتين تكفيان لزيارته من أي مكان في العالم، حيث أصبحت الإنترنت عنصر

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

أساسي للتجربة السياحية، إذ يتم تنفيذ واحد على الأقل من هذه الإجراءات عبر الأنترنت من قبل أي سائح خلال فترة إجازته (Righini, 2022).

أما بالنسبة لانتشار وسائل التواصل الاجتماعي بدأت في أوائل عام 2000، وكان MySpace أول موقع للتواصل الاجتماعي يصل إلى مليون مستخدم نشط شهريا، وقد حقق هذا الإنجاز في عام 2004 تقريبا، وتعتبر هذه الفترة هي بداية انتشار وسائل التواصل الاجتماعي (Ortiz-Ospina, 2019)، ونظرا لتأثيرها على مختلف المجالات ولاسيما النشاط السياحي استطاعت أن تؤثر على ذلك بطريقة كبيرة، حيث يظهر ذلك في مشاركة تجارب السفر وتأثير الرأي، حيث تشير الأبحاث إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي هي عنصر مهم في العديد من جوانب السياحة، والترويج للمنتجات والخدمات السياحية، حيث يتم الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي للسياحة كاستراتيجية فعالة (Al-Ibrahim, 2023).

### 4. المرحلة الرابعة: الهواتف الذكية والتطبيقات الرقمية (أواخر الألفية الأولى):

لقد كان لانتشار استخدام الهواتف الذكية وتطبيقات السفر المتخصصة دورا هاما في تطور السياحة الرقمية، مما يساهم في تطوير القطاع السياحي، لذلك غيرت الأنترنت بشكل عميق الطريقة التي يحصل بها المسافرون على معلومات حول الوجهات السياحية، ويقومون بحجوزاتهم ويتفاعلون مع الآخرين، لكن الهواتف المحمولة ستلعب دورا أكبر في هذه العملية، حيث يؤثر تطوير أنظمة تشغيل الهواتف المحمولة وتطبيقات البرامج على استخدام واستهلاك الخدمات السياحية.

تشير العديد من الأبحاث إلى أن المسافرين يستخدمون الهواتف الذكية والتطبيقات الرقمية السياحية بشكل متزايد أثناء عملية اتخاذ قرارات السفر، فالطلب على تطبيقات الرقمية السياحية على الأجهزة المحمولة تتناسب وأنماط الحياة، حيث كان لظهورها أثرا إيجابيا على تغير نمط السياحة العادية، وأصبحت المؤسسات السياحية تعتمد بدرجة كبيرة على الهواتف الذكية والتطبيقات الرقمية السياحية من جهة في معرفة المنافسين في الأسواق، ومن جهة أخرى تسويق المنتجات السياحية وفق المعايير العالمية.

### 5. المرحلة الخامسة: تكنولوجيا الواقع الافتراضي والواقع المعزز (بداية القرن الواحد والعشرين):

إن استخدام تكنولوجيا الواقع الافتراضي لتقديم تجارب سياحية افتراضية قد أحدث تحولاً كبيراً في صناعة السياحة والسفر، حيث أصبحت هذه التقنيات تلعب دوراً حاسماً في تعزيز تجارب السياح وجعلها أكثر جاذبية وكفاءة وشمولا، بدأت تكنولوجيا الواقع الافتراضي والواقع المعزز تلعب دوراً هاماً في تحسين تفاعل السياح مع البيئة المحيطة بهم، حيث يمكن للمسافرين الوصول إلى معلومات حول المعالم السياحية والخدمات عبر أجهزة الذكاء.

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

أما بالنسبة لتكامل تقنيات الواقع المعزز ودورها في تحسين تجربة المسافرين أثناء استكشاف المعالم السياحية، حيث يعمل في صناعة السياحة رقمية بعدة طرق، فهو يزيل حواجز كالوقت والمال وتقليل المسافة للأشخاص المتحمسين، كما يعمل على تحقيق فائدة لأولئك الذين لا يستطيعون السفر إلى وجهات دولية. فهو يعمل في صناعة السياحة رقمية بعدة طرق، إذ يعمل الواقع المعزز كملف لأنه يمكن المستخدمين من تصور واقع العالم الحقيقي من أي مكان يستطيع القيام بجولات من المنزل دون التنقل، كما تساعد تقنية الواقع المعزز وكالات السفر والشركات السياحية على تعزيز تجربة عملائها (Sharma, 2023)، فهي تعمل على تحسين الخدمات السياحية مما يسمح بتحقيق نمو أفضل للإيرادات، فهو يساهم في تطوير السياحة الرقمية.

### 6. المرحلة الحالية: الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات:

في الوقت الحالي يعد استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات الضخمة وتقديم توصيات وتوجيهات لتطوير السياحة الرقمية، حيث يمكن استخدام التطبيقات التي تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين خدمات الحجز والتخطيط للرحلات، فهي توفر معلومات دقيقة وفورية حول المواقع السياحية والتاريخية والثقافية، يمكن للمسافرين استخدام التطبيقات لإيجاد أفضل العروض والخيارات المتاحة لهم، بالإضافة إلى توفير نصائح ومعلومات حول الوجهات السياحية المفضلة لديهم، وتحسين تجربة الزوار في الوجهات السياحية، إذ يمكن للسائحين استخدام التطبيقات الذكية والمساعدات الرقمية للحصول على توجيهات مفصلة حول أماكن الزيارة والأنشطة السياحية، مما يساعد على تنظيم رحلات بطريقة أكثر فاعلية واستفادة قصوى من الوقت والجهد للمستثمرين في السفر، حيث يعد الذكاء الاصطناعي أداة قوية لتحسين خدمة العملاء في قطاع السياحة، كما يمكن للتطبيقات تحليل تفضيلات العملاء وتقديم توصيات مخصصة ونصائح شخصية لتلبية احتياجاتهم.

كل هذه الإيجابيات المحققة التي جاءت نتيجة لتطوير القطاع السياحي ساهم في تطوير السياحة الرقمية من خلال الأساليب المتبعة في ذلك.

### الفرع الثالث: أهمية السياحة الرقمية.

أحدثت أنظمة الحجز الآلي ثورة في صناعة السياحة، حيث وفرت العديد من الفوائد لكل من المسافرين والشركات على حد سواء، وتبرز أهمية السياحة الرقمية فيما يلي: (الحسين، 2023).

- افساح المجال للسياحة العالمية والمحلية من خلال اطلاع السياح الأجانب والمحليين التعرف على مناطق سياحية متنوعة وجديدة لم يزوروها من قبل؛
- زيادة نسبة الإقبال على المناطق السياحية والتعرف عليها، وكل الأنشطة السياحية المتاحة فيها؛

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

- التسويق والتعريف بالمنتجات السياحية كالسياحة الترفيهية والدينية والثقافية والعلمية والصحراوية؛
- تنشيط مختلف الخدمات ومنتجات القطاعات الأخرى المرتبطة بقطاع السياحة، والتي تعتبر جزءاً لا يتجزأ من دورة المنتج السياحي؛
- تعزيز وتحسين وتطوير جودة الخدمات السياحية من خلال تفعيل الاقتراحات والانتقادات من خلال التطبيقات الرقمية من طرف السياح.

### المطلب الثاني: أساليب الاتصال والتقنيات الحديثة في السياحة الرقمية.

تعتمد السياحة الرقمية على عدة أساليب اتصال وتقنيات حديثة في تنشيط القطاع السياحي.

#### الفرع الأول: استخدام مواقع الأنترنت.

يقوم المسافرون في العصر الرقمي بشكل متزايد بإجراء حجوزاتهم عبر الأنترنت مبتعدين عن الطرق التقليدية، مما يتيح للسائحين حجز الرحلات الجوية والإقامة والجولات بسهولة من خلال منصات ومواقع إلكترونية مختلفة، حيث تشير التقديرات إلى أن أكثر من 90% من المسافرين يقومون اليوم بالبحث والتخطيط لعطلاتهم عبر الأنترنت قبل السفر خاصة المسافرين والذين يقومون بتحديد وجهات سفرهم بناء على مواقع مشاركات السفر ومدونات السفر وحسابات صانعي المحتوى على مواقع التواصل الاجتماعي، إذ شكل ظهور وكلاء السفر عبر الأنترنت تحولاً كبيراً في قنوات التوزيع داخل قطاع السياحة، حيث تمكنت وكالات السفر عبر الأنترنت من الاستحواذ على حوالي 40% من سوق السفر العالمي، ومن أبرز هذه المواقع بوكينج وإكسبيديا التي تقدم مقارنات أسعار الطيران والفنادق، حيث كان موقع بوكينج (booking.com) أكثر موقع إلكتروني متعلق بالسفر والسياحة تمت زيارته، حيث سجل حوالي 614 مليون زيارة لصفحته، وموقع تريب ادفايزر (Tripadvisor.com) وموقع آير بي إن بي (airbnb) في التصنيف، حيث سجلا حوالي 189 مليون زيارة و 109 مليون زيارة على التوالي.

لذلك أصبح للأنترنت دور وأهمية كبيرة في السياحة المعاصرة، مما ساهم بالتطور السريع، فجعل العالم قرية، حيث توفر أقمار شبكة الاتصالات أسرع وأرخص نقل للبيانات إلى جميع أنحاء العالم، وهو اتفاق كبير بين آلاف أنظمة الكمبيوتر التي تتواصل مع بعضها البعض.

وبالتالي فهي أكبر نظام كمبيوتر يمكن لملايين مستخدميه مشاركة جميع أنواع المعلومات، ومن بين

الأدوار التي تلعبها الأنترنت في السياحة ما يلي: (Batinić, 2013).

- توفر الأنترنت إمكانية التوسع ونقل البيانات بسرعة وأكثر مرونة؛

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

- تنفيذ أنظمة الحجز المختلفة ضمن أنظمة الأعمال الخاصة بوكالات السفر وسلاسل الفنادق وشركات الطيران وشركات تأجير السيارات والمشاركين الآخرين في تشكيل المنتجات السياحية؛
- تخفيض تكاليف التنظيم والتوزيع في مختلف الموضوعات السياحية، التي تجري الأعمال (وكالات السفر، سلاسل الفنادق،...)
- يتم إنشاء وسطاء جدد على الأنترنت، ويجب على الوسطاء التقليديين تغيير دورهم؛
- تسمح الأنترنت بأبحاث السوق عالية الجودة والفعالة والتجسس الصناعي.

### الفرع الثاني: وسائل التواصل الاجتماعي.

تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دورا هاما في الطريقة التي يتفاعل بها قطاع السياحة مع جمهوره، حيث تعمل منصات Facebook و Instagram و Tik Tok (X) Twitter على تمكين الشركات والحكومات من التواصل مع المسافرين ومشاركة الصور للوجهات السياحية وإنشاء حملات تسويق تفاعلية تلقى صدى لدى مجتمع عالمي من محبي السفر، حيث نمت وتطورت أبحاث وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير نحو عصر جديد في التجربة السياحية، فهي تمتلك مواقع التواصل الاجتماعي مليارات المستخدمين في جميع أنحاء العالم وتولد كميات هائلة من البيانات، والمعروفة باسم "البيانات الضخمة".

وببساطة لا يمكن أن توجد بعد الآن الجولات والسفر بدون وسائل التواصل الاجتماعي، فقد غيرت منصات التواصل الاجتماعي الطريقة التي يكتشف بها المسافرون مغامراتهم، حيث يمكن للمستخدمين استكشاف مجموعة متنوعة من الوجهات والمعالم السياحية والتجارب من جميع أنحاء العالم بسهولة.

مع استمرار نمو قطاع السياحة، أصبح التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي أداة أساسية بشكل متزايد للشركات للوصول إلى الزوار المحتملين والتفاعل معهم، أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي فرصة لشركات السياحة للاستفادة من مزاياها. (Tas, 2024). والجدول التالي يبين أهم التطبيقات الجوال الرائدة في العالم.

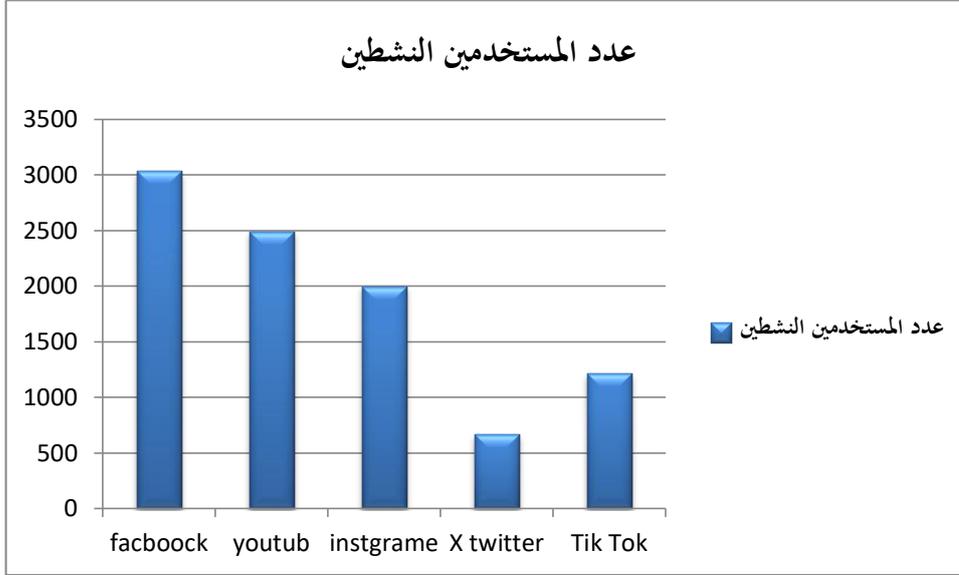
الجدول رقم (3-1) تطبيقات الجوال الرائدة في جميع أنحاء العالم في عام 2022 ، من خلال التنزيلات (بالملايين).

التطبيق	facboock	youtube	Instgrame	X twitter	Tik Tok
عدد المستخدمين النشطين	3030	2491	2000	666	1218

المصدر: من إعداد الطالب اعتماد على الموقع الإلكتروني:

<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users>

الشكل رقم (3-1): تطبيقات الجوال الرائدة في جميع أنحاء العالم في عام 2022، من خلال التحميل (بالملايين)



المصدر: من إعداد الطالب اعتماد على الموقع الإلكتروني:

<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users>

### 1. تطبيق Instagram:

تطبيق آخر على شبكة التواصل الاجتماعي هو تطبيق يتكون من بعض الوظائف تأسس في عام 2010، ومنذ ذلك الحين حقق نموا هائلا، حيث يتيح Instagram للمستخدمين مشاركة الصور، ومع نمو منصات تسويق الخدمات، يتطلع المسوقون الوصول إلى الجمهور المستهدف والمهتم بالسياحة، حيث يعمل التطبيق على تحسين الصور المرئية التي تعرف المنتجات السياحية بدلا من المعلومات النصية فقط التي تقتصر على النصوص، كما أن المحتوى المرئي هو وسيلة لاخترق سوق الإعلانات السياحية.

مؤخرا بدأت الجهات السياحية في تطوير الاستراتيجيات واستخدام التطبيق، فالجهات التي تتكيف مع استراتيجيات وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تزايد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في مجال التسويق السياحي، فهي تعمل على خلق فرص لتبادل الصور والفيديو وغيرها من التجارب السياحية، وهذا يؤثر على السائح الجديد المحتمل لزيارة موقع ما، إذ توفر الشبكات الاجتماعية للمسافرين المعلومات ذات الصلة حول الإطعام والإقامة والمعالم السياحية، ويعتبر Instagram بمثابة مصدر إلهام لقضاء العطلات كما يقول Maik Ovens من أكاديمية وسائل التواصل الاجتماعي للسفر والسياحة في ولاية هيسن بألمانيا، ويضيف أن المنصة

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

تلعب دورا مهما، خاصة عندما يبحث الناس عن الوجهات، لم يعد الكثيرون اليوم يستخدمون محركات البحث مثل Google للعثور على معلومات حول المكان الذي يرغبون في الذهاب إليه في العطلة، بل يبحثون عبر علامات التصنيف على تطبيق Instagram، يقول أوفنز: "هذا هو المكان الذي يتطلعون فيه لمعرفة ما يمكن القيام به محليا"، "إذا لم تكن ممثلا على Instagram، فلن يتم اكتشافك." بالنسبة لشركات السياحة وكذلك الوجهات. (Martiny, 2023)

### 2. تطبيق Facboock:

دخلت منظمة السياحة العالمية (UNWTO) و Facebook في شراكة لمساعدة الوجهات العالمية على الاستفادة من قوة التسويق الرقمي لأنها تتطلع إلى الترحيب بالسياح، حيث دأبت وكالة الأمم المتحدة المتخصصة في السياحة على دعم دولها الأعضاء في سلسلة من المبادرات المتعلقة بمعلومات السوق والتسويق، مع بدء استئناف السياحة في بعض أنحاء العالم، عقدت سلسلة من الجلسات الخاصة بالاشتراك مع فيسبوك لتقديم مجموعة من الأفكار الرئيسية حول كيفية استخدام الفعال للتسويق الرقمي أن يساعد الوجهات على اكتساب ميزة تنافسية.

وفقا لتطبيق فيسبوك، يتم استخدام شبكة التواصل الاجتماعي من قبل مستخدميها لمشاركة أفكار السفر والإجازات والصور والمعلومات والاتصال، حيث يمكن ملاحظة نمو في عدد مستخدمي التطبيق في المحتوى المتعلق بالسفر، إذ تغطي صور السفر والمشاركات حول المعالم بشعبية كبيرة، وينشر العديد من المستخدمين ذكريات سفرهم بشكل متزايد على الشبكة، غالبا ما يكون هذا حافزا للمستخدمين الآخرين للتعليق ومشاركته بأنفسهم والبدء في التفكير في عطلة يمكنهم القيام بها، وكيفية الحصول على تجارب مماثلة مع شركائهم وعائلاتهم، بالإضافة أن العديد من المؤسسات والهيئات السياحية تنشر أعمالهم ومنتجاتهم السياحية على تطبيق الفيسبوك.

كما تستفيد بعض الشركات السياحية من استخدام Facebook وتجعله وسيلة للحجز لمعجبيها والمستهلكين بشكل عام وعرض مختلف الخدمات السياحية، إذ أن غالبية شركات السياحة أصبحت تعتبر الأمر أكثر سهولة نظرا لحقيقة أن معظم الفاعلين الكبار في السياحة يتخذوا هذه الخطوة في استخدام الفيسبوك.

### 3. تطبيق Twitter(X):

يعد تطبيق Twitter (X) أحد أفضل المنصات للتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تأسس في عام 2006 من قبل جاك دورسي وأصبحت واحدة من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي، نظرا لعدد

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

المستخدمين النشطين يوميا، وتحسينات النظام الأساسي وشعبته المتزايدة، وعلى اعتباره Twitter أحد المواقع العشرة الأولى الأكثر زيارة، حيث تم تسجيل أكثر من نصف مليار إعادة تغريد يوميا.

نظرا لأن السياحة هي واحدة من الصناعات التي اكتسبت فوائد كبيرة من الشبكات الاجتماعية، وتحديدًا في مراقبة السلوك السياحي والتخطيط وتطوير استراتيجيات التسويق السياحي، حيث يوفر للسياحة كمية هائلة من المعلومات المفيدة لصنع القرار والبحث عن المعلومات والترويج للوجهات السياحية والمنتجات والموردين. وفقا لذلك يأخذ ما يقرب من 90% من المسافرين حول العالم في الاعتبار التعليقات عبر الإنترنت أثناء اختيار رحلتهم، إذ يعد التطبيق من بين أحد أكثر التطبيقات تأثيرًا في المجال السياحي نظرا لعدد الرسائل والمحادثات التي تتم من خلاله حول الوجهات السياحية، وبالتالي يولد تجربة ممتعة مع العملاء الذين يقدرّون استجابة المؤسسات السياحية. (Tamara Ćurlin, 2019)

لذلك وجب على الشركات والهيئات السياحية تعزيز هذه التطبيقات، والسعي للحصول على معلومات مباشرة من جماهيرها، والتحكم فيها، وبالتالي إجراء تحسينات وتكييف خدماتها، من أجل الاستجابة لاحتياجات السوق، وبشكل أساسي لتعزيز العلاقات مع جمهورها.

### 4. تطبيق Youtube:

يعد تطبيق Youtube موقع يمكن للمستخدمين من خلاله تحميل مقاطع الفيديو ومشاركتها ومشاهدتها، وهو الرائد العالمي في سوق بث الفيديو، حيث يتم مشاهدة أكثر من مليار مقطع فيديو كل يوم، ومن بين التطبيقات الرئيسية عبر الأنترنت التي يتردد عليها الناس يوميا للاطلاع على أي موضوع، حيث يمكن للأشخاص من جميع أنحاء العالم إنتاج محتوى والمساهمة في المحادثات حول معلم جذب أو مدينة أو بلد معين، غالبا ما يكون محتوى الفيديو الذي يتم تحميله على قنوات YouTube، نقطة انطلاق أولية لإجراء بحث حول وجهة ومناطق جذب لزيارتها، فهو يشكل عملية التسويق تحديا متزايدا للوجهات السياحية وكذلك جميع الشركات التي تنشط في القطاع السياحي، وقد تم استخدام التطبيق لتسويق السياحة، وذلك من خلال عدد مقاطع الفيديو السياحية حول مدينة أو موقع سياحي، وتصنيف مقاطع الفيديو على أنها مقاطع فيديو سياحية تتعلق بمحتوى عروضها، إذا أن المحتوى يعرض صورا تتعلق بالمناظر الطبيعية والمعالم السياحية والمرافق السياحية (مثل خدمات النقل أو الإقامة) أو يقدم نصائح السفر، باتباع العناصر المستمدة من أدبيات صورة الوجهة السياحية، الأصاله أو النظرة السياحية؛ والنزعة السياحية. (Dr. Sofia Reinon, 2011)

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

فالسياحة المستدامة التي تدخل في محتوى الفيديو المؤثر على المنشورات البيئية عادة تتمثل في موضوعات مثل المساهمات العالمية في تغير المناخ وتلوث المحيطات وأنواع النباتات المهددة بالانقراض.

### 4. تطبيق Tik Tok

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي إستراتيجية تسويقية مهمة للنهوض بالسياحة، ومما لا شك فيه أنه يروج للوجهات السياحية، حيث يعد Tik Tok قناة مؤثرة بشكل متزايد عندما يتعلق الأمر بالمحتوى المتعلق بالسفر، وحسب استطلاع حول السفر لعام 2023 الذي أجرته Booking.com، من بين 30% من المسافرين في العالم يستخدمون Tik Tok للعثور على سفر مميز، ويستخدم 56% من المسافرين Tik Tok للعثور على نصائح السفر، و54% منهم يستخدمونه للحصول على أفكار الوجهة و3. 51% منهم يستخدمونه للعثور على أفكار للسكن، فقد أصبحت التطبيق وسيلة للعديد من الشركات السياحية للترويج لعلامتها التجارية، إذ ساهم في ذلك إطلاق إعلانات Tik Tok، والتي تسمح لشركات السياحة بعرض الإعلانات كمقاطع فيديو بالنظر إلى عدد المستخدمين النشطين في التطبيق، فإن ربحية هذا النوع من الإعلانات واضحة، وتستخدم العديد من منظمات السفر والسياحة المنصة لتحديد المجموعة المستهدفة، فتأثير مدوني الفيديو السياحيين الذين يشاركون مقاطع فيديو قصيرة يساهمون في جذب السياح المحتملين. (Sandra

Dramićanina, 2023)

### الفرع الثالث: التقنيات الحديثة.

ساهمت التكنولوجيا الحديثة في ظهور عدة تقنيات جديدة طورت السياحة الرقمية، حيث تتمثل فيما يلي:

#### 1. استخدام الواقع الافتراضي (VR) والواقع المعزز (AR) في المواقع السياحية:

تعمل التقنيات الناشئة مثل الذكاء الاصطناعي (AI) والواقع الافتراضي (VR) والواقع المعزز (AR) على إعادة تشكيل المشهد السياحي، حيث توفر روبوتات المحادثة المدعومة بالذكاء الاصطناعي دعماً فورياً للعملاء، مما يساعد المسافرين في إيجاد حلول لاستفساراتهم، بينما يسمح الواقع الافتراضي للسائحين المحتملين بتجربة الوجهات افتراضياً قبل اتخاذ قرارات السفر، كما تعمل على تمكين معرفة غرف الفنادق الذكية من خلال ربط الأجهزة والخدمات لراحة السائح، إذ بدأت بعض الفنادق باستخدام تقنية الواقع الافتراضي لتحسين عمليات التدريب والتعليم للموظفين الجدد من خلال تقديم تجارب تدريبية واقعية تعرض للموظفين ما يمكنهم توقعه عند العمل في الفندق، مما يساهم في الإسراع من عملية التدريب لدى الموظفين الجدد عند بدء عملهم.

## 2. تقنية الميتافيرس:

إن قطاع السفر والسياحة لديه الإمكانيات لجني فوائد اقتصادية كبيرة باستخدامه تقنية الميتافيرس فهي فكرة ثلاثية الأبعاد جديدة عبر الأنترنت تجمع بين عوالم افتراضية متعددة ومختلفة، ويمكن أن تعتبره النسخة المستقبلية من الأنترنت، إذ أنها عبارة عن منصة حوسبة مكانية توفر تجارب رقمية كبديل أو نسخة طبق الأصل من العالم الحقيقي، حيث يستثمر عمالقة التكنولوجيا مثل Facebook و Microsoft و Apple و Google بكثافة في جعلها حقيقة واقعة، حيث يجذب العديد من المستثمرين إلى Metaverse لأنه في طليعة الاكتشافات التكنولوجية والرقمية، فهي بيئة يمكن أن يتعايش فيها العالمان المادي والرقمي ويؤثران بشكل كبير على المجالات الأساسية للحياة اليومية (Chiradeep, 2022).

كما تتوقع شركة ماكينزي أن تصل عوائد قطاع السياحة العالمي بسبب الميتافيرس إلى أكثر من 20 مليار دولار بحلول عام 2030، إذ يمكّن الميتافيرس المسافرين من إمكانية الاستمتاع بحدث أو تجربة ما من فناء المنزل دون الحاجة للسفر الفعلي إلى بلد آخر، فعلى سبيل المثال، تقدم جوجل جولات افتراضية في أماكن العالم عبر تجربة غامرة متاحة بمجموعة من اللغات، ويمكن إعطاء فكرة شاملة عن الوجهة، والمساعدة في اتخاذ قرارات المسافرين، تقديم عروض أوسع، وزيادة الوعي بالمواقع غير المألوفة (Margaux Constantin, 2023).

## 3. تقنية رمز الاستجابة السريع QR:

يعد رمز الاستجابة السريع كأنواع الرموز ثنائية الأبعاد وكأحد التقنيات الحديثة المستخدمة في الحصول على الخدمة السياحية، Barcode يكون في شكل رسم تخطيطي مربع يحتوي على وحدات مكتوبة باللون الأسود، ومرتببة بشكل معين على خلفية بيضاء، يؤدي مسحها ضوئياً إلى إظهار البيانات التي ترمز إليها، ويحتوي رمز الاستجابة السريع (QR) على سلسلة من المعلومات تصل إلى حوالي 5000 حرف، حيث يتمكن المستخدم من قراءة المعلومات التي يحتويها باستعمال هاتف ذكي مجهز بكاميرا، وتطبيق بسيط مخصص لقراءة رموز (QR) وقد ساهمت هذه الخدمة في ترقية النشاط السياحي بصورة متميزة جداً، وذلك لأن استعمال مثل هذه الرموز في عمليات الحجز يقدم العديد من التسهيلات في التواصل مع السياح، وتزويدهم بالمعلومات الضرورية بطريقة سريعة جداً وسهلة (أوروان، 2019).

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

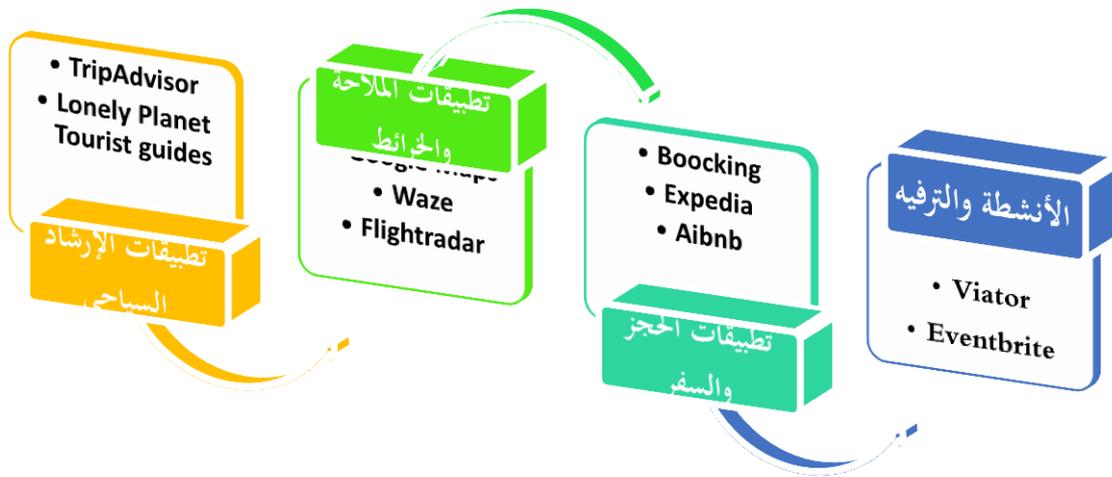
### المطلب الثالث: التطبيقات الرقمية لدعم السياحة المستدامة.

شهدت السياحة تحولا كبيرا، إذ أن اعتماد التطبيقات الرقمية في صناعة السياحة أصبح يشكل عنصر محوري في تعزيز تجارب السفر على المستوى المحلي والدولي، حيث أحدثت التطبيقات الرقمية ثورة في كيفية تخطيط المسافرين لرحلاتهم وتجربتها.

### الفرع الأول: التطبيقات الرقمية.

نظرا لطفرة التكنولوجيا الحديثة التي يشهدها العالم استطاعت التطبيقات السياحية أن تحجز لها مكانة في عمليات الحجز والسفر، إذ أصبح العالم اليوم يعتمد على التطبيقات السياحية الرقمية في الحصول على مختلف الخدمات السياحية، التي يمكن توضيحها من خلال الشكل التالي:

### الشكل (3-2): التطبيقات الرقمية.



المصدر: من إعداد الطالب اعتماد على المواقع الالكترونية التالية:

<https://www.linkedin.com/pulse/expedia-strategy-business-model-largest-travel-mhd-al-hasan-pmp/>

<https://sweetiq.com/blog/how-google-maps-changed-the-face-of-travel/>

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/B9780128131893000058>

## 1. تطبيقات الحجز والسفر السياحية:

### 1.1 تطبيق Booking:

يعمل نظام الحجز عبر الأنترنت على تبسيط عملية الحجز للعملاء من خلال أتمتة عمليات مثل الحصول على التفاصيل وتحديث معلومات الحجز والدفع والجدولة وغيرها، كما يساعد على الاحتفاظ بالعملاء على موقع الويب الخاص بالمؤسسة، حيث يمكنهم رؤية الخيارات المتاحة وحجز الخيار الذي يحتاجون إليه من الصفحات والخدمات دون الحاجة إلى إجراء مكالمات هاتفية. ومع ذلك، فإن طريقة السفر والضيافة هي نظام الحجز عبر الأنترنت من خلال موقع الويب الخاص بالأنترنت، الذي يتيح للمسافرين حجز الفنادق والشقق والمنازل دون التنقل أو الاتصال بالهاتف، إذ يعد نظام حجز شامل، مما يسمح للمستخدمين بحجز تذاكر الطيران والفنادق وتأجير السيارات في مكان واحد، مما يلغي الحاجة إلى صفحات ويب متعددة ومكالمات هاتفية طويلة، إذ تشمل مزايا البحث عن معلومات السياحة عبر Booking عن التكلفة المنخفضة نسبياً، والمعلومات المخصصة، وسهولة مقارنة المنتجات، والتفاعل، وتشكيل المجتمع الافتراضي، وسهولة وإمكانية الوصول على مدار 24 ساعة.

(Alev Elci, 2017)

### 2.1 تطبيق Expedia:

يعد تطبيق Expedia رائد في صناعة السفر عبر الأنترنت منذ أكثر من 25 عاماً من إنشائه، فهو يقدم خدمات حجز للطيران والفنادق والسيارات والرحلات، كان نموذج أعماله متمثل في تقديم منصة سفر شاملة حيث يمكن للمسافرين البحث عن الرحلات الجوية والفنادق وحجوزات السفر، من خلال تجميع خيارات السفر في مكان واحد، إذ تواجه Expedia منافسة من وكالات السفر الأخرى عبر الأنترنت ومحركات البحث عن السفر، فإن علامتها التجارية، والمخزون الواسع من خيارات السفر، والتركيز على التكنولوجيا يمنحها ميزة تنافسية، وستكون قدرة Expedia على التكيف مع تفضيلات المستهلكين المتغيرة واتجاهات السفر أمراً بالغ الأهمية لنجاحها المستمر في السنوات القادمة. (Hasan, 2023)

### 3.1 تطبيق Airbnb:

في عام 2007، قرر ثلاثة زملاء جو جيبيا وبريان تشيسكي يشتركون في السكن بإيجار مسكنهم وذلك لحاجتهم لنقود، فاستفادوا من مؤتمر في سان فرانسيسكو، ونظراً لأن الناس قد حجزوا جميع الفنادق المحلية، فتم إنشاء موقعاً إلكترونياً يسمى AirBedandBreakfast.com وفرضوا على الضيوف 80 دولاراً في الليلة للنوم، سرعان ما وسعوا المفهوم من خلال تأسيس Airbnb، ثم تطورت الفكرة إلى نطاق واسع، وأصبح موقع

Airbnb يعمل كسوق عبر الإنترنت للأشخاص الذين يبحثون عن أماكن الإقامة، حيث يربط Airbnb المسافرين بمضيفين الذين يرغبون في تأجير منازلهم أو ممتلكاتهم الأخرى، كما يوفر التطبيق خيارات سكن مؤقتة ميسورة التكلفة وأحيانا أنشطة ممتعة بالنسبة للمضيفين، فهو طريقة لكسب أموال إضافية، من خلال إعادة الإقامة المنزلية والتجارب السياحية. (Thomas, 2022)

### 2. تطبيقات الملاحة والخرائط:

#### 1.2 تطبيق Google Maps:

يهدف تطبيق Google Maps لإعطاء صورة مفصلة للعالم ويعد المرآة الرقمية العاكسة لكل بقعة من العالم، في يومنا هذا من الصعب تخيل عالم بدون خرائط، الخريطة الرقمية قد أحدثت ثورة في السهولة التي يمكننا السفر بها وحسب وسيلة النقل سواء بالسيارة أو القارب أو الطائرة أو القطار أو سيرا على الأقدام، حيث تمكنت خرائط Google من تغيير الطريقة التي يسافر بها الناس في غضون سنوات فقط. كما يتيح لنا التطبيق ومن خلال أجهزتنا توفير الوقت ويساعد في العثور على أفضل صفقة. (JOACHIMOWICZ, 2016).

ومع ذلك، فإن تطوير تكنولوجيا المعلومات واستكشاف الفضاء وتصغير الأجهزة الإلكترونية جعل من الممكن إنشاء خدمة ذكية خاصة للمسافرين كالخرائط الإلكترونية، كما تسمح الخرائط الإلكترونية في الهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر للسياح بتحديد مواقعهم ومشاركتها، والعثور على الفنادق والمعالم السياحية القريبة. إضافة إلى ذلك، لا تساعد خرائط Google في الانتقال من موقع إلى آخر فحسب، بل تقدم أيضا لمستخدميها العديد من الميزات الإضافية، فهي توفر الوقت للسائح، كما يتم خلال التطبيق تقديم شكل خريطة تقليدية، وأيضا في شكل صور الأقمار الصناعية، مما يجعل رؤية الصورة الحقيقية للمنطقة من ارتفاعات مختلفة.

#### 2.2 تطبيق الملاحة Waze:

فالتقدم التكنولوجي له تأثير كبير على الإبداع والابتكار، حيث أدى استخدام الأجهزة الجديدة والوسائط الرقمية إلى توليد نماذج تستخدم أكبر تطبيق مجاني لحركة المرور والملاحة بيانات السيارة العائمة (FCD) التي تم الحصول عليها من الهواتف الذكية للسائق أو الراكب من أجل إنشاء معلومات حركة المرور والطرق والوقت على الخرائط. على الرغم من أن الغرض الرئيسي من تطبيق Waze هو تسهيل تنقل المستخدم في السيارة، إلا أنه يسمح للمستخدمين أيضا بإحداث تغييرات على الخرائط على سبيل المثال، إضافة طرق جديدة، والإبلاغ عن المخاطر والحفر. (Hossain, 2019)

### 3.2 تطبيق Flightradar:

أصبح السفر الجوي جزءاً لا يتجزأ ولا نستغني عنه في حياتنا اليوم، في هذا العالم يتسم بالسرعة، فالإبقاء على اتصال واطلاع جيد بجدول الرحلات والتأخيرات والإلغاء وغيرها من المعلومات المهمة أكثر أهمية من أي وقت مضى، أحدث ظهور تطبيقات تتبع الرحلات الجوية ثورة في الطريقة التي تنتقل بها في السماء، حيث وفر تطبيقات تعقب الرحلات الجوية تجربة سلسلة خالية من المتاعب من خلال توفير تتبع الرحلات الجوية في الوقت الفعلي، وذلك ببضع نقرات على الهاتف الذكي، حيث يمكن مراقبة الموقع الدقيق وحالة الرحلة دون عناء، إذ تبيّن هذه التطبيقات على اطلاع دائم بأي تغييرات أو تأخيرات، كذلك توفر أيضاً تفاصيل أساسية مثل معلومات البوابة والمطالبة بالأمتعة وحتى تحديثات الطقس، حيث يوفر مجموعة من المزايا لمحبي السفر بالطيران، كما يمكن استخدام Flight Radar 24 في المساعدة على تعزيز تجربة السفر الجوي من خلال تتبع الرحلات في الوقت الفعلي وإبقاء على اطلاع بالمعلومات الحية واكتشاف الحركة الجوية في جميع أنحاء العالم وجهات جديدة والتعرف على أنواع الطائرات. (Writer, 2024)

### 3. تطبيقات الترفيه والإرشاد السياحي:

#### 1.3 تطبيقات الإرشاد السياحي:

• **تطبيق TripAdvisor:** يعد تطبيق أحد مواقع مراجعات السفر التي تساعد الأشخاص على التفاعل وتبادل النصائح مع بعضهم البعض عبر الإنترنت وفق رابط [Tripadvisor.com](http://Tripadvisor.com)، حيث يساعد الأشخاص في معرفة كل المعلومات في مرحلة ما قبل السفر وكذلك مرحلة ما بعد السفر، لتبادل الخبرات ومراجعة الفنادق والوجهات السياحية ونشر الصور ومقاطع الفيديو من خلال رحلاتهم، يعد التطبيق أكبر موقع سفر في العالم، مما يسمح للمسافرين بالتخطيط والحصول على الرحلة المثالية، حيث أنه شائع بين الفنادق عبر الإنترنت، يتم ملاحظة ذلك من خلال كتابات مدونيو السفر وصحفيو السفر. لذلك، من خلال التطبيق يمكن للمرء أن يجادل حول تجربته في فندق ومطعم ووجهة سياحية قد قام بها، فهو أيضاً موقع ويب للمحتوى يربط بين شخص ما للعثور على معلومات حول ما يحتاجه عند السفر. (D Sumarsono, 2019).

• **تطبيق Lonely Planet Tourist guides:** التطبيق هو عبارة عن دليل يحتوي على معلومات عملية (مسارات، وسائل النقل، التقاليد والفن، والنباتات، الإقامة، إلخ)، حيث تم نشر أول دليل سفر Lonely Planet بعنوان "عبر آسيا بسعر رخيص"، في عام 1973 منذ ذلك الحين، نشرت LP أكثر من

500 دليل مختلف يغطي ما يقرب من 200 دولة عبر موقع (www.lonelyplanet.com)، مما نتج نمو كبير في أدلة LP. (McKenzie, 2014)، حيث توسعت الشركة بسرعة وقامت ببث برنامجها التلفزيوني الخاص، وأطلقت موقعها الخاص على الويب، ومنتدى للمسافرين عبر الإنترنت، وإلى جانب العديد من الأدلة الإرشادية، (Suoranta, 2021)، إذ تتميز أدلة Lonely Planet بوجود العديد من الخرائط وغياب الصور، تسمح لعين القارئ بالتمرير عبر الصفحة التي يعتقد أنها تكوين مكاني ومرئي، يتم ترك السائح حراً قدر الإمكان.

لذلك يظل Lonely Planet الدليل المطبوع الأكثر شعبية للمسافرين الذين يحبون التطبيق العملي لتنسيق الجيب والبساطة التي يتم بها تقديم المعلومات للمسافرين.

### 2.3 تطبيقات الأنشطة والترفيه:

• **تطبيق Viator:** تطبيق Viator هي شركة تابعة لشركة TripAdvisor تأسست في سيدني عام 1995 من قبل رود كوثيرت، ولدت من الحاجة إلى حجز الرحلات عبر الإنترنت بسهولة، تطورت بسرعة لتصبح رائدة في حجوزات أنشطة السفر، وقد استحوذت عليها TripAdvisor في عام 2014 مقابل 200 مليون دولار، مما عزز عروض خدماتها السياحية العالمية.

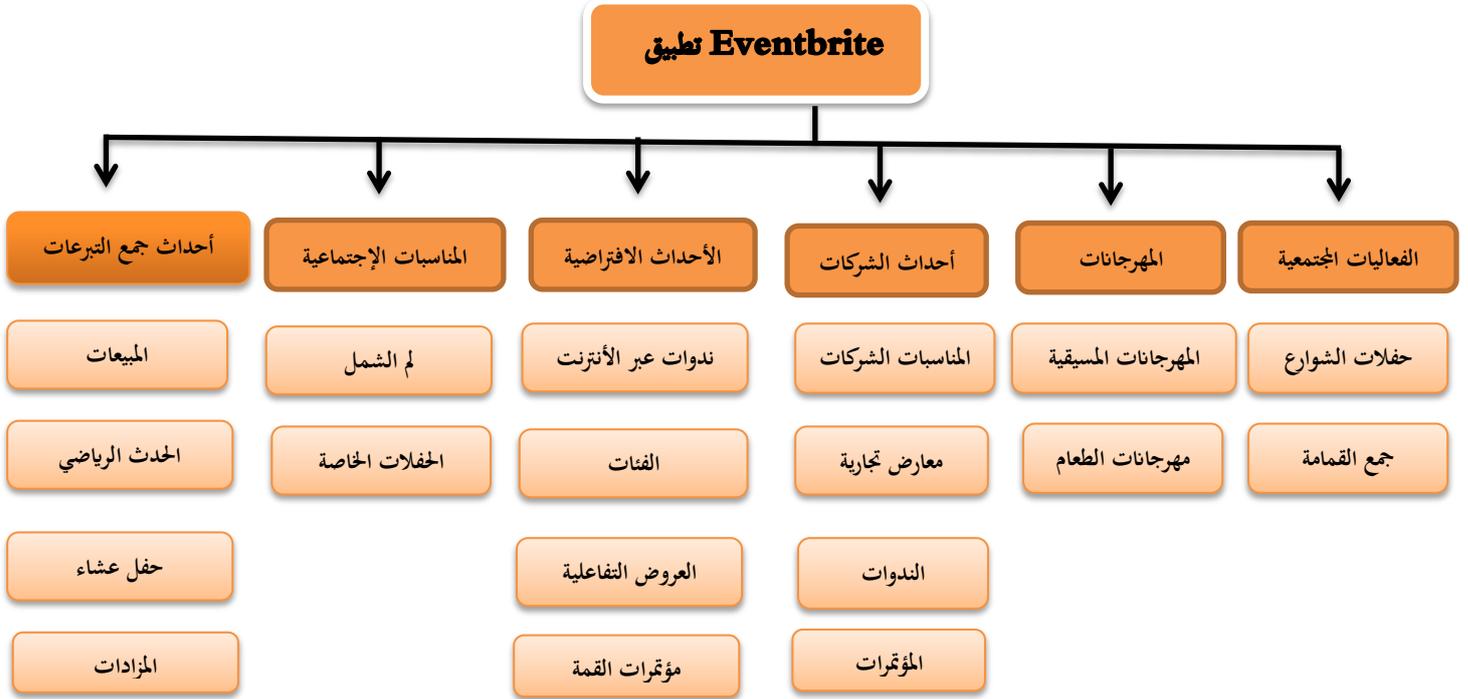
ويعد تطبيق منصة حجز عبر الإنترنت متخصصة في الجولات والأنشطة السياحية، إذ يعمل بالوساطة بين مشغلي السياحة المحليين والمسافرين عبر منصة مركزية، فهو يسمح للمسافرين بالبحث عن آلاف التجارب واكتشافها وحجزها في جميع أنحاء العالم، كما يعد التطبيق المزود الرائد في العالم للسفر والأنشطة والخبرات ويتم تصنيفه بدرجة عالية من قبل الآلاف من المستخدمين له تجربة في جميع أنحاء العالم، مما يتيح للمستخدمين إجراء الحجوزات وترك التعليقات، بالإضافة إلى السماح لمقدمي الخدمات بعرض منتجاتهم.

• **تطبيق Eventbrite:** عبارة عن موقع أمريكي لإدارة الأحداث والمناسبات، يتيح للمستخدمين تصفح الأحداث المحلية وإقامتها والترويج لها، حيث يتم فيه عرض مختلف الفعاليات والمهرجانات والأحداث الثقافية في المناطق المحلية التي يتم الاضهار لها مسبقاً، حيث يتم دفع رسوماً مقابل الخدمة على منظمي الحدث ومقابل خدمات عبر الإنترنت، ما لم يكن الحدث مجانياً، تعد سياحة الفعاليات من أسرع نمواً وأكثرها ربحية في صناعة السياحة الحديثة، فإن الدخل من سياحة الفعاليات يتميز بمعدل نمو، من عام 2019 إلى عام 2023، ارتفع الدخل من 920 مليون إلى 1.27 مليار، إذا تم الحفاظ على معدل النمو، فإن الدخل حتى عام 2030

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

سيساوي 1.78 مليار دولار، حيث تقام العديد من الفعاليات الهامة والمتنوعة حول العالم والتي تخدم أغراضا مختلفة، (Surmanidze, 2024) ومن بين الأعمال التي يهتم بها التطبيق مايلي:

### الشكل رقم (3-3): مختلف خدمات تطبيق Eventbrite



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على

Surmanidze, Megi, Modern Challenges of Event Tourism and Business, Organizational Needs, European Scientific Journal, p110, 2024.

من خلال الشكل رقم (3-3) يبين مختلف الخدمات التي يقوم بها Eventbrite، حيث تتنوع الخدمة المقدمة للمستخدمين حسب الطلب نظير دفع رسوم، وتختلف هذه الرسوم حسب نوع الخدمة المقدمة للمستخدم.

### الفرع الثاني: دور التطبيقات الرقمية في تنمية السياحة المستدامة.

يعد مشروع التحول الرقمي في السياحة مبادرة رائدة تهدف إلى تعزيز السياحة المستدامة من خلال الابتكار والتعاون، تماشيا مع أهداف التنمية المستدامة الـ 17 للأمم المتحدة، من خلال مجالات أساسية لتعزيز التجربة السياحية، وتعزيز الاستدامة البيئية والاجتماعية.

## 1. وظائف التطبيقات الرقمية لتعزيز سياحية مستدامة:

أصبحت للسياحة المستدامة تطبيقات رقمية توفر حلولاً للمحافظة على بيئة سياحية مستدامة، فتطبيقات السفر الخضراء طريقة ملائمة للسفر بشكل مستدام، بداية من الإقامات الصديقة للبيئة إلى تقليل استخدام السيارة ودعم الطعام المحلي، كما تساعد هذه التطبيقات على اتخاذ خيارات واعية بيئياً أثناء الاستمتاع بالرحلة.

كما أن تطبيقات السفر الصديقة للبيئة هي بمثابة محفزات لثورة السياحة المستدامة، فهي تعكس التوجه المتزايد للإنفاق على السياحة والسفر والرغبة الجماعية في اكتشاف أماكن جديدة، ومع ظهور تطبيقات السفر الخضراء، لم يكن اتخاذ خيارات واعية بيئياً أكثر سهولة من أي وقت مضى، حيث يعد تحسين تطبيقات الأجهزة المحمولة للسياحة المستدامة أمراً بالغ الأهمية لاستمرار نجاح هذه الحركة الواعية بالبيئة.

يبين الشكل الموالي أهم تطبيقات السفر الصديقة للبيئة لسياحة مستدامة: (virtualspirit, 2023)

الشكل رقم (3-4): تطبيقات السفر الصديقة للبيئة لسياحة مستدامة.



المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على الموقع الالكتروني:

<https://virtualspirit.me/insights/321/how-eco-friendly-mobile-apps-are-transforming-tourism>

### 1.1 تطبيق بايكيماپ Bikemap :

هي أداة رائعة للمسافرين المهتمين بالبيئة الذين يفضلون استكشاف الأماكن السياحية على الدراجة، حيث يوفر هذا التطبيق منصة لاكتشاف وتخطيط طرق ركوب الدراجات في جميع أنحاء العالم مع ميزات مثل الخرائط التفصيلية وملفات تعريف الارتفاع ومراجعات المستخدمين، يضمن Bikemap تنقل راكبي الدراجات في المسارات ذات المناظر الخلابة والمستدامة، مما يعزز طريقة أكثر اخضراراً لاستكشاف وجهات جديدة.

### 2.1 تطبيق BlaBlaCar :

أحدث التطبيق ثورة في طريقة سفر الأشخاص من خلال ربط السائقين ذوي المقاعد الفارغة بالركاب المتجهين في نفس الاتجاه، حيث يشجع تطبيق السفر المستدام هذا مشاركة السيارات، مما يقلل من عدد المركبات الفردية على الطريق وتلوث المحيط، فمن خلال تحسين المساحة المتاحة في السيارات، يعزز التطبيق الرحلات الفعالة من حيث التكلفة والصديقة للبيئة، مما يجعلها خياراً مناسباً لأولئك الذين يبحثون عن بدائل نقل مستدامة.

### 3.1 هاي كاو HappyCow:

يتيح التطبيق للأشخاص الذين يرغبون في الحصول على طعام، حيث أصبح أمر لا بد منه لعشاق الطعام المهتمين بالبيئة أثناء التنقل، وهو مخصص لمساعدة المستخدمين في العثور على خيارات تناول الأطعمة النباتية والصديقة للبيئة في جميع أنحاء العالم من خلال قاعدة بيانات شاملة للمطاعم والمقاهي ومحلات البقالة، يمكن هذا التطبيق المسافرين من اتخاذ خيارات غذائية مستدامة مع دعم الشركات الملتزمة بأسلوب حياة أكثر خضرة وخالية من التلوث البيئي.

### 4.1 تطبيق BookDifferent:

عبارة عن تطبيق سفر مبتكر ملتزم بخيارات الإقامة المستدامة، يمكن هذا التطبيق المسافرين من اتخاذ قرارات صديقة للبيئة من خلال توفير معلومات عن الفنادق الصديقة للبيئة في جميع أنحاء العالم، حيث يمكن للمستخدمين بسهولة مقارنة خيارات الإقامة بناء على ممارسات الاستدامة الخاصة بهم، مثل كفاءة الطاقة وتقليل النفايات والمبادرات الخضراء الأخرى، كما يشجع هذا التطبيق السياحة المسؤولة من خلال مساعدة المستخدمين في العثور على إقامات تتوافق مع التزامهم بتجربة سفر أكثر استدامة وحجزها.

### 5.1 تطبيق فيرتريب FairTrip:

عبارة عن تطبيق سفر مصمم للمستكشفين، وهو أول تطبيق على الهاتف المحمول في العالم مخصص للسياحة المستدامة، متوفر على نظام التشغيل " iOS"، كما أنه مخصص لربط المستخدمين بتجارب سفر مستدامة ومسؤولة، حيث يوفر منصة لاكتشاف أماكن الإقامة الصديقة للبيئة والجولات والشركات المحلية التي تعطي الأولوية للمسؤولية الاجتماعية والبيئية، كما يمكن للمسافرين اتخاذ خيارات تؤثر بشكل إيجابي على المجتمعات التي يزورونها، مما يعزز الشعور بالسياحة المسؤولة ويساهم في صناعة سفر أكثر استدامة، ويركز التطبيق على دعم وتطوير المشاريع السياحية المحلية المستدامة ويشجع السياح على اختيار الخيارات التي تحترم البيئة والثقافة المحلية وتحافظ عليها، حيث يمكن لأي مستخدم إضافة أماكن جديدة بنقرة واحدة، بشرط أن تفي بمعايير أصيلة، خضراء، محلية، اجتماعية، ويتم تقديم كل مكان للموافقة عليه إلى فريق FairTrip قبل الظهور على التطبيق، حيث يوفر التطبيق إمكانية المستخدمين الإبلاغ عن أولئك الذين لم يعودوا يستوفون المعايير، كما أن التطبيق متاح لدى جميع المسافرين الراغبين في العثور على أماكن أصيلة في جميع أنحاء العالم ويكون لها أكبر وأوسع تأثير لجعل السياحة شاملة ومستدامة.

### 6.1 تطبيق EcoBnb:

يوفر التطبيق خيارات إقامة مستدامة مثل المنازل البيئية والتجارب الفريدة التي تعزز المحافظة على البيئة، فهو تطبيق مخصص للسياحة المستدامة، والذي يوفر للمسافرين من جميع أنحاء العالم الفرصة على الاستمتاع بعطلة وقضائها في الطبيعة، كما يعزز Ecobnb السياحة المستدامة ويشجع الناس على اختيار الوجهات المستدامة والأماكن أقرب للوجهات السياحية وتفضيل أماكن الإقامة الصديقة للبيئة وطريقة السفر المستدامة، كما يعد التطبيق اليوم واحد من النقاط المرجعية الرئيسية للسياحة المستدامة في أوروبا، إذ من خلال منصة الويب وتطبيق الهاتف المحمول، يمكن للمسافرين اكتشاف وحجز تجارب إقامة وسفر مخصصة ومستدامة بيئياً، والتي تلبي متطلبات بيئية رئيسية: الأغذية العضوية أو المحلية، الطاقة المتجددة بنسبة 100%، إمكانية الوصول بدون سيارات، المنتجات البيئية، أكثر من 80% إعادة تدوير النفايات، أضواء موفرة للطاقة، المباني الخضراء، الألواح الحرارية الشمسية للمياه الساخنة، مخفضات تدفق المياه، إعادة استخدام مياه الأمطار. (Sail., 2023).

## 2. أهمية التطبيقات الرقمية في دعم التنمية السياحية المستدامة:

### 1.2. توفير المعلومات البيئية والثقافية:

توفر تطبيقات السفر والسياحة معلومات حول المواقع الطبيعية والثقافية والمحميات الطبيعية، بما في ذلك المعلومات حول الحفاظ على البيئة والثقافات المحلية، هذا يساهم في تعزيز الوعي بأهمية المحافظة على البيئة والثقافات المحلية، ومن بين الأمثلة عن كيفية توفير المعلومات البيئية والثقافية ما يلي:

- **معلومات عن المواقع الطبيعية:** يمكن للتطبيقات أن تقدم وصفاً مفصلاً للمحميات الطبيعية، والمنتزهات، الحدائق الوطنية، الشواطئ، الجبال، وغيرها من الوجهات الطبيعية، بما في ذلك المعلومات حول التنوع البيولوجي، النباتات، الحيوانات البرية، المغارات والكهوف، أماكن الاستكشاف والمسارات السياحية الطبيعية.
- **توفير المعلومات الثقافية:** تتيح التطبيقات تقديم المعلومات حول التاريخ والتراث الثقافي للمناطق المختلفة وتعزيز التعليم والوعي حول الثقافات المختلفة مثل المواقع التاريخية، المعالم الثقافية، الأحداث التقليدية، المهرجانات، التظاهرات والمعارض، مما يضمن إمكانية الوصول على أوسع نطاق إلى المحتوى الثقافي.

### 2.2. تعزيز التفاعل بين المجتمع المحلي والسياح:

يمكن للتطبيقات الرقمية أن تدعم التفاعل بين المسافرين والسكان المحليين، وذلك من خلال تقديم معلومات حول الحياة اليومية للمجتمعات والثقافة المحلية والمناسبات الثقافية والعادات والتقاليد والحرف اليدوية التقليدية والمأكولات المحلية، هذا يعزز التفاهم والتقارب الثقافي بين الزوار والمجتمعات المحلية. بشكل عام، تساهم التطبيقات الرقمية في تعزيز التنمية السياحية المستدامة من خلال توفير معلومات دقيقة وموجهة، وتشجيع سلوكيات السفر المستدامة وتعزيز التفاعل الإيجابي بين السياح والمجتمعات المحلية.

### 3.2. تشجيع الأنشطة البيئية المستدامة:

يمكن للتطبيقات تقديم معلومات حول الكثير من الأنشطة السياحية الممتعة والصديقة للبيئة، التي تدعم البيئة وتعزز السياحة المستدامة مثل الرحلات الايكولوجية، جولات مشاهدة ومراقبة الحياة البرية، أنشطة التوعية البيئية، المشي لمسافات طويلة ذات المناظر الخلابة، ممارسة رياضة التجديف والغوص وغير ذلك، لذلك فالسياحة البيئية هي شكل من أشكال السياحة المسؤولة التي تدعم الحفاظ على الموارد الطبيعية والحياة البرية، بالإضافة إلى أنها تهدف إلى تقليل التأثير البيئي السلبي للسياحة مع تعزيز رفاهية المجتمعات المحلية من خلال المشاركة في الأنشطة السياحية الصديقة للبيئة، المساعدة في الحفاظ على المناطق الطبيعية ودعم التنمية المستدامة.

## 4.2. الإرشادات للسلوك البيئي والثقافي المسؤول:

توفر التطبيقات نصائح وإرشادات حول كيفية تقليل الأثر البيئي والثقافي خلال السفر مثل توجيهات لاستخدام وسائل النقل العامة، والتحفيز على الشراء المحلي واحترام التقاليد المحلية.

## 5.2. التحديثات المستمرة والمراجعات للوجهات السياحية:

يمكن للتطبيقات توفير تحديثات مستمرة عن الأماكن والأنشطة، بما في ذلك تقييمات المسافرين ومراجعاتهم حول الوجهات السياحية والتجارب، مما يساعد المسافرين على اتخاذ قرارات المناسبة.

باستخدام التطبيقات الرقمية، يمكن للمسافرين الحصول على معلومات دقيقة وشاملة حول الوجهات السياحية ومعرفة كل الخصوصيات الثقافية المحلية، وهذا يساعدهم على الاستمتاع بتجربة سفر ممتعة ومعرفة المزيد عن البيئة والثقافات التي يزورونها، مما يساهم في تعزيز الوعي البيئي والثقافي ودعم السياحة المستدامة.

## 6.2. تحفيز السلوك السياحي المستدام:

يمكن للتطبيقات الرقمية تقديم توجيهات وتوصيات بخصوص السلوك السياحي المستدام، حيث تسعى المعلومات المستدامة حول وجهة سياحية إلى إرشاد السياح إلى كيفية تبني الممارسات المستدامة أثناء رحلاتهم لتقليل الآثار البيئية والثقافية للسياحة في المناطق مثل التوجه نحو وسائل النقل العامة، والحد من استخدام المواد البلاستيكية القابلة للتصرف، ودعم الأنشطة السياحية التي تحترم وتحافظ على البيئة المحلية.

## 3. التطبيقات الرقمية لتعزيز استخدام وسائل النقل المستدامة:

يمكن للتطبيقات تقديم خيارات للمسافرين لاستخدام وسائل النقل العامة أو خدمات المشاركة بدلاً من السيارات الخاصة، مما يقلل من انبعاثات الكربون.

باستخدام التطبيقات الرقمية بشكل فعال، يمكن لصناعة السياحة دفع التنمية السياحية المستدامة، وتحفيز المسافرين على اتخاذ قرارات مدروسة تدعم البيئة والمجتمعات المحلية في الوجهات التي يزورونها، حيث أن التطبيقات الرقمية السياحية تعزز استخدام وسائل النقل المستدامة من قبل المسافرين وتوفير الخدمات والمعلومات اللازمة للتشجيع على التصرفات المستدامة، ومن بين الطرق التي يمكن أن تساهم بها التطبيقات الرقمية في هذا الجانب من خلال ما يلي:

### 1.3 توفير معلومات وخدمات للمسافرين:

- معلومات شاملة عن وسائل النقل: يمكن للتطبيقات توفير معلومات مفصلة حول وسائل النقل المستدامة المتاحة في المنطقة، مثل: القطارات، الحافلات الكهربائية، الدراجات الهوائية.
- جداول الرحلات والتكاليف: توفير جداول رحلات وأوقات وتكاليف وسائل النقل المستدامة، مما يسهل للمسافرين التخطيط لرحلاتهم.

### 2.3 حجز ودفع لوسائل النقل:

- حجز مباشر: تقديم خدمة الحجز المباشر لوسائل النقل المستدامة، مثل حجز تذاكر القطارات أو الحافلات الكهربائية.
- نظام دفع رقمي: توفير نظام دفع رقمي مدمج في التطبيق لتسهيل عملية الدفع للمسافرين.

### 3.3 العروض والتخفيضات:

- عروض خاصة: تقديم عروض وتخفيضات حصريّة للمستخدمين الذين يختارون وسائل النقل المستدامة.
- برامج مكافآت: إنشاء برامج مكافآت تحفز المسافرين على استخدام وسائل النقل المستدامة من خلال كسب نقاط أو تخفيضات.

### 4.3 توفير خرائط ومسارات سياحية مستدامة:

- خرائط سياحية مستدامة: تقديم خرائط سياحية تظهر الخيارات المستدامة للتنقل في المدينة أو المنطقة.
- مسارات سياحية مستدامة: توفير مسارات سياحية تشمل وسائل نقل مستدامة، مما يمكن المسافرين من استكشاف المعالم السياحية بطريقة مستدامة.

### 5.3 تقديم معلومات بيئية وثنائية:

- معلومات بيئية: توفير معلومات عن تأثير وسائل النقل المستدامة على البيئة، وكيفية المساهمة في الحفاظ عليها.
- محتوى تثقيفي: تقديم مقالات ومواد تثقيفية عن استخدام وسائل النقل المستدامة وفوائدها.

### المبحث الثاني: عرض تجارب دولية في مجال السياحة الرقمية.

شكلت مؤخرًا السياحة الرقمية محل اهتمام العديد من دول العالم، وهذا ما جعلها تعتمد عليها الدول للنهوض بقطاعها السياحي، حيث أصبحت توفر العديد من الخيارات أمام السائحين قبل التخطيط لأي نشاط سياحي، كما عملت على زيادة نسبة الإقبال في المناطق السياحية المتنوعة وأعطت المجال للسائحين للتعرف على مناطق سياحية جديدة قبل التوجه إليها، والتي لم يقوموا بزيارتها من قبل، حيث يستطيع السائح معرفة جميع مزايا المنطقة السياحية وجميع الخدمات السياحية المعروضة، ولمعرفة المزيد حول الموضوع استعنا بتجارب دولية رائدة في مجال السياحة الرقمية كالتجربة المصرية والمملكة العربية السعودية والمملكة الأردنية ومدى تحقيقها لتنمية سياحية مستدامة من خلال استراتيجيتها الفعالة، والتي كانت سباقة في ذلك كونها حققت أشواط متقدمة في هذا المجال.

#### المطلب الأول: التجربة المصرية.

تتجه مصر في الوقت الحالي إلى تحول رقمي، والذي أصبح ضروري في جميع القطاعات، ولاسيما في القطاع السياحي في مختلف فروعها من فنادق ومطاعم ومتاحف وهيئات سياحية الغرض من وراء ذلك الاسراع في ادخال التكنولوجيا الحديثة من خلال الابداع بهدف تحسين في اتخاذ القرار والتقليل من البيروقراطية بسبب الاخطاء البشرية وتحسين كفاءة المعاملات والخدمات مع ترشيد النفقات، فرقمنة القطاع السياحي في مصر يساهم في اعطاء قيمة مضافة للاقتصاد والتحول إلى اقتصاد رقمي من الناحية التقنية والادارية والتسويقية، مما يسمح بمواكبة الاقتصاد العالمي.

#### الفرع الأول: واقع التنمية السياحية المستدامة في مصر.

تماشيا مع الأهداف الأمية للتنمية السياحية المستدامة وعلى ضوء المستجدات والأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للنشطين السياحيين، إضافة إلى المقومات السياحية التي تمتاز بها مصر، فهي تسعى إلى جعل السياحة مصدر مهم من مداخلها، وذلك بتعظيم العائد من خلال تهيئة البيئة المؤسسية، ولاسيما ادخال التحول الرقمي ومراجعة النظم التشريعية الداعمة لمواكبة الأسواق الداخلية والخارجية، وتعزيز القدرة التنافسية للمقصد السياحي المصري، وتعظيم المنافع التي تعود عليها.

#### 1. المقومات السياحية:

تعد مصر من أهم مناطق الجذب السياحي في العالم، فهي تمتلك كنوز سياحية متعددة أهمها الحضارات المصرية القديمة والسياحة الثقافية مع أنماط مميزة من الطبيعة والسلوكيات والعادات والتقاليد، وغيرها من المناطق الطبيعية والشواطئ الفريدة على ساحلي البحرين الأحمر والمتوسط، والمحميات الطبيعية إلى جانب المنتج السياحي

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

الثقافي القديم وامتلاكها لإرث حضاري وثقافي شاهدا على كل فترات التاريخ التي تعاقبت على مصر خلال آلاف السنين، مع بنية تحتية حديثة ومختلف المرافق والمنشآت السياحية والفندقية، مما جعلها من بين أهم المقاصد السياحية على مستوى العالم، ومن بين هذه المقومات ما يلي: (خالد، 2020)

### 1.1 المقومات الطبيعية:

تتمثل المقومات الطبيعية في كل العناصر الطبيعية وتتمثل في الموقع والمناخ والتضاريس وبما تحويه من جبال وهضاب وسهول ووديان ونبابيع المياه والعيون والأنهار والبحار والبحيرات، حيث تتمثل هذه المقومات فيما يلي:

● **الموقع الجغرافي:** تقع جمهورية مصر في الشمال الشرقي من قارة إفريقيا ولديها امتداد آسيوي، إذ تقع شبه جزيرة سيناء في نطاق قارة آسيا فهي دولة عابرة للقارات وتحد جمهورية مصر العربية شمالا البحر الأبيض المتوسط والبحر الأحمر شرقا وليبيا غربا والسودان جنوبا، كما تتميز بتضاريس ومظاهر متنوعة، حيث يشغل وادي النيل والدلتا حوالي 4% من مساحة مصر، وتشغل الصحراء الشرقية حوالي 22% من مساحة مصر، وتشغل الصحراء الغربية حوالي 68% من مساحة مصر، وتشغل شبه جزيرة سيناء حوالي 6% من مساحة مصر، وهذا التنوع الفريد جعلها مناطق جاذبة للسائحين من مختلف دول العالم، مما أدى إلى زيادة أهميتها السياحية.

● **المناخ:** تمتاز مصر بالتنوع المناخي فيسود مناخ حوض البحر الأبيض المتوسط في شمال مصر، والذي يكون فيه الجو حاراً وجافاً في الصيف، ومعتدلاً شتاءً، بينما تقع بقية مناطق مصر في المنطقة الجافة هذا التنوع المناخي جعل لمصر ميزة تنافسية إيجابية وذلك حيث تتوافر جميع الأنماط السياحية علي مدار العام.

● **نهر النيل:** يمثل النيل شريان الحياة لمصر، فقد ربط النيل مصر بمختلف أقاليمها كما أن له أهمية بالغة في تطور وازدهار الحركة السياحية وخصوصاً في فصل الشتاء، حيث يجذب السائحين من جميع أنحاء العالم الباحثين عن المتعة والاسترخاء ومشاهدة المعالم الأثرية في جولات نهر النيل وتجوب القاهرة.

● **الشواطئ البحرية:** تمتلك مصر شريط ساحلي بحوالي 700 كم، ما يقرب من 30% من مجموع السواحل المصرية وتساهم هذه الشواطئ في دعم حركة السياحة الدولية الوافدة إلى مصر.

### 2.1 مقومات أثرية ودينية:

● **أهرامات الجيزة:** تعد أهرامات الجيزة أحد أهم وأقدم المعالم الأثرية في مصر، وتضم ثلاثة أهرامات وهي: الهرم الأكبر خوفو، والهرم الأوسط خفرع والهرم الأصغر منقورع، وتقع في منطقة الجيزة في الضفة الغربية من نهر النيل.

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

- **المعابد:** تحتوى جمهورية مصر على العديد من المعابد القديمة تجعلها من أشهر المعالم التاريخية من بينها معبد الكرنك، معبد أبو الهول، معبد فيلة، معبد أبيدوس.
- **جامع الأزهر الشريف:** يعد من أقدم المساجد ومنارة العالم الإسلامي فهو بمثابة جامع وجامعة، وقد أمر ببنائه الخليفة المعز بدين الله الفاطمي وقام ببنائه جوهر الصقلي في القرن العاشر الميلادي عندما فتح القاهرة.

### 3.1 المقومات الفنية والتشريعية:

تتمثل في الهيئات السياحية المختلفة، والتي تعد الركيزة الأساسية لتنظيم العمل السياحي المصري، وهي هيئة التنشيط السياحي والتي بدأ التفكير في إنشائها عام 1957م، وهيئة التنمية السياحية.

### 4.1 المقومات الاجتماعية والحضارية:

تتميز مصر بحسن الكرم والضيافة والترحيب بالضيوف، فكل هذا يجعل السائح يشعر بالود والطمأنينة مما يجعلها وجهة سياحية مميزة، بالإضافة إلى العديد من المقومات الحضارية الحديثة المتمثلة في المشروعات الضخمة ومنها مكتبة الإسكندرية، السد العالي، دار الأوبرا المصرية والعديد من المتاحف وغيرها.

### 2. مؤشرات التنمية السياحية المستدامة:

تسعى الدولة إلى توفير تحسين وتطوير القطاع السياحي من خلال توفر مجموعة من المؤشرات، التي تساعد على النهوض بقطاع السياحة والسفر وتحقيق أهداف التنمية السياحية المستدامة ومنافسة المنتج الأجنبي. (شاهين، 2023)

### 1.2 البيئة التمكينية:

احتلت مصر المرتبة 33 عالميا، ويتفرع من هذا المؤشر خمس مؤشرات حاكمة، وذلك على النحو التالي:

- **بيئة الأعمال:** يعبر هذا المؤشر عن السياسات الخاصة بتنظيم إدارة الأعمال في الدولة، حيث احتلت مصر المرتبة 70 عالميا، وتقاس سياسة مدى التنافسية والضرائب من خلال حجم الاستثمارات المباشرة الخارجية.
- **الموارد البشرية وسوق العمل:** يقيس هذا المؤشر مدى جودة وتحسين جهود تطوير التدريب والتعليم في مصر ودور المرأة في المساهمة في سوق العمل واستجابتها لاحتياجات السوق، حيث حصلت مصر على المرتبة 89 عالميا، لذلك فهي تسعى إلى تحسين مستوى أداء المؤسسات السياحية ككل من خلال تحسين مستوى جودة الخدمات التي تقوم بتقديمها في سوق العمل السياحي، وذلك من خلال برامج التدريب في قطاع السياحة. (النشار، 2021)

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

● **جودة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات:** يعبر هذا المؤشر عن مدى جاهزية الدولة للبنية التحتية في مجال التكنولوجيا، حيث يساهم توفير الخدمات للسائحين عبر شبكه الأنترنت في تحسن مؤشر التنافسية للسفر والسياحة، مثل حجز تذاكر السفر والغرف الفندقية، حيث حصلت مصر على المرتبة 86 عالميا لتحسين مستوى خدمات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات داخل الفنادق والمنتجعات السياحية بما يضمن تقديم أفضل الخدمات للزوار والسائحين بأعلى مستوى من الجودة والكفاءة والاستمرارية، بالإضافة إلى إمكانية استخدام التقنيات الحديثة للترويج السياحي لمصر في المحافل والمعارض الدولية السياحية والأثرية.

● **النظافة والصحة:** يقيس هذا المؤشر جودة القطاع الصحي في الدولة ومدى قدرته على معالجة السائح في حال إصابته بأي مرض، بالإضافة إلى توفير بيئة صحية نظيفة ومريحة للسائحين مثل جودة مياه الشرب والصرف الصحي، حيث حلت مصر في المرتبة 90 عالميا.

● **الأمن والسلامة:** يعتبر مؤشر الأمن والسلامة من بين أحد أهم المؤشرات الخاصة بالتنافسية والسفر والسياحة، حيث يقيس هذا المؤشر معدل انتشار معدلات الجريمة والإرهاب والعنف ودرجة استجابة أجهزة الأمن في الدولة في حماية أفراد، حيث حلت مصر في المرتبة 112 عالميا، لذلك حرصت مصر على التخطيط لاستراتيجية فعالة لتنمية السياحة بهدف الوصول إلى الأهداف المسطرة، لهذا السلطات حريصة على توفير عوامل الأمن والأمان والسلامة للسائح وتنفيذ الحملات التحسيسية.

### 2.2 السياسات والظروف التمكينية للسفر والسياحة:

سجلت مصر درجة 45 من 140 دولة، ويتفرع منها أربع مؤشرات حاكمة، وذلك على النحو التالي:

● **التنافسية السعرية:** يقيس هذا المؤشر مدى جذب السائحين والمستثمرين بسبب تكلفة السفر المنخفضة، حيث تعد من عناصر الجذب السياحي والاستثمارات في قطاع السفر والسياحة، ويقيس هذا المؤشر قيمة الضرائب على تذاكر الطيران وأسعار الإقامة في الفنادق وتكلفة التنقل والمعيشة والقوى الشرائية لعملة الدولة، حيث اضطرت العديد من المنشآت السياحية إلى الدخول في سباق تخفيض أسعار خدماتها من أجل استقطاب السياح مع تخفيض المصاريف، ولقد حصلت مصر على المرتبة 3 عالميا.

● **أولوية قطاع السفر والسياحة:** يقيس هذا المؤشر مدى اهتمام الدولة بالقطاع السياحي وجعله في مقدمة أولوياتها الأمر الذي يظهر في تخصيص موارد مالية لإنجاز مشاريع تنموية كالعاصمة الإدارية والعلمين وغيرها، وتبني سياسات مستقرة تجذب الاستثمارات إلى جانب حملات اشهارية لجذب السائحين، حيث حصلت مصر

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

على المرتبة 31 عالمياً، فقد قامت بالاهتمام بالمشاريع الاستثمارية في القطاع، ولاسيما الفنادق الفاخرة ببعض المناطق مثل منطقة غرب القاهرة، التي تقع بالقرب من منطقة الأهرامات، بالإضافة إلى تحسين مناخ الاستثمار بتبني سياسة استثمارية لجذب المزيد من الاستثمارات المحلية والأجنبية.

● **الاستدامة البيئية:** يقاس هذا المؤشر بمدى اهتمام الدولة بالبيئة من خلال القوانين البيئية التي وضعتها لحمايتها من أجل خلق بيئة نظيفة وكل ما يتعلق بالاقتصاد الأخضر والتنمية المستدامة في الصناعات المتعلقة بقطاع السياحة والسفر، حيث تبنت مصر استراتيجية متميزة للاستدامة البيئية من خلال حرصها على حماية البيئة الطبيعية والمحافظة عليها بتفعيل القوانين الصارمة التي تساعد على ذلك، وعبر الإعلام المتميز يتم تعزيز الوعي المجتمعي اتجاه السلوك البيئي المسؤول، وتهتم المؤسسات الرسمية وغير الرسمية بالإدارة الفعالة لاستهلاك الموارد خاصة الماء والطاقة، كما تحرص على الحد من النفايات والغازات المنبعثة من عمليات الإنتاج وتحسين نوعية الهواء، إذ الدولة تؤكد على بناء الشراكات مع كافة المنظمات التي تجعل الأهداف البيئية في مقدمة أولوياتها، حيث حصلت مصر على المرتبة 31 عالمياً.

● **الانفتاح الدولي:** يقاس هذا المؤشر مدى انفتاح مصر على العالم، حيث حصلت مصر على المرتبة 124 عالمياً، كما يعكس هذا المؤشر مدى قدرة قطاع السياحة على الانفتاح الدولي سواء من ناحية منافسة المنتج السياحي الأجنبي في الأسواق الدولية أو من ناحية تسهيل إجراءات انتقال السياح دون قيود، كما قامت السلطات باستحداث تأشيرة إلكترونية لبعض الجنسيات كخطوة إيجابية تسهل دخول السياح، فقد سعت مصر إلى إبرام اتفاقيات تعاون متعددة لتسهيل الانتقال للسائحين.

### 3.2 البنية التحتية:

سجلت مصر المرتبة 76 من 140 دولة، ويتفرع منها ثلاثة مؤشرات حاكمية، وذلك على النحو التالي:

● **البنية التحتية للنقل الجوي:** بدأت الدولة المصرية في تسهيل عملية الوصول إلى المطارات، من خلال تدشين خطوط طيران جديدة وأخرها استعادة حركة الطيران مع الصين من ثلاث مدن، وفتح مطارات دولية ومحلية لربط المقاصد السياحية المصرية والأسواق المستهدفة مثل مطار "سفنكس"، وتمتلك مصر ما يقرب من 27 مطاراً بسعة 30 مليون راكب، وقدمت مصر تسهيلات للحصول على التأشيرة السياحية، حيث يقاس المؤشر جودة البنية التحتية للطيران سواء داخل البلاد أو خارجها، وكذلك وسائل النقل الجوي المتاحة من حيث عدد الرحلات في الداخل والخارج، وكتافه كل رحلة، ومدى ربط المطارات بمختلف الجهات وعدد خطوط الطيران،

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

التي تساعد السائحين على التنقل من مكان لآخر بسهولة وسرعة، سواء خارجياً أو داخلياً، حيث حصلت مصر على المرتبة 55 عالمياً.

● **البنية التحتية للنقل البري والبحري:** يقيس هذا المؤشر البنية التحتية ومدى توفرها على شبكة طرق النقل المختلفة بنية من سكك حديدية، وموانئ تستجيب للمعايير العالمية للسلامة والأمن وفعاليتها في تسهيل حركة السياحة داخل البلاد، مما ينعكس على جذب السياح، فقد قامت الحكومة المصرية خلال التسع سنوات الماضية بتنفيذ مشروع قومي لتطوير البنية التحتية للطرق، ركز على تحسين جودة الطرق والمحاور المرورية وزيادة قدرتها التحملية، تهدف هذه الجهود إلى تحديث وتطوير شبكة الطرق لتحسين المظهر الحضري للبلاد، بالإضافة إلى أن تحسين البنية التحتية يعكس رؤية الدولة وقدرتها على المنافسة على المستوى العالمي، وتحقيق التنمية المستدامة، حيث حصلت مصر على المرتبة 64 عالمياً.

● **البنية التحتية للخدمات السياحية:** يتعلق هذا المؤشر بمدى تطوير الطاقة الفندقية والذي ارتفع بالفعل خلال الفترة من 2018 – 2022 بمعدل نمو سنوي من 0,5% إلى 1,9%، وارتفع عدد الغرف الفندقية من 203000 غرفة إلى 211610 غرفة، وتعمل الدولة على الوصول إلى 290000 غرفة، من خلال التعاون مع القطاع الخاص والعمل على تحقيق التوازن الجغرافي للغرف الفندقية في المحافظات السياحية، مع إضافة الأنشطة الترفيهية للمساهمة. (العمرى، 2023). حيث حصلت مصر على المرتبة 95 عالمياً.

يقوم هذا المؤشر بإحصاء عدد الفنادق والخدمات السياحية المتاحة المتصلة بها من حيث توافر سيارات الأجرة ووسائل النقل العام، وكذلك توافر وتنوع ماكينات السحب الإلكتروني.

### 3. الموارد الطبيعية والثقافية:

حصلت مصر على المرتبة 33 عالمياً، ويتفرع منها مؤشران حاكمان، وذلك على النحو التالي:

#### 1.3 الموارد الطبيعية:

يعبر هذا المؤشر عن المناظر الخلابة الطبيعية والأماكن التراثية الأثرية والبيئية الغنية داخل البلاد إضافة إلى الحدائق والمتنزهات العامة، حيث تعتبر الحدائق والمساحات المفتوحة الآن مواقع للتراث الثقافي، ومن وظائفها توعية السكان المحليين بقيمة التراث الثقافي للموقع من خلال الكتيبات، ولوحات المعلومات، والجولات السياحية، كما أنها تسهم في السياحة، حيث حلت مصر في المرتبة 69 عالمياً.

### 2.3 الموارد الثقافية والسفر لغرض العمل:

يعكس هذا المؤشر مدى توفر المصادر الثقافية في البلاد والإمكانات المتاحة لاستضافة مختلف الأحداث الدولية الرياضية أو الثقافية مثل عدد المنشآت الرياضية، التي تستوعب الأحداث العالمية مثل كأس العالم، أو المتاحف العالمية، أو المؤتمرات الدولية، حيث حصلت مصر على المرتبة 22 عالمياً.

#### الفرع الثاني: الخدمة العمومية للقطاع السياحي في مصر.

تتم هذه المنصة العمومية في جمهورية مصر بتقديم كافة التسهيلات السياحية في شكل رقمي من أجل تحقيق تنمية سياحية في ظل بيئة مستدامة (والاثار، 2023).

### 1. الشركات والمنشآت الفندقية السياحية:

#### 1.1 تراخيص شركات السياحة:

تعتمد التراخيص التي تحتاجها إدارة شركة سياحية في مصر على الخدمات التي تقدمها (مثل النقل والإقامة والوجبات) ومكان وجودها، إذ يوجد هناك قوانين حكومية تنطبق على الأنشطة التجارية ويجب أن تكون على دراية بالمتطلبات التي تنطبق على عمل الشركات السياحية، حيث تتيح الإدارة العامة تراخيص شركات السياحة للمتعاملين معها طلب الخدمات مثل استخراج ترخيص شركة سياحة؛ استخراج ترخيص إنشاء فرع لشركة سياحة؛ تعديل بيانات ترخيص شركة سياحة أو فرع؛ استخراج صورة طبق الأصل من ترخيص شركة سياحة أو فرع؛ إيقاف مؤقت لنشاط شركة سياحة أو فرع؛ إنهاء ترخيص شركة سياحة أو فرع؛ تقديم إخطار بالبرامج السياحية الخاصة بالأفواج القادمة إلى مصر؛ تقديم إخطار ببيانات السائحين الوافدين عن طريق شركة السياحة؛ الموافقة على إصدار مطبوعات أو نشرات أو أدلة سياحية؛ تسجيل بيانات العاملين بشركة السياحة؛ الموافقة على إصدار تصاريح المنافذ لمدوبي شركة السياحة؛ الموافقة على إصدار تصريح بعمل أجنبي في شركة السياحة.

كما يوجد بعض آليات وضوابط السياحة الصحراوية في مصر، والتي يقتصر فيها التعامل مع شركات السياحة المرخص لها من الوزارة فقط على أن تقوم بتقديم طلب لتنفيذ برنامج رحلة سياحة صحراوية (مبيت يوم واحد) إلى الوزارة مرفق به مجموعة من المستندات كالبرنامج التفصيلي للرحلة وفقاً لخطوط السير المصدق عليه والمخطط الزمني للتنفيذ وخط سير الرحلة بالتفصيل (الأيام والتواريخ، أماكن المخيمات، الإحداثيات، المسافة بالكيلومتر) وخريطة موضح بها (خط سير الرحلة، أماكن المخيمات، عدد الأيام)، وبيان بأسماء السائحين والمصريين باللغة العربية والإنجليزية، بيان بأسماء المشتركين متضمنة (سائقين، مساعدين، فنيين، إداريين) والأوراق القانونية للعربات المشتركة (تراخيص سارية، شهادة الصلاحية الفنية، صورتين فوتوغرافيتين حديثة لها).

## 2.1 تراخيص المرشدين السياحيين:

يحتاج الفرد الذي يقدم شخصيا أي خدمات إرشادية للسائح مقابل أجر إلى رخصة مرشد سياحي، حيث يجب على أي شخص يرغب في أن يكون مرشدا سياحيا مرخصا الخضوع لدورة الدليل السياحي، ويمتلك لمؤهلات مهارات ذات الصلة بالقطاع السياحي قبل أن يتم إصدار رخصة مرشد سياحي، إذ تتيح الإدارة العامة للمرشدين السياحيين للمتعاملين معها طلب عدة خدمات مثل استخراج ترخيص بمزاولة مهنة الإرشاد السياحي؛ تجديد الترخيص بمزاولة مهنة الإرشاد السياحي؛ الالتحاق بامتحان الإرشاد السياحي؛ تعديل بيانات ترخيص الإرشاد السياحي؛ شهادة خبرة لمرشد سياحي مُقيد؛ الالتحاق بدورة تدريبية؛ إضافة لغة أجنبية لمرشد سياحي؛ تصاريح الترجمة للأجانب؛ إيقاف ترخيص الإرشاد السياحي بشكل مؤقت.

## 3.1 تراخيص النقل السياحي:

تتيح الإدارة العامة للنقل السياحي للمتعاملين معها طلب خدمات متنوعة مثل استخراج ترخيص مركبة سياحية؛ تجديد ترخيص مركبة سياحية؛ نقل ملكية مركبة سياحية؛ الموافقة على استخراج إفراج جمركي لمركبة سياحية؛ تسجيل الفحص السياحي لمركبة سياحية؛ تسجيل بيانات سائق مركبة سياحية؛ تعديل بيانات سائق مركبة سياحية.

## 4.1 البوابة المصرية للعمرة:

تختص البوابة المصرية للعمرة بتنظيم شؤون رحلات العمرة، وتقديم الخدمات اللازمة لشركات السياحة، وفقا لأحكام القانون رقم 72 لسنة 2021 المتعلق بإنشاء البوابة المصرية للعمرة وتنفيذ الشركات السياحية رحلات العمرة، مثل طلب توثيق العقود مع الوكلاء السعوديين؛ إنشاء برنامج العمرة؛ تسجيل بيانات المعتمرين؛ طلب مراجعة واعتماد برنامج العمرة؛ إصدار الكود التعريفي للمعتمر.

## 5.1 تراخيص المنشآت الفندقية:

تتيح الإدارة العامة لتراخيص المنشآت الفندقية للمتعاملين معها طلب عدة خدمات كاستخراج موافقة مبدئية لمشروع منشأة فندقية تحت الإنشاء؛ تجديد موافقة مبدئية لمشروع منشأة فندقية تحت الإنشاء؛ تعديل موافقة مبدئية لمشروع منشأة فندقية تحت الإنشاء؛ استخراج ترخيص تشغيل منشأة فندقية جديدة؛ استخراج ترخيص مؤقت لتشغيل منشأة فندقية جديدة بصفة عرضية؛ تجديد ترخيص منشأة فندقية؛ تعديل بيانات ترخيص منشأة فندقية؛ تعديل بيانات المرخص له بتشغيل منشأة فندقية؛ إيقاف مؤقت لنشاط منشأة فندقية؛ إعادة فتح منشأة فندقية أو أحد مرافقها الخدمية؛

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

كما تتيح الإدارة العامة للرقابة والتفتيش على المنشآت الفندقية للمتعاملين معها طلب عدة خدمات كتحسين منشأة فندقية؛ رفع الدرجة السياحية لمنشأة فندقية؛ تظلم منشأة فندقية من التقييم أو التخفيض؛ الموافقة على استخراج أو تجديد تصريح لمدوب منشأة فندقية بدخول الدائرة الجمركية؛ اعتماد أسعار تقديم الخدمات (الإقامة، الوجبات، المشروبات) بمنشأة فندقية؛ الموافقة على إقامة (حفل، مؤتمر، معرض) بمنشأة فندقية.

### 6.1 ترخيص المحال السياحية:

تتيح الإدارة العامة لتراخيص المحال السياحية للمتعاملين معها طلب مجموعة من الخدمات كاستخراج ترخيص مؤقت بإقامة محل سياحي (مطعم، كافيتريا) بصفة عرضية؛ استخراج ترخيص محل سياحي؛ إضافة نشاط ترفيهي أو خدمي ملحق بالمحل السياحي تجديد ترخيص محل سياحي، تعديل بيانات ترخيص محل سياحي، إعادة فتح محل سياحي، إيقاف مؤقت لنشاط محل سياحي، التنازل عن ترخيص محل سياحي، استخراج ترخيص مدير، مشرف محل سياحي، تجديد ترخيص مدير، مشرف محل سياحي، طلب إلغاء ترخيص محل سياحي.

### 7.1 ترخيص مراكز الغوص والأنشطة البحرية:

تتيح الإدارة العامة للغوص والأنشطة البحرية للمتعاملين معها طلب خدمات استخراج ترخيص، وكذا تجديد ترخيص مركز غوص، مركز أنشطة بحرية، يخوت ومنشآت سياحية؛ واستخراج ترخيص مؤقت بإقامة مركز غوص، مركز أنشطة بحرية، يخوت ومنشآت سياحية بصفة عرضية؛ اعتماد آلية إصدار بطاقة مزاولة المهنة للعاملين في مركز غوص، مركز أنشطة بحرية، يخوت ومنشآت سياحية.

### 8.1 تراخيص محال العاديات والسلع السياحية:

تتيح الإدارة العامة للعاديات أي التذكارات والسلع السياحية والهدايا (التمائيل الفرعونية المقلدة، المصنوعات الخشبية والجلدية) (السيسي، 2015) للمتعاملين معها طلب عدة خدمات كاستخراج ترخيص مؤقت لمحل العاديات والسلع السياحية؛ استخراج ترخيص دائم لمحل العاديات والسلع السياحية؛ استخراج ترخيص مؤقت بإقامة محل العاديات والسلع السياحية بصفة عرضية؛ تعديل بيانات ترخيص محل العاديات والسلع السياحية؛ إعادة فتح محل العاديات والسلع السياحية في حالة صدور قرار بالغلاق الإداري، التنازل عن ترخيص محل العاديات والسلع السياحية؛ إخطار بوفاة المرخص له، استخراج ترخيص مدير، مشرف محل العاديات والسلع السياحية؛ إلغاء ترخيص محل العاديات والسلع السياحية.

## 2. خدمات المواقع الأثرية والمتاحف:

### 1.2 شراء تذاكر الزيارة:

تتيح وزارة السياحة والآثار إمكانية شراء التذاكر إلكترونياً باستخدام البطاقة البنكية لزيارة 35 موقع أثري ومتحف آثار مفتوح، إضافة للمزيد من المواقع والمتاحف تبعاً لأسعار تذاكر زيارتها.

### 2.2 شراء تصاريح الزيارة المجمعة:

في إطار دفع وتنشيط حركة السياحة الداخلية والثقافية الوافدة إلى مصر، ورفع الوعي السياحي والأثري للمواطنين بمختلف الفئات العمرية، يُصدر المجلس الأعلى للآثار مجموعة من تصاريح الزيارة المجمعة والسنوية، والتي تتيح دخول كافة المواقع الأثرية والمتاحف التابعة للمجلس والمفتوحة بأسعار مخفضة، وإدارة العلاقات الثقافية الخارجية بالمجلس، شراء مختلف التصاريح كتصاريح الزيارة السنوية للمواقع الأثرية والمتاحف، تصاريح لتلاميذ المدارس؛ تصاريح لطلاب الجامعات من المصريين والعرب والأجانب المقيمين، تصاريح للمصريين والعرب المقيمين، تصاريح للأجانب المقيمين، تصاريح للعاملين في المنظمات الدولية والسفارات بالقاهرة؛ تصاريح الزيارة المجمعة والمحددة بمدة معينة.

### 3.2 استخراج تصاريح التصوير:

يتيح المجلس الأعلى للآثار التصوير الشخصي وغير التجاري (التذكاري) للمصريين والأجانب المقيمين والسائحين بالهواتف المحمولة وكاميرات التصوير الفوتوغرافي التقليدية أو الرقمية والفيديو داخل كافة المتاحف والمواقع الأثرية المفتوحة للزيارة (مع عدم استخدام الفلاش في المتاحف والأماكن المغلقة)، ويُقدم المجلس من خلال إدارة العلاقات الثقافية الخارجية، برسوم وضوابط الخدمات التالية:

- التصوير الفوتوغرافي وتصوير الفيديو التجاري والدعائي للتلفاز والسينما بالمناطق الأثرية والمتاحف، وكذلك باقات يومية وأسبوعية وشهرية لهذا النوع من التصوير؛
- التصوير الفوتوغرافي في جميع المناطق الأثرية المفتوحة للزيارة والمتاحف المسموح بها؛
- تصوير الآثار فوتوغرافياً للباحثين والدارسين والصحفيين.

## 4.2 إقامة الأنشطة والفعاليات:

في إطار إقامة الأنشطة والفعاليات تتيح إدارة العلاقات الثقافية الخارجية بالمجلس الأعلى للآثار للمتعاملين معها طلب الخدمات وإقامة الأنشطة والفعاليات بالمواقع الأثرية والمتاحف، إقامة عقد القران ببعض المساجد الأثرية؛ إقامة المؤتمرات بالقاعات الملحقة ببعض المواقع الأثرية والمتاحف. بالإضافة إلى ذلك يوجد عدة خدمات مصاحبة لإقامة الأنشطة والفعاليات كمعابنة محل إقامة النشاط أو الفعالية في مواعيد أو غير مواعيد العمل الرسمية، التجهيز لإقامة النشاط أو الفعالية، الإعلان عن شعارات أو لوجود منتجات أو خدمات أو هيئات أو شركات، خدمة الزيارة الخاصة للمواقع الأثرية والمتاحف في غير مواعيد العمل الرسمية أو المواقع المغلقة.

الفرع الثالث: الاجراءات المتخذة لتطبيق التحول الرقمي لتحقيق سياحة مستدامة.

### 1. تأسيس مصر المنصة الإلكترونية الجديدة EYGATE:

منصة مصر الرقمية هي شركة لتسويق مصر بصورة غير تقليدية، باستخدام أحدث التقنيات العالمية، وأنشأت "إيجي جيت" كإحدى شركات صندوق تحيا مصر، والتي تعمل على تعزيز جميع الموارد السياحية والصناعية والزراعية والتكنولوجية والبشرية المصرية، كما تعمل على رقمنة وتكامل وتسويق كل مورد من موارد مصر. (إبراهيم م.، 2019)

أول محور هو التكامل ما بين الآثار والثقافة والبيئة والسياحة والطيران في محور واحد على منصة رقمية تقوم بالتسويق باستخدام أحدث التقنيات العالمية، منها التقنيات التي تشير إلى جميع البيئات الواقعية والظاهرية (XR) التي يتم إنشاؤها بواسطة الكمبيوتر وكذلك الواقع المعزز والواقع الافتراضي (VR, AR) ومنصة حجز مع تفعيل الشمول المالي، أما المحور الثاني فهو التسويق والتجارة الإلكترونية بالتكامل ما بين المشروعات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة والكبيرة والتكامل مع مكاتب التمثيل التجاري في دول العالم وإتاحة الفرص التصديرية والتنسيق مع المكاتب الخارجية وكل الأسواق العالمية، في حين المحور الثالث يتعلق بالشباب، حيث يتم دمجهم في المنظومة الاقتصادية للدولة بتدريبات بغرض توفير مليون فرصة عمل غير تقليدية في مجال التسويق والتجارة والسياحة الإلكترونية.

### 2. وضع خرائط جغرافية إلكترونية تتضمن المدن السياحية المصرية:

تم وضع خرائط إلكترونية لجمهورية مصر الجديدة وبأفكار واستراتيجية مختلفة لنمو شامل وبنية تحتية بطراز دولي وخلق منتج سياحي جديد شمل مدن ومشاريع عالمية، حيث بذلت مصر جهد كبير لتطوير استراتيجية جغرافية سياحية جديدة، والتي تشمل سبعة مشاريع ومدن سياحية جديدة تغير خريطة السياحة الجغرافية.

لقد أصبحت المدينة الجديدة مصدر جذب السياح من داخل وخارج مصر، حيث جذبت مدينة العالمين الجديدة سياح مثل السائح العربي، وأيضاً عدة أسواق أجنبية، والآن أصبحت مرتبطة بالبحر الأبيض المتوسط بسبب منطقة العالمين الجديدة، التي وضعتها مصر مع منطقة العين السخنة "الجملالة" ضمن أجندة الترويج السياحي، وتتوقع إقبال المزيد من السياح إلى المنطقتين خصوصاً وأتھما تتمتعان بسحر وجمال لا يوصف، وعوامل ترفيه وخدمة سياحية بجودة عالية تشمل الخريطة الأماكن السياحية في المدن وقرى مصر (القاهرة، الاسكندرية، شرم الشيخ، الغردقة، الاسماعلية، القصر).

### 3. وضع تطبيقات نظم المعلومات الجغرافية في التخطيط السياحي:

تبنى نظم المعلومات الجغرافية (GIS) على الحاسب الآلي، حيث له مجموعة من المكونات والبرامج إلى جانب العنصر البشري لتشغيله، ويمر بعدة مراحل رئيسية تتمثل في جمع وادخال البيانات وتخزينها واسترجاعها ومعالجتها وعرضها وتقديمها في صورة بيانات وخرائط، من الممكن أن تكون مجسمة D3 التي تمثل الواقع المراد التخطيط له.

عموماً تدعم نظم المعلومات الجغرافية أنشطة التخطيط المختلفة كإدارة الكهرباء، المياه، المجاري، الغاز، الاتصالات السلكية، خدمات الكابل باستخدام قدرات معينة مثل إدارة الأعمال، تحليل المشكلات، تحليل أنظمة الخطوط، تحديد المواقع وتحليل ضغط وتدفق الشبكة، كشف التسرب.

كما يعد استخدام تطبيقات نظم المعلومات الجغرافية تقنية فعالة للقيام بالعديد من المهام في التخطيط السياحي، من خلال تحليل وتخزين ومعالجة وإخراج البيانات والمعلومات المكانية وربطها بالمعلومات الوصفية في شكل نماذج وخرائط وبيانات مرئية تساعد المخططين وصانعي قرار التخطيط السياحي السليم في المناطق السياحية المراد تطويرها وتنميتها، بالإضافة إلى أنها فرصة حقيقية لإنقاذ ما يمكن إنقاذه من البيانات والخرائط المتبقية قبل تلفها بالكامل وحفظها من خلال برامج (GIS)، والذي أصبح عنصر هام ورئيسي يستند عليه التخطيط السياحي، نظراً لكونه يعتمد على قاعدة أساسية من البيانات والمعلومات التي يحتاجها في عمليات تنمية

### السياحة في المواقع السياحية. (yasminayy, 2012)

- ومن بين فوائد تطبيقات نظم تكنولوجيا المعلومات الجغرافية في التخطيط السياحي، نذكر ما يلي:
- توفير المعلومات لصانعي القرارات، بالإضافة إلى اتخاذ إجراءات مبنية على معلومات دقيقة وحديثة، وهو ما ينعكس على التخطيط السياحي في تشجيع الاستثمارات السياحية؛
  - ربط الخرائط والبيانات في إطار نظام واحد بطريقة دقيقة وفعالة من أجل حصر وتطوير المرافق وشبكات

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

الطرق والخدمات الأخرى في المواقع السياحية؛

- تكوين أرشيف إلكتروني للمعلومات الجغرافية، من حيث مواقع الأماكن السياحية والبيانات الخاصة بها، والقدرة على حفظ كميات كبيرة من المعلومات، إذ يمكن الاستعانة بها بكل سرعة وسهولة ويسر؛
- يعتبر نظام (GIS) جهاز الأنظار الأساسي في عملية رصد العديد من الظواهر الطبيعية مثل أزمات كوارث طبيعية والتلوث البيئي، حيث يتيح لمتخذي القرار الوصول إلى القرار السريع والمرئي للمعلومات الحيوية عن موقع الأزمة، مما يساعد على تطوير خطط العمل التي تطبع أو ترسل لفريق العمل للتعامل مع الأزمة، وبالتالي يساعد على تنسيق وتفعيل جهود الطوارئ، كما يمكن من خلاله تحديد الموارد الطبيعية، واستقراء الطلب السياحي ووضع الحلول لمعالجة المشاكل، وهو ما يحتاج إليه القطاع السياحي في كافة المواقع السياحية والأثرية؛
- إن استخدامات نظم المعلومات الجغرافية بفاعلية في التخطيط السياحي يساهم بشكل إيجابي في تحديد الاحتياجات المستقبلية، توفير التكاليف مقارنة بالوسائل الأخرى كالتصوير الجوي والمسح الأرضي؛
- تقليص الزمن المستغرق لتحليل المواقع والحصول على النتائج السريعة، وتوفير الجهود المبذولة في عمل الدراسات المماثلة عبر الوسائل التقليدية.

### 4. انشاء الهيئة المصرية العامة لتنشيط السياحة المنصة الرقمية:

أنشأت الهيئة المصرية العامة لتنشيط السياحي في مارس 1981، بموجب قرار رئيس الجمهورية رقم 134، والمعدل بموجب قرار رئيس مجلس الوزراء رقم 1523 لسنة 2020، كهيئة عامة تتبع للوزير المختص بشؤون السياحة، وتهدف إلى رفع معدلات النمو في حركة السياحة الدولية الوافدة إلى مصر، إبراز الصورة الحقيقية لتاريخ مصر الحضاري ونهضتها الحديثة ومقوماتها السياحية المختلفة، العمل على إزالة المعوقات التي تحول دون نمو الحركة السياحية، تشجيع السياحة الداخلية، زيادة الوعي السياحي، وربط المواطنين بترائهم. (والأثار، 2023)

وتختص الهيئة في سبيل تحقيق أهدافها بمباشرة الأنشطة الآتية:

- إبراز تنوع مناطق الجذب السياحي والوجهات السياحية في مصر؛
- تطوير استراتيجيات وبرامج تسويقية لترويج السياحة علي المستويين الدولي والمحلي؛
- إعداد الدراسات والأبحاث والتقارير لقياس وتطوير تجربة السائح في مصر؛
- تقديم الدعم الفني والتسويقي بالتنسيق مع الجهات والمؤسسات ذات الصلة بالقطاع السياحي.

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

كما تقوم الهيئة بتنظيم ورعاية العديد من الفعاليات السياحية، الرياضية، الاجتماعية، الثقافية، الترفيهية، العلمية، وغيرها في الأماكن السياحية والمواقع الأثرية والمتاحف في مصر، لإبراز التنوع في الأنماط والمنتجات السياحية المصرية، والتأكيد على قدرة مصر التنافسية بين مصاف الدول السياحية. وللهيئة موقع ترويجي يهدف إلى التعريف بالمقصد السياحي المصري، وما يتمتع به من مقومات ومنتجات وأنماط سياحية متميزة ومتنوعة ومستدامة، بالإضافة إلى توفير كل ما يحتاج إليه السائح قبل وأثناء السفر من معلومات عن كيفية الحصول على تأشيرة الدخول للدولة، الأماكن السياحية والمواقع الأثرية والمتاحف المفتوحة للزيارة ومواعيد عملها، حالة الطقس، وسائل المواصلات، والعملية المستخدمة داخل الدولة، حتى يتمكن من الاستعداد الجيد لرحلته.

### الفرع الرابع: آفاق وتحديات السياحة الرقمية في مصر.

#### 1. آفاق السياحة الرقمية في مصر:

نظرا لمكانة الوجهة السياحية المصرية التي تحظى بها بين دول العالم، وقصد تعزيز مكائنها جعلتها تهمم بالقطاع السياحي في الحاضر والمستقبل، وبذلك أصبحت تتطلع لمستقبل واعد في مجال السياحة لما له من أهمية كبيرة على الاقتصاد، فقد وضعت مصر برنامجا ثريا تستهدف من خلاله كل النقائص التي كان يعاني منها القطاع وخطت لآفاق السياحة الرقمية والتي تحمل العديد من الفرص، وتشمل عدة جوانب من بينها ما يلي:

#### 1.1 تعزيز التسويق الرقمي:

تسعى مصر للاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي والحملات الاعلانية بالشكل الرقمي قصد تعزيز الوجهات السياحية في مصر وجذب أكبر عدد من السياح، كل هذا يدخل في التسويق السياحي الرقمي الذي يعتبر عاملا أساسيا لتحقيق التنمية السياحية نظرا لما يقوم به من دور كبير في الترويج السياحي والخدمات السياحية بصفة عامة، ومن هذا المنطلق فإن التسويق السياحي من خلال الدعاية والإعلان يشكل امرا ضروريا في هذا الاتجاه يعتمد على الرضا النفسي والمتعة من أجل خلق رغبات ودوافع استهلاك المنتج السياحي وتوسيع السوق السياحية وجذب أكبر عدد ممكن من طالبي هذه الخدمات، حيث يتمركز عمل القطاع السياحي في يومنا هذا حول المستهلك وتجربته، إذ تتم دراسة سلوك واتجاهات الزوار ليتم بعد ذلك توجيه خدمات السفر وتطويرها بناء على أفضليات الزبائن، يقوم وكلاء السياحة والسفر في الأسواق المصدرة للسياحة بتطوير تقنيات تسويقية جديدة ومتقدمة لشرائح وأنماط سياحية مختلفة. (wppit, 2024).

كما قامت الحكومة المصرية بصياغة استراتيجية علمية فعالة للتسويق الرقمي تهدف من خلالها رسم سياسة عامة تهدف إلى توسيع الأسواق المستهدفة من بينها العمل على البحث عن فرص في الأسواق العربية؛ التوسع والتركيز على الأسواق الأوروبية الرئيسية؛ العمل على نمو الحصة السوقية الإفريقية والآسيوية؛ تنفيذ أسلوب التسويق المحلي؛ البحث عن فرص في الأسواق الأوروبية والآسيوية الجديدة.

### 2.1 تطوير تجارب السياحة الافتراضية:

لم تقتصر السياحة الافتراضية على أمريكا وأوروبا أو آسيا، بل أصبحت تعم كل دول العالم السياحية، حتى ظهرت بالدول العربية، وكانت مصر من بين تلك الدول، فقامت بإنشاء تجارب سياحية افتراضية لجعل المواقع السياحية والثقافية متاحة للزوار عبر الأنترنت.

وقد كان لوزارة الآثار المصرية تجربة سابقة في إنشاء المتاحف الافتراضية على الأنترنت منذ عدة سنوات، وقد خصصت غلاف مالي لهذه التجربة حينها بمبلغ 5.2 مليون دولار، تم خلالها تركيب كاميرات في مقبرة توت عنخ آمون بالأقصر، بحيث كان يسمح للمشروع للزائر القيام بجولة افتراضية داخل المقبرة، لكنه لم ينجح لأسباب عديدة.

مؤخرا قامت وزارة الآثار المصرية بتجربة السياحة الافتراضية، حيث جاءت لتواكب الحدث تحت بشعار: "خليك في البيت.. واستمتع بزيارة الآثار المصرية"، وسمحت من خلالها بزيارة المواقع والمتاحف الأثرية، ومنذ نهاية مارس 2020 قامت الوزارة بعمل جولات افتراضية لزيارة المواقع الأثرية، والتي بدأتها بالتعاون مع معهد البحوث الأمريكية بالقاهرة، بزيارة مقبرة مننا بالأقصر، وهي من مقابر النبلاء خاصة بشخص يدعى "مننا".

وقد نالت تلك المبادرة إشادة عالمية من المنظمات المختصة، فقد قالت منظمة اليونسكو في تغريدة نشرتها على صفحتها الرسمية بـ "تويتر": "نحتاج إلى الثقافة في أوقات الأزمات أكثر من أي وقت مضى، ويجب أن يجد كوفيد19 من تنقلاتنا، ولكن مازالت لدينا حرية السفر الافتراضي، خليك في البيت واكتشف عجائب مصر المذهلة"، كما أن تلك المبادرة لم تتوقف، بل استمرت بإطلاق الجولات الافتراضية والإرشادية المصورة لبعض المواقع والمتاحف الأثرية المصرية. (دقيل، 2020)

### 3.1 تكنولوجيا الواقع المعزز والواقع الافتراضي لتعزيز تجارب السياحة:

استخدام تكنولوجيا الواقع المعزز والواقع الافتراضي لتعزيز تجارب السياحة وتقديم محتوى ذو قيمة للسياح، حيث يمكن أن تساهم المميزات التنافسية لتحل التكنولوجيا المصرية المتخصصة في مجال الواقع الافتراضي والواقع المعزز، في تحقيق الاستراتيجية الحكومية للترويج للسياحة، وتعظيم الاستفادة من الثقافة المصرية، وقد أعطت

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

صناعة تكنولوجيا المعلومات حلول ذكية في التسويق للمعالم السياحية والحضارة المصرية، و"الواقع الافتراضي" هو مصطلح تكنولوجي عبارة عن محاكاة لواقع غير حقيقي، وذلك من خلال استخدام أدوات معينة.

ويعد قطاع تكنولوجيا المعلومات أسرع القطاعات نمواً في مصر بحسب الاحصائيات، حيث يساهم بفاعلية في تحقيق الرؤية الحكومية لتعظيم مفاهيم الإبداع والابتكار، وترويج المجهودات المبذولة في هذا الشأن بالتعاون مع العديد من الدول العربية والإقليمية والعالمية.

### 4.1 نظم الحجز الرقمية:

تسعى السلطات إلى تحسين نظم الحجز الرقمي لتسهيل عمليات التخطيط والحجز للزوار، وذلك للمساعدة في إدارة أكبر عدد من السياح على مستوى مختلف الهياكل السياحية، حيث يوفر نظام إدارة الحجوزات الإلكتروني المزيد من الكفاءة والراحة في تنظيم الفعاليات، خاصة إذا كان عدداً كبيراً من الحاضرين وباستخدام هذا النظام، يمكن إدارة عدد أكبر من الضيوف بموارد أقل، وهذا يوفر الوقت والجهد ويحسن تجربة العملاء. علاوة على ذلك، يتيح نظام إدارة الحجوزات الإلكتروني إمكانية إنشاء تنبؤات دقيقة لعدد السياح، مما يساعد على تخطيط الفعالية بشكل أفضل وتوفير الموارد اللازمة لتلبية احتياجات الجمهور، ومن خلال الترويج على وسائل التواصل الاجتماعي، يمكن لنظام إدارة الحجوزات أيضاً زيادة المبيعات وجذب المزيد من الحضور.

### 5.1 تحليل البيانات والذكاء الاصطناعي:

يتم استخدام تحليلات البيانات وتقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين فهم سلوك السائح وتوجيه الجهود التسويقية بشكل أفضل، إذ يعد تحليل البيانات وتفضيلات السائح من بين الأدوات المهمة لتحسين جودة الحملات التسويقية وتجربة السائح باستخدام الذكاء الاصطناعي، يمكن للشركات أن تتعرف على احتياجات السائح وتلبيتها بشكل مخصص ومرن، مما يؤدي إلى زيادة الرضا وولاء السائح وتحقيق نتائج إيجابية في مجال التسويق الرقمي.

فاستخدام تحليل البيانات وتفضيلات السائح يمكن أن يكون أداة قوية لتحسين الخدمة السياحية من خلال فهم تفضيلاتهم واحتياجاتهم بشكل دقيق، يمكن للهيئات السياحية توفير خدمة خاصة لكل سائح، على سبيل المثال يمكن توجيه العروض الترويجية والمعلومات المتعلقة بالمنتجات السياحية بناءً على تفضيلات السائح الفردية، وتوفير تجربة متميزة.

## 6.1 تعزيز تكنولوجيا الدفع الإلكتروني:

تسعى السلطات إلى تطوير وتعزيز وسائل الدفع الإلكتروني لتحسين تجربة السائحين أثناء رحلاتهم، من خلال تفعيل الفاتورة الإلكترونية للمنشآت السياحية بواسطة الاشتراك في برنامج Matrix ERP، حيث قامت غرفة المؤسسات السياحية بإنشاء قانون إلكتروني يتماشى مع مهمتها في الترويج للسياحة وحماية مصالح الأعمال المصرية باستخدام الفواتير الإلكترونية، يمكنهم أتمتة عملية الفوترة وتبسيطها لكل من السياح والشركات، كما يتيح هذا النظام تسهيل المدفوعات بشكل أسرع وأكثر دقة، وسلاسة المعاملات مع السياح وتلبية المتطلبات التي حددتها غرفة المنشآت السياحية، مما يمكن الشركات من قدرتها على إدارة مواردها المالية بشكل أفضل وحماية مصالحها، كل هذا لتبسيط الإجراءات للعملاء، كما ستضمن الفاتورة الإلكترونية مجموعة من الخدمات التي يقدمها حاليًا قطاعا الفنادق والمطاعم، مثل أسعار الغرف وفواتير المطاعم وعلاجات المنتجع الصحي، تذاكر الطيران والإقامة في الفنادق وتأجير السيارات وتذاكر الرحلات مع تدريب العاملين في مختلف المنشآت السياحية على استخدام الفاتورة الإلكترونية، وتفعيل الحسابات المالية للمنشآت السياحية، إذ يعد تفعيل الفاتورة الإلكترونية خطوة ضرورية لإرضاء العملاء وضمان حصولهم على أفضل خدمة ممكنة.

كما ستواجه الشركات العديد من التحديات في تطبيق الفاتورة الإلكترونية تشمل المشكلات الرئيسية كصعوبة التسجيل على موقع الويب وإنشاء حساب وتحميل الفواتير، التأخر في تلقي الموافقة على فواتيرها، وعلى الرغم من هذه التحديات الشركات قادرة على التغلب على العقبات الأولية، فيجب أن تكون قادرة على الاستفادة من فوائد الفاتورة الإلكترونية، ومن المتوقع أن يشعر كل من المستهلكين والشركات المرتبطة بالسياحة في السوق المصري بفوائد هذه الخطوة على المدى الطويل.

## 7.1 تشجيع الابتكار في القطاع:

قد وضعت الوزارة ملامح الاستراتيجية الوطنية لتنمية السياحة في مصر، إذ تبذل جهود لتطبيق معايير السياحة المستدامة، بالاعتماد على بعض البيانات الخاصة بالبرنامج المسطر، وكذلك الإجراءات التي اتخذتها الوزارة أثناء جائحة فيروس كورونا للتعافي، وكذا في مجال تشجيع الابتكار السياحي من خلال احتضان مسابقات المشروعات الصغيرة والمتوسطة في هذا المجال بالتعاون مع الجهات المعنية، بالإضافة إلى تحديث خطة لرفع كفاءة وتطوير مهارات العاملين في القطاع السياحي، والوظائف المستقبلية وكيفية تشجيع المشروعات الصغيرة والناشئة في مجال السياحة، من خلال دعم المشروعات الرقمية والابتكار في مجال السياحة لتعزيز التنافسية وجذب المستثمرين، وكذا تعزيز دور الابتكار والتقنيات الحديثة في تطوير الخدمات والمنتجات السياحية.

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

والإلتزام بالابتكار التكنولوجي وجعله يعزز لغة سياحة ناجحة مستدامة، لجذب السائحين إلى المقاصد السياحية، ودفع المبتكرين لخلق أفكار ترويجية حديثة للقطاع السياحي وتوظيف التكنولوجيا مع ضمان تحقيق التأثير الإيجابي لها على البيئة والمجتمع والتراث ضرورة تساهم في تحقيق طفرة بالصناعة، بما يتوافق مع المعايير الدولية لمنظمة السياحة العالمية.

### 8.1 تطوير التدريب والتأهيل القوى العاملة في القطاع السياحي:

أصبحت تكنولوجيا المعلومات اليوم، من أهم أسباب تحفيز المؤسسات السياحية التي تسعى للتميز وخوض المنافسة الفعالة، وذلك من خلال تحسين التدريب والتأهيل للكوادر العاملة في القطاع السياحي لفهم واستخدام التكنولوجيا الرقمية، لذلك تسعى المؤسسات السياحية لزيادة كفاءة وفعالية الإنتاج والوصول إلى نتائج مرضية ومطابقة لأهدافها، إذ تعد تكنولوجيا المعلومات أداة يمكن من خلالها خلق العديد من الفرص، رفع كفاءة الأداء الوظيفي، وتحسين نوعية القرارات الإدارية، وعليه سيكون استغلال القوى العاملة له أثر على تحسين جودة الخدمة السياحية المقدمة، فإن العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والأداء الوظيفي هي كالآتي: (العال، 2022).

- أحدثت تكنولوجيا المعلومات، تحسناً كبيراً على أداء الموارد البشرية مع تخفيف الأعمال الروتينية، مما أدى إلى إنجاز الأعمال بسرعة وكفاءة ودقة عالية، بالإضافة إلى خفض التكاليف؛
- ساهمت تكنولوجيا المعلومات في تقليل أعباء الوظائف الروتينية، وصانعي القرار في المؤسسات السياحية، فمنحهم المزيد من الوقت للتخطيط ورسم السياسات؛
- أثرت التكنولوجيا الحديثة على الجانب المعنوي للعاملين، إذ أصبح باستطاعتهم الوصول للمعلومات التي تخدم وظائفهم بسهولة كبيرة، وكذلك أصبح لهم دوراً فاعلاً بالمساهمة في صنع القرار؛
- أدى وجود تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات السياحية لزيادة الدور التنافسي، مما دفعهم للبحث والتطوير، وبالتالي زيادة خبرات العاملين القائمين على هذه الأبحاث، وتنمية قدراتهم الفردية؛
- حسنت تكنولوجيا المعلومات من البيئة التنظيمية للمؤسسة، أي مجمل العملية الإدارية، فأصبحت تمتلك بنية معلوماتية، وهذا نتيجة الكفاءة التي تتمتع بها القوى العاملة؛
- ساهمت تكنولوجيا المعلومات في تزويد المؤسسات السياحية بمعارف ومواد تعليمية، يسهل الوصول إليها، سواء كانت موجودة على شبكتها الداخلية أو الشبكات العالمية، وبالتالي عززت قدرة المؤسسة السياحية في رسم أهدافها وتحقيقها على المدى البعيد، وضمان البقاء والنمو والاستمرار؛
- ساعدت تكنولوجيا المعلومات في زيادة الفرص المتاحة للمؤسسات بالأسواق المحلية والعالمية؛

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

- أصبحت درجة التحكم في التكنولوجيا مؤشرا عالميا لعملية التنمية البشرية، مما حفز المؤسسات السياحية إلى تطويرها، من خلال البرامج التدريبية للعاملين وجعلهم يسايرون التطور التكنولوجي، ووضعتها ضمن تقييم الأداء الخاص بالعاملين في المؤسسة، وبمستوياتهم ومراكزهم المختلفة.

### 9.1 التعاون بين القطاعين للتشارك في عملية التحول الرقمي:

تتوقف عملية تطوير وتحسين القطاع السياحي من أجل دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية على حشد وجمع جميع إمكانات المجتمع، بما فيها طاقات وخبرات وموارد كل من القطاع العام والخاص للتشارك في عملية التحول الرقمي في القطاع السياحي، وانشاء وتشغيل المشاريع بمختلف أنواعها، وتعزيز التعاون ومقدمي التكنولوجيا لتحقيق تكامل أفضل للحلول الرقمية.

ومن أجل تحقيق مثل هذا التكامل بين القطاع العام والخاص كان لابد من إيجاد تنظيمات مؤسسية تشاركيه بينهما تسعى إلى تحقيق تقدم كبير في المجال السياحي وتحسين جاذبيتها كوجهة سياحية، كأحد الأهداف الاستراتيجية، حيث تصف لنا الشراكة بين القطاعين العلاقات التعاونية الممكنة لضمان تقديم الخدمات الرقمية للقطاع السياحة، ويمكن وضعها بين عقد الخدمة من أجل تحسين هيكل ارتكازي للبنية التحتية أو الخدمات، ويترتب على ذلك تحمل مخاطر كبيرة، حيث يقوم القطاع الخاص بتسليم المشروع عند نهاية العقد.

### 2. تحديات السياحة الرقمية في مصر:

تواجه السياحة الرقمية في مصر عدة تحديات، ومن أبرزها: (الموجي، 2022)

- ضعف الإجراءات الفعلية التي تم اتخاذها على أرض الواقع للتطبيق الكامل للتحول الرقمي؛
- ارتفاع التكلفة المادية والتكنولوجيا المطلوبة لعملية التحول الرقمي؛
- صعوبة توفير التدريب المناسب في كافة قطاعات الضيافة والسياحة لارتفاع التكلفة والوقت المطلوب للتدريب؛
- عدم وجود ثقافة الابتكار والإبداع العالمي، وعدم رغبة البعض في استخدام التكنولوجيا الحديثة؛
- الحاجة إلى عقد مزيد من الاتفاقيات والبروتوكولات في مجال التكنولوجيا مع أكبر الشركات الدولية المتخصصة؛
- عدم رغبة العديد من المنشآت السياحية تحمل التكلفة المادية للاشتراك مع الدولة والأجهزة الرسمية الحكومية؛
- عدم استعداد مصر لعملية التحول الرقمي نتيجة ضعف البنية التحتية للتكنولوجيا، فهي غير كافية

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

- في بعض المناطق، مما يؤثر على توفر خدمات الأنترنت واستخدام التكنولوجيا الرقمية بشكل فعال؛
- الحاجة إلى التوعية وقبول التكنولوجيا وبذل جهود إضافية لرفع مستوى التوعية حول الفوائد الاقتصادية والثقافية لاعتماد التكنولوجيا الرقمية في السياحة؛
- يجب وضع سياسات فعّالة لحماية البيانات الشخصية للسياح، والتي تعد من قضايا الأمان وحقوق الخصوصية التي تثير المخاوف؛
- تأثير الظروف الاقتصادية على تطبيق وتطوير التكنولوجيا الرقمية في القطاع السياحي؛
- تحدي في تأمين وتوفير وسائل الدفع الإلكتروني بطريقة آمنة وموثوقة؛
- يحتاج قطاع السياحة إلى التكامل بين القطاع العام والخاص والجانب التكنولوجي لتحقيق فعالية أكبر في استخدام التكنولوجيا الرقمية.

### المطلب الثاني: تجربة المملكة العربية السعودية.

بذلت الحكومة جهوداً كبيرة لتعزيز البعد الرقمي في قطاع السياحة إدراكاً منها لأهمية التحول الرقمي في إثراء التجربة السياحية، حيث اتخذت تدابير واستراتيجيات هادفة لتحقيق تطلعاتها في تحسين التفاعل مع الجهات السياحية وتسهيل وصول الزوار إلى الخدمات، وتعكس الدولة التزامها برفع نسبة مساهمة القطاع السياحي في اقتصاد المملكة من خلال تبني التقنيات والحلول الرقمية الحديثة.

### الفرع الأول: واقع القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية.

أصبحت السياحة أهم مورد للمملكة العربية السعودية، حيث تعتبر ثاني أكبر وجهة سياحية في الشرق الأوسط، وتعد السياحة من أهم القطاعات الحيوية في المملكة التي ينشط بها الاقتصاد الوطني السعودي، حيث بذلت المملكة العربية السعودية الكثير من الجهود لتنويع اقتصادها بعيداً عن النفط، فمن المتوقع أن يكون قطاع السياحة هو النفط الأبيض للمملكة العربية السعودية.

### 1. المقومات السياحية في المملكة العربية السعودية:

مقومات السياحة في المملكة كثيرة ومتنوعة وتمكنها من جذب السياح من كل مكان بالعالم، حيث تتنوع السياحة فيها بعدة مجالات، سواء تاريخية أو دينية، أو بعض الأماكن أو أثرية وتراثية وحتى الترفيهية. (المرسال، 2024)

نظراً لما تمتاز به المملكة من تنوع وجمال طبيعي والمعالم السياحية المتميزة، والتي تجعلها من بين أهم الوجهات السياحية في العالم، ومن بين هذه المقومات ما يلي:

### 1.1 المقومات الطبيعية:

تتميز المملكة بمقومات طبيعية تجعل منها أحد الوجهات المفضلة للسياح في الخارج أو الداخل من ناحية الطقس مثلاً، كما أن معالمها الطبيعية متنوعه من جبال وسهول وأودية، وتجمع ما بين صحراء وبحار وشواطئ في مكان واحد، بالإضافة لاحتوائها على محمية طبيعية تسمى بجزر الفرسان.

### 2.1 المقومات الأثرية التاريخية:

تزخر المملكة العربية السعودية بالعديد من الآثار التاريخية الوطنية، التي تحمل في طياتها بصمات العصور الغابرة، لا سيّما بعد البعثة النبوية وتأسيس الدولة الإسلامية في المدينة المنورة، ولعل ما يزيد من أهمية الآثار في المملكة العربية السعودية في أيامنا هذه هي الحركة العمرانية الكبيرة التي شهدتها السعودية.

كما تحتضن المملكة العديد من الأماكن التي تستقطب السياح القادمين من الخارج لزيارتها، ومن بين أهم المعالم التاريخية والاثار في المملكة باعتبارها من معالم السعودية السياحية ما يلي:

- **مدائن شعيب:** تقع في تبوك شمال غرب السعودية، ولا تزال آثار مدائن شعيب تشهد على حضارة الأنباط القديمة من حيث الكهوف المنحوتة داخل الجبال بطريقة هندسية فريدة من نوعها.
- **مدائن صالح:** تقع على الطريق الذي يربط جنوب شبه الجزيرة العربية ببلاد الرافدين والشام، وهي مدينة حجرية من أشهر الاثار التاريخية في المملكة العربية السعودية، تعود التسمية إلى النبي صالح عليه السلام وقومه ثمود، وقد عرفت في القرآن الكريم باسم الحجر، حيث جاء وصفها باعتبارها مدينة منحوتة من الجبال والصخور.
- **قلعة تبوك:** تجاور عين السكر، التي تحمل بصمات ما تزال شاهدة عن غزو تبوك فجر التاريخ الإسلامي، حيث تم انشاؤها في العصر العباسي ليعاد بناؤها في عهد السلطان العثماني سليمان القانوني.
- **النقوش التاريخية في حائل:** تعتبر رابع المواقع الأثرية، وهي نقوش تحمل رموز ودلالات عن سكان تلك المنطقة القدامى، وتعد من أهم المواقع الأثرية في المملكة التي يعود تاريخها إلى أكثر من 10 آلاف سنة قبل الميلاد، حيث تم إدراجها ضمن قائمة التراث العالمي من قبل اليونسكو نظراً للرسوم الصخرية الفريدة.

### 3.1 المقومات الثقافية والدينية:

يكاد لا ينفصل ذكر المملكة العربية السعودية إلا ويرتبط معه أهميته الدينية والمقدسة لدى المسلمين بكل مكان، لذا تعتبر أهم سياحة دينية مرتبطة لديهم كل عام وهو الحج من بينها الأماكن المقدسة كمكة المكرمة والمدينة المنورة اللتان يقصدها المسلمين من كافة أنحاء العالم.

- **مكة المكرمة:** تعتبر مقصد المسلمين من جميع أنحاء العالم، حيث تحوي قلوب جميع المسلمين من شتى بقاع الأرض لزيارة ذلك المكان المقدس مهد النبي عليه الصلاة والسلام، بالرغم من ذلك فما زال هناك اختلاف في وضع هذا المكان ضمن قائمة الأماكن السياحية بالمملكة، وذلك من باب أن السياحة بحد ذاتها تعبير يطلق للترفيه، وهنا بهذا المكان المقصد مختلف نوعا ما بالنسبة للمسلمين فهو واجب ديني قبل أن يكون ترفيهيا.
- **المدينة المنورة:** تعتبر ثاني مدينة لا تختلف أهميتها الدينية للمسلمين كونها مرتبطة بأحداث الهجرة النبوية ومسقط رأس أغلب الصحابة عليهم رضوان الله، لذا تعتبر من أهم مقومات السياحة في المملكة.

## 2. مؤشرات السياحة المستدامة في المملكة العربية السعودية:

من أجل النهوض بقطاع السياحة والسفر واستدامته ومنافسة المنتج الاجنبي في الأسواق الخارجية، قامت المملكة بتحسين وتطوير القطاع السياحي، وذلك بالاعتماد على مجموعة من مؤشرات السياحة المستدامة، حيث حصلت المملكة على المرتبة 33 سنة 2022 (SABQ, 2023)

### 1.2 البيئة التمكينية:

حصلت المملكة العربية السعودية على المركز الثاني عربيًا والسابع آسيويا و25 عالميا في مؤشر تنمية السياحة والسفر لعام 2022 الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي، وحققت السعودية 4.3 نقطة على المؤشر العام، حيث يتكون المؤشر من خمسة مؤشرات فرعية وهي: البيئة التمكينية من حيث بيئة العمل والأمن والأمان والصحة وسوق العمل، وسياسات السفر والسياحة من حيث مدى انفتاح البلد وتنافسية الأسعار في الفنادق والأماكن السياحية، والبنى التحتية للمطارات ووسائل النقل، والبنى التحتية للخدمات السياحية، إضافة إلى محركات الطلب على السفر والسياحة ومدى استدامة قطاعي السفر والسياحة.

- **بيئة الأعمال:** حصلت المملكة العربية السعودية على المركز 10 عالميا في بيئة الأعمال، ويعبر هذا المؤشر عن السياسات الخاصة بتنظيم بيئة الأعمال، ولاسيما في القطاع السياحي، حيث تم اطلاق نظام جديد يهدف لتنمية قطاع السياحة وتطويره، والترويج له، وتعزيز الاستثمارات السياحية فيه، كما أن القوانين والاجراءات الحكومية لها تأثير كبير على جذب المستثمرين، لذلك سعت المملكة بوضع أسس للقياس والمقارنة بين أوضاع بيئة الأعمال في الدول المتقدمة والنامية بهدف تمكينها من ازالة كل العقبات التي تؤثر على بيئة الأعمال. (حليم، 2021)

- **الموارد البشرية وسوق العمل:** يقيس هذا المؤشر جهود المملكة في توفير القوى العاملة المؤهلة في القطاع ومدى تحسين التدريب، حيث حصلت المملكة على الرتبة 14 عالميا وهذا نتيجة اهتمامها بسوق العمل، لذلك

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

تعد تنمية الموارد البشرية السياحية أحد الركائز الأساسية الاستراتيجية لتطوير السياحة الوطنية، وبالرغم من ارتفاع مساهمة السياحة العالمية سواء على مستوى الناتج العالمي أو على مستوى القدرة الاستيعابية في التوظيف إلا أن هناك العديد من الصعوبات والعوائق التي تواجه هذا القطاع في استقطاب الموارد البشرية قصد منافسة الأسواق الخارجية. (الهزاع، 2020)

● **جودة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات:** يعد من بين المؤشرات التي تعتمد عليها المملكة في خلق بنية تحتية تكنولوجية، فمن خلالها يبين مدى جاهزيتها للسياحة الرقمية، لذلك سعت المملكة إلى وضع استراتيجية ضمن جهود وخطط الوزارة لتنمية قطاع السياحة، حيث كشفت أن هذه الاستراتيجية ستساعد على إثراء جهود إعادة بناء قطاع السياحة، بما يحقق مستهدفات "رؤية المملكة 2030"، التي تعمل على وضع المملكة ضمن أهم الوجهات السياحية في العالم، إذ أن تجربة المملكة في تنفيذ هذا البرنامج ستكون ملهمة لقطاع السياحة العالمي، إذ راهنت المملكة على الإستراتيجية الرقمية التي تضم 9 برامج، إضافة إلى 31 مبادرة يجري العمل على تنفيذها لمدة ثلاثة أعوام، حيث ستستكمل بحلول عام 2025، وسيتم من خلال هذه البرامج والمبادرات تطوير بيئة عمل ذكية تدعم رحلة التحول الرقمي في القطاع، بحيث تستفيد منها منظومة السياحة، وتوفر منصة شاملة لتلبية جميع الاحتياجات، حيث ستعمل وزارة السياحة على توظيف أحدث التقنيات لتعزيز فعالية اتخاذ القرارات، فقد ركزت الإستراتيجية على عدد من المحاور تشمل السفر السلس: تقديم حلول رقمية لتبسيط إجراءات السفر، وسهولة ممارسة الأعمال: إطلاق منصة موحدة لربط مقدمي الخدمات السياحية وتطبيقاتها، والابتكار: خلق بيئة تفاعلية تسمح للمبتكرين في القطاع التقني بتجربة حلول السياحة الرقمية الجديدة، والسفر الرقمي: دعم تطبيقات الواقع الممتد للسياحة (مثل الواقع الافتراضي والواقع المعزز)، تشجيع الاستدامة: مكافأة السياح على الممارسات الصديقة للبيئة، وصناعة القرارات المدروسة: بناء الحلول التي تسمح بجمع البيانات وتوفير التحليلات اللازمة لقطاع السياحة، والقوى العاملة الرقمية الاحترافية: صناعة جيل من المحترفين ورواد الأعمال في مجال السياحة، وجذب المستثمرين: بناء شبكة من المستثمرين في القطاع السياحي وإشراكهم من خلال المنصات الرقمية.

كما أن هذه الاستراتيجية الرقمية قد حصلت على دعم من منظمة السياحة العالمية والبنك الدولي والشركاء الرقميين مثل مايكروسوفت وسيسكو.

● **النظافة والصحة:** يبين هذا المؤشر مدى تفعيل دور الرقابة على البيئة والحفاظ عليها، بهدف تحقيق استدامة بيئية لبناء مجتمع حيوي صحي ينعم أفرادُه بنمط حياة صحي، والعمل على الإسهام في الحفاظ على الموارد الطبيعية، وتدريب وتشجيع مشاريع تدوير النفايات، والريادة في تحقيق مستوى متقدم من الوعي البيئي وتعزيز

المسؤولية المجتمعية.

نتيجة السياسات التي قامت بها المملكة احتلت المرتبة 54 عالميا، وهذا نتيجة جهودها في تطوير برامجها وأعمالها المتعلقة بالنظافة بشكل مستمر، واتباع أحدث الطرق والإجراءات التطويرية المستخدمة التي تساهم في تطوير أعمالها المختلفة مثل: متابعة الآليات ومراقبة المعدات باستخدام التقنيات الحديثة من خلال غرفة عمليات مراقبة خدمات النظافة واستخدام أحدث التجهيزات والتطبيقات في الغرفة التي تحتوي على عدة أنظمة وتطبيقات كأنظمة البلاغات، وتتبع المركبات، وتفريغ الحاويات، وشبكات الاتصال اللاسلكي، والآليات الجديدة ذات الإمكانيات العالية. (السعودية، 2023)

● **الأمن والسلامة:** يعد من أهم المؤشرات الخاصة بالتنافسية والسفر والسياحة، حيث حصلت المملكة على المرتبة 34 عالميا، كما سعت جاهدة لتحسين ترتيبها فقامت بتوفير أعلى المعايير الصحية للسفر الآمن، والتركيز على الخدمات التي تجعل السياح يشعرون بالأمن والأمان والاستفادة من الخبرات الدولية في هذا المجال، كما أنفقت المملكة الكثير، وأعدت الحكومة السعودية استراتيجية شاملة تعيد السياحة إلى موقعها المهم كمصدر من مصادر الدخل الوطني، وتعزيزا لرؤية "السعودية 2030" (العمارالخالدي، 2020)

### 2.2 السياسات والظروف التمكينية للسفر والسياحة:

احتلت المملكة العربية السعودية المرتبة 82 عالميا، ويتفرع منها ثلاثة مؤشرات حاكمة، تتمثل فيما يلي:

● **التنافسية السعرية:** يقيس هذا المؤشر درجة جذب السائحين إلى المملكة، حيث حصلت على المرتبة 69 عالميا في عملية جذب السائحين، فسعت المملكة إلى رسم سياسة سعرية تنافسية فاعلة مستندة على تشخيص نقاط الجذب السياحي في الأنشطة السياحية، وتحليل أسعار مختلف الخدمات السياحية المعروضة في الأسواق المنافسة، بالإضافة إلى ضرورة تشخيص المزايا التنافسية للنشاطات والمواقع السياحية في المملكة.

● **أولوية قطاع السفر والسياحة:** يقيس هذا المؤشر مدى اهتمام المملكة بالنشاط السياحي وجعله من أولوياتها، الأمر الذي شهد نموا وتطورا سريعا في السنوات الأخيرة كجزء من جهود الحكومة السعودية لتنويع اقتصادها بعيدا عن الاعتماد على النفط والترويج للبلاد كوجهة سياحية، وهو ما سمح لها باحتلال المرتبة 9 عالميا، لذلك تعمل المملكة العربية السعودية على تعزيز قطاع السياحة لديها، وقد وضعت أهدافا طموحة لعام 2030 وذلك بتخصيص ميزانية معتبرة لذلك، على الرغم من أن معظم السياحة في المملكة لا تزال تنطوي إلى حد كبير على الحج الديني، إلا أن هناك نموا في قطاع السياحة الترفيهية.

● **الانفتاح الدولي:** يقيس هذا المؤشر قدرة قطاع السياحة بالمملكة على استقبال السائحين، حيث حصلت

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

المملكة على المرتبة 98 عالمياً، إذ تسعى إلى تسهيل الاجراءات للزوار وتطويرها والانفتاح السياحي لمواكبة الطلب في الفترة الراهنة والمقبلة، وذلك بتسهيل وتوسيع التأشيرات الالكترونية للاستفادة من الخدمات الجديدة، ومن ثم منافسة الأسواق الخارجية.

### 3.2 البنية التحتية:

سجلت المملكة المرتبة 37 عالمياً في البنية التحتية، ويتفرع منها ثلاثة مؤشرات حاكمية، وهي:

● **البنية التحتية للنقل الجوي:** يقيس هذا المؤشر جودة البنية التحتية للطيران سواء داخل المملكة أو خارجها بالإضافة إلى وسائل النقل الجوي المتاحة من حيث عدد الطائرات والرحلات في الداخل والخارج، وكثافة الرحلات الجوية من وإلى المملكة، حيث حصلت المملكة على المرتبة 21، وهذا نتيجة تنفيذها لمجموعة من البرامج والمشروعات الكبرى لتمكين قطاع السياحة من تحقيق مستهدفاته وصولاً إلى تنمية سياحية مستدامة.

● **البنية التحتية للنقل البري والبحري:** تعمل منظومة النقل والخدمات اللوجستية بالمملكة على توفير طرق النقل المختلفة برية من سكك حديدية وموانئ تستجيب لمعايير السلامة العالمية بشكل مستمر ومتواصل على الارتقاء بجميع أنماط النقل البري والبحري وتنفيذ برامج ومستهدفات الاستراتيجية التي تسهم في تميز المملكة والفرص والموارد المتاحة فيها بالقطاع السياحي، بما ينعكس على دعم الاقتصاد الوطني، وتطوير البنى التحتية وتمكين القطاعات الأخرى من تحقيق مستهدفاتها وصولاً لتحقيق التنمية الشاملة والمستدامة في شتى المجالات.

كما تبنت المملكة عدة تقنيات حديثة في مجال النقل، منها: السيارات ذاتية القيادة، الطائرات ذاتية القيادة، السيارات الكهربائية، والتاكسي الطائر، وهو ما جعل المملكة تحتل المرتبة 54 عالمياً.

● **البنية التحتية للخدمات السياحية:** يقوم هذا المؤشر على إحصاء عدد الفنادق والخدمات السياحية في المملكة، حيث شهد القطاع الفندقية خلال العامين الماضيين نمواً متسارعاً في الاستثمارات، مستفيداً مما يُحرزه الاقتصاد السعودي من تقدم ونمو وهو ما جعل المملكة في المرتبة 40 عالمياً، مما يجعلها تنافس الأسواق الخارجية.

### 4.2 الموارد الطبيعية والثقافية:

سجلت المملكة العربية السعودية درجة 37 من 140 دولة، ويتفرع منها مؤشران حاكميان، كما يلي:

● **الموارد الطبيعية:** يقيس هذا المؤشر مدى امتلاك المملكة لعدد كبير من الأماكن الطبيعية الخلابة والأماكن الأثرية الرائعة والقلاع، إضافة إلى الحدائق والمتنزهات العامة، والتي تجذب العديد من السائحين إليها، حيث اهتمت رؤية المملكة 2030 بصناعة السياحة وبرامج الترفيه المتنوعة، ونجحت الهيئات المعنية في جعلها نقطة

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

جذب حركة السياحة الترفيهية والتراثية والثقافية على مستوى الشرق الأوسط، ووضعتها على خريطة السياحة العالمية، ووفق مؤشرات الأداء لمستهدفات عام 2030، وهو ما جعل المملكة تحتل المرتبة 60 عالميا.

● **الموارد الثقافية والسفر التجاري:** الحديث عن السياحة الثقافية والسفر في المملكة يقودنا إلى مدى توفر المصادر الثقافية والإمكانات المتاحة، ولا سيما تشجيع وتنظيم المهرجانات الثقافية، الأحداث الدولية الرياضية في والمحافظ على الأماكن الأثرية وفتحها أمام القطاع العام والخاص للاستثمار فيها من أجل إقامة مرافق سياحية تستقطب الأحداث العالمية، حيث حصلت المملكة حسب هذا المؤشر على المرتبة 33 عالميا .

### 5.2 استدامة السياحة والسفر:

سجلت المملكة العربية السعودية المرتبة 40 عالميا، ويتفرع منها مؤشران، وذلك على النحو التالي:

● **الاستدامة البيئية:** يمثل مؤشر الاستدامة البيئية بمدى اهتمام الدولة بالبيئة، حيث حصلت المملكة على المرتبة 106 عالميا، وعلى اعتبار أن الاستدامة جزءا أساسيا من رؤية المملكة العربية السعودية 2030، حيث تسعى جاهدة نحو مستقبل خال من الانبعاثات بحلول عام 2060، مع الالتزام بالطاقة النظيفة والاستدامة، تقود المملكة المسؤولية في مواجهة تحديات الطاقة والمناخ من خلال حلول مبتكرة مثل الاقتصاد الدائري للكربون (CCE) ومزيج الطاقة المتنوع بشكل متزايد، حيث ستأتي 50% من الطاقة من مصادر متجددة بحلول عام 2030، وتعمل رؤية 2030 على تحويل المدن ورفع جودة الحياة من خلال إدخال تحضير حضري مستدام، والذي يوفر مساحات خضراء وفرصا للتواصل مع الطبيعة. (Munira, 2023)

● **المرونة الاجتماعية والاقتصادية:** أوضح مؤشر "تنمية السياحة والسفر" أن المملكة العربية السعودية حصلت على المرتبة 59 عالميا بالنسبة للمرونة الاجتماعية الاقتصادية، مشيرا أن قطاع السياحة يظهر علامات على الانتعاش في المملكة بعد أن تضرر بشدة من جائحة كورونا.

### 6.2 ضغط الطلب على السياحة وتأثيره:

يقيس هذا المؤشر مدى قدرة السعودية على استيعاب حجم الطلب السياحي، حيث حققت إنجازا كبيرا ضمن مؤشر تطوير السياحة والسفر، مما جعلها تصبح من أبرز الدول التي تستقبل السياح، وهذا الأمر تدعمه مجموعة من المشروعات الضخمة والتطوير المستمر لكافة الوجهات السياحية والسعي الجاد لتطوير تجربة السائح.

## الفرع الثاني: التحول الرقمي كآلية لتحقيق تنمية سياحية مستدامة في المملكة العربية السعودية .

تسعى المملكة العربية السعودية إلى دمج التحول الرقمي في السياحة من خلال مجموعة من الخدمات والاستراتيجيات المتنوعة بهدف تحقيق سياحة مستدامة.

### 1. الخدمة العمومية للقطاع السياحي في المملكة العربية السعودية:

من خلال هذه الخدمة العمومية يتم إعطاء نظرة عامة لمختلف الخدمات السياحية والثقافية والترفيهية (الموحدة، 2023).

#### 1.1 الخدمة العمومية للقطاع السياحي المقدمة من طرف وزارة السياحة:

● **رخصة الإرشاد السياحي:** تتيح خدمة إصدار رخصة الإرشاد السياحي المهنية لاعتماد معرفتهم وقدراتهم ومهاراتهم حسب المعايير والتصنيف العالمي بالتعاون مع المنظمات السياحية الدولية، والتي تسمح لأي شخص طبيعي مرخص له بممارسة أعمال إرشاد السياح ومرافقتهم في أماكن الجذب السياحي في المملكة، وتزويدهم بالمعلومات اللازمة عنها، وذلك مقابل أجر مالي.

● **التسجيل في برامج تنمية رأس المال البشري السياحي:** تتيح الخدمة الاشتراك في برامج تنمية رأس المال البشري السياحي والمقدمة من وزارة السياحة لدعم العاملين والممارسين بالقطاعات السياحية الفرعية في جميع مراحل التدريب التطبيقي، وتشمل البرامج: برامج الابتعاث السياحي، برنامج التدريب المنتهي بالتوظيف، برنامج حفاوة وشهادات الاعتماد الاحترافية، برنامج إعداد القادة، برنامج التعليم التنفيذي، ومنصة التعليم السياحي الإلكتروني، برنامج تدريب الإعارة، برنامج معسكر تأسيس المنشآت السياحية، وبرنامج مسرعة الأعمال السياحي، وبرنامج بناء القدرات للمنشآت السياحية الصغيرة والمتوسطة، واستوديو المنشآت الناشئة، ومجمع الابتكار وريادة الأعمال السياحية، وبرنامج تحدي الوجهات السياحية.

● **التسجيل في المنصة الوطنية للرصد السياحي (رصد البيانات السياحية):** تتيح الخدمة رصد البيانات المتعلقة بالسياحة، حيث يتم الحصول على عدد الموظفين لكل المنشآت والشركات العاملة في القطاع السياحي، وهي: عدد الموظفين وجنسياتهم وجنسهم: ذكر أو أنثى، وذلك لحساب مؤشرات القطاع السياحي، ومقارنتها بإحصائيات التشغيل للمنشآت والقطاعات السياحية، والتي يتم ربطها من خلال المنصة بعدد الموظفين السعوديين وغير السعوديين، وعدد الموظفين الذكور والإناث، ونسبة السعودة، حيث أن الهدف الرئيسي من إطلاق المنصة هو إيجاد سوق قادرة على جذب الاستثمارات في هذا المجال في المملكة، وتم إنشاؤها بعد رصد دقيق للممارسات العالمية المثلى في المجال لتكون على مستوى عالمي.

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

- إصدار التراخيص الإلكترونية لمنظمي الرحلات السياحية: تتيح الخدمة إصدار التراخيص الإلكترونية لمنظمي الرحلات السياحية.
  - طلب إصدار ترخيص مكاتب حجز وحدات الإيواء السياحي: تتيح الخدمة إصدار التراخيص اللازمة لمكاتب حجز وتسويق الخدمات السياحية.
  - طلب ترخيص وكالة سفر وسياحة: تتيح الخدمة التقدم بطلب ترخيص لإنشاء وكالة سفر وسياحة.
  - الشكاوى والبلاغات السياحية: تطبيق يمكن من خلاله إرسال الشكاوى السياحية الخاصة بالمشتركين أو المقترحات، والإبلاغ عن المخالفات السياحية، مع إمكانية إرفاق صور وتحديد الموقع الجغرافي للمخالفة على خرائط جوجل، كما يُمكنك من استعراض تفاصيل الشكاوى والبلاغات المقدمة.
  - ترخيص لإنشاء مرفق إيواء سياحي: عبارة عن خدمة إلكترونية تقدمها وزارة السياحة، تُمكن المستفيد من تقديم طلب لترخيص إنشاء مرفق إيواء سياحي.
  - خدمة إصدار تأشيرة سياحية: يتم من خلال الخدمة استقبال طلبات الزوار القادمين للمملكة العربية السعودية لطلب التأشيرة، ومن خلال ذلك يقوم السائح تعبئة جميع المعلومات المطلوبة من خلال الموقع: المعلومات الشخصية، معلومات جواز السفر. وبعد ذلك يتم إظهار شركات التأمين الطبي المتعددة للسائح، ويتم إصدار بوليصة التأمين من قبل الضمان الصحي، والتي يستطيع السائح تحميلها من قبل الموقع الخاص بالشركة على الرابط الموضح له، وبعد الانتهاء من عملية المراجعة سوف سيتم إبلاغ السائح على البريد الإلكتروني بأنه تم إصدار التأشيرة الخاصة فيه بنجاح، والتي يتم إرسالها من قبل وزارة الخارجية.
- ### 2.1 الخدمة العمومية للقطاع السياحي المقدمة من طرف الهيئة السعودية للسياحة:
- منصة المحتوى السياحي الرقمي: عبارة عن منصة موحدة لجميع أنواع الأصول الرقمية والمحتوى السياحي للمملكة العربية السعودية، والتي تخدم الجهات الحكومية والقطاع الخاص لإنشاء علامة تجارية متسقة للمملكة كوجهة سياحية وتقديم محتوى مستهدف وشخصي من شأنه تحسين معدلات المشاركة وزيادة التحويل.
  - منصة التعليم الإلكتروني للسياحة السعودية: منصة تعليمية عن المملكة العربية السعودية كوجهة سياحية رائدة من خلال التعريف بالمعلومات التي يحتاجها شركاء السياحة المحليين والدوليين من الجهات السياحية والأنظمة والتأشيرات والأنشطة وغيرها.

- منصة خبير السعودية: منصة خبير السعودية هي مرجع معتمد لتنمية الأعمال السياحية محليا ودوليا، وتعزيز المعرفة عن المملكة والوصول إلى أصول رقمية قيمة ومجموعة واسعة من الخدمات والمصادر السياحية.
- منصة التجارب السياحية السعودية: المنصة تمكن شركاء السياحة إدارة تجاربهم ومنتجاتهم السياحية، وإنشاء تجارب وعروض للسياح، وإدارة الأسعار والحجوزات، وزيادة المبيعات من خلال قنوات التوزيع ومنها موقع روح السعودية، والتواصل مباشرة مع العملاء.

### 3.1 الخدمة العمومية للقطاع السياحي المقدمة من طرف الهيئة العامة للترفيه:

تقوم الهيئة العامة للترفيه في تقديم مجموعة من الخدمات في القطاع السياحي تتمثل فيما يلي:

- طلب ترخيص إدارة وتطوير المواهب الفنية والترفيهية: تتيح الخدمة إدارة أعمال المواهب الفنية التي تقدم عروضاً ترفيهية في الفعاليات أو العروض الحية أو المرافق الترفيهية، وتشمل أنشطتها تطوير وتدريب الفنانين والمهوبين والممثلين والمؤدين لتقديم هذه العروض.
- طلب اعتماد بيع تذاكر الأنشطة الترفيهية: تتيح الخدمة تقديم خدمات تذاكر الفعاليات أو المرافق الترفيهية وفق الأنظمة المعتمدة، ويشمل ذلك بيع التذاكر إلكترونياً أو عبر منافذ البيع غير الإلكترونية، وتسويقها، وتوفير إمكانية تحديد وحجز واختيار أماكن الحضور.
- طلب ترخيص مدن الملاهي: تتيح هذه الخدمة إمكانية ترخيص مدن الملاهي، وهي أماكن ترفيهية قائمة بذاتها تحتوي على مناطق ومرافق متنوعة ومساحات تنزه مفتوحة وألعاب ترفيهية بمختلف الأنواع الميكانيكية أو المائية أو الإلكترونية أو الكهربائية أو التقنية أو الحركية.
- طلب تصريح عروض حية في المطاعم والمقاهي: تتيح هذه الخدمة لأصحاب المطاعم والمقاهي طلب تصريح إقامة عروض حية، وهي العروض الترفيهية الحية التي تهدف للتسلية والمقامة في المطاعم والمقاهي، وتشمل: العروض الموسيقية كالعزف على الآلات، أو العروض الغنائية، أو عروض الكوميديا.
- طلب ترخيص تشغيل مرافق الفعاليات الترفيهية: تتيح هذه الخدمة للمتقدم إصدار ترخيص إدارة وتشغيل المرافق الترفيهية لإقامة فعاليات ترفيهية، أو توفير الفنيين المؤهلين لتشغيل محتويات المرفق. ويشمل هذا النشاط، بحسب التصنيف العالمي: تشغيل قاعات العرض الموسيقي والمسرحي، وغيرها من المرافق الفنية.

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

- **طلب تصريح عرض ترفيهي:** تتيح هذه الخدمة للمستخدمين تصريح عرض ترفيهي، وهي العروض الترفيهية الحية التي تهدف للتسلية، وتشمل: العروض المستقلة ذات الحضور المحدود أو المصاحبة لفعاليات مسرحية من الهيئة أو مرخصة من جهات حكومية أخرى، أو العروض التي تعقد في المراكز التجارية.
- **طلب تصريح فعالية:** تتيح هذه الخدمة للمستخدمين طلب التصريح بفعالية ترفيهية، والفعاليات الترفيهية هي التي تقام في مكان وزمان محدد، بمشاركة أو حضور جمهور، وتتضمن العروض أو الأنشطة التي تهدف للتسلية. وتشمل أنواع متنوعة من الفعاليات والمهرجانات، والمعارض، والعروض المسرحية، والأنشطة الترفيهية.
- **تنظيم وإدارة الحشود:** تسهل هذه الخدمة على المستثمر التقدم بطلب للحصول على رخصة تخطيط وتقديم خدمات إدارة الحشود في المرافق الترفيهية، وتنظيم حركة الزوار، وتوجيههم ومساعدتهم، إضافة إلى عمليات الإخلاء والطوارئ ومعالجة الأزمات، وكذلك وضع الخطط الأمنية، وتنظيم الأمن داخل المرافق الترفيهية، والتعاون مع الجهات الأمنية.
- **طلب ترخيص مراكز الترفيه:** هذه الخدمة تتيح للمتعامل ترخيص مركز ترفيهي، وهي أماكن ترفيهية قائمة بذاتها أو جزء من مرفق آخر تحتوي على أركان تسلية متنوعة منها: الألعاب الترفيهية بمختلف الأنواع، أو صالات العروض الترفيهية، أو غرف المتاهات والألغاز ذات السمات المتخصصة. وتشمل المراكز التي تحتوي على أركان لممارسة الهوايات وإقامة الأنشطة الاجتماعية والترفيهية والثقافية بهدف التسلية.

### 2. الاستراتيجية الرقمية لتحقيق سياحة مستدامة في المملكة العربية السعودية:

تأتي هذه الاستراتيجية كجزء من جهود وزارة السياحة لتطوير وتعزيز قطاع السياحة في المملكة. وتتألف الاستراتيجية من 9 برامج و31 مبادرة وتنفذ مستقبلاً، بداية على مدى ثلاث سنوات حتى عام 2025. ثم إلى غاية 2030، حيث تعمل تلك البرامج والمبادرات على تطوير بيئة عمل ذكية تدعم عملية التحول الرقمي في قطاع السياحة، مما يسمح لها بتحقيق تنمية سياحية مستدامة، حيث تستهدف الاستراتيجية تحقيق عدة محاور أساسية تشمل ما يلي: (المعلومات، 2023).

#### 1.2 تسهيل إجراءات السفر:

تقديم حلول رقمية لتبسيط وتسهيل إجراءات السفر للزوار من خلال تقنيات متقدمة.

#### 2.2 الابتكار:

القيام بإنشاء بيئة تفاعلية تساهم في تمكين المبتكرين في مجال التقنيات لتطوير حلول رقمية مبتكرة

في قطاع السياحة.

## 3.2 اعتماد نماذج أعمال رقمية تعزيز الطلب على الخدمات السياحية:

وذلك من خلال القيام بما يلي:

- وضع لوائح مبتكرة لتنظيم الفنادق الذكية؛
- اعتماد طرق مرنة لإجراءات السفر الرقمي؛
- توفير تجارب سفر سلسلة للسياح ورجال الأعمال وممثلي الجهات الحكومية؛
- تشجيع توفير الخدمات الجديدة؛
- رفع جاهزية الوجهات السياحية؛
- تأسيس الشركات الناشئة في القطاع السياحي من خلال الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي والبيانات لجذب المستثمرين؛
- إطلاق منصة موحدة تربط مزودي الخدمات السياحية وتطبيقاتهم قصد تسهيل ممارسة الأعمال التجارية.

## 4.2 السفر الرقمي:

دعم وتعزيز تطبيقات الواقع السياحي الممتد، مثل التقنيات الواقع الافتراضي والواقع المعزز، حيث يستعرض هذا القسم استخدامات الواقع الافتراضي والواقع المعزز في السياحة، ويعرض دراسات حالة من دول العالم، يقدم القسم أيضا التطبيقات المحتملة لهذه التقنيات ضمن سياق المملكة مع الأخذ في الاعتبار المشاريع القائمة في مجال الواقع الافتراضي والواقع المعزز وتصورات لتوسعتها، استخدامات تقنية الواقع المعزز في المتاحف، تعد احدى أهم استخدامات الواقع المعزز في المتاحف هي توفير معلومات إضافية تكميلية للعروض واللوحات، حيث ويشير الزوار بهواتفهم المحمولة نحو الأعمال الفنية المدعومة بتقنية الواقع المعزز ليتم عرض نصوص أو الاستماع لمرشدين افتراضيين أو عروض افتراضية أمامهم.

## 5.2 تعزيز الاستدامة:

تشجيع ومكافأة السياح الذين يتبنون ممارسات صديقة للبيئة خلال رحلاتهم للمملكة وهذا لتشجيعهم على الحفاظ على البيئة.

## 6.2 دعم عملية اتخاذ القرار:

تطوير حلول تمكن من جمع وتحليل البيانات المتعلقة بقطاع السياحة، مما يدعم عمليات اتخاذ

القرارات المستنيرة.

## 7.2 القوى العاملة الرقمية الاحترافية:

تطوير قاعدة من المهنيين ورواد الأعمال في مجال السياحة المجهزين بالمهارات الرقمية اللازمة.

## 8.2 جذب المستثمرين:

إنشاء شبكة من المستثمرين في قطاع السياحة وتشجيع مشاركتهم من خلال منصات رقمية، حيث ستساهم في تحقيق أهداف استراتيجية السياحة الرقمية وتطوير قطاع السياحة حاليا ومستقبليا.

## 9.2 تفعيل تطبيقات رقمية في الهواتف المحمولة لدعم السياحة الرقمية:

أصبح لوسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهواتف المحمولة مؤخرا تأثيرا عميقا على صناعة السياحة، حيث تعد تلك الوسائل الرقمية أدوات فعالة في الترويج للسياحة والوصول لجمهور واسع من المسافرين المحتملين حول العالم، ويستعرض هذا القسم استخدام المملكة لوسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهواتف المحمولة في جهودها لتعزيز السياحة الرقمية، ومن بين هذه التطبيقات ما يلي:

• **روح السعودية Visit Saudi:** روح السعودية هو تطبيق ومنصة تفاعلية تشرف عليها الهيئة السعودية للسياحة، وتعد دليل السائح لجميع المواقع السياحية والمطاعم والأسواق والمهاهي والفنادق والشواطئ والمتاحف والحدايق في السعودية، مدعومة بالصور، كما تقدم المنصة الكثير من المعلومات التي تم السائح وتسهل الوصول للعديد من الخدمات السياحية مثل: حجز الفنادق، وحجوزات الطيران، ودليل محدث للفعاليات، والخرائط لمواقع الأماكن السياحية، مما يسهل الوصول إليها.

• **اكتشف العلا:** تطبيق ويمكن الزائرين من اكتشاف مدينة العلا باعتبارها إحدى أقدم المدن في شبه الجزيرة العربية، وموطن "الحجر" أحد مواقع التراث العالمي لليونسكو.

• **دليلة الرياض:** تطبيق ويمكن مستخدمي شبكة الطرق بمدينة الرياض من الاستفادة من التقنيات الحديثة في تنقلاتهم اليومية، ويحتوي على ثلاثة (3) مميزات برنامج خرائط حديثة لمدينة الرياض بدون الحاجة لاتصال بالإنترنت، ومعلومات حديثة لحالة الازدحام المروري، ومعلومات حديثة ودقيقة عن التحويلات المرورية بالإضافة لمميزات أخرى.

• **الشكاوى والبلاغات السياحية:** تطبيق يمكن للزائر من خلاله إرسال شكاوى أو مقترحات فيما يخص زيارته السياحية، والابلاغ عن المخالفات لوزارة السياحة نتيجة اي خروقات قد تمس بالبيئة، مع

إمكانية إرفاق صور وتحديد الموقع الجغرافي للمخالفة.

- **المطارات السعودية:** يساعد التطبيق على استعراض وتتبع معلومات الرحلات، وحفظ موقع السيارة داخل مواقف المطار، ومعرفة جميع الخدمات المتوفرة؛ من مطاعم وبنوك ووكالات سفر وغيرها.
- **الخطوط الحديدية السعودية (سار):** يتيح تطبيق "سار" حجز رحلات القطار وإتمام إجراءات السفر عبر الأنترنت وحفظ بطاقة الصعود إلى التطبيق، يساعد التطبيق أيضا على التخطيط والبقاء على اتصال بخطط السفر في أي وقت.

### الفرع الثالث: آفاق السياحة الرقمية في ظل التحديات والفرص في المملكة العربية السعودية.

بخصوص السياحة الرقمية، تسعى المملكة العربية السعودية إلى وضع خطط مستقبلية مضبوطة معتمدة على عدة مبادرات تمكنها من العمل على تحقيق تنمية سياحية مستدامة في ظل فرص متاحة ووجود تحديات.

#### 1. آفاق السياحة الرقمية في المملكة العربية السعودية:

##### 1.1 استخدام روبوتات المحادثة الذاتية بالذكاء الاصطناعي:

من المتوقع أيضا أن تلعب روبوتات الدردشة بالذكاء الاصطناعي دورا متزايدا لخدمة السياح في المستقبل وتحقيق سياحة مستدامة، حيث يمكنها تقديم مساعدة فورية للسياح من خلال توجيههم في رحلتهم والرد على استفساراتهم بشكل سريع، يمكنها أيضا تقديم معلومات حول المعالم السياحية والمطاعم والأنشطة بالإضافة إلى مساعدة السياح في حالات الطوارئ.

##### 2.1 الخدمات المخصصة المدعومة بالذكاء الاصطناعي:

من المتوقع في المستقبل أن تساهم خوارزميات الذكاء الاصطناعي بشكل كبير في تطوير خدمات السفر حيث تتيح تلك التقنيات للزوار تجربة فريدة ومخصصة بناء على تفضيلاتهم واحتياجاتهم الشخصية. يمكن أن توفر نصائح للسفر وتوصيات مخصصة بناء على الأماكن التي قام المسافر بزيارتها سابقا وتقييماته الإلكترونية لها واهتمامات الزائر.

##### 3.1 البيانات الضخمة وتحليل البيانات:

يمكن للجهات المعنية بالسياحة في المملكة جمع وتحليل البيانات ذات الصلة بالسياح، لتوجيه جهودها واستراتيجياتها نحو تلبية احتياجات وتفضيلات الزوار بشكل أفضل لما تتيحه تلك البيانات من فهم أفضل لعادات وسلوكيات سياح المملكة بما في ذلك أماكن زيارتهم المفضلة وأوقات سفرهم واهتماماتهم

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

الشخصية، يمكن أيضا استخدام نتائج التحليلات في توجيه جهود التسويق والترويج لتلبية احتياجات السياح بشكل أكبر.

### 4.1 الشراكة بين القطاعين العام والخاص:

يمكن للشراكات بين القطاعين العام والخاص أن تلعب دورا محوريا في مبادرات السياحة الرقمية في المملكة، تعزز تلك الشراكات التعاون بين الجهات الحكومية وشركات القطاع الخاص ومقدمي التقنية، مما يخلق بيئة محفزة لابتكار الرقمي في قطاع السياحة حيث تجلب مشاركة القطاع الخاص الموارد والخبرات التي تساهم في تنفيذ مشاريع السياحة الرقمية.

### 2. تحديات تواجه السياحة الرقمية:

#### 1.2 التحديات في مجال الأمن السيبراني:

تواجه السياحة الرقمية تحديات تتعلق بالأمن السيبراني وخصوصية البيانات فمع تزايد استخدام التقنيات الرقمية في السياحة يصبح من الضروري حماية البيانات الشخصية والمالية للسياح لذا يعد ضروريا أن تقوم الشركات والمؤسسات المعنية بالسياحة بتبني سياسات لحماية.

#### 2.2 التكلفة العالية للاستثمار في السياحة الرقمية:

تواجه الشركات والمؤسسات في صناعة السياحة الرقمية تحديا الارتفاع التكلفة المطلوبة لاستثمار في أدوات رقمية متقدمة مثل منصات الميتافيرس وتقنيات الواقع الافتراضي وغيرها، تشكل تلك التكاليف المادية عائقا خاصة أمام العديد من الشركات الصغيرة والمتوسطة وتحديدا في بداية رحلتها نحو التحول الرقمي.

#### 3.2 تدريب العاملين بالسياحة على التقنيات الرقمية:

يتطلب التحول الرقمي في مجال السياحة تدريب الموظفين على استخدام التقنيات الرقمية ويشمل ذلك تدريب العمالة على العديد من التقنيات والمنصات الرقمية لضمان تقديم الخدمة رقميا، قد يواجه بعض العاملين بالقطاع صعوبات في التأقلم مع بعض التقنيات أو الرغبة في العمل بالطرق التقليدية.

#### 4.2 الفجوة الرقمية لدى السياح:

قد يكون هناك فجوة بين السياح الذين يمتلكون المهارات الرقمية وبين الذين ليس لديهم تلك المهارة، وهو ما يمكن أن يعيق بعض السياح من الاستفادة الكاملة من تجارب السفر الرقمية.

### 3. إيجابيات وفرص السياحة الرقمية:

على الرغم من تلك التحديات، إلا أن مواكبة التحول الرقمي أصبح أمراً ضرورياً في جميع القطاعات. يتحرك العالم بسرعة نحو التفاعل الرقمي والاعتماد على التقنيات لتلبية الاحتياجات اليومية، وهذا يشمل أيضاً تجربة السفر والسياحة، حيث تعد السياحة الرقمية فرصة للتعامل مع التغيرات السريعة في أساليب السفر وتوقعات السياح، حيث تساهم التقنيات الحديثة وتكاملها مع العنصر البشري في قطاع السياحة والضيافة في تحسين تجربة السفر بشكل كبير وزيادة أعداد السياح الوافدين ومنافسة المنتج السياحي الأجنبي في الأسواق الدولية، مما يعود بالفائدة على مداخل البلاد بالعملية الصعبة.

### المطلب الثالث: تجربة المملكة الأردنية.

#### الفرع الأول: واقع القطاع السياحي في المملكة الأردنية:

تعد السياحة في المملكة الأردنية من أهم القطاعات الاقتصادية في المساهمة في الاقتصاد الأردني، كما تعتبر المملكة أحد أهم مناطق الجذب السياحي في الشرق الأوسط، ويعود ذلك أساساً إلى أهميته الدينية والتاريخية والتراثية، وتتمتع المملكة بمواصفات تجعلها مقصداً للسياح من مختلف أنحاء العالم طوال السنة، خاصةً فيما يخص السياحة العلاجية، كما تتمتع المملكة بتنوع التضاريس، إذ تمتاز بتنوع الأماكن السياحية، وتعد من مناطق الجذب السياحي، مثل المواقع الأثرية والدينية والعلاجية والثقافية والترفيهية ويوجد في المملكة أكثر من 3000 فندقاً، مصنفة من الدرجة واحدة إلى الخمس درجات تناسب جميع فئات المجتمع. (الأردنية ج.، 2022)

#### 1. المقومات السياحية في المملكة الأردنية:

##### 1.1 مقومات تاريخية وأثرية:

من بين الأماكن السياحية في المملكة الأردنية ما يلي:

- **البتراء:** (المدينة الوردية) هي معجزة من فنون الأنباط الذين تفتنوا في نحتها وحفرها؛ إذ حفرها في الصخر، حيث تتألق بلونها الوردية الجذاب، كما أنها تحتوي على زخارف ونقوش ساحرة، نقشت فيها رسومات عرفتنا على معالم تاريخ الأنباط القديم، فهي تدل على براعتهم الهندسية.
- **العقبة:** تقع على ساحل البحر الأحمر في أقصى جنوب المملكة، وهي المنفذ البحري الوحيد للمملكة الأردنية، وجمال بحرها جعلها من المناطق السياحية التي يكثر توافد السياح إليها، بحر العقبة يحتوي على جميع أنواع الأسماك، واهتمام المملكة بهذه المنطقة جعل منها من أكثر الأماكن جمالاً، تتوفر فيها المنتجعات المميزة.

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

- **وادي رم:** يقع جنوب المملكة، فهو قريب جداً من منطقته العقبة، له جمال رائع وساحر؛ يمتاز بالرمال والجبال الشاهقة، ويمكننا اعتبار توافد السياح له بسبب هذه الجبال.
- **المدرج الروماني:** يتواجد في المنطقة الشرقية في المملكة، وهو عبارة عن ثلاثة وثلاثين مدرجاً منحوتين من الصخور الرملية، وهو يعتبر أكبر مسرح فني ليومنا هذا.
- **البحر الميت:** يعتبر أخفض بقعة ملحية في المملكة، يقع بين الأردن وفلسطين، وهو من المعجزات التي لا يسكنها أي نوع من الأسماك؛ بسبب ملوحتها الشديدة، ويتوافد إليه السياح باعتباره منتجاً علاجياً.
- **حمامات ماعين:** تقع جنوب عمان، وهي عبارة عن شلالات ساخنة جداً يمكن تصنيفها لدرجة الغليان، وهي مفيدة أيضاً لعلاجات كثيرة وللسترخاء.
- **جرش:** يتواجد بها العديد من الآثار الرومانية والساحات والشوارع الأثرية التي ما زالت شاهقة إلى هذا الوقت.

### 2.1 المقومات البشرية:

- يوجد العديد من المقومات البشرية في المملكة التي تحرك السياحة فيها، ويبين ما يلي أهم هذه المقومات:
- **السمعة الحسنة:** الشعب الأردني يتمتع بسمعة طيبة، إنهم أناس كرماء، ولطيفو الكلام، ويظهرون الكثير من الحب والمودة للآخرين.
  - **التسهيلات المالية:** يجد السائحون في المملكة أنه من السهل التعامل مع الأمور المالية، وجلب الأموال والخروج منها، مما يشجعه على الإقامة والاستثمار.
  - **الأمن والاستقرار:** ويتمثل في دور شرطة السياحة وشرطة البيئة اللتين أنشأهما الأردن، وكانت الأولى في تعزيز أمن واستقرار الدولة.
  - **التسهيلات السياحية:** يزود السائحون القادمون إلى المملكة بخدمات سياحية مميزة تتمثل في الخدمات الفندقية ومكاتب السفر وأنظمة الدفع وغيرها.

### 3.1 المقومات الطبيعية:

- **الموقع الجغرافي:** ساهم الموقع الجغرافي للمملكة في وسط الوطن العربي في جعله وجهة سياحية جذابة، حيث تعتبر البوابة الشمالية لشبه الجزيرة العربية الغنية بالثروات الطبيعية، ونقطة اتصال بين عدة دول عربية، ولأنها تربط بين شرق وغرب الوطن العربي، وتشارك المملكة في حدودها مع فلسطين والسعودية ومع سوريا والعراق.
- **المناخ:** تتمتع المملكة بمناخ معتدل على مدار السنة تقريباً، مما يساعد على جذب السائحين إليها، حيث

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

تتميز المنطقة الشمالية من المملكة بطقس ربيعي لطيف وتنتشر الأعشاب الخضراء والزهور على أراضيها يجذب السائحين لتلك المناطق مثل: عجلون ودبين وغيرها، ويشار إلى أن فصلي الخريف والربيع يتميزان بجو لطيف.

### 4.1 مقومات دينية:

تعد السياحة الدينية في المملكة من أهم مصادر دخل البلاد، حيث يزور العديد من الزوار المواقع الدينية المختلفة المنتشرة في جميع أنحاء البلاد، ومن بين هذه المواقع الدينية الشهيرة في المملكة، منها مواقع إسلامية ومسيحية ومنها مواقع وآثار للأنبياء عليهم السلام وللصحابة رضوان الله عليهم جميعا، وفي وسط المملكة قرب مدينة السلط يقع مقام النبي أيوب عليه السلام في قرية (بطنا)، كما يوجد مقام النبي شعيب عليه السلام في منطقة وادي شعيب، ولعل كهف أهل الكهف الواقع إلى الجنوب الشرقي من عمان، يعتبر من أهم المواقع الجاذبة للزائرين، حيث ذكرت وقائع قصة أهل الكهف في القرآن الكريم. (المهاشمية، 2024)

### 2. مؤشرات السياحة المستدامة في المملكة الأردنية:

تسعى المملكة الأردنية للنهوض بالقطاع السياحي والسفر واستدامته من أجل منافسة المنتج الأجنبي في الأسواق الخارجية إلى السعي قدما في تحسين وتطوير القطاع السياحي، حيث اعتمدت على مجموعة من المؤشرات جعلتها تحسن من ترتيبها الدولي مقارنة مع السنوات السابقة، فحلت الأردن في المرتبة 64 لسنة 2022. (Mustafa، 2022)

### 1.2 البيئة التمكينية:

حصلت المملكة الأردنية على المرتبة 71 من بين دول العالم، حيث يشمل مؤشر البيئة التمكينية مجموعة من العناصر مثل جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والصحة والنظافة الموارد البشرية وسوق العمل بيئة الأعمال جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

● **بيئة الأعمال:** حلت المملكة الأردنية في المركز 34 عالميا في بيئة الأعمال ويقيس هذا المؤشر عن السياسات الخاصة بتنظيم البيئة الأعمال وفي القطاع السياحي، حيث تم تهيئة بيئة أعمال لتشجيع وتعزيز الاستثمارات السياحية، وذلك من خلال وضع قوانين وتخفيف الاجراءات التي تأثير كبير على جذب الاستثمارات.

● **الموارد البشرية، وسوق العمل:** يشمل هذا المؤشر مجموعة من العناصر مثل الالتحاق بالتعليم الثانوي متوسط سنوات الدراسة مدى تدريب الموظفين قدرة النظام التعليمي على تلبية الاحتياجات التوظيف مرونة ترتيبات العمل إنتاجية العمالة في النقل والتخزين والاتصالات سهولة إيجاد العمالة الماهرة في سوق العمل المحلي إنتاجية العمالة في الفنادق والمطاعم ومدى توفر القوى العاملة المؤهلة ومدى تحسين التدريب، حيث حلت

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

المملكة الأردنية في الرتبة 57 عالميا وهذا نتيجة اهتمامها بسوق العمل.

● **جودة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات:** حصلت المملكة الأردنية على المرتبة 71 عالميا في جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث يقيس مدى قدرة المملكة الأردنية الوصول لخدمات الصرف الصحي الأساسية من السكان وعدد أسرة المستشفيات لكل 10,000 نسمة وكذا تحقيق الوصول إلى مياه الصالحة للشرب الأساسية من السكان ومعدل الإصابة بالأمراض المعدية لكل 100,000 نسمة وسهولة الوصول إلى خدمات الرعاية الصحية من خلال عدد الأطباء لكل 1,000 نسمة، حيث سعت المملكة الأردنية على وضع بنية تحية من خلال خلق بيئة تكنولوجيا فعالة تساعد على جاهزيتها للسياحة الرقمية لتنمية قطاع السياحة.

● **النظافة والصحة:** حصلت المملكة الأردنية على المرتبة 68 عالميا في مؤشر النظافة والصحة، حيث يقيس مدى قدرة المملكة الأردنية الوصول لخدمات الصرف الصحي الأساسية من السكان وعدد أسرة المستشفيات لكل 10,000 نسمة وكذا تحقيق الوصول إلى مياه الصالحة للشرب الأساسية من السكان ومعدل الإصابة بالأمراض المعدية لكل 100,000 نسمة وسهولة الوصول إلى خدمات الرعاية الصحية، من خلال عدد الأطباء لكل 1,000 نسمة، حيث سعت المملكة الأردنية على وضع بنية تحية من خلال خلق بيئة تكنولوجيا فعالة تساعد على جاهزيتها للسياحة الرقمية لتنمية قطاع السياحة.

● **الأمن والسلامة:** يعد مؤشر الأمن والسلامة من بين أحد أهم المؤشرات، فهو يقيس معايير السفر الأمن العنف المنظم، عدد الوفيات وحالات القتل، كفاءة خدمات الشرطة، السير بأمان ليلا ومؤشر الإرهاب العالمي، حيث سعت المملكة جاهدة لتحسين ترتيبها فقامت بتوفير أعلى المعايير للسفر الأمن، والتركيز على الخدمات التي تجعل السياح يشعرون بالأمن والأمان والاستفادة من الخبرات الدولية في هذا المجال.

### 2.2 السياسات والظروف التمكينية للسفر والسياحة:

يتفرع من السياسات والظروف التمكينية للسياحة والسفر أربع مؤشرات حاکمة، وذلك على النحو التالي:

● **التنافسية السعرية:** حصلت المملكة الأردنية على المرتبة 83 عالميا في التنافسية السعرية، حيث يقيس هذا المؤشر درجة جذب السائحين إلى المملكة، فسعت المملكة الأردنية إلى وضع سياسة سعرية تنافسية مبنية على تحديد نقاط الجذب السياحي في الأنشطة السياحية، من بينها ضرائب التذاكر ورسوم المطارات ومؤشر أسعار الفنادق وسعر الإيجار قصير الأجل ومستويات أسعار الوقود وتعادل القوة الشرائية.

● **أولوية قطاع السفر والسياحة:** كان أداء المملكة الأردنية الأفضل في سياسات السياحة والسفر وحصل

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

على مرتبة بلغت 33 عالميا، فهو يقيس مدى اهتمام المملكة القطاع السياحي والذي أصبح من أولويات المملكة، حيث يتضمن هذا المؤشر مجموعة من المعايير كالالتزام بمواعيد تقديم بيانات مؤشر تنمية السياحة والسفر الشهرية وشمولية بيانات مؤشر تنمية السياحة والسفر والإنفاق الحكومي على السياحة والسفر من الموازنة والاستثمار الرأسمالي في السياحة والسفر من إجمالي الاستثمار.

● **الاستدامة البيئية:** يمثل مؤشر الاستدامة البيئية بمدى اهتمام المملكة الأردنية بالبيئة، حيث حلت المرتبة 53 عالميا، فأصبح يهتم بالاستثمار في الطاقة الخضراء والبنية التحتية وانبعثات غازات الاحتباس الحراري ومؤشر مخاطر المناخ العالمي والطاقة المتجددة من إجمالي ونظافة مياه المحيط ومعالجة مياه الصرف الصحي والمصادقة على المعاهدة البيئية والحماية الكافية للطبيعة والرقابة على تأثير الإنتاج على البيئة والطبيعة ومتوسط نسبة مناطق التنوع البيولوجي الرئيسية التي تغطيها المناطق المحميات.

● **الانفتاح الدولي:** استطاعت المملكة الأردنية من خلال هذا المؤشر أن تحتل المرتبة 46 عالميا، حيث يقيس هذا المؤشر مجموع العناصر التي تجعل من المملكة منفتحة على العالم حاليا ومستقبليا في عدت جوانب من بينها درجة الانفتاح المالي وعدد اتفاقيات التجارة الإقليمية السارية وعدد الاتفاقيات الثنائية للخدمات الجوية ومتطلبات الحصول على تأشيرة الدخول إلى المملكة الأردنية.

### 3.2 البنية التحتية:

حصلت المملكة الأردنية في مؤشر البنى التحتية على المرتبة 69 عالميا في البنية التحتية للخدمات السياحية، ويتضمن عدد المقاعد المتاحة أسبوعياً مليون فرد / كم، عدد شركات الطيران العاملة، جودة الطرق، فعالية خدمات الموانئ البحرية، كثافة السكك الحديدية، عدد الغرف الفندقية لكل 100 فرد، عدد قوائم الإيجارات قصيرة الأجل لكل 10,000 نسمة.

● **البنية التحتية للنقل الجوي:** يقيس المؤشر جودة البنية التحتية للطيران سواء داخل المملكة أو خارجها ودرجة اتصال المطارات وكفاءة خدمات النقل الجوي عدد المقاعد المتاحة أسبوعياً مليون فرد/كلم وعدد شركات الطيران العاملة بالإضافة إلى وسائل النقل الجوي المتاحة، حيث حصلت المملكة الأردنية على المرتبة 61 عالميا.

● **البنية التحتية للنقل البري والبحري:** حصلت المملكة الأردنية على المرتبة 53 عالميا في البنية التحتية للنقل البري والموانئ، حيث تعمل منظومة النقل والخدمات اللوجستية المملكة على إقامة طرق وفق المعايير الدولية ولاسيما كثافة الطرق وفعالية خدمات القطارات وفعالية خدمات النقل العام سهولة الوصول إلى خدمات النقل العام وجودة الطرق وفعالية خدمات الموانئ البحرية وكثافة السكك الحديدية

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

● **البنية التحتية للخدمات السياحية:** يقيس مؤشر البنية التحتية للنقل البري والبحري مجموعة من العناصر كماكينات الصراف الآلي لكل 100,000 فرد وجود شركات تأجير السيارات الكبيرة وتنافسية الخدمات السياحية من حيث عدد الغرف الفندقية لكل 100 فرد عدد قوائم الإيجارات قصيرة الأجل لكل نسمة 10,000. وشهدت الأردن نموا متسارع في الاستثمارات، حيث تعدد عدد الفنادق والخدمات السياحية في الأردن من المؤشرات التي يعتمد عليها مؤشر البنية التحتية للخدمات السياحية، كل هذه العناصر جعلت الأردن يحتل المرتبة 69 عالميا.

### 4.2 الموارد الطبيعية والثقافية:

سجلت المملكة الأردنية درجة متأخرة من بين دول العالم نظرا لافتقارها لمختلف الموارد الطبيعية، حيث يتفرد منها مؤشرا حاكمان، وذلك على النحو التالي:

● **الموارد الطبيعية:** حصلت المملكة الأردنية على المرتبة 91 عالميا بالنسبة للموارد الطبيعية المتاحة وعدد المناطق المحمية، يشهد عدد مواقع التراث العالمي الطبيعية الطلب الرقمي للسياحة الطبيعية مجموع الكائنات الحية المعروفة وتنوعها مجموع المناطق البيئية البرية وتواجد المياه العذب، يقيس هذا المؤشر عن مدى امتلاك المملكة لعدد كبير من الأماكن الطبيعية الخلابة التي جمعت الطبيعية جمالها بين الأودية المليئة بالمساحات الخضراء الشاسعة والامكان الأثرية والجزر رائعة الجمال والشواطئ والقلاع إضافة إلى الحدائق والمتنزهات العامة.

● **الموارد الثقافية والسفر التجاري:** حصلت المملكة الأردنية على المرتبة 70 عالميا، حيث يقيس مؤشر الموارد الثقافية والسفر التجاري كل أشكال التعبير الثقافي الشفهي غير المادي عدد الملاعب الرياضية الكبيرة وعدد المدن الإبداعية المدرجة في اليونسكو الطلب الرقمي على السياحة الثقافية والترفيهية والحماية الكافية للتراث الثقافي المادي وغير المادي عدد المواقع الثقافية المدرجة في التراث العالمي، حيث حلت المملكة في المرتبة عالميا.

### 5.2 استدامة السياحة والسفر:

أما استدامة قطاع السياحة والسفر، حيث كان أداء المملكة الأضعف وحصل على المرتبة 72 من بين دول العالم، حيث يقيس هذا المؤشر انبعاثات غازات الاحتباس الحراري، مؤشر مخاطر المناخ العالمي، الطاقة المتجددة من إجمالي الاستهلاك، مؤشر القائمة الحمراء، الإنفاق على الحماية الاجتماعية، معدل الفقر من السكان، تكافؤ الفرص للقوى العاملة، مدة الإقامة الداخلية (أيام)، مضاعف السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي، تركّز التشتت الجغرافي للسياحة والاهتمام بالمناطق الطبيعية، المعالم الثقافية.

## 2.4 المرونة الاقتصادية والظروف الاجتماعية:

جاءت المملكة الأردنية في المرتبة 88 عالميا بالنسبة للمرونة الاقتصادية والظروف الاجتماعية، حيث يهتم هذا المؤشر بعدة جوانب مختلفة من بينها التغطية الأساسية للحماية الاجتماعية من السكان ونسبة الأفراد خارج التوظيف، التعليم، التدريب 15-24 سنة ومؤشر عدم المساواة بين الجنسين حقوق العاملين الإنفاق على الحماية الاجتماعية ومعدل الفقر من السكان وتكافؤ الفرص للقوى العاملة.

## 3.5 ضغط الطلب على السياحة وتأثيره:

يعبر هذا المؤشر عن مدى قدرة المملكة في التحكم في حجم الطلب السياحي، حيث يظهر ذلك من خلال ما حققه المملكة من التقدم الكبير ضمن مؤشر تطوير السياحة والسفر، مما جعل الأردن من الدول التي يطلبها السياح في منطقة الشرق الأوسط نظرا لما يتميز به من مناطق الجذب السياحي، وهذا نتيجة التطوير المستمر لكافة الوجهات السياحية والسعي نحو تطوير تجربة السائح، بالإضافة إلى تدعيم مجموعة من المشروعات السياحية الضخمة.

الفرع الثاني: واقع التحول الرقمي في تحقيق تنمية سياحية مستدامة في المملكة الأردنية.

## 1. الخدمة العمومية في القطاع السياحي في المملكة الأردنية:

### 1.1 زيارة المملكة الأردنية:

تعد منصة زيارة المملكة الأردنية من بين الخدمات التي تقدمها وزارة السياحة والآثار الأردنية عبر موقعها مما يسمح للسائح من معرفة كل الأمور التي يريدتها قبل السفر إلى المملكة. (الأردنية و، 2024).

- **تعرف على الأردن:** يعد القطاع السياحي في المملكة أداة فعالة في رفع الدخل القومي ودعم قطاعات اقتصادية أخرى وتنميتها، وما يتبع ذلك من زيادة في فرص العمل وتحسين في مستوى معيشة المواطن، ومن جهة أخرى أصبحت السياحة مصدر نخضة تنموية وفكرية كبيرة في المجتمع الأردني، نجمت عن اختلاط أفراد المجتمع بالعديد من المجتمعات السياحية ذات اللغات والثقافات والعادات والمعتقدات المختلفة.

كما يبرز دور السياحة كأداة فعالة في إظهار الصورة الحقيقية للأردن على المستوى الدولي.

- **معلومات التأشيرة:** يمكن الحصول على تأشيرة الدخول للمملكة الأردنية الهاشمية من خلال الدخول إلى الموقع الإلكتروني للخدمات الإلكترونية لوزارة الداخلية أو تطبيق الهواتف الذكية على المتاجر الإلكترونية (وزارة الداخلية الأردنية) واتباع التعليمات الخاصة بالخدمة حسب جنسية طالب التأشيرة، يمكن الحصول على تأشيرة

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

السياحة لزيارة المملكة حسب فئة الجنسية ووفقاً للحالتين:

■ بإمكان حملة الجنسيات التي لا تحتاج إلى موافقة مسبقة، التقدم على خدمة تأشيرة الدخول الإلكترونية واختيار الغاية من الزيارة "سياحة" استكمال الطلب ودفع رسوم التأشيرة.

■ بإمكان حملة الجنسيات التي تحتاج إلى موافقة مسبقة الحصول على التأشيرة السياحية من خلال طلب يقدم لهذه الغاية عن طريق أحد المكاتب السياحية الأردنية.

● **هيئة تنشيط السياحة:** تقوم هذه الهيئة بموجب نظام يهدف إلى تولي وتوحيد عمليات الترويج والتسويق السياحي للمملكة، والعمل على خلق الطلب على المنتج السياحي الأردني، حيث بات الترويج السياحي ضرورة ملحة في ظل ازدياد حدة المنافسة بين الدول، وتنامي الأهمية الاقتصادية لقطاع السياحة.

وكجزء من خطتها التسويقية، تصمم هيئة تنشيط السياحة وتنفذ برنامجاً متكاملًا للترويج الدولي تشتمل أنشطته على التمثيل، والمعارض التجارية، وورشات العمل، والمعارض المتنقلة، والزيارات التعريفية، وإنتاج وتوزيع المواد الإعلامية، والعلاقات العامة.

ونظراً للدور الحيوي للسياحة، يدير الهيئة مجلس للإدارة من أعضاء من القطاع الخاص يمثلون الفنادق ووكالات السياحة العاملة في المملكة وشركات النقل السياحي.

● **رسوم دخول المواقع السياحية:** يستطيع السائح من خلال هذه الخدمة معرفة قيمة الرسوم التي تدفع أثناء الزيارات المواقع السياحية والأثرية، حيث يتم دفع رسوم لقاء هاته الزيارات؛ أسعار دخول المواقع السياحية والأثرية تختلف من موقع إلى آخر وبين المواطن الأردني والسائح الأجنبي والفترة التي يتم فيها الزيارة الموقع السياحي. لذلك من هاته النافذة عبر موقع وزارة السياحة يتم معرفة أسعار تلك المواقع السياحية والأثرية مسبقاً.

● **المواصلات:** تختلف خدمة وسائل النقل والمواصلات في المملكة، حيث تشكل وسائل النقل والمواصلات العامة إحدى العناصر الأساسية في حياة السكان اليومية؛ نظراً لأهمية الخدمات التي تقدمها، حيث تتكون شبكة المواصلات من خطوط عامة ومتاحة للجميع لنقل الأشخاص من نقطة معينة إلى أخرى مقابل أجرة ثابتة وتعدد وسائل المواصلات داخل المملكة، وتشمل: الباص، والتاكسي.

### 2.1 مهن السياحة:

● **ابدأ عملك السياحي:** لعرض وتحميل مختلف الاجراءات للبدء بالعمل السياحي، يتم عرض مجموعة من الخيارات مثل اجراءات ترخيص دليل سياحي لأول مره؛ اجراءات تصنيف وترخيص منشأة فندقية لأول مرة؛ اجراءات تصنيف وترخيص مطعم سياحي لأول مرة؛ اجراءات ترخيص مكتب سياحي لأول مره؛ اجراءات

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

ترخيص متجر التحف الشرقية لأول مرة.

### ● مقدمي عملك السياحي:

● **تأهيل الإدلاء السياحيين:** يتم ذلك من خلال القيام بزيارة وزارة السياحة والآثار وتقديم طلب ترخيص

مزاولة مهنة الدلالة السياحية في مديرية المهن السياحية وفقا للشروط التالية:

- أن يكون مقدم الطلب أردني الجنسية ويحمل الرقم الوطني؛
- أن يكون قد أكمل العشرين سنة من العمر؛
- أن يكون لائقا صحيا وخاليا من الأمراض مثبتا ذلك بقرار صادر عن مركز طبي معتمد؛
- غير محكوم عليه بجناية أو بجنحة مخلة بالشرف والأخلاق العامة؛
- أن يكون حاصلا على الدرجة الجامعية الأولى أو ما يعادلها أو دبلوم في خدمات أدلاء السياح من كلية معتمدة كحد أدنى؛

● **الجمعيات المتخصصة:** تقوم المملكة الأردنية بالاستعانة بالجمعيات المتخصصة في المجال السياحي وذلك حتى يتسنى لها الاطلاع على مختلف الجوانب التي تدخل في القطاع السياحي، حيث تضم القائمة عدة أطراف مثل الجمعية الفنادق الأردنية؛ الجمعية الأردنية للسياحة الوافدة؛ جمعية أصحاب المطاعم السياحية الأردنية؛ لجمعية الأردنية للحرف والصناعات التقليدية والشعبية وتجارها؛ جمعية وكلاء السياحة والسفر؛ جمعية ادلاء السياح الأردنية.

● **تصنيف المنشآت السياحية:** حتى يتسنى للوزارة السياحة والآثار الأردنية تنظيم الأنشطة السياحية صنف المنشآت السياحية إلى منشآت سياحة تتضمن المؤسسات الفندقية والقرى السياحية والمنتجعات السياحية من جهة والمطاعم السياحية من جهة أخرى.

### 3.1 الخدمات:

لعرض أو تحميل قائمة مقدمي الخدمات السياحية المسجلة لدى وزارة السياحة لعام 2023، يتم الخيارات

التالية:

● **الخدمات الإلكترونية:** تقدم وزارة السياحة والآثار الأردنية العديد من الخدمات الإلكترونية والتي تساعد متلقي الخدمة على انجاز معاملته بشكل سهل وسريع، حيث تتمثل الخدمات المقدمة من خلال الموقع الإلكتروني لخدمات المهن السياحية؛ الموقع الإلكتروني للتذكرة الموحدة؛ الموقع الإلكتروني للإحصاء السياحي؛ الموقع

الالكتروني للتصنيف السياحي.

● دليل استخدام الخدمات الالكترونية: وضعت وزارة السياحة والاثار الأردنية جملة من الخدمات الالكترونية لتحسين الأنشطة السياحية وتمثل ذلك في عرض وتحميل فيديوهات استخدام نظام الخدمات الالكترونية، من خلال الاختيار من بين عدة تصنيفات كطلب تجديد رخصة فندق؛ طلب تجديد رخصة مطعم؛ طلب تجديد رخصة متجر تحف شرقية؛ طلب تجديد رخصة مكتب سياحي؛ طلب تجديد رخصة دليل سياحي؛ إلغاء رخصة منشأة.

### 2. الإستراتيجية الرقمية لتحقيق سياحة مستدامة في المملكة الأردنية:

أصبح لا بد من الاستثمار في القطاع السياحة في الفضاء الافتراضي، وعلى الرغم من أن المملكة الأردنية تتمتع بالجاهزية التكنولوجية والمنصات الرقمية، وبصفتها محط أنظار العديد من الشركات الدولية في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات والبرمجة، وأصبحت محل اهتمام، وبدأ تصل إلى مرحلة النضج، بما يؤثر على الحصة السوقية في مجال صناعة السياحة، حيث لم يعد بالإمكان اليوم استغنائها عن وسائل الاتصالات والتكنولوجيا الحديثة في كل القطاعات الاقتصادية ولاسيما في القطاع السياحي الذي أكد خبراء بأن تبني المملكة الأردنية للتحويل الرقمي تحت مفهوم السياحة الرقمية، أصبح ضرورة حتمية في عالم رقمي يتسارع تطوره ونموه، فأهمية استغلال الحكومة والقطاع الخاص لمفهوم "السياحة الرقمية" بتقنياتها وأدواتها المختلفة والمتطورة، والتي ستشكل مصدرا رئيسيا في السنوات المقبلة في إيرادات قطاع السياحة والقطاعات الفرعية التابعة له مثل قطاعات: الفنادق، ومكاتب السياحة والسفر، والمطاعم وغيرها، والقطاعات الأخرى المرتبطة به مثل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وقطاع النقل، حيث تظهر هذه الاستراتيجية في النقاط التالية: (إبراهيم، ١، 2022).

### 1.2 رقمنة القطاع السياحي في المملكة الأردنية:

تبني السياحة الرقمية لترويج للمملكة الأردنية والتجارب السياحية فيها، والعمل في الوقت نفسه على تجاوز التحديات التي يواجهها القطاع مثل تحدي الطاقة وتشجيع الاستثمار في القطاع ودعم القطاعات المرتبطة بالقطاع السياحي، ووسط منافسة شديدة تواجهها المملكة من وجهات سياحية قوية مثل دبي وتركيا ومصر وغيرها من الوجهات السياحية، حيث جاء اختيار السياحة كقطاع رئيسي ضمن رؤية التحديث الاقتصادي كرسالة واضحة على أهمية القطاع الذي لطالما كانت له مساهمة كبيرة بالنتائج المحلي الإجمالي، وخلق فرص العمل، وتمكين المجتمعات المحلية، ومن أبرز المبادرات التي اقترحتها خطة التحديث إطلاق مبادرة السائح الرقمي وتطوير منصات ورقمنة الخدمات، وقد تضمنت الأولويات للقطاع في الرؤية، استمرار تطوير المنتج السياحي وتعزيز تنافسيته،

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

وتطوير البنية التحتية للمواقع السياحية، وتحسين خدمات النقل السياحي، وتطوير المناهج التعليمية والتدريبية المتصلة بقطاع السياحة.

### 2.2 وجود إرادة وقرار من الحكومة:

يتطلب ذلك بالدرجة الأولى بهذا التوجه إلى وجود ارادة من الحكومة، حيث يشير إلى أن هذا الشرط متحقق تماما، لأن الحكومة بدأت فعلا في هذا المسار وحققت تقدما نحو الهدف النهائي، وهي المنظومة الذكية المتكاملة التي تشمل المدن الذكية سياحيا، وربط جميع المواقع السياحية بهذه المنظومة، بحيث تصبح إمكانية الوصول لهذه المواقع متيسرة، مع توفير إمكانيات لشراء جميع الخدمات من تذاكر وحجز مطاعم وفنادق وسيارات.

### 3.2 الاستفادة من المنصات العالمية والأنظمة الإلكترونية:

سعت المملكة الأردنية إلى الاستفادة من منصات عالمية وأنظمة إلكترونية، وأهمها نظام المواقع الجغرافية GPS، ومنصات مثل إكسبيديا Expedia وتريب أدفايسر Trip Adviser وبكل مكونات المنتج السياحي، حيث شهدت في الفترة الأخيرة ارتفاعا في عدد الأفراد الذين يحجزون ويدفعون كل شيء قبل الوصول.

### 4.2 إعداد بنية تحتية في مجال التقنية والاتصالات:

يظهر ذلك من حيث البرمجيات وتوفر الاتصالات الرخيصة ووجود عقول مبدعة في هذا المجال، ومن خلال تواصل الوزارة مع وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة لاستغلال الإمكانيات بالشكل الأمثل لتنشيط التسويق السياحي، حيث تم رقمنة أحد أهم مشاريع السياحة سابقا، وهو التذكرة الموحدة لأكثر من 40 موقعا سياحيا، بالإضافة إلى ربطها مع الإقامة والحدود، والآن يتم العمل على مشروعين جديدين وهما: التوسع في مشروع التذاكر الإلكترونية للمواقع السياحية والتقييم الرقمي لهذه المواقع.

### 5.2 التركيز على تقييمات المستخدمين:

في هذه النقطة فإن كل من يخطط لزيارة أي بلد ينظر في هذه التقييمات ويبنى قراراته عليها في الغالب، إذا ما أرادت المملكة الأردنية التفوق على غيرها في التنافس على الزوار، يجب أن تهتم بكل التفاصيل، حيث بناء رقمنة القطاع السياحي تحفز المزيد من الأفراد حول العالم لزيارة المملكة ومشاركة تجاربهم مع غيرهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي، خصوصا بوجود استراتيجية سياحية تغطي الفترة ما بين 2021 و2025، وتستهدف الوصول للرقم القياسي الذي تحقق في العام 2019 والبالغ 5.3 مليون سائحا، مع عائدات تبلغ 4.1 مليار

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

دينار، وتجاوز ذلك مع الانتهاء من تنفيذ الاستراتيجية الوطنية للسياحة بعد ثلاث سنوات.

### 6.2 تشجيع العمل على تطبيق السياحة الرقمية:

السياحة الرقمية مطبقة محليا بنسبة تصل إلى سبعين بالمئة، ولكنه يجب العمل على زيادة النسبة والاستفادة من كل ما يستجد تقنيا في قطاعات الفنادق والمطاعم والنقل السياحي ومكاتب السياحة وغيرها من القطاعات الفرعية للسياحة، لأن العمل في هذه القطاعات بالطرق التقليدية سيهدد القطاع ويبقيه متأخرا قياسا بدول العالم، مع اهمية العمل على تطوير مواقع السياحة ورفع مستوى الخدمات التي ستبقى تقدم في الموقع السياحي وفي القطاعات المرتبطة بخدمة السائح.

### 7.2 تعزيز وتعميم رقمنة المحتوى السياحي للمواقع في المملكة الأردنية:

تسعى المملكة الأردنية إلى تعميم رقمنة المحتوى وذلك بتوفير الخدمات الرقمية في الحجز ولكافة مراحل الرحلة السياحية بما يريح السائح من مرحلة الاختيار والتسجيل حتى مرحلة الدفع الالكتروني، واستغلال المنصات العالمية للتسويق والترويج للمواقع والخدمات السياحية، حيث أن المؤسسة الرئيسة التنفيذية لشركة "ألو كلاود"، المتخصصة في مجال المحتوى الرقمي والسوشال ميديا لها خليفات، بأن التحول الرقمي في كافة القطاعات حاليا هو ضرورة حتمية ولم يعد خيارا، والقطاع السياحي هو واحد من هذه القطاعات التي يجب أن تعمم التقنيات الحديثة والرقمنة لخدمة القطاع وتطويره وخدمة للسائح المحلي والأجنبي.

### 8.2 تبني المنصات الرقمية السياحية:

المضي قدما في توظيف استراتيجية المنصات الذكية في الترويج للمملكة للأردنية في كل المجالات السياحية العلاجية والتعليمية والطبية والدينية، لكي تنافس دول الجوار، حيث بينت الخليفات ان اتمام جزء أو كامل الاجراءات السياحية في مجال الحجوزات والتسجيل وتزويد مزودي الخدمة السياحية بمدى رضا العميل هي جزء ضروري من عوامل نجاح وترويج المنتجات والخدمات السياحية، حيث أن التجارب والمنتجات السياحية التي لا تكون الرقمنة جزء منها سيكون عليها أن تصارع من أجل البقاء، المملكة لديها برامج سياحية رقمية بنسبة كبيرة مثل البرنامج الوطني لدعم السياحة المحلية أردنا جنة وهو خير نموذج على برنامج سياحي رقمي وموجود بشكل تفاعلي على المنصات الرقمية السياحية، فمثلا نجد في مجال السياحة العلاجية، يتم تطوير الاعمال في شركة "ميدكس جوردن"، المنصة الرقمية المعنية بالسياحة العلاجية والاستشفائية، يزيد ذلك من أهمية تبني التقنيات الحديثة لخدمة القطاع السياحي وقطاع السياحة العلاجية في المملكة على وجه الخصوص، فمن لا يستثمر ويتبنى هذه التوجهات سيتخلف عن الركب ويبقى متأخرا.

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

كما تظهر أهمية التقنيات الحديثة في توفير "الراحة" للمستخدم ولطالب خدمات السياحة بشكل عام وخدمات السياحة العلاجية، فالمنصات الرقمية اليوم يمكنها تسهيل اجراءات البحث عن أماكن للاستشفاء والحجز وكل اجراءات الرحلة الاستشفائية، التي تعاني منها بيئة ريادة الاعمال المملكة من وجود برامج وجهات، فمنصة تطبيق "اسفار"، جعلت التطبيقات الذكية تلعب دوراً كبيراً في صناعة السياحة العالمية، فهي الأقدر على استيعاب جميع متطلبات السائح وتلبية رغباته.

لذلك التطبيقات لرقمية أصبحت اليوم واقعاً لا بد من التعامل معه، حيث بات العديد منها يتخصص في مجالات من شأنها مساعدة السائح وأصحاب المشاريع السياحية معاً.

### الفرع الثالث: آفاق السياحة الرقمية في ظل التحديات والفرص في المملكة الأردنية.

#### 1. آفاق السياحة الرقمية في المملكة الأردنية:

تسعى المملكة الأردنية إلى تطوير السياحة الرقمية لنهوض بقطاع السياحة الذي أصبح يمثل فرصة مهمة لتعزيز صناعة السياحة، من خلال العمل على جذب المزيد من السياح إلى البلاد، حيث تعول الأردن بالاهتمام بعدت عناصر مهمة والتي وضعتها كأساس وتدخل ضمن آفاق السياحة الرقمية في المملكة:

#### 1.1 ترويج للسياحة باستخدام التكنولوجيا الحديثة:

تسعى الهيئة لتنشيط السياحة الأردنية إلى جعل قطاع السياحة في المملكة قطاع ريادي، مبينا أن القطاع قدم إيرادات الدخل السياحي بلغت العام الماضي 5.3 مليار دولار، الهيئة تعمل حالياً على تنشيط السياح، من خلال البرامج المحفزة لزيارة المواقع الأردنية السياحية باستثناء البحر الميت بدعم حكومي يبلغ 10 ملايين دينار، بالإضافة للمواصلات المجانية، حيث أن الهيئة تعمل على تصوير المواقع السياحية في المملكة وإجراء جولة افتراضية من خلال تقنية الواقع الافتراضي "virtual tourism" وتصوير بتقنية 360 درجة، بالإضافة للتطبيقات التي تتيحها الشركات الريادية المختصة في القطاع السياحي.

كما أن الهيئة تتجه لترويج الغرف الفندقية عبر "الشراء المستقبلي" من خلال البرامج السياحية المتضمنة تخفيضاً على أسعار الغرف بنسبة تصل إلى 50%، مؤكداً أن الأفكار والبرامج والخطط كثيرة لإنقاذ القطاع السياحي مع تشجيع العمل بالنمط الجديد بعد كورونا "السياحة الدينية"، خاصة أن المملكة يملك 42 موقعاً سياحياً دينياً، بالإضافة للسياحة العلاجية والمغامرة، والسياحة من دول المنطقة المجاورة للمملكة. (الرؤية، 2022)

#### 2.1 تسويق الوجهات السياحية عبر الأنترنت:

يمكن استخدام الوسائل الرقمية مثل مواقع الويب ووسائل التواصل الاجتماعي للترويج للمعالم السياحية في

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

المملكة، مثل البتراء، ووادي رم، والبحر الميت، والأماكن الأثرية الأخرى، وذلك لما تقدمه الأنترنت من كم هائل من المعلومات المتجددة والمتنوعة بخصوص هذه الوجهات السياحية، العديد من الشركات السياحية تقدم برامج مجانية بطريقة دعائية قصد التعريف والإشهار لهذه الأماكن في المملكة، فهي تساهم في تطوير عمليات التسويق في القطاع السياحي، فالتجهت من خلال ذلك إلى الاستفادة من الإمكانيات والمزايا التي تتيحها شبكة الأنترنت في المجال السياحي، تم انشاء مواقع انترنت تعنى بالسياحة الرسمية والخاصة التي تتنافس في جذب السياح من خلال الاهتمام بجماليات الأماكن السياحية وتنوع الخدمات السياحية التي تقدم هذه المواقع والمعلومات السياحية والبرامج السياحية من خلال شبكة الأنترنت، فمن خلال شبكة الأنترنت أصبح بإمكان الراغب في السياحة اليوم أن يتعرف على مختلف أنواع السياحة وعناصر الجذب السياحي في المملكة بل أصبح بإمكانه اختيار أفضل الشركات أو الوكالات السياحية للتعامل معها واختيار أنسب البرامج والخدمات السياحية، كل ذلك يتم من خلال شبكة الأنترنت دون بذل جهد أو عناء في البحث عن البديل السياحي المناسب.

لقد كانت للمملكة نصيب من ثورة المعلومات خاصة في السنوات الخمس الأخيرة مع العمل على تحسين الأنترنت في المستقبل، فانتشار في مختلف أنحاء البلاد وكذلك انتشار استخدام الهواتف الخلوية والحاسب ومقاهي الأنترنت، وقد استغلت معظم وسائل الإعلام الأردنية ثورة المعلومات؛ إذ قامت العديد من الشركات التي كانت لها مواقع على شبكة التواصل مع عملائها أينما كانوا، وقد كانت المملكة من أوائل الدول العربية التي أدخلت خدمة الأنترنت للمواطنين والشركات، لذلك فهي تسعى إلى ادخال خدمات الأنترنت عن طريق مركز المعلومات الوطني الأردني التابع للجمعية العلمية الملكية واتساع نطاق استخدام شبكة الأنترنت بشكل ملحوظ في مختلف المؤسسات والشركات السياحية وجعلها تنافس كبرى الأسواق العالمية. (المواجدة، 2017)

### 3.1 تطوير تطبيقات الهاتف الذكي السياحية:

ساهمت التطبيقات الرقمية في تطوير السياحة الرقمية وجعل تطبيقات الهاتف الذكي تقدم معلومات مفصلة حول الوجهات السياحية، والأنشطة، والفعاليات في المملكة، بما في ذلك خرائط التوجيه وتوفير الخدمات السياحية، حيث تتمثل أهمية تفعيل التطبيقات الذكية في الترويج للسياحة بالمملكة باعتبارها أنجع وأسرع الطرق في ذلك، حيث أصبح العالم يعتمد اعتمادا مباشرا على التطبيقات الرقمية بمختلف أنماط حياتهم؛ لذلك يستطيع المتصفح عبر تلك التطبيقات أن يزور أو يطلع على أي مكان في أي وقت وأي بلد، وتقدر نسبة انتشار الأنترنت التي دخلت الخدمة نحو 89% من بيوت الأسر الأردنية، فالأنترنت والتطبيقات الرقمية دخلا معظم المنازل، خاصة في الدول الأوروبية والغربية التي يجب التركيز عليها في الترويج للسياحة في الأردن لجذب أكبر عدد ممكن

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

من السياح، وارتفع الدخل السياحي منذ بداية العام الحالي وحتى نهاية شهر (فبراير) الماضي 10%، وأكدت أن التطبيقات الرقمية السياحية باتت طريقة متسارعة للوصول إلى أكبر عدد ممكن من السياح على مستوى العالم وليس على مستوى المملكة وحسب، حيث الترويج للسياحة عبر التطبيقات يعد مؤثراً في استقطاب أكبر عدد من السياح، وبالتالي سيؤدي إلى ثورة في نخوض الاقتصاد الوطني. كما يجب وزارة السياحة والآثار بالعمل على تطوير وتعزيز الترويج للسياحة عبر التطبيقات الرقمية، حيث تم تخصيص فريق خبير في التطبيقات الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي كافة، كما أن الهيئة تعمل منذ سنوات على جذب السياح والترويج لها عبر التطبيقات الذكية، وأن الهيئة تقوم بالترويج للسياحة في المملكة بشكل مباشر لأن الهيئة تدرك أهمية التطبيقات الذكية. فاننتشار الهواتف الذكية المتصلة بالشبكة العنكبوتية؛ تقدم خدمات الأنترنت اليوم في السوق المحلية بتقنيات عدة هي تقنية "ADSL" السلكية التي تعتمد على الهاتف الأرضي في تمديدها واستخدامها، والألياف الضوئية، وتقنية الجيل الثالث، والجيل الرابع للإنترنت المتنقل عريض النطاق، كذلك يأتي هذا النمو في أعداد اشتراكات الخدمة في وقت يزيد فيه إقبال واعتماد الأردنيين على الأنترنت في التواصل الاجتماعي ولتسيير أمور العمل في مختلف القطاعات الاقتصادية. (سعد، 2023)

### 4.1 استخدام التقنيات الجغرافية المكانية:

تقوم المملكة الأردنية باستخدام تقنية الواقع الجغرافي لتمكين الزوار من استكشاف الوجهات السياحية في المملكة بطريقة تفاعلية وواقعية، مما يشجع على زيارة الوجهات السياحية، حيث تلعب التقنيات الجغرافية المكانية دوراً حيوياً في الدراسات الأثرية والإدارة السياحية من خلال توثيق وتصوير المواقع التراثية وتسويقها بشكل حديث، وهذا الموقع هي إحدى مخرجات المشروع الرئيسية بعنوان "التقنيات الجيومكانية لتوثيق وترويج المواقع الأثرية والترويج لها في عمان الأردن"، حيث ويعتمد هذا المشروع على استخدام التقنيات الجغرافية المكانية جنباً إلى جنب مع تقنية التصوير ثلاثية الأبعاد 360 في توثيق المواقع التراثية والترويج لها، يدمج هذا العمل تقنيات نظم المعلومات الجغرافية مع النظام الافتراضي 360 لتمثيل مواقع التراثية والسياحية، من خلال هذا المشروع، تم استهداف وتعزيز وتصوير المواقع الثقافية والتراثية بشكل مختلف من أجل إحياء في المملكة ولاسيما مدينة عمان، وأيضاً من أجل رفع مكانتها الدولية وتعزيز صورتها السياحية وفي هذا الإطار تم التركيز على المناطق الأثرية في عمان، مثل القلعة، المتاحف، أم الرصاص وادي السير إلخ.

كما يتيح هذا الموقع الإلكتروني الفرصة لاستكشاف السياحة الأثرية في مدينة عمان من خلال فيديوهات الجولات الافتراضية وصور 360. (مخامرة، 2024).

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

وبذلك تسعى المملكة إلى تعميم هذه التقنية في المستقبل على أكبر عدد من الأماكن السياحية على مستوى المملكة، حيث يقدم الموقع لمشاهديه معلومات قيمة حول تاريخ أهمية كل موقع، مما يتيح التخطيط المستقبلي عند زيارة هذه الأماكن، واكتشاف جمال المملكة السياحي بأعلى جودة افتراضية.

كما أن تطوير السياحة الرقمية في المملكة يساهم في تعزيز الوعي الدولي بالوجهات السياحية في البلاد وزيادة الإيرادات السياحية، مما يعزز النمو الاقتصادي ويدعم التنمية المستدامة، مع الأخذ بعين الاعتبار التحديات التي تقف في تحقيق سياحة رقمية حقيقية في المملكة.

### 2. تحديات السياحة الرقمية:

مما لا شك فيه أن القطاع السياحي الأردني يعاني كثيرا، وقد أدت بعض التحديات إلى إغلاق وقطع أرزاق وأعمال بعض المنشآت السياحية والعاملين في هذا القطاع، وإن كان هناك بعض الأمل في بعض القطاعات للتعافي، إلا أن هنالك بعض التحديات التي يجب توضيحها وأخذ الحذر منها، ومن أهم هذه التحديات التي يجب الانتباه لها ما يلي:

- الحاجة إلى عمالة مدربة وملهمة بشكل ممتاز في التكنولوجيا الحديثة لصناعة السياحة رقمية والقطاع بشكل عام، فالمملكة يعي جيدا أن مؤسسات التدريب المهني والمعاهد وكليات المجتمع والجامعات لها الدور الأكبر في توفير هذه الكفاءات، ولكن للأسف جميع القطاعات السياحية تشكو من هؤلاء الخريجين، وتعتقد أن كفاءتهم أقل من المطلوب، مما ترتب من المتدربين والخريجين خسارة الأموال، وعدم القدرة على مواجهة التحديات في المستقبل.
- الإجراءات والقوانين والتنظيمات التي تفرض على السياحة الرقمية سلاح ذو حدين، فمن الممكن أن يكون سلبا إذا كان عشوائيا، وفيه نوع من التسرع، ويمكن أن يكون إيجابيا إذا كان مدروسا جيدا.
- التسويق والترويج السياحي الإلكتروني المحترف والمبدع والصادق، فالحاجة إلى تسويق رقمي إبداعي يقوم على الأفكار الجديدة وفق التكنولوجيا الحديثة، وهذا لن يكون إلا بوجود المتخصصين والمبدعين أصحاب الابتكار والأفكار الخلاقة لقيادة القطاع.
- يفتقد الترويج الأردني الرسمي للسياحة الرقمية للإبداع والابتكار اعتمادا لمفهوم "رقمنة السياحة"، فضلا عن تقليدية الاعلام السياحي، وهو ما انعكس سلبا على موقع المنتج السياحي الأردني على الخريطة الدولية، بفعل قصور إيصال الرسالة السياحة عن الأردن، بما يحتويه من رموز ودلالات حضارية.
- ضعف مخرجات التعليم السياحي في مجال إخراج مواد بشرية قادرة على التعامل مع السياحة الذكية.

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

- عدم وجود برامج تدريبية تتبناها الجهات المعنية كهيئة تنشيط السياحة ووزارة السياحة والأثار في مجال تمكين السياحة الرقمية في المملكة، فالمناطق السياحية الأردنية ليست مجهزة بالخدمة والاجهزة الرقمية، كما لم نصل إلى مرحلة النضج في تطوير السياحة الافتراضية التي تجعل السائح في أي دولة في العالم يتجه إلى المملكة كوجهة سياحية أولى.
- تتطلب السياحة الرقمية ميزانية معتبرة لتمويل العملية بالوسائل التكنولوجية الحديثة وتشجيع الاستثمار وتنشيط المشاريع الصغيرة والمتوسطة.
- عدم تشجيع وإعطاء فرصة في توجيه طلبة الجامعات والمدارس إلى انجاز مشاريع بحثية وتسويقية للمواقع السياحية والأثرية ونشرها عبر الأنترنت ويوتيوب ومواقع التواصل الاجتماعي.
- برغم من تشجيع كافة الفرص التنموية بإدراج البنى التحتية الذكية بما تتضمنه من التشريعات والقوانين التنظيمية للاستثمارات العقارية والسياحية والتجارية والصناعية، والالتزام بدعم البرامج الريادية الخاصة بالتكنولوجيا الرقمية في كافة جوانب صناعة السياحة، وتمكين المؤسسات السياحية والاجتماعية والاقتصادية ودعمها للتحويل الرقمي، إلا أن ذلك لم يرقى إلى المستوى المطلوب الذي تتطلبه السياحة.
- على الرغم من الامكانيات الفائقة في المجال التكنولوجي والخبرات والعقول البشرية المتاحة، إلا أن التجربة الأردنية في هذا المجال ما تزال دون المستوى المطلوب مقارنة مع دول الجوار التي تفوقت بشكل كبير في الجانب التكنولوجي السياحي.
- التراخي في توظيف الترويج السياحي الرقمي باحتراف، مما صعب في تطبيق مفهوم الحكومة الالكترونية بالشكل الفعال، الامر الذي جعل الجهات المسؤولة عن الترويج السياحي تكتفي تسويق المملكة سياحيا عبر آليات الاعلام التقليدي البسيط، دون الاستفادة مما توفره منصات التواصل الاجتماعي من امكانيات هائلة تستطيع أن تقلل كلفة الترويج ماديا وتضمن الوصول الاسرع للمنتجات والمواقع السياحية والاثريّة المختلفة، وتضع المملكة على خريطة السياحة العالمية بالسرعة الهائلة والانتشار الاوسع.
- ان المنافسة على استقطاب السياحة والترويج السياحي بات في اطار الكتروني بامتياز سواء بالحجوزات وتذاكر السفر والعروض، وما تشهده من معركة ضارية في العروض بين الشركات والمؤسسات الدولية التي حرصت على الحضور في اروقة العالم الافتراضي، والتفاعل مع استفسارات زوار المنصات بسهولة.
- وضع القطاع السياحي مترد بسبب ارتفاع الأسعار وعدم مقدرة المملكة على المنافسة في ما يتعلق بالمبيت والطعام والنقل، اضافة إلى أن احدى المشكلات التي يواجهها السائح هي ضعف الخدمات الذكية

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

للقطاع السياحي، ومن الأهمية إعداد خطة استراتيجية للسياحة الذكية، وإيجاد خطط تجذب السائح للمملكة، مع ضمان مصداقية العروض المقدمة عبر الأنترنت، لتعزيز الثقة بين السائح وبين ما يتم تقديمه وفقا للعروض المطروحة عبر التقنية الحديثة.

■ عدم انشاء مركز للخدمات الذكية في القطاع السياحي من مسؤولية وزارة السياحة على اعتبارها تراقب تلك العروض المطروحة ومدى مصداقيتها، سواء تلك المقدمة من وكلاء السياحة والفنادق أو الشركات المنظمة العمل السياحي.

■ السياحة تحتاج إلى الابتكار في مجال التكنولوجيا لبلورة إسهاماتها المحتملة، ولا بد أن تتدفق فوائدها إلى المجتمعات المحلية المضيفة، ودعا الحكومات إلى دعم التكنولوجيات الرقمية التي يمكنها أن تغير أساليب في السفر وأن تخفف الآثار الإيكولوجية التي تخلفها السياحة مع إتاحة منافعها للجميع.

وفي الأخير هنالك العديد من التحديات الأخرى، ولكن التحديات ودراستها وتحليلها بشكل منطقي تصبح محفزات للعمل الإبداعي، والخروج بحلول على جميع المستويات القصيرة والمتوسطة والطويلة الاجل، والعمل الجماعي في مواجهة مثل هذه التحديات يكون له أفضل النتائج، كلها عوامل ايضاً يجب توفرها في الفريق الذي يستطيع مواجهة هذه التحديات والتفكير بإيجاد حلول لها.

### 3. إيجابيات السياحة الرقمية:

برغم من تلك التحديات التي تواجهه في تحقيق تنمية سياحية مستدامة، إلا أن هذا لم يمنع المنصات والتطبيقات الرقمية السياحية التي أصبح يعتمد عليها بشكل متزايد والتي تعد من العوامل الحاسمة في اختيار الوجهات السياحية من قبل المسافرين عبر العالم، ومن بين الإيجابيات السياحة الرقمية ما يلي:

■ فمن الأهمية أن يستفيد قطاع السياحة الأردني من هذه الوسيلة وأن يكون قادراً على التنافس مع الوجهات الأخرى بأحدث التقنيات والتكتيكات، فالتقنيات الرقمية الحديثة والاستراتيجيات ستساعد في دفع قطاع السياحة الأردني إلى الأمام في العصر الرقمي، تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي وأدوات التسويق الإلكتروني للترويج للملكة وجعله وجهة سياحية عالمية بامتياز؛

■ كما أن أهمية الإعلام السياحي الرقمي تساهم في تحقيق التنمية السياحية؛ لما له من تأثير بالغ في جذب السياح وتعزيز حضور السياحة الأردنية في الأسواق العالمية، ورسم صورة حسنة ومشرفة عن المملكة.

■ التسويق الإلكتروني عامل مهم في الترويج الإعلامي للسياحة الأردنية من خلال نشر تجارب الزوار وانطباعاتهم على نطاق واسع بعد نهاية رحلاتهم، مما يجعل المملكة قبلة للسياح فهو يساهم في جذب المزيد

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

---

من الزوار، مما يسمح على زيادة الترويج بطرق أكثر احترافية؛

- إضافة إلى دور التحول الرقمي في الإعلام؛ ليكون مؤثرا إيجابيا في الرأي العام واتجاهاته الحديثة، ليقوم بدوره ويؤدي رسالته، على اعتبار دور الإعلام المسؤول بالتعريف بالسياحة والمواقع السياحية.

### المبحث الثالث: توجهات الحديثة للسياحة بالجزائر في ظل بيئة رقمية.

يسعى قطاع السياحة والصناعة التقليدية بالجزائر إلى إقامة مجموعة من المبادرات والمشاريع من خلال تجسيد برنامج رقمنة القطاع الذي يدخل في إطار مشروع الرقمنة والمجتمع الإلكتروني الذي يندرج ضمن مخطط الحكومة، حيث يعد من بين المشاريع التي أنجزت مؤخرا بوابة إلكترونية تسمى بوابة الخدمة العمومية ويمكن لكل شخص يمارس النشاط السياحي أو مهتم بالسياحة الولوج إليها للحصول على معلومات تخص النشاط الفندقي والاستثمار والإطعام السياحي والدليل السياحي وغيرها من النشاطات المفتوحة سواء للشباب أو المستثمرين ووجود منصات للحجز الإلكتروني على مستوى المؤسسات الفندقية ووكالات السياحة والأسفار.

### المطلب الأول: لمحة حول السياحة الرقمية في الجزائر.

يسعى القطاع السياحي في الجزائر إلى رقمنة كل أنشطة القطاع، حيث تعتبر عنصر أساسيا للنهوض بالقطاع وذلك لتحسين الخدمات السياحية، فتطوير السياحة من خلال رقمنة القطاع مسألة ليس بالسهلة لكن يجب أن ينظر إليها كفرصة لتعزيز وتطوير القطاع السياحي مع المحافظة على البيئة وجعله يساهم بدرجة كبيرة في الاقتصاد الوطني.

### الفرع الأول: واقع التحول الرقمي للنشاط السياحي في الجزائر.

شهدت الجزائر في الآونة الأخيرة مرحلة متسارعة من خلال التطور الهائل في تقنيات الحديثة للتكنولوجيا على المستوى العالمي وانعكاساتها على جميع القطاعات ولاسيما القطاع السياحي في الجزائر، وخاصة مع تطور تقنيات مثل الذكاء الاصطناعي (AI)، والواقع الافتراضي (VR)، وإنترنت أشياء (IoT) أو البيانات الضخمة أو blockchain، حيث أن هذه التقنيات والتطبيقات تدخل على السياحة لتعطيها اتصالا أكثر وترويجيا للمنتجات السياحية، حيث امتد هذا التغيير إلى عالم الأعمال، كما شكلت خطوة كبيرة في الثورة الرقمية لصناعة سياحة حقيقية وتكثيف الحلول الحديثة مع المهام اليومية لتنظيم السياحة والسفر، كإختيار الوجهة والتخطيط، مسار الرحلة إلى حجز الرحلات الجوية وأنماط النقل الأخرى.

### 1. الخدمة العمومية الرقمية في قطاع السياحة في الجزائر:

أطلقت وزارة السياحة والصناعات التقليدية بوابة الخدمة العمومية للسياحة، حيث تم وضع هذه المنصة خصيصا لمختلف الفاعلين في القطاع السياحي وهدفها ترقية السياحة وتسهيل الخدمات العمومية المقدم، ويتم الاستفادة ومن الخدمات المقدمة لهذه المنصة من عبر الرابط <https://portail.mtatf.gove> وهي متاحة باللغتين العربية والفرنسية.

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

كما يدخل ذلك في الإصلاحات التي اعتمدت عليها الوزارة التي جعلت من القطاع يشهد تحركا بداية 2022 بعدما أدركت الجزائر أنه صار من المهم تعزيز قطاعها السياحي وإعطائه المكانة الحقيقية له خاصة لما يلعبه في تحقيق التنمية الاقتصادية، والتي بدأت تلوح في الأفق من خلال المشاريع الاستراتيجية للنهوض بالقطاع وجعله أكثر جاذبية، من خلاله محاولة فرض نفسها وإعادة كسب ثقة السائح الجزائري ومن ثم الأجنبي من أجل تقديم صورة جميلة للجزائر ومحاولة النهوض بالقطاع والذي من شأنه أن يقدم الكثير للسائح أولا وللإقتصاد الوطني ثانيا من خلال جلب العملة الصعبة، حيث وضعت وزارة السياحة والصناعة التقليدية هذه البوابة خصيصا لمختلف الفاعلين في قطاع السياحة لهدف ترقية وتسهيل الخدمات العمومية المقدمة لهم، ويتضمن موقع الخدمة العمومية لقطاع السياحة مجموعة من الخدمات، كما تقدم البوابة سبعة (07) أنشطة سياحية وتمثل في ايداع ومتابعة ملفات بطريقة رقمية ومن بينها ما يلي: (I'Artisanat, 2020)

- الاستثمار السياحي يعالج مختلف المشاريع الاستثمارية في مجال الفنادق؛
- وكالات السياحة والأسفار تتمثل في طلبات وكالات السياحة والأسفار المقدمة على مستوى البوابة؛
- الفنادق تتضمن مختلف طلبات استغلال مؤسسة فندقية مصنفة؛
- النشاط الحموي من خلال معالجة ملفات الاستثمارات المقدمة في مجال النشاط الحموي؛
- التهيئة السياحية وتضم جميع الطلبات الخاصة بمجال التهيئة السياحية؛
- دليل في السياحة طلبات اعتماد دليل في السياحة؛
- الإطعام السياحي نشاط الإطعام السياحي.

### 2. البوابة الالكترونية مسارات الجزائر السياحية:

إن البوابة الالكترونية "مسارات الجزائر السياحية"، التي تم إطلاقها رسميا، تعتبر خطوة هامة في تجسيد مخطط عمل الحكومة في شقه المتعلق بالتحول الرقمي للإدارة العمومية واستلام استراتيجية تسويق وجهة الجزائر، المنجزة بالتعاون مع منظمة السياحة العالمية، وإطلاق بوابة "مسارات الجزائر السياحية"، من خلال إنشاء بوابات حكومية تسمح بولوج أسرع إلى الخدمات العمومية التي تقدمها مختلف الإدارات، يدخل هذا بتنفيذ مخطط وجهة الجزائر وعصرنة القطاع، والذي سيفتح بلا شك آفاقا واعدة لإنعاش السياحة في الجزائر، في شقه المتعلق بتطوير استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تسيير مختلف النشاطات، والتي من ضمنها استحداث مسارات سياحية موضوعاتية وتطوير منصة رقمية للخدمة العمومية في مجال السياحة. (tourisme, 2020)

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

كما أن بوابة مسارات الجزائر السياحية تعد منتجا سياحيا في حد ذاته، وهي نافذة مفتوحة للسائح حيثما كان ليتسنى له رسم مساره بحسب إمكانياته، ما من شأنه تطوير السياحة الداخلية بالدرجة الأولى، والتي تختلف من قطاع إلى آخر وتتنوع من منطقة لأخرى، فبرنامج رقمنة قطاع السياحة والصناعة التقليدية 2021-2024، والذي يقضي برقمنة كافة النشاطات والهياكل التابعة للقطاع بإنشاء 26 منصة إلكترونية وحلول رقمية وتصميم 58 موقعا الكترونيا محليا، بالإضافة إلى وضع نظام المعلومات الجغرافي لتسيير المناطق والمواقع والهياكل السياحية حيز التنفيذ، حيث قدر عدد مسارات البوابة في مارس 2022 بـ 281 مسار سياحي موضوعاتي، ليشهد ارتفاعا تدريجيا خلال الثلاثة أشهر المتتالية بإحصاء 377 مسار سياحي موضوعاتي، وهو عدد يفوق الأهداف المسطرة والمقدرة بـ 365 مسار، وبلغ عدد المواقع السياحية 1123 موقع. (حمزة، 2022)

### 3. بوابة الترويج السياحي الجزائري:

قامت وزارة السياحة والصناعة التقليدية بالانطلاق الرسمي بوابة الكترونية جديدة تهدف إلى الترويج للوجهة السياحية الجزائرية، نتيجة ما يشهده القطاع السياحي من تحولات رقمية، حيث يتم من خلال هذه البوابة بثلاث لغات العربية والفرنسية والانجليزية والتعريف بالتنوع السياحي الجزائري وأهم المقاصد المتوفرة وبوكالات السياحة والأسفار والفنادق والمطاعم المصنفة وأنواع النقل إلى جانب إبراز فن الطبخ وثرء الصناعة التقليدية، وإنجاز برنامج خاص بتوسيع الرقمنة لدعم التعاون والعلاقة بين الإدارة والمواطن وإنجاز دليل سياحي الكتروني في شكل تطبيق على الهواتف النقالة بإشراك مؤسسات ناشئة مسيرة من طرف الشباب من خلال تقديم أفكار مبدعة في الأسفار وفي الترويج للوجهة السياحية الجزائرية.

### الفرع الثاني: التطبيقات الرقمية السياحية في الجزائر.

تعد التطبيقات الرقمية السياحية بمثابة واجهة للإعلان السياحي، مما يشد السائح إليها فيرغب بزيارة هذه الأماكن المعروضة. (المجد، 2019)

### 1. تطبيق قصور وادي مزاب:

يعد تطبيق وادي مزاب تطبيق الكتروني سياحي من إنتاج وزارة الثقافة الجزائرية وديوان حماية التراث الثقافي لولاية غرداية وهذا نسبة لمنطقة وادي مزاب بولاية غرداية، فهو يعتبر بمثابة دليل للقصور والمعالم الأثرية بوادي مزاب لولاية غرداية باللغة العربية، ولقد صمم هذا التطبيق وأنجز من طرف (SOFTART)، تستعمل في هذا التطبيق في نسخته على اللغة العربية فقط، إذ نجد فيه فقرات مرفقة بكل صورة من صور القصور التي يتعرض لها بالتعريف،

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

حيث يحتوي هذا التطبيق على صور متنوعة بين صور فوتوغرافية وصور مرسومة ممثلة في الخرائط التي تشير إلى مواقع القصور، يشار في بعض النصوص إلى أنظمة ري خاصة بهذه المنطقة.

### 2. تطبيق (Alegria Travel and Explore ; offline country guide):

يستعمل في هذا التطبيق اللغة الإنجليزية فقط، مع غياب تام لاستعمال اللغة العربية، تحتوي واجهته على ثلاثة بوابات، البوابة الأولى وتظهر فيها عشرون أيقونة تحمل مصطلحات وصور تعبر عن مضمون الأيقونة، أما البوابة الثانية تحوي 29 أيقونة تحمل كل واحدة منها صورة مختلفة عن الأخرى ومسماة بأسماء عدة ولايات سياحية، وتجدر الإشارة هنا إلى أن الخطابات المستعملة لا تجلب انتباه السائح إذ لا تعدو أن تكون وصفا بسيطا أو شرحا لأمر ما كوصف لموقع ما، إضافة إلى أنه يحدد مواقع المناطق السياحية وصورها على موقع خرائط غوغل.

### 3. تطبيق Cities in Alegria:

هو تطبيق تستعمل فيه اللغة الإنجليزية فقط، ما عدا بعض الحالات التي يكتب فيها اسم المدينة باللغة العربية وبالكتابة الصوتية، تحوي واجهته أيقونات لـ 72 مدينة سياحية، كل واحدة منها تحوي نصوصا تتراوح بين الطول والقصر بحسب تاريخ المدينة، إضافة إلى مواقعها الجغرافية والمناطق المشهورة بها، ويرفق بهذه النصوص مجموعة من الصور المختلفة، كالصور الفوتوغرافية والخرائط والصور المنقوشة على الحجارة... إلخ، ونشير هنا بأن هذه النصوص قد كتبت وفق خطة واحدة، فهي نصوص تاريخية أكثر منها سياحية ترويجية.

### 4. تطبيق ONAT:

يستعمل هذا التطبيق اللغة الفرنسية فقط، حيث يحوي على العديد من الصور موزعة على حسب أنواع السياحة التي يروج لها، إضافة إلى مجموعة من الصور الاحترافية وذات الجودة العالية التي تشكل عنصر جذب جيد للسائح من الداخل والخارج، إضافة إلى ومضات إخبارية عن البرامج السياحية المنظمة على شكل شرائط فيديو قصيرة، كما ان هذا التطبيق يروج للساحة بأنواعها وأنماطها المختلفة، كما أنه موجه لجمهور محدود من حيث محتوياته وحتى لغته.

### 5. تطبيق Tourism Algeria:

يعرض هذا التطبيق نبذة تعريفية على شكل فقرة يتراوح طولها ما بين الخمسة والستة أسطر، لعدد من المدن الجزائرية لا يتجاوز عددها العشرة، وقد كتبت هذه الفقرات باللغة الإنجليزية، كما أنه خال تماما من الصور التوضيحية أو الخرائط وحتى المواقع، مما رجح لدينا فرضية أن يكون التطبيق غير مكتمل، وهو في مرحلة تجريبية.

## 6. تطبيق Siyaha Dz:

تستعمل في هذا التطبيق اللغة الفرنسية وبعض المصطلحات وإعلان وحيد باللغة العربية، وهو تطبيق خدمي بالدرجة الأولى يعرض مجموعة محدودة من الفنادق مبينا الخدمات التي توفرها ومواقعها وأسعارها على شكل نصوص بعضها قصير موجز وبعضها الآخر طويل، ترفق هذه النصوص ببعض الصور التي كانت كلها عبارة عن صور فوتوغرافية متوسطة الجودة، وغير واضحة في بعض الأحيان.

## 7. تطبيق Alger city guide touristique:

تستعمل في هذا التطبيق اللغة الفرنسية فقط، يحتوي واجهته 12 أيقونة، كل واحدة منها مخصصة لغرض ما، كأماكن الفنادق والشواطئ والمطاعم... إلخ، إضافة إلى صور لا ترقى من حيث الجودة إلى أن تصنف كصور جاذبة للسائح، وحتى أنها لا تعكس جمال المناطق التي يفترض أنها تروج لها، سواء كانت هذه المناطق أثرية أو خدمية أو ترفيهية أو طبيعية.

## الفرع الثالث: بوابة الاستثمار السياحي.

تعد بوابة الاستثمار السياحي، المدخل الرقمي للمستثمرين ورواد الأعمال والمنشآت في القطاع السياحي، والتي من شأنها أن تعمل على تمكينهم من الوصول المباشر عبر رحلة رقمية شاملة، مروراً بتسهيل الإجراءات وإنجاز الأعمال، ووصولاً إلى الحلول التمويلية التي يقدمها البنوك ضمن منظومة السياحة.

ويأتي هذا لتحفيز ودعم الاستثمار السياحي عبر إتاحة المزيد من الفرص لدعم نمو وتوسع المنشآت السياحية وتحفيزها، والسعي نحو تحقيق طموحات ومستهدفات القطاع السياحي من أجل سياحة مستدامة. كما تعد البوابة المحطة الأولى لشركاء والمستثمرين، للاستفادة من الخدمات المقدمة للمستثمرين المحتملين، بهدف توحيد الجهود مع جميع أطراف منظومة السياحة، وبما يحقق التكامل لخدمة أهداف الاستراتيجية الوطنية للسياحة، ويحفز الاستثمارات النوعية تجاه قطاع السياحة الواعد.

وتستهدف بوابة الاستثمار جميع المستثمرين الراغبين في الاستثمار بالمجالات المستهدفة، ولا سيما: وكالات السياحة والاسفار، الفنادق (الفندق الخضراء)، النشاط الحموي، التهيئة السياحي، دليل في السياحة، الاطعام السياحي والأنشطة السياحية، حيث تسعى وزارة السياحة والصناعة التقليدية عن طريق بوابة الاستثمار السياحي إلى تسهيل كافة الاجراءات ملف الاستثمار من خلال المنصة دون التنقل إلى مديريات السياحة والصناعة التقليدية الولائية، من خلال ما يلي: (التقليدية، 2023)

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

- الإجراءات المصادقة على المخططات الفندقية للمشاريع السياحية؛ حيث يتكون ملف الاستثمار السياحي من الملف الإداري بالإضافة إلى الملف التقني، يرسل من قبل مديرية السياحة والصناعة التقليدية إلى الوزارة المكلفة بالسياحة بغية عرضه على اللجنة المختصة بالدراسة والموافقة على المخططات الفندقية. حيث تقوم اللجنة المختصة بعد الدراسة باصدار القرارات إما الموافقة المبدئية أو الموافقة المبدئية بتحفظات أو رفض الملف؛
- متابعة ودعم المشاريع السياحية، من خلال منح الامتياز على المستوى المحلي مع تقديم مزايا المتمثلة في الإتاوة الايجارية السنوية للقطعة الأرضية محل منح الامتياز مع تقديم امتيازات خاصة للمستثمرين الراغبون في انجاز مشاريعهم وعصرنة منشآتهم السياحية في إطار مخطط الجودة السياحية على مستوى ولايات الشمال وكذا الولايات الجنوبية يستفيدون على التوالي من 3% و 4,5% تخفيضا على نسبة الفائدة المطبقة على القروض البنكية؛
- مرافقة المستثمرين، وذلك بتوجيه وإرشاد المستثمرين في اتخاذ وإتباع الإجراءات السليمة خلال مراحل الانجاز، مع العمل على المرافقة من أجل الحصول على رخصة البناء، رخصة البناء التعديلية وكذا شهادة المطابقة. بالإضافة إلى المرافقة من أجل الحصول على قرض بنكي والحصول على التخفيض على معدل الفائدة، والقيام بالتدخل لدى جميع المصالح الولائية المتعلقة بالاستثمار، وكذا في حالة عراقيل تواجه المستثمر خلال طول فترة الانجاز.

### المطلب الثاني: استراتيجيات السياحة الرقمية لتحقيق تنمية سياحية مستدامة وفق لنموذج SWOT بالجزائر.

يعد نموذج سوات SWOT من بين أهم النماذج التي تستخدم في تحليل الاستراتيجي للبيئة الداخلية والخارجية والتي يمكن أن تؤثر على نجاح اعمال الهيئات والمؤسسات في القطاع السياحي في الجزائر، من خلال ذلك نحاول ابراز كافة نقاط القوة والضعف والفرص المتاحة والتهديدات المحتملة التي تواجه ادماج عملية التحول الرقمي في القطاع السياحي في الجزائر لتحقيق تنمية سياحية مستدامة.

لذلك تسعى الجزائر إلى صياغة استراتيجية واضحة المعالم من أجل مواكبة التطورات العالمية، في مجال التكنولوجيا الحديثة في المجال السياحة، وذلك بتوفير مناخ مناسب لنجاح التحول الرقمي. وتعزيز النمو الاقتصادي كل هذا مرهون بتوفير بيئة رقمية تساعد على نجاح هذا التحول مع الأخذ بعين الاعتبار نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات التي تساعد في ذلك.

## الفرع الأول: تحليل نقاط القوة والضعف.

### 1. نقاط القوة:

- إن الجزائر تمتلك قدرات وإمكانيات كبيرة تساعد على تحقيق إقلاع رقمي في وقت قصير. كما يساعد الجزائر بموقعها الاستراتيجي الهام في المنطقة باعتبارها بوابة إفريقيا وقرية من أوروبا.
- توفر الجزائر الحاضرة الفندقية التي تضم 1502 مؤسسة إيواء، بطاقة إستيعاب إجمالية قدرها 132 266 سرير، وعدد من وكالات السياحة والاسفار بمجموع 4 267 وكالة معتمدة من بينها 3 648 وكالة سياحية و716 فرع توفر 11506 منصب شغل؛ (التقليدية، 2024)
- تنوع المنتج السياحي الذي يتمثل في السياحة الصحراوية والسياحة الساحلية والثقافية والسياحة الحموية مما يسمح بتلبية جميع متطلبات السياح؛
- التظاهرات والأعياد المحلية التي تعد قبلة لجلب السياح من الداخل والخارج؛
- وضع سياسي وأمني مستقر يساعد في جلب المشاريع الاستثمارية ولاسيما الشركات الناشئة المختصة في المجال الابتكار والتكنولوجيا الحديثة التي تمهد لدخول السلاسل الفندقية الكبيرة؛
- كرم ضيافة الشعب الجزائري؛
- دعم الدولة على اعتبارها تولى أهمية كبيرة للقطاع السياحي وجعله من أولويات السياسة العامة للدولة من خلال تقديم تسهيلات سواء من ناحية الدعم المالي أو مرافقة المؤسسات السياحية؛
- منافسة مستقرة في السوق السياحي والتي تظهر من خلال اسعار الخدمات السياحية التي تكون ثابتة؛
- التكنولوجيات الرقمية والذكاء الاصطناعي لن يخلق لنا عجزا في الوظائف. بل يخلق لنا عجزا في المهارات، وهو ما دفع الدولة الجزائرية تستدرك الأمر من خلال فتح مدارس عليا متخصصة لتكوين مهارات وكفاءات رقمية قادرة على الاستجابة لمتطلبات سوق العمل الجديد ولاسيما القطاع السياحية؛
- أنظمتها المعلوماتية الحديثة المتعلقة بالأنشطة السياحية تعتمد بدرجة كبيرة على خبرات جزائرية؛

### 2. نقاط الضعف:

- البنية التحتية السياحية غير المتطورة لتنمية السياحة الوافدة واقتصادها على مؤسسات ومناطق جد محدودة مقارنة مع دول المنطقة؛
- التكلفة العالية التي تتطلبها عملية التحول الرقمي في الهيئات السياحية العمومية والخاصة، نظرا لأن التحول الرقمي غالبا ما يتطلب من الشركات إعادة تقييم عملياتها وإجراءاتها الحالية، فقد تكون هناك

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

تكاليف كبيرة مرتبطة بالتقييم وإجراء التغييرات، تكلفة التحول الرقمي هي واحدة من العوائق الرئيسية المتصورة للدخول إلى تحول رقمي شامل.

■ عدم التفاعل مع قواعد البيانات المحلية والأجنبية التي تقييد من الاستثمارات الأجنبية في القطاع السياحي.

■ التعقيد والتجزئة أحد نقاط الضعف الأساسية للتحول الرقمي. على سبيل المثال، مع ابتعاد المؤسسات السياحية عن طرق التشغيل التقليدية، فإنها غالبا ما تتبنى مجموعة متنوعة من التقنيات الجديدة في التسيير والتسويق، والتي يمكن أن تؤدي إلى نظام شامل أكثر تعقيدا.

### الفرع الثاني: الفرص والتهديدات المحتملة.

#### 1. الفرص المتاحة:

يتعلق ذلك بتحديد الفرص بتقييم العوامل الخارجية التي يمكن أن تساعد في تحقيق أهداف التحول الرقمي، الهدف هو تحديد المجالات التي يمكن للهيئات والمؤسسات السياحية فيها الاستفادة من العوامل الخارجية لصالحها وتحقيق أهداف التحول الرقمي، ومن بين هذه الفرص مايلي:

#### 1.1 اتجاهات السوق الحديثة:

يوجد هناك دائما اتجاهات وتقنيات جديدة في السوق يمكن أن تساعد المؤسسات السياحية على البقاء في صدارة والقدرة على منافسة الخوض، حيث يمكن المؤسسات السياحية تمييز نفسها واكتساب ميزة تنافسية من خلال تحديد هذه الاتجاهات والاستفادة منها.

#### 2.1 سلوك العملاء:

نظرا للتطورات التكنولوجية المختلفة التي يشهدها العالم اليوم، أصبحت تؤثر على تغيير سلوك السائح باستمرار، من خلال فهم التغييرات في سلوك السائح والتكيف معها، لذلك يمكن للمؤسسة السياحية في الجزائر تلبية متطلبات السياح بشكل أفضل ودفع التحول الرقمي لتحقيق تنمية سياحية مستدامة.

#### 3.1 الشراكة:

تشمل فرص الشراكة مع الهيئات السياحية الجزائرية والهيئات السياحية الأجنبية من جهة والمؤسسات السياحية الجزائرية والأجنبية من جهة الأخرى للاستفادة من خبراتها أو مواردها أو تقنياتها المستخدمة في نشاطها السياحي، حيث يمكن للهيئات أو المؤسسات تسريع إطلاق عملية التحول الرقمي في القطاع السياحي من خلال تكوين شراكات استراتيجية والوصول إلى أسواق الدولية أو سياح جدد.

### 4.1 التغييرات التنظيمية:

مع التغييرات في الأسواق والتقنيات المستخدمة، تقدم الحكومة الجزائرية دائما مجموعة من القوانين الجديدة. حيث يمكن الهيئات السياحية الاستفادة من هذه الفرص من خلال البقاء على اطلاع بالتغييرات التنظيم القانوني الذي ينظم ذلك.

### 2. التهديدات المحتملة:

تواجه المؤسسات والهيئات السياحية في الجزائر أثناء تنفيذ عملية التحول الرقمي مجموعة من التهديدات لتحقيق تنمية سياحية مستدامة ويشمل ما يلي:

#### 1.2 المنافسة:

تهدد المنافسة من المؤسسات السياحة الأخرى سواء في الأسواق الداخلية أو الخارجية في نفس الصناعة السياحة، يجب أن تفهم المؤسسة السياحية نقاط القوة والضعف لدى منافسيها في النشاط السياحي للمحافظة والبقاء في المقدمة وحتى تنفرد بخدمات سياحية متميزة مما يجعلها تصدر المرتبة الأولى في الأنشطة السياحية.

#### 2.2 تهديدات الأمن السيبراني:

تتمثل تهديدات الأمن السيبراني في تهديدات الهجمات الإلكترونية أو خروقات بيانات الهيئات والمؤسسات السياحية الجزائرية، والتي يمكن أن تعرض بياناتها أو أنظمتها أو سمعتها للخطر، لذلك فالمؤسسات السياحية الجزائرية تحتاج إلى تدابير قوية للأمن السيبراني للتخفيف من هذا التهديدات وحماية بياناتها الرقمية.

#### 3.2 التغييرات في التكنولوجيا:

تتمثل التغييرات في التكنولوجيا الرقمية التي يمكن أن تجعل التكنولوجيا أو العمليات الحالية للمؤسسات السياحية الجزائرية قديمة، تحتاج المؤسسة السياحية إلى البقاء على اطلاع بالتقنيات الحديثة الناشئة والتكيف مع مختلف التغييرات للبقاء على صلة بالواقع الرقمي في الأسواق الخارجية.

#### 4.2 العوامل الاقتصادية والسياسية:

يشمل ذلك العوامل الاقتصادية والسياسية مثل حالات الركود أو التغييرات في اللوائح الحكومية أو السياسات التجارية، والتي يمكن أن تؤثر على مبادرات التحول الرقمي للمؤسسات للسياحية، لذلك تحتاج إلى البقاء على اطلاع بكافة العوامل والاستعداد للتكيف مع التغييرات حسب الضرورة.

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

من المهم أولاً إعطاء الأولوية للعوامل المحددة في تحليل SWOT، تحتاج الهيئات والمؤسسات السياحية الجزائرية إلى تحديد العوامل الأكثر أهمية لأهداف التحول الرقمي والتركيز عليها. وجب على الهيئات والمؤسسات السياحية الجزائرية تقييم العلاقات بين نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات المحددة في تحليل SWOT.

**المطلب الثالث: دراسة ميدانية لواقع التحول الرقمي في الجزائر في وزارة السياحة والصناعة التقليدية.**

قبل عرض محتوى المقابلة التي تمت مع المدير العام للسياحة على مستوى وزارة السياحة والصناعة التقليدية، سنقوم بإعطاء لمحة موجزة عن مصالح وهيئات الوزارة من خلال عرض مختلف المديرية التابعة لها وكذا الهيئات التي تشرف عليها وعرض الهيكل التنظيمي الذي يوضح ذلك، ثم أهم المحاور الرئيسية التي تضمنتها المقابلة.

**الفرع الأول: لمحة عن وزارة السياحة والصناعات التقليدية الجزائرية.**

### **1. تعريف وزارة السياحة والصناعات التقليدية الجزائرية.**

وزارة السياحة والصناعات التقليدية الجزائرية، هي الفرع في الحكومة الجزائرية مكلفة بالسياحة والصناعات التقليدية، فهي تقع في العاصمة، كما تشمل الوزارة على ما يلي:

#### ● الإدارة المركزية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية؛

كما تشمل الإدارة المركزية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية على ما يلي:

■ **الأمين العام:** ويساعده 03 مديري دراسات، ويلحق به مكتب التنظيم العام والمكتب الوزاري للأمن الداخلي للمؤسسة.

■ **رئيس الديوان:** ويساعده 08 مكلفين بالدراسات والتلخيص.

■ **المفتشية العامة:** التي يحدد تنظيمها ومهامها بموجب نص خاص، حيث تتمثل هيكلها كما يلي:

■ **المديرية العامة للسياحة:** تضم 04 مديريات وهي مديرية مخطط جودة السياحة والظبط ومديرية

التهيئة السياحية والمحافظة على العقار السياحي ومديرية تقييم ودعم المشاريع السياحية ومديرية الحمامات المعدنية والنشاطات الحموية.

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

- المديرية العامة للصناعة التقليدية والحرف: وتضم 03 مديريات وهي مديرية تطوير الصناعة التقليدية والحرف ومديرية تنظيم وتأطير المهن وحرف الصناعة التقليدية ومديرية الصناعة التقليدية والصناعة التقليدية الفنية.

### ● المؤسسات تحت الوصاية:

- الوكالة الوطنية لتطوير السياحة؛
- الديوان الوطني للسياحة؛
- الديوان الوطني الجزائري للسياحة؛
- الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف؛
- الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف؛

الجدول التالي يبين مقرات وعناوين مختلف المؤسسات التي تشرف عليها وزارة السياحة والصناعة التقليدية.

### الجدول رقم (3-2) مؤسسات تحت الوصاية.

الموقع الإلكتروني	البريد الإلكتروني	الهاتف / الفاكس	العنوان	المؤسسة	
	andt@mta.gov.dz	023 20 87 08 023 20 87 07	قرية الصناعة التقليدية سيدي فرج ص ب 78 سطاوالي الجزائر	الوكالة الوطنية لتطوير السياحة	السياحة
www.ont.dz	ont@ont.dz ont@mta.gov.dz	021 43 30 60 021 43 30 66	شيفيفارا 02 شارع اسماعيل كرار، الجزائر	الديوان الوطني للسياحة	
www.onat.dz	contact@onat.dz	021 64 09 00 021 64 62 14	126أ شارع ديدوش مراد الجزائر	الديوان الوطني الجزائري للسياحة	
	cnam@mta.gov.dz	021 37 61 94 021 37 71 80	ص ب 73 سيدي فرج سطاوالي الجزائر	الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف	الصناعة التقليدية
www.anart.dz	contact@anart.dz anart@mta.gov.dz	021 37 69 25 021 37 70 80	ص ب 66 سيدي فرج سطاوالي الجزائر	الوكالة الوطنية للصناعة التقليدية	

المصدر: اعداد الطالب بالاعتماد على : <https://www.mta.gov.dz>

- المصالح اللامركزية:

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

تتمثل المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية في المديريات المتواجدة على مستوى كل ولاية تم انشاءها على مستوى كل ولاية تحت تسمية مديرية السياحة والصناعة التقليدية، مع تحديد مهامها وتنظيمها وتضم 58 مديرية عبر التراب الوطني، حيث تتمثل مهامها في مجال السياحي والصناعة التقليدية فيما يلي:

### ■ مجال السياحة: تقوم مديريات السياحة والصناعة التقليدية بعدة مهام تتمثل في مايلي:

- إعداد مخطط عمل سنوي يتعلق بالنشاطات السياحية والتنمية السياحية؛
- السهر على التنمية المستدامة للسياحة من خلال العمل على تنمية القدرات المحلية؛
- تشجيع بروز عروض سياحية متنوعة وذات نوعية؛
- تنفيذ برامج وتدابير ترفيه وتطوير النشاطات السياحية والحمامات المعدنية وتقوم نتائجها؛
- المساهمة مع القطاعات المعنية في ترقية الشراكة الوطنية والأجنبية لاسيما في مجال الاستثمار وتكوين الموارد البشرية؛
- توجيه مشاريع الإستثمار السياحي ومتابعتها بالاتصال مع الهيئات المعنية؛
- السهر على مطابقة النشاطات السياحية وتطبيق القواعد ومقاييس الجودة المقررة في هذا المجال؛
- المساهمة في تحسين الخدمات السياحية سيما النظافة وحماية الصحة والأمن؛
- السهر على تلبية حاجيات وتطلعات السواح في مجال الراحة والإستجمام والترفيه؛
- متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان صندوق دعم الإستثمار وترقية وجودة النشاطات السياحية؛
- المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل النشاطات السياحية بصناديق الجنوب والهضاب العليا؛
- تنشيط وتأطير المصالح الخارجية والفضاءات والحركة الجمعوية التي تنشط في السياحة على المستويين؛
- المساهمة في إعداد مخطط سنوي ومتعدد السنوات لتنمية السياحة على مستوى الولاية.

### ■ مجال الصناعة التقليدية:

- إعداد مخطط عمل سنوي ومتعدد السنوات يتعلق بتطوير نشاطات الصناعة التقليدية وكذا الحصائل الثلاثية والسنوية وجميع المعطيات الإحصائية وضمان توزيعها؛
- المبادرة بكل إجراء من شأنه خلق جو ملائم للتنمية المستدامة لنشاط الصناعة التقليدي، المساهمة في حماية تراث الصناعة التقليدية والمحافظة عليه ورد الاعتبار له؛
- السهر على تطبيق واحترام القوانين والتنظيمات والمقاييس والنماذج المتعلقة بالجودة في ميدان الإنتاج وممارسة أنشطة الصناعة التقليدية؛

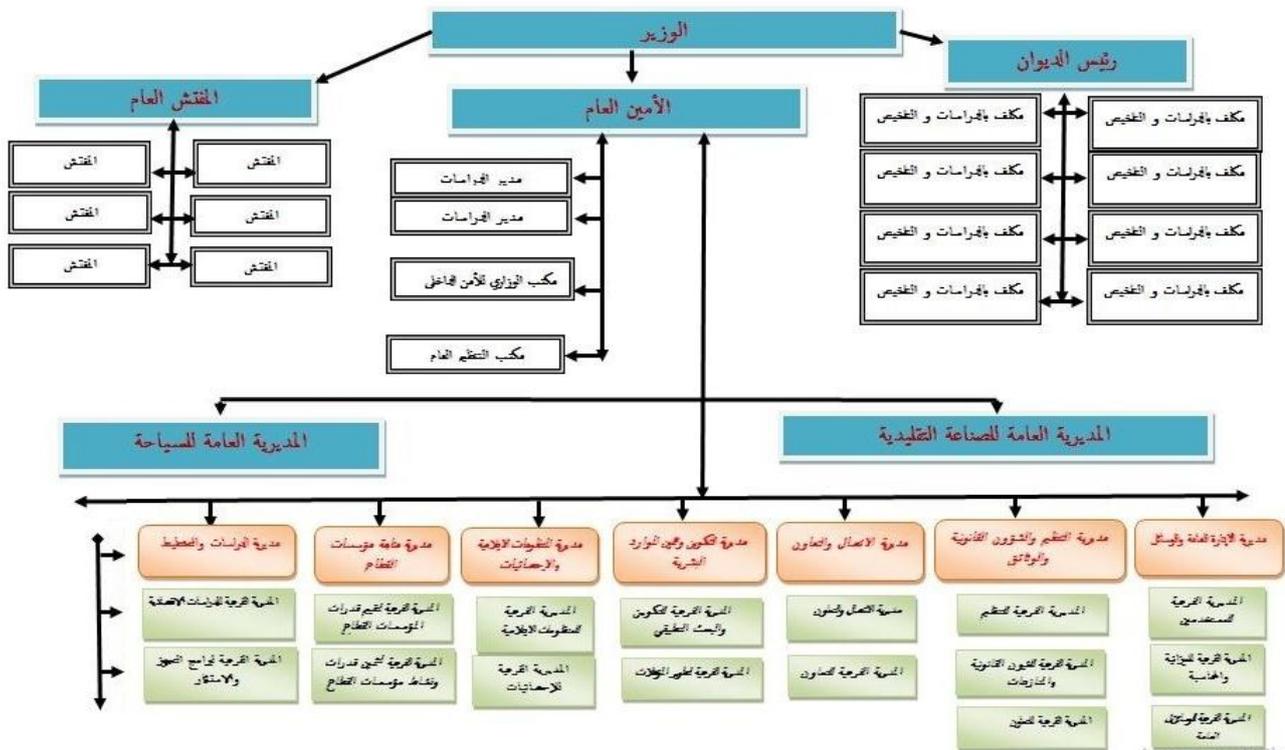
## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

- المشاركة في متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية؛
- المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل نشاطات الصناعة التقليدية بصناديق الجنوب والهضاب العليا؛
- المشاركة في جهود إدماج نشاطات الصناعة التقليدية في المنظومة الاقتصادية المحلية؛
- تدعيم أعمال المنظمات والتجمعات المهنية والجمعيات والفضاءات الوسيطة الناشطة في ميدان الصناعة التقليدية؛
- المبادرة بالتحقيقات والدراسات الاقتصادية والاجتماعية المتعلقة بتقييم الأنشطة الحرفية؛
- تأطير التظاهرات الاقتصادية من أجل ترقية الصناعة التقليدية والحرف وتنشيطها؛
- ضمان تنفيذ ميزانية التجهيز والتسيير المسجلة بعنوان الصناعة التقليدية.

### 2. الهيكل التنظيمي لوزارة السياحة والصناعات التقليدية:

الشكل التالي يبين مختلف مصالح لوزارة السياحة والصناعات التقليدية

الشكل رقم (3-5): الهيكل التنظيمي لوزارة السياحة والصناعات التقليدية.



المصدر: اعداد الطالب موقع وزارة السياحة والصناعة التقليدية <https://www.mta.gov.dz>

## الفرع الثاني: شرح مناخ المقابلة:

تعد المقابلة من بين أدوات الدراسة في مجال البحث العلمي، حيث تم اختيارها لما لها من دور حيوي وفَعَال في جمع المعلومات، ويتمثل ذلك في كونها وسيلة تسمح بفهم وتحليل المعلومات التي تتعلق بموضوع الدراسة في شقه المتعلق بمعرفة واقع عملية التحول الرقمي في القطاع السياحي في الجزائر، حيث تم ترك المجال بكل حرية لمباحث للإجابة على مختلف الاسئلة المتعلقة بموضوع دراستنا.

### 1. الحدود المكانية والزمانية:

تم اجراء المقابلة على مستوى مقر وزارة السياحة والصناعة التقليدية بالجزائر العاصمة بتاريخ 28 أفريل 2024، قمنا بمحاورة كل من السيد: المدير العام للسياحة. علي جمال والسيدة: فنيش خضرة مديرة أنظمة المعلومات والاحصاء، على مستوى وزارة السياحة والصناعة التقليدية.

### 2. محتوى المقابلة:

الهدف من هذه المقابلة دراسة المشكلة أو الظاهرة التي يتضمنها البحث في شقيه المتعلق بحالة الجزائر أو فرضياته وصولاً إلى النتائج المحققة في واقع عملية التحول الرقمي في القطاع السياحي في الجزائر، وسوف نستعرض ذلك من خلال طرح مجموعة من الاسئلة على المدير العام للسياحة مع تدوين الإجابات كتابيا أثناء الحوار وتم الحصول على معلومات أثناء المقابلة وبعد ذلك عن طريق البريد الالكتروني، حيث تمثل أهم المحاور الكبرى لعملية التحول الرقمي في ذات القطاع، وتمحورت أسئلة المقابلة حول:

• **واقع القطاع السياحي في الجزائر بصفة عامة وبالخصوص التنمية السياحية المستدامة:** حيث كانت أجوبته كمايلي: (Djamel, 2024)

أصبحت الجزائر تهتم بالسياحة وجعلها من بين القطاعات التي يعول عليها بالنهوض بالاقتصاد الوطني وجعله من بين القطاعات البديلة، فمساحة 2.381.741 كيلومتر مربع، وتمثل أكبر دولة في أفريقيا والعاشر (10) في العالم من حيث المساحة، وتحتل مكانة خاصة في شمال القارة الأفريقية، من حيث الموقع الجغرافي.

### ■ السياحة ضرورة وطنية للمستقبل:

لم تعد السياحة خيارا، بل أصبحت حتمية في المناخ الاقتصادي الحالي. فهو مورد بديل للهيدروكربونات كمورد قابل للنضوب.

إن الوعي الوطني بأهمية السياحة كناقل للتنمية إلى جانب قطاعات مثل الصناعة والزراعة في إطار النموذج الاقتصادي الجديد الذي تتبناه الحكومة، يفرض ضرورة تبني الدولة إطارا مرجعيا استراتيجيا، يستند إلى أهداف كمية ودقيقة.

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

تم وضع استراتيجية لقطاع السياحة من خلال (المخطط التوجيهي للتنمية السياحية لعام 2030)، حيث تظهر رغبة الدولة في تطوير هذا القطاع، من خلال تحديد الأهداف المراد تحقيقها والتي تم تحديد خمسة (05) ديناميكيات أساسية لها، حيث يحتل الاستثمار مكانة راجحة ليكون محركا للنمو ومزودا للثروة وفرص الشغل، وقد حددت الخطة للتنمية السياحية SDAT 2030 خمسة (5) أهداف رئيسية وهي كمايلي:

- تعزيز اقتصاد بديل وبديل للمحروقات يكون قابلا للنضوب بحلول نهاية القرن؛
  - تعزيز النمو من خلال التأثيرات الديناميكية على التوازنات الرئيسية وآثارها غير المباشرة على القطاعات الأخرى؛
  - الجمع بين تشجيع السياحة وحماية البيئة بطريقة مستدامة في إطار التنمية المستدامة؛
  - تعزيز التراث الطبيعي والتاريخي والثقافي والديني،
  - تحسين صورة الجزائر في جميع أنحاء العالم.
- يتجسد التموقع الجديد للسياحة الجزائرية من خلال خمس (05) عناصر ديناميكية تأسيسية، تشكل الطريق لإحياء سريع ومستدام للسياحة، تعززه عودة الجزائر إلى الساحة الدولية وموقعها الجيوستراتيجي وهي:
- الترويج للجزائر كوجهة لزيادة الجاذبية والقدرة التنافسية. تهدف هذه الديناميكية إلى تلبية توقعات ومتطلبات السياح الدوليين والمحليين؛
  - تطوير المراكز السياحية والقرى المتميزة من خلال ترشيد الاستثمار، حيث تهدف هذه الديناميكية إلى هيكلة مراكز التميز السياحي القوية المعترف بها كنموذج من قبل سوق السياحة الدولية، وتطوير وتأهيل العرض من خلال الاستثمار؛
  - وضع خطة لجودة السياحة (PQT) لتطوير جودة العرض السياحي الوطني الذي يدمج التدريب والتعليم في مجال التميز وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات بما يتماشى مع تطور المنتج السياحي في هذا المجال؛ وتمثل هذه الديناميكية استجابة استباقية للعرض السياحي الجزائري؛
  - تعزيز الشمولية والاتساق في العمل من خلال صياغة سلسلة السياحة وإقامة شراكة بين القطاعين العام والخاص؛ تحديد وتنفيذ خطة تمويل تشغيلية لدعم الأنشطة السياحية والمروجين والمطورين وجذب كبار المستثمرين الوطنيين والدوليين.

■ المقومات والفرص السياحية في الجزائر:

- المقومات السياحية تتميز الجزائر بمناظرها الطبيعية وخصائصها البيئية والتراثية والاقتصادية المثيرة للاهتمام، مما يتيح لها أن توفر للبلاد إمكانية واسعة لتطوير النشاط السياحي، في جميع أنحاء التراب الوطني الذي يمثل مكانا جذابا، بالنظر إلى المناخ والموقع الجغرافي والإمكانات والثروات التي تمتلكها.

- الموقع الجغرافي الاستراتيجي نظرا لقرنها من الأسواق التقليدية والمحتملة؛ فهو عنصر جغرافي مهم، حيث تتمتع الجزائر بساحل البحر الأبيض المتوسط الرائع بطول يزيد عن 1200 كم، وتتكون من السهول والهضاب العالية والسلاسل الجبلية والصحراء التي تمثل وحدها 84٪ من المساحة وهي غنية جدا بالعناصر الطبيعية والثقافية والتاريخية التي تمثل الذاكرة المحفوظة لمنطقة جنوب الجزائر، كما تمتلك الجزائر لتراث طبيعي وثقافي وديني جذاب للغاية:

- تسعة (09) حدائق وطنية تصنف اليونسكو 05 منها كمحميات للمحيط الحيوي (القالا، جرجرة، تازة، كريا وجوريا)، الأراضي الرطبة منها 51 منطقة مصنفة بموجب اتفاقية رامسار؛

- خمس (05) حدائق ثقافية (تاسيلي ناجر، آجار، أطلس الصحراء، تندوف، توات كورارا تيديكلت)؛

- إمكانات حرارية غنية تتكون من 282 ينبوعا حراريا؛

- ساحل يزيد طوله عن 1200 كم، ويتبع إليه 609 شاطئ، 427 منها مصرح بها للسباحة؛

- 154 موقعا ومنطقة سياحية؛

- مناخ معتدل وممتع على مدار السنة؛

- بنية تحتية أساسية متطورة، مع سهولة الوصول إلى الهواء.

■ الفرص الاستثمارية: تعتبر الأراضي رافعة رئيسية لتشجيع الاستثمار، حيث يمتلك القطاع السياحي أوعية

أراضي مكونة من 249 منطقة توسعة وموقعا سياحيا (ZEST)، بمساحة إجمالية قدرها 57,872.19

هكتار، موزعة على 40 ولاية منها 159 منطقة توسع على شاطئ البحر؛ 28 (حموية) الحرارية؛ و23

منطقة في الصحراء؛ و21 منطقة جبلية؛ 18 منطقة ثقافية وتاريخية، حيث من بين 249 منطقة توسع

سياحي منطقة 74 وافقت على خطط التنمية السياحية (PAT)، مما أدى إلى توليد 1347 قطعة أرض

للاستثمار.

■ أشكال السياحة المراد تطويرها:

- السياحة الساحلية: تلعب السياحة الساحلية دورا أساسيا في التنمية الاقتصادية للبلاد، يتميز الساحل

الجزائري، الذي يمتد على طول خطي يزيد عن 1200 كم، بخلجانه وشواطئه المطلة على البحر الأبيض المتوسط.

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

-السياحة الحرارية والصحية والرفاهية: تتمتع الجزائر بإمكانات حرارية كبيرة تتكون من 282 ينبوعا حراريا منتشرة في جميع أنحاء التراب الوطني وتتميز بتنوع الفضائل العلاجية لهذه المياه، تمثل هذه الإمكانيات الحرارية موردا مهما لتطوير "السياحة الحرارية والرعاية والعافية" التنافسية، وتوفر فرصا استثمارية هائلة.

-السياحة الصحراوية: الصحراء الجزائرية هي ثاني أكبر صحراء في العالم، نظرا لضخامتها. تبلغ مساحة سطحها حوالي مليوني متر مربع، لديها تراث طبيعي وثقافي وتاريخي غني ومتنوع للغاية، السياحة الصحراوية هي المنتج الرئيسي للجزائر.

يمكن أن يكون هذا النوع من السياحة رصيذا اقتصاديا حقيقيا إذا تم استغلال مناطق الجذب السياحي في هذه المنطقة بشكل جيد من أجل تحويلها إلى قطب جذب حقيقي للسياحة الوطنية والدولية.

-السياحة المناخية والجبلية: للسياحة الجبلية دور مهم في عملية التنمية المحلية، ويمثل هذا المنتج اتجاهها سياحيا جديدا يزداد شعبية في الجزائر، البلد المليء بالإمكانيات السياحية، وخاصة السلاسل الجبلية (جبال الأوراس، القبائل، الظهرة، ورسينيس، إلخ).

-السياحة الثقافية: يجب على الجزائر تعزيز تراثها الثقافي (المواقع الثقافية والمواقع الأثرية والمتاحف وما إلى ذلك) من أجل تعميم السياحة الثقافية والتاريخية.

### • خطط رقمنة قطاع السياحة في الجزائر:

تم دمج رقمنة قطاع السياحة في سياسة رقمنة وطنية، من خلال تنفيذ البرنامج وتنفيذ محتوى الالتزام رقم 25 لرئيس الجمهورية كجزء من تحقيق التحول الرقمي لتحسين التوصيلية، وتعميم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، في الإدارات والخدمات العامة، وتحسين حوكمة القطاع الاقتصادي ولا سيما في القطاع السياحي. ويتضح ذلك أيضا في سياق خطة عمل الحكومة، حيث تتركز خطة تطوير رقمنة قطاع السياحة 2020-2024 على ما يلي:

- تقريب الإدارة من المواطن، من خلال المنصات الرقمية؛

- الترويج للجزائر كوجهة، من خلال المنصات وجميع الأدوات الرقمية؛

- رقمنة الإدارة المكلفة بالنشاط السياحي؛

- إنشاء بنية تحتية وشبكة آمنة للتبادل؛

- رقمنة جمع الإحصاءات القطاعية؛

-رقمنة الاتصالات ونشر المعلومات القطاعية؛

- إنشاء نظام للرصد ودعم اتخاذ القرار.

• رصد أهم الإنجازات والخطط التي قامت بها الوزارة في إطار نجاح عملية الرقمنة لنهوض بالقطاع السياحي:  
(Khadra, 2024)

أطلقت وزارة السياحة والصناعات التقليدية مجموعة من المشاريع، ضمن خطة العمل 2020-2024، على أن يتم إنجازها، خلال سنة 2024، حيث تتمثل هذه الإنجازات في الإجراءات الجارية:

■ تقريب الإدارة من المواطن، من خلال المنصات الرقمية:

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

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

■ الترويج للجزائر كوجهة سياحية، من خلال المنصات وجميع الأدوات الرقمية، حيث تم انشاء منصة مخصصة للدوائر السياحية؛ منصة ترويجية لزيارة الجزائر؛ وتسهيل دراسة ملفات التأشيرات لتسوية دخول السياح الأجانب المتجهين إلى الجنوب الجزائري.

■ رقمنة الإدارة المكلفة بالنشاط السياحي:

- إنشاء منصات عمل تعاونية، داخل الإدارة المكلفة بالسياحة، وإدارة مختلف الأنشطة القطاعية، والموارد البشرية، إلخ؛

- مشروع قيد التنفيذ (GED) لنظام إدارة الوثائق الإلكترونية القطاعي.

■ إنشاء بنية تحتية آمنة وشبكة تبادل:

- تحديث البنية التحتية لمركز البيانات؛

- مشروع قيد التنفيذ لتطبيق حل شبكة VPN آمنة في الإدارة المركزية للوزارة وجميع خدماتها اللامركزية والمؤسسات والشركات الخاضعة للإشراف.

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

■ رقمنة الاتصالات ونشر المعلومات القطاعية:

- الموقع الإلكتروني WEB والشبكات الاجتماعية للإدارة المركزية لوزارة السياحة والصناعات التقليدية؛

- الموقع الإلكتروني WEB والشبكات الاجتماعية لمديريات السياحة والصناعات التقليدية التابعة لـ 58 ولاية؛

- الموقع الإلكتروني WEB والشبكات الاجتماعية للمؤسسات والشركات الخاضعة للإشراف.

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

- إنشاء نظام لدعم الرصد واتخاذ القرار، وهو ما يجري تنفيذه حاليا.
- الإجراءات التي اتخذتها وزارة السياحة والصناعة التقليدية فيما يتعلق برقمنة القطاع السياحي:
  - 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، لا سيما من خلال استخدام مكاتب التصميم المتخصصة، مع إعطاء الأولوية لنقل مهارات الموظفين القطاعيين.
  - تخصيص ميزانية لعملية الرقمنة: إجراء مدعوم في خطة عمل الرقمنة للقطاع 2020-2024. وستطلب المزيد من التمويل بعد الانتهاء من خطة العمل الحالية.
  - توفير المعدات والمعدات التكنولوجية: من المهم التأكيد على أن خطة تطوير رقمنة السياحة تهتم بالجوانب المختلفة للرقمنة، بما في ذلك المعدات والمعدات التكنولوجية التي تصاحب تنفيذ الحلول الرقمية.
- ترافق عملية الرقمنة نظام لمنع الجريمة:

تعتبر الجرائم الإلكترونية محورا مهما لصناع القرار الجزائريين، وتقوم وزارة العدل بصياغة قانون، إذ أن منع الجريمة عنصر تتولاه الدوائر ذات الصلة بالقطاعات الأخرى، وهي وزارة العدل ودوائر الأمن، ووزارة الدفاع، والمديرية العامة للأمن الوطني، والدرك الوطني، حيث يتم العمل بالتعاون مع جميع القطاعات من أجل أمن رقمي أفضل، مدعوما بإنشاء وكالة وطنية لأمن نظم المعلومات.
- مشاريع مشتركة مع دول أجنبية:

يتضمن مشروع "جيل سياحة"، في إطار لتعاون مع الاتحاد الأوروبي، مشاريع الرقمنة.
- التحديات التي يجب مواجهتها من أجل رقمنة قطاع السياحة بنجاح:

يتعلق أكبر تحدي يواجه 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 قطاع السياحة على الصعيد الدولي.
- التقييم الذي يمكن إجراؤه لعملية التحول الرقمي ومدى تأثيرها على تنمية السياحة المستدامة.

يمكننا الحكم على أن 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 المجال الرقمي.

## الفصل الثالث: عرض تجارب دولية للسياحة الرقمية من أجل تنمية سياحية مستدامة.

---

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. (Djamel, 2024)

### خلاصة الفصل:

من خلال معرفة السياحة الرقمية وتسليط الضوء على أهمية الابتكارات في التكنولوجيا الحديثة في السياحة، حيث أصبحت دول العالم الرائدة في مجال السياحة تهتم بالاستثمار في مجال التكنولوجيا الحديثة التي تشكل جزءاً لا يتجزأ من صناعة السياحة الرقمية وهذا قصد خلق الريادة في قطاع السياحة واستعراض تجارب دولية رائدة في السياحة الرقمية ولاسيما المملكة العربية السعودية ومصر والمملكة الأردنية التي تبين أنه ما يميز هذه التجارب في مجال السياحة الرقمية هو أنها تجارب بدأت لتستمر وتنمو، فالهدف مرسوم ومحدد، وهذه التجارب تحظى بأولوية ودعم حكومات هذه الدول، كما أنها دعمت إنشاء عدد كبير من مراكز التكوين السياحي المتخصصة وتشجيع الاستثمار الأجنبي والمحلي الذي يهتم بالتطوير والابتكار في المجال السياحي الرقمي، حيث سعت هذه الدول إلى صياغة برامج ومبادرات تعمل على تطوير بيئة عمل ذكية تدعم عملية التحول الرقمي في قطاع السياحة، مما يسمح لها بتحقيق تنمية سياحية مستدامة.

إن خطوة تحول الجزائر نحو اعتماد السياحة الرقمية تبقى غير كافية لتنظيم مجال السياحة لذا ينحصر العمل على المنصات الحكومية التي مازالت تحتاج إلى تفعيل وتقييم، مما تبقى كتحدٍ يقف في تطوير القطاع السياحي لذا وجب مراجعة السياسات العمومية في تفعيل السياحة الرقمية قصد مواكبة الاسواق الدولية.

خاتمة

## خاتمة

قطعت العديد من الدول أشواطاً متقدمة في الاعتماد على عملية التحول الرقمي للنهوض بالقطاع السياحي والمساهمة في تحقيق تنمية سياحية مستدامة، إذ تعد كل من تجربة مصر والمملكة العربية السعودية والمملكة الأردنية التي أصبحت تجارب رائدة في مجال رقمنة القطاع السياحي، إذ يعتبر التحول الرقمي آلية من آليات تحقيق التنسيق والربط فيما بين الهيئات الحكومية والمؤسسات السياحية للقضاء على مختلف الفوارق البيروقراطية التي تؤثر على النهوض بالتنمية السياحية، فأصبحت التقنيات الرقمية الحديثة تساهم في تحقيق التنمية المستدامة من خلال تدخلها في مختلف الأنشطة السياحية، التي من شأنها إعطاء دور وفعالية أكبر للقطاع في الرفع من مداخيله والمساهمة في تنويع الاقتصاد. رغم المشاريع التي عرفها قطاع السياحة في الجزائر إلا أنه لا زالت هناك بعض العوائق التي تحول دون تجسيد تحول رقمي حقيقي لتحقيق تنمية سياحية مستدامة، وبالدور الأساسي المنوط بالسياسات العمومية، وبالتالي المساهمة في إنعاش التنمية السياحية بنوع من الاستدامة.

### اختبار الفرضيات:

بالرجوع إلى الفرضيات والتحليلات الموضحة بالفصول السابقة يمكن الوقوف على النتائج التالية:

- الفرضية الرئيسية الأولى: التي مفادها أن التحول الرقمي ساهم في تحقيق تنمية سياحية مستدامة في مصر والمملكة العربية السعودية والمملكة الأردنية، التي تتفرع منها ثلاثة فرضيات.

- الفرضية الفرعية الأولى: ساهم التحول الرقمي في تحقيق تنمية سياحية مستدامة بمصر، إذ قامت مصر بإنشاء المنصة الإلكترونية الجديدة EGYGATE قصد التكامل ما بين الآثار والثقافة والبيئة والسياحة والطيران في محور واحد على منصة رقمية تقوم بالتسويق الإلكتروني باستخدام أحدث التقنيات العالمية، كما وضعت تطبيقات نظم المعلومات الجغرافية (GIS) كتنقنية فعالة في التخطيط السياحي، وأنشأت سياحة افتراضية تجعل المواقع السياحية والثقافية متاحة للزوار عبر الأنترنت، وقد كان لوزارة الآثار المصرية تجربة سابقة في إنشاء المتاحف الافتراضية على الأنترنت منذ عدة سنوات، وقد خصصت وزارة الآثار المصرية غلاف مالي لهذه التجربة حينها مبلغ 5.2 مليون دولار، كما سعت السلطات إلى تطوير وتعزيز وسائل الدفع الإلكتروني لتحسين تجربة السائحين أثناء رحلاتهم، من خلال تفعيل الفاتورة الإلكترونية بالاشتراك في برنامج Matrix ERP، كل ذلك راجع إلى توفر البنية التحتية وبيئة تشريعية وتنظيمية والإرادة السياسية والإطارات البشرية المؤهلة المعروفة في الأوساط المحلية والعالمية، وهذا ما يثبت صحة الفرضية.

- الفرضية الفرعية الثانية: ساهم التحول الرقمي في تحقيق تنمية سياحية مستدامة بالمملكة العربية

السعودية، فقد سعت المملكة العربية السعودية إلى دمج التحول الرقمي في السياحة من خلال مجموعة من

الخدمات والاستراتيجيات المتنوعة بهدف تحقيق سياحة مستدامة، وذلك بتدعيم وتعزيز تطبيقات الواقع السياحي الممتد مثل التقنيات الواقع الافتراضي والواقع المعزز، كما عززت الاستدامة بتشجيع ومكافأة السياح الذين يتبنون ممارسات صديقة للبيئة، وعملت أيضا على جذب المستثمرين بإنشاء شبكة من المستثمرين في قطاع السياحة وتشجيع مشاركتهم من خلال منصات رقمية وتفعيل تطبيقات رقمية في الهواتف المحمولة لدعم السياحة الرقمية كتطبيق روح السعودية SaudiVisit، حيث أصبح لوسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهواتف المحمولة في المملكة تأثيرا كبيرا على صناعة السياحة، كل ذلك يرجع إلى توفر البنية التحتية والتشريعية والتنظيمية والإرادة السياسية والإطارات البشرية المؤهلة والمعروفة في الأوساط المحلية والعالمية، وتنوع المنتجات والمؤسسات السياحية مع اعتماد معايير التكنولوجيا الحديثة، الأمر الذي عزز من ثقة المتعاملين المحليين والأجانب للاستثمار في سوق الابتكار الرقمي، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية.

– الفرضية الفرعية الثالثة: ساهم التحول الرقمي في تحقيق تنمية سياحية مستدامة بالمملكة الأردنية، إذ أن وجود إرادة قوية من الحكومة ساهم في تحقق عملية التحول الرقمي، وهذا الشرط محقق تماما، لأن الحكومة قامت بإنجاز المنظومة الذكية المتكاملة التي تشمل المدن الذكية السياحية، وربط جميع المواقع السياحية بهذه المنظومة، كما قامت الهيئة على تصوير المواقع السياحية في المملكة وإجراء جولة افتراضية من خلال تقنية الواقع الافتراضي بتقنية 360 درجة، كما سعت للاستفادة من المنصات العالمية والأنظمة الإلكترونية مثل تطبيق Expedia و Trip Adviser بكل مكونات المنتج السياحي، حيث شهدت في الفترة الأخيرة ارتفاعا في عدد الأفراد الذين يجزؤون ويدفعون كل شيء قبل الوصول، كما قامت بوضع حيز الخدمة التذكرة الموحدة لأكثر من 40 موقعا سياحيا، بالإضافة إلى ربطها مع الإقامة والحدود والتركيز على تقييمات المستخدمين وتفعيل المنصات الرقمية في كل مجالات السياحة العلاجية والتعليمية والطبية والدينية، كل ذلك جعل قطاع السياحة في المملكة الأردنية قطاع ريادي، وساهم في إيرادات الدخل السياحي، حيث بلغت العام الماضي 5.3 مليار دولار، كل ذلك راجع إلى توفر البنية التحتية والتشريعية والتنظيمية والإرادة السياسية والإطارات البشرية المؤهلة وتخصيص موارد مالية لعملية الرقمنة، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية.

• الفرضية الرئيسية الأولى: التي مفادها أن التحول الرقمي ساهم في تحقيق تنمية سياحية مستدامة في مصر والمملكة العربية السعودية والمملكة الأردنية، إن اثبات أو نفي هذه الفرضية يعتمد على اختبار الفرضيات الفرعية السابقة، إذ يوجد تفاوت في مساهمة عملية التحول الرقمي في تحقيق تنمية سياحية مستدامة في كل من مصر والمملكة العربية السعودية والمملكة الأردنية، إذ تعد المملكة العربية السعودية رائدة في مجال التحول الرقمي في القطاع

## خاتمة

السياحي، إذ يظهر ذلك جليا في رقمنة القطاع السياحي، حيث يرجع ذلك إلى البنية التحتية التي تتوفر عليها المملكة والبيئة التشريعية والتنظيمية والإرادة السياسية والإطارات البشرية المؤهلة المتخصصة في المجال الرقمي والمعروفة في الأوساط المحلية والعالمية، واعتمادها على معايير التكنولوجيا الحديثة الأمر الذي عزز من ثقة المتعاملين المحليين والأجانب للاستثمار في السوق الابتكار الرقمي بالإضافة إلى الميزانيات الضخمة المخصصة لذلك، ثم تأتي مصر بدرجة أقل ثم المملكة الأردنية حيث يظهر ذلك من خلال مكانة القطاع السياحي في مصر، حيث يظهر ذلك من خلال مداخيل القطاع السياحي والاستثمارات المخصصة لذلك إضافة إلى البنية التحتية التي تتوفر عليها مصر ثم تأتي المملكة الأردنية بدرجة أقل منهما مقارنة مع حجم الاستثمارات المخصصة لعملية التحول الرقمي في القطاع السياحي، مما سبق نؤكد صحة الفرضية الرئيسية الأولى.

● **الفرضية الرئيسية الثانية:** التي تعتبر أن التحول الرقمي ساهم في تحقيق تنمية سياحية مستدامة بالجزائر، بالرغم من سعي الجزائر إلى رسم رؤية واضحة وشاملة وفعالة والمضي قدما في التوجه لإنجاح عملية التحول الرقمي بكل القطاعات كالعدالة، الداخلية، التعليم العالي والبحث العلمي، التربية، إلا أن واقع عملية التحول الرقمي في القطاع السياحي لا تعكس نجاح عملية التحول بطريقة فعالة وشاملة مقارنة مع مختلف القطاعات السالفة الذكر، وهذا التفاوت راجع إلى عدم وضع رؤية واضحة من خلال توفير بنية تحتية وتشريعية وتنظيمية وإرادة سياسية وإطارات بشرية مؤهلة، التي تكون كفيلة بتحقيق نجاح عملية تحول رقمي، لكن بالرغم من التأخر في العملية إلا أن التحول الرقمي ساهم في تحقيق تنمية سياحية بالجزائر من خلال تفعيل مختلف المنصات والتطبيقات الرقمية، التي تعد ضمن استراتيجية الحكومة، حيث سهلت عملية الخدمة المقدمة في قطاع السياحة مقارنة بالسنوات الماضية، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية.

نتائج الدراسة:

أصبح استخدام التقنيات المعلوماتية والفضاءات الرقمية بكل أنماطها من الخيارات الرئيسية في صناعة السياحة العالمية اليوم، باعتبار أن التحول الرقمي يشكل قاعدة مهمة، وهي الخيار الأساسي في تحسين النشاط السياحي، فالتحول الرقمي في المجال السياحي أصبح يوفر العديد من المزايا على كافة المستويات للمؤسسات التي تنشط في القطاع السياحي، التي تقدم منتجات سياحية خدماتية أو بالنسبة للسياح، فالسياسة العامة لكل من المملكة العربية السعودية والمملكة الأردنية ومصر جعلتهم دول رائدة في السياحة الرقمية، حيث ساهمت في تطوير والنهوض بالقطاع السياحي لهذه الدول، ولكن بالرغم من كل هذه المزايا التي توفرها التكنولوجيا الحديثة للمعلومات في المجال السياحي، إلا أن رقمنة القطاع السياحي في الجزائر مرهونة بمواجهة مجموعة من التحديات التي

## خاتمة

قد تقف أمام تحقيق الجزائر لتحول رقمي فعلي وشامل، إذ يجب الإسراع لإنجاح العملية في أقرب وقت ممكن وبأقل تكاليف ممكنة.

واستيفاء لدراستنا تم التوصل إلى النتائج التالية:

### النتائج النظرية:

✚ يساهم التحول الرقمي في دعم المشاريع الاستثمارية السياحية إذا تم استغلاله جيدا، مما ينعكس بالإيجاب على التنمية السياحية المستدامة؛

✚ أصبح التحول الرقمي محل اهتمام كل دول العالم لما له من فوائد متعددة كربح الوقت وترشيد النفقات وتحسين الخدمة؛

✚ للتحول الرقمي دور فعال في تحسين الخدمات السياحة من خلال مختلف تدخلاته، وذلك بتسهيل وتبسيط الحصول على الخدمات السياحية؛

✚ تتصف صناعة السياحة بسرعة النمو والتطور والتداخل.

### النتائج التطبيقية:

✚ إن المملكة العربية السعودية دعمت عملية التحول الرقمي دعما كاملا ومن كافة النواحي المالية والسياسية والقانونية، حيث نجحت بشكل كبير في إظهار هذا التحول في جميع القطاعات لاسيما القطاع السياحي؛

✚ تعكس درجة الوعي والتقدم للمملكة العربية السعودية التزامها برفع نسبة مساهمة القطاع السياحي في اقتصادها من خلال تبني التقنيات والحلول الرقمية الحديثة، التي استطاعت من خلالها النهوض بالقطاع؛

✚ لم تقتصر السياحة الافتراضية على دول أمريكا وأروبا وآسيا، بل شملت كل دول العالم السياحية، حتى العربية منها، وكانت الدول محل الدراسة هي السباقة، فقامت بإنشاء تجارب سياحية افتراضية بجعل المواقع السياحية والثقافية متاحة للزوار عبر الأنترنت؛

✚ سعت السلطات الجزائرية إلى بذل جهود كبيرة للنهوض بالقطاع السياحي، وذلك من خلال عملية التحول الرقمي، التي ساهمت في تحقيق تنمية سياحية بالجزائر باستخدام مختلف المنصات والتطبيقات الرقمية المفعلة؛

✚ من خلال اجراء مقابلة مع المدير العام بوزارة السياحة والصناعة التقليدية أكد لنا أن عملية التحول الرقمي تتمثل في مختلف المنصات الرقمية السياحية المتاحة على مستوى مواقع الوزارة ومديريات السياحة والصناعة

التقليدية في الجزائر، أنها لا ترقى بالوتيرة السريعة للتحول الرقمي في العالم؛

## خاتمة

من بين أسباب تأخر الجزائر في تفعيل الرقمنة في القطاع السياحي يرجع إلى التغييرات المتكررة التي مست الإطارات في وزارة السياحة والصناعة التقليدية، وهو ما يؤثر سلبا على استقرار القطاع.

يبقى القطاع السياحي في الجزائر يفتقد إلى تطبيق واسع للأنظمة التكنولوجية المتطورة في أساليب السياحة والأنشطة المرتبطة بها، لاسيما في مجال التكنولوجيا الرقمية من أجل الاستفادة من أساسيات السياحة الالكترونية وسياحة النقال التي أدت إلى ازدهار السياحة في الدول المتقدمة في هذا المجال؛

سبب تأخر تجسيد تحول رقمي فعال وشامل راجع إلى عدم استقرار الوزراء على رأس الوزارة، وما تبعه من تغير في إدارتها.

### اقتراحات الدراسة:

- ضرورة استخدام التكنولوجيا الحديثة سواء بالنسبة للخدمات السياحية أو الخدمات المساعدة كالنقل واللوحه الرقمية؛
- تكوين هيئات متخصصة في مجال البحث والابتكار، والاستعانة بمختصين للتغلب على طابع العشوائية والرفع وتحسين نمو القطاع السياحي؛
- ضرورة التعاون بين الهيئات المسيرة للقطاع ومؤسسات الشراكة بين القطاعين العام والخاص، والبحث عن شراكة خارجية في مجال الأنشطة السياحية والابتكارات، وتوفير الإمكانيات اللازمة لذلك؛
- وضع إطار قانوني وتشريعي واضح يعبر عن متطلبات تنشيط السياحة بصفة عامة، والسياحة الالكترونية بصفة خاصة لتحرير التجارة في الخدمات من أجل التسيير المحكم للمؤسسات والوكالات السياحية الذي يتماشى مع التكنولوجيا الحديثة والأشكال الجديدة كسياحة النقال؛
- وضع القواعد وتسهيل المعاملات الالكترونية وفق ما تتطلبه استراتيجية تطوير السياحة باستخدام تقنيات الإعلام والاتصال الحديثة؛
- تعزيز "السياحة الافتراضية" من خلال إنشاء وتفعيل الأرضيات والمنصات الرقمية، التي تشمل على معالم سياحية وطنية والمخزون الجذاب المغربي للسياح، خاصة المتاحف الرقمية المفتوحة على الطبيعة؛
- تشجيع الحجز الرقمي عن بعد في الخدمات الفندقية، والتعرف على مختلف الخدمات الملحقة والمرافقة، حيث ستكون هذه المحتويات الرقمية هي المحدد الأساسي للوجهات السياحية مستقبلا؛
- إجبار الشركات السياحة على تغيير أنشطتها الإدارية وأساليب عملها من خلال التطبيق الفعال لتقنيات المعلومات الحديثة المتمثلة في التطبيقات والمنصات الرقمية؛

## خاتمة

- يجب على الشركات الناشئة الابتكارية في السياحة الانخراط باستمرار في المنصات عبر الأنترنت من أجل دفع النشاط السياحي؛
- تبعا للديناميكية التي يعيشها القطاع السياحي في العالم، وجب الإسراع في رقمنة القطاع السياحي بالجزائر؛
- على السلطات في الجزائر تسريع وتعميم عملية التحول الرقمي في القطاع السياحي من أجل تقليص الفجوة مع الأسواق الخارجية؛
- تخصيص أموال معتبرة وتكليف إطارات مؤهلة تكنولوجيا لمواكبة التكنولوجيا الحديثة للنهوض بالقطاع السياحي بالجزائر؛
- يجب وضع خطة لتدريب العمالة السياحية حتى يتسنى للجزائر مواكبة التكنولوجيات الرقمية الحديثة،
- نظرا لتدخل مختلف الفاعلين في القطاع السياحي وارتباطهم ببعضهم البعض في المجالات الاقتصادية السياسية والثقافية والاجتماعية وجب رقمنة كل القطاعات في الدولة.

### آفاق البحث:

- بعد دراستنا لهذا الموضوع، تظهر لنا إمكانية المواصلة البحث من عدة جوانب، يمكن أن تكون محل إشكاليات لبحوث مستقبلية تستحق الدراسة، والتي تتمثل في المواضيع التالية:
- دور المؤسسات الناشئة في المجال التكنولوجي في المساهمة في تعزيز الرقمنة في القطاع السياحي بالجزائر.
  - دور السياسات العمومية في الرفع من مؤشرات السياحة في ظل بيئة رقمية.
  - أثر تباطؤ تجسيد التحول الرقمي في القطاع السياحي بالجزائر في ظل التحديات والفرص.
  - أهمية تطوير التطبيقات السياحية في الرفع من كفاءة الخدمات السياحية بالمؤسسات الفندقية.
  - مساهمة الواقع الافتراضي والواقع المعزز في صناعة السفر بالجزائر - المناطق السياحية نموذجاً.
  - أثر استخدام سلسلة الكتل Blockchain لتقليل الاحتيال في قطاع السفر -دراسة حالة مجموعة من المؤسسات السياحية.
  - دور المشروعات الصغيرة والمتوسطة المتخصصة في مجال التكنولوجيا الرقمية والابتكار في النهوض بالقطاع السياحي -دراسة حالة الجزائر.
  - دور استخدام المنصات الرقمية في تسويق لوجهة السياحة الجزائرية - X Twitter و Youtube و Tik Tok نموذجاً.
  - أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التسويق الرقمي على عملية جذب السياحي -تجارب دولية رائدة.



# قائمة المراجع

I. المراجع باللّغة العربية.

أولاً: الكتب.

1. أحمد عبد السميع علام، علم الاقتصاد السياحي، الإسكندرية مصر، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2008.
2. حسين دقيل، مصر السياحة الافتراضية في زمن كورونا. اسطنبول تركيا: المعهد المصري للدراسات، 2020.
3. زيد منير عبوي، مبادئ السياحة الحديثة. عمان: دار المعترف للنشر والتوزيع، 2016.
4. صبحي أحمد الدليمي، جغرافية السياحة، عمان الأردن، أمجد للنشر والتوزيع، 2020.
5. صورية شني، السعيد بن خضر، البحث والتطوير لتحقيق التنمية السياحية المستدامة حالة الزيادة العالمية. الجزائر: دار حميثرا للنشر والترجمة، 2019.
6. صلاح عبد الوهاب، السياسة القومية للتسويق السياحي، المركز العربي للبحث والنشر، القاهرة، مصر، 1994.
7. طه أحمد عبيد، مشكلات التسويق السياحي دراسة ميدانية. الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2010.
8. علي فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي. عمان الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2013.
9. ماهر عبد الخالق السيسي، مبادئ السياحة، القاهرة، مجموعة النيل العربية، 2015.
10. مصطفى يوسف كافي، السياحة المستدامة السياحة الخضراء. قسنطينة: ألفا للوثائق نشر، 2017.
11. مصطفى يوسف كافي، مدخل إلى علم السياحة. قسنطينة: ألفا للوثائق، 2017.
12. محسن عبد الله، صفاء عبد الجبار المساوي، عادا عيسى الوزني، الميزة التنافسية للنشاط السياحي. عمان الأردن، دار الأيام للنشر والتوزيع، 2016.

ثانياً: الأطروحات.

1. بودي عبد القادر، أهمية التسويق القطاع السياحي بالجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006.

2. تنيو كتنزة، دور التحول نحو الاقتصاد الرقمي في تحقيق التنمية الاقتصادية دراسة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة، 2020.
  3. صالح بزة، تحليل إطار استراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الجزائر: مقارنة السياسات والآليات. أطروحة دكتوراه، علوم تجارية جامعة محمد بوضياف المسيلة الجزائر، 2017.
  4. كوثر منسل، تفعيل دور الإدارة الإلكترونية في الجزائر: نحو بروز قانون الإدارة الإلكترونية، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، تخصص قانون عام، جامعة قالمة، الجزائر، 2023.
- ثالثا: الأبحاث المنشورة.
1. إسلام محمد شاهين، المؤشرات الاقتصادية للتنمية السياحية المستدامة في مصر في ظل تحقيق أهداف الأمم المتحدة. مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 9، العدد 1. 2023.
  2. بكري أسماء مبارك ابراهيم، دور تطبيق التحول الرقمي في ترشيد تكاليف الخدمات المصرفية. المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والادارية، المجلد 13، العدد 2. 2022.
  3. بن جمعة محمد، سنوسي زوليخة، الرقمنة لإصلاح المستشفيات العمومية الجزائرية فرص وتحديات، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 14، العدد 1. 2023.
  4. بوخريص محم، بوبكر محمد، أهمية مناطق التوسع والمواقع السياحية في تشجيع الاستثمار: مورد هام من موارد الاقتصاد الوطني - تماسين نموذجاً - دفاتر السياسة والقانون، المجلد 12، العدد 1. 2020.
  5. جميلة سلايمي، يوسف بوشي، التحول الرقمي بين الضرورة والمخاطر، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 10، العدد 2. 2019.
  6. د.خلود كالش، د.سميحة بوحفص، بروز معالم الصحة الإلكترونية كآلية لمجابهة فيروس كورونا في الجزائر. مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية، المجلد 17، العدد 1. 2021.
  7. د.ريم علي محمد الرابي، الحكومة الرقمية في ضوء برامج التحول الرقمي وتحقيق مستهدفات رؤية المملكة العربية السعودية 2030 هيئة الحكومة الرقمية نموذجاً، المجلة العربية الدولية لتكنولوجيا المعلومات والبيانات، المجلد 2، العدد 2. 2022.
  8. د، مصطفى محمد علي شديد، تأثيري التحول الرقمي على مستوى أداء الخدمة المقدمة بالتطبيق على موظفي الإدارة العامة للمرور بمحافظة القاهرة. دراسات، المجلد 22 العدد 4. 2021.

9. دهيني سعاد، لعوج زاوي، بلفكرون خضرة. ملامح التحول الرقمي لقطاع التجارة في الجزائر. مجلة وحدة تاجت في تنمية الموارد البشرية، المجلد 17 العدد 3. 2022.
10. زوير محمد ديواني هالة، المواقع الإلكترونية كآلية لتقديم الخدمات لمستهلكين الكهرباء والغاز وحماية حقوقهم في ظل تساع التجارة الإلكترونية: دراسة حالة موقع الشركة الوطنية لتوزيع الكهرباء والغاز "سونلغاز". مجلة إضافات اقتصادية، المجلد 5، العدد 1. 2021.
11. عبد الرحمن حسن حسن محمد، محمد أحمد الغبيري واقع التحول الرقمي للمملكة العربية السعودية - دراسة تحليلية-. مجلة العلوم الإدارية والمالية، المجلد 4، العدد 3. 2020.
12. عمر عبد الحفيظ أحمد عمر، التحول الرقمي للحكومة ودوره في تحقيق أهداف التنمية المستدامة مصر نموذجًا. مجلة جامعة الزيتونة الاردنية للدراسات القانونية، المجلد 2، العدد 3. 2021.
13. محمد الهادي، تحديات واستراتيجيات التحول الرقمي للمصالح الحكومية ومنشآت الأعمال، مجلة الجمعية المصرية لنظم المعلومات وتكنولوجيا الحاسبات، العدد 24. 2021.
14. مسفرة بنت دخيل الله الخثعمي، مشاريع وتجارب التحويل الرقمي في مؤسسات المعلومات RIST، المجلد 19، العدد 1، 2010.
15. ندى طارق دبا، إدارة مخاطر التحول الرقمي، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، المجلد 13، العدد 3. 2022.
16. نوال بنت علي البلوشية، نبهان بن حارث الحراصي، علي بن سيف العوفي، واقع التحول الرقمي في المؤسسات، مجلة دراسات والمعلومات التكنولوجية، 2020.
17. بوخريص محمد، بوبكر محمد، أهمية مناطق التوسع والمواقع السياحية في تشجيع الاستثمار: مورد هام من موارد الاقتصاد الوطني - تماسين نموذجًا - دفاتر السياسة والقانون، المجلد 12، العدد 1. 2020.
18. خليفة تركية، التنمية السياحية المستدامة واستراتيجية ترقبها في الجزائر. المجلة العربية للآداب والدراسات الإنسانية، المجلد 2 العدد 5. 2018.
19. عادل هادي البغدادي، نوفل عبد الرضا، أثر استراتيجية الاستقطاب في تحقيق التنمية السياحية المستدامة. المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، العدد 36. 2013.

20. عوف سليمان بن عيسى، التنمية السياحية في الجزائر آفاق ومعوقات، دفاتر السياسة والقانون، المجلد 14، العدد 1. 2022.
21. قاشي خالد. السياحة في الجزائر بين الإمكانيات المتاحة وتحديات التطور. مجلة اقتصاد الجديد، العدد 8. 2013.
22. كواش خالد، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر. مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، العدد 1، 2004.
23. ولاء مجدي رزق، منى أبو العطا حليم، بيئة الاعمال السعودية وتأثيرها على الاستثمارات الأجنبية المباشرة والأداء الاقتصادي للمملكة رؤية 2030. المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، المجلد 51، العدد 1. 2021.
24. وصفي الكساسبة، اسماعيل أبو شلفة، خلف الحسين، دور استخدام التطبيقات الذكية في تنمية مستقبل السياحة الرقمية في مدينة نيوم الذكية من وجهة نظر المواطن السعودي. المجلة العلمية لكلية التربية جامعة اسيوط، المجلد 39، العدد 6، 2023.
25. نور خلدون خليف المواجدة، دور الإنترنت في ترويج الخدمات السياحية. المجلة العربية للعلوم ونشر الابحاث، المجلد 3، العدد 2، 2017.
26. هارون أروان، التحديات القانونية لصناعة السياحة في العصر الرقمي. المجلة الدولية للقانون، العدد خاص. 2019.
27. منى طلعت حسن عبد العال، أثر تطبيق نظم تكنولوجيا المعلومات على تنميه مهارات أداء الموارد البشرية دراسه تطبيقيه على شركات السياحة بمحافظة بورسعيد. مجلة لتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، المجلد 22، العدد 3. 2022.
28. سارة عاطف الموجي، دور التحول الرقمي في رفع كفاءة العاملين في المجال السياحي. مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، المجلد 23، العدد 1، 2022.
29. ريم فاروق النشار، علاقة ادارة الموارد البشرية بمؤشرات اداء شركات السياحة في فترة ما بعد جائحة الكورونا. المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، المجلد 15، العدد 3. 2021.
30. سمير بن علي، سالمي عبد المجيد، التطبيقات الالكترونية السياحية في الجزائر دراسة لغوية Aleph. Langues, médias et sociétés، المجلد 6، العدد 1، 2019.

رابعاً: المداخلات.

1. كريمة سلطان، أمال مرّع، ريادة الأعمال الذكية تجربة الامارات العربية نموذجاً. الملتقى الدولي للبيانات الضخمة والاقتصاد الرقمي كآلية لتحقيق الاقلاع الاقتصادي في الدول النامية الفرص والتحديات والآفاق. الوادي، الوادي، الجزائر: جامعة الشهيد لخضر الوادي، 18 جوان 2022.

خامساً: المطبوعات.

1. د حسن حميدة، محاضرات في مقياس التشريع السياحي كلية الحقوق والعلوم السياسية قسم القانون الخاص جامعة البليدة 02 علي لونيبي، 2022/2021.

سادساً: التقارير.

1. وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات، تقرير عن السياحة الرقمية. السعودية: مركز استشراف التقنية 2023.

سابعاً: القوانين والجرائد الرسمية:

1. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، قانون 03-15. المؤرخ في 01 فيفري 2015. المتعلق بعصرنة العدالة. العدد 06، 2015.

2. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، مرسوم تنفيذي رقم 112-18. المؤرخ 05 أفريل 2018، يحدد نموذج مستخرج السجل التجاري الصادر بواسطة إجراء إلكتروني. العدد 21، 2018.

3. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية قانون رقم 16-03. المؤرخ 19 جوان 2016. يتعلق باستعمال البصمة الوراثية. العدد 37، 2016.

4. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية قانون رقم القانون 04-15. المؤرخ 01 فيفري 2015. القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكتروني، العدد 06، 2015.

5. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية مرسوم تنفيذي رقم 07 - 23 مؤرخ في 9 محرّم عام 1428 الموافق 28 يناير سنة 2007 يحدد كفاءات إعادة بيع الأراضي الواقعة داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية أو منح حق الامتياز عليها، العدد 08، 2007.

ثامناً: المواقع الإلكترونية.

1. أمهيشيك سينغ. (10 02، 2023). CYNOTECK. (تاريخ الاسترداد 04 06، 2023، من :

<https://cynoteck.com/ar/blog-post/what-is-digital-transformation/>

2. اتصالات الجزائر. (2023). اتصالات الجزائر. تاريخ الاسترداد 10 06 ,2023، من : <https://www.algerietelecom.dz/ar/espace-presse/my-idoom->
3. أحمد عبد الالبي. (05 07 ,2018 من **The Technology now**. (تاريخ الاسترداد 13 07 ,2023، <https://www.thetechnologynow.com/2018/07/djezzy-ericsson-digitaliser-systeme-de-support-fonctionnel.html>
4. البوابة الحكومية للخدمات العمومية. (2023). البوابة الحكومية للخدمات العمومية. تاريخ الاسترداد 11 07 ,2023، <https://bawabatic.dz/>
5. اللجنة الاقتصادية و الاجتماعية لغرب آسيا الأمم المتحدة. (2020). تاريخ الاسترداد 12 07 ,2023، من **خطة التنمية المستدامة لسنة 2030** : <https://archive.unescwa.org/ar/our-work/technology-development/aigle/>
6. أوراس الجزائر. (21 03 ,2022). أوراس الجزائر. تاريخ الاسترداد 12 07 ,2023، من : <https://www.awrasaljazair.com/>
7. أوريدو. (02 03 ,2022). الوطن. تاريخ الاسترداد 12 07 ,2023، <https://www.al-watan.com/article/290285/ECS/>
8. باسل العكور. (05 08 ,2021). جو 24. تاريخ الاسترداد 06 06 ,2023، من : <https://jo24.net/article/406712>
9. حسام الدين إسلام. (22 04 ,2020). **Andalou Ajansi**. (تاريخ الاسترداد 05 06 ,2023، من : <https://www.aa.com.tr/ar/>
10. دوروثي ديلور، إيزابيل بوبار. (22 02 ,2021). **مدونة البنك الدولي**. تاريخ الاسترداد 13 06 ,2023، من : <https://blogs.worldbank.org/ar/arabvoices/how-digital-financial-services-can-provide-path-toward-economic-recovery-algeria>
11. رائد الأعمال العربي. (26 02 ,2022). **التحول الرقمي: دليل شامل للتعرف على التحول للعالم الرقمي** تاريخ الاسترداد 02 02 ,2023، من



19. وزارة العدل. (2020). وزارة العدل. تاريخ الاسترداد 10 06 ,2023، من <https://www.mjustice.dz/ar/modernisation-2-2-2/>
20. وليد اليافعي. (09 10 ,2022). مدونة فاتورة. تاريخ الاسترداد 13 06 ,2023، من مدونة فاتورة : <https://fatora.io/blog/online-payment-in-algeria/>
21. سلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية. (29 09, 2020). (ARPCE). سلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية. (ARPCE). تاريخ الاسترداد 15 07 ,2023، من <https://www.arpce.dz/ar/topic/CE>
22. عائشة ولد حبيب. (22 09 ,2022). "صحتك " منصة جزائرية لحجز المواعيد الطبية عن بعد. تاريخ الاسترداد 06 06 ,2023، من <https://masantemavie.dz/ar/actualites/>
23. عدنان مصطفى البار. (2022). تاريخ الاسترداد 10 08 ,2023، من [file:///C:/Users/Se7eN/Downloads/Article-of-this-week-DrAdnan-ALBAR-Feb-2018%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Se7eN/Downloads/Article-of-this-week-DrAdnan-ALBAR-Feb-2018%20(2).pdf)
24. علي يحيى. (11 01 ,2023). Independent ( عربية. تاريخ الاسترداد 13 06 ,2023، من : <https://www.independentarabia.com/node/407171/>
25. الأمم المتحدة الأسكوة. (2022). الأمم المتحدة الأسكوة. تاريخ الاسترداد 14 10 ,2023، من : <https://www.unescwa.org/ar/sd-glossary/>
26. الشبكة العربية للتميز والاستدامة. (2023). الشبكة العربية للتميز والاستدامة. تاريخ الاسترداد 14 10 ,2023، من : <https://sustainability-excellence.com/>
27. دنيا محمود. (03 04 ,2022). المرسل. تاريخ الاسترداد 16 11 ,2023، من : <https://www.almrsl.com/post/906444>
28. وزارة السياحة والصناعة التقليدية. (2023). وزارة السياحة والصناعة التقليدية. تاريخ الاسترداد 11 11 ,2023، من : <https://www.mta.gov.dz/>
29. أ. عامر اسعد سعد. (05 09 ,2023). إشبيلية نيوز. تاريخ الاسترداد 11 02 ,2024 : <https://eshbelia-news.com/?p=1753>

30. الرؤية. (03 03, 2022). الرؤية. تاريخ الاسترداد 11 02, 2020 :  
<https://www.alroeya.com/117-53/213351>
31. المبيضن إبراهيم. (31 08, 2022). الغد. تاريخ الاسترداد 03 02, 2024، من :  
<https://alghad.com/Section-181/>
32. المرسل. (2024). المرسل. تاريخ الاسترداد 01 01, 2024 :  
<https://www.almrsal.com/post/1171335>
33. المنصة الوطنية الموحدة. (2023). المنصة الوطنية الموحدة. تاريخ الاسترداد 08 10, 2023 :  
[https://www.my.gov.sa/wps/portal/snp/servicesDirectory!/ut/p/z1/IVJdc6IwFP0r--IjJnyIMvvEoqMya60o2vDCXOHi0glgQ5Ruf\\_0GHd2x3bZbJjPkJveenHvOJRF5IFEJx3wHMq9K4CpmkR379wNLd6k-n499iy48PTR6\\_ppSq0c2rxLM3g-VM0vP3eVap7RHov-pp-98Lv2sfk0iEu2TPCUszWzMcNvXUgNASzJItW2S6pr](https://www.my.gov.sa/wps/portal/snp/servicesDirectory!/ut/p/z1/IVJdc6IwFP0r--IjJnyIMvvEoqMya60o2vDCXOHi0glgQ5Ruf_0GHd2x3bZbJjPkJveenHvOJRF5IFEJx3wHMq9K4CpmkR379wNLd6k-n499iy48PTR6_ppSq0c2rxLM3g-VM0vP3eVap7RHov-pp-98Lv2sfk0iEu2TPCUszWzMcNvXUgNASzJItW2S6pr)
34. جامعة العلوم والتكنولوجيا الأردنية. (2022). جامعة العلوم والتكنولوجيا الأردنية. تاريخ الاسترداد 31 01, 2024 :  
<https://www.just.edu.jo/ar/iso/Pages/Tourism.aspx>
35. ح، حمزة. (24 06, 2022). سبق. تاريخ الاسترداد 12 07, 2023، من سبق:  
<https://www.sabqpress.dz/politics>
36. زياد مخامرة. (2024). الأردن 360. تاريخ الاسترداد 12 02, 2024، من الأردن 360:  
<https://ar.jordantour360.com>
37. عبد العزيز بن مُجد الهزاع. (2020). الهيئة العامة للسياحة و الآثار. تاريخ الاسترداد 06 01, 2024، من الهيئة العامة للسياحة و الآثار.  
<https://down.ketabpedia.com/files/bkb/bkb-ab00593-ketabpedia.com.pdf>
38. عبد الحكيم بن حمد العمار الخالدي. (25 09, 2020). الاقتصاد. تاريخ الاسترداد 07 01, 2024، من الاقتصاد  
<https://aliktisad.com.sa/2020/09/16060/>

39. كتب محمود العمري. (30 03 ,2023). اليوم السابع. تاريخ الاسترداد 08 03 ,2024، من اليوم السابع [: https://www.youm7.com/story/2023/3/30/](https://www.youm7.com/story/2023/3/30/)
40. مركز استشراف التقنية. (2023). وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات. تاريخ الاسترداد 07 10 ,2023، من مركز استشراف التقنية : <https://www.mcit.gov.sa/sites/default/files/2023-09/>
41. مروان خالد. (13 08 ,2020). نقطة المجتمع العلمي العربي. تاريخ الاسترداد 02 01 ,2024، : [/https://www.nok6a.net](https://www.nok6a.net)
42. میناس إبراهيم. (13 07 ,2019). جيدة وطني. تاريخ الاسترداد 11 10 ,2023، : <https://www.wataninet.com/2019/07/>
43. وزارة الإدارة المحلية المملكة الأردنية الهاشمية. (2024). وزارة الإدارة المحلية المملكة الأردنية الهاشمية. تاريخ الاسترداد 02 02 ,2024، من وزارة الإدارة المحلية المملكة الأردنية الهاشمية : <https://www.mola.gov.jo/AR/Pages/>
44. وزارة السياحة الأردنية. (2024). وزارة السياحة الأردنية. تاريخ الاسترداد 05 02 ,2024، من وزارة السياحة الأردنية : [: https://mota.gov.jo/Default/Ar](https://mota.gov.jo/Default/Ar)
45. وزارة السياحة والآثار. (2023). وزارة السياحة والآثار. تاريخ الاسترداد 08 10 ,2023، من : <https://mota.gov.eg/ar/>
46. وكالة الأنباء السعودية. (20 06 ,2023). وكالة الأنباء السعودية. تاريخ الاسترداد 06 01 ,2024، : <https://www.spa.gov.sa/e20e236d58x> :

II. المراجع باللغة الأجنبية.

أولاً: الكتب.

1. Gerard Seguin, **Emmanuellebenzet Marketing du tourisme durable**, Dunod, Paris France 2010.
2. Leonard Lickorish, Carson Jenkins, **An Introduction To Tourism**, British Library Cataloguing in Publication Data, First Editin, New York, 1997.
3. N.JAYAPALAN, an Antroduction in Tourism, ATLANTIC PUBLISHED AND DISTRIBUTORS Delhi INDIA ,2001

4. Victor T. C. Middleton and Jackie Clarke, **Marketing in Travel and Tourism**, Butterwoth-Heinemann, third edition, 2001.

ثانيا: الأطروحات ورسائل الماجستير.

1.Sanna Suoranta, **A Not So Lonely Planet – Framing Sustainable Travel on Lonely Planet’s Website:A Comparative Study**, English / Degree Program for Language Specialists School of Languages and Translation Studies ,Faculty of Humanities, University of Turku, 2021.

ثالثا: الأبحاث المنشورة.

1. Al-Ibrahim, R. E. **The Impact of Social Media on Tourism in Qatar**. Revue Internationale de Management, d’Entrepreneuriat et de Communication. 2023

2. Alev Elci, A. Mohammed Abubakar, Mustafa Ilkan, Eluwole Kayode Kolawole, **The Impact of Travel 2.0 on Travelers Booking and Reservation Behaviors**, Business Perspectives and Research, 2017.

3. Batinić, I. **THE ROLE AND IMPORTANCE OF THE INTERNET IN CONTEMPORARY TOURISM IN TRAVEL AGENCIES BUSINESS**. International Journal of Cognitive Research in science, engineering and education, 1. 2013

4. D Sumarsono, B. S. **The influence of TripAdvisor application usage towards hotel occupancy rate in Solo**. Journal of Physics, 2. 2019

5. Kaur, G. **THE IMPORTANCE OF DIGITAL MARKETING IN THE TOURISM**. International Journal of Research -GRANTHAALAYAH, 74-75.Vol 5 India 2017.

6. McKenzie, Brent, **LONELY PLANET TRAVEL GUIDES, DARK TOURISM AND THE BALTIC STATES: A LONGITUDINAL PERSPECTIVE** JOURNAL OF EASTERN EUROPEAN AND CENTRAL ASIAN RESEARCH Vol 1, No 2 ,2014.

7. Piotr Benedykt Zientarski ,Malgorzata Such-Pyriel **Sustainable Tourism Development in The Era of Digital Transformation** Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi-International Journal of Society Researches Alcide De Gasperi University of Euroregional Economy, Poland. 2019.

8. Surmanidze, Megi, **Modern Challenges of Event Tourism and Business,Organizational Needs**, Special edition, 2024.

9. Tamara Ćurlin, Božidar Jaković, Ivan Miloloža, **Twitter usage in Tourism: Literature Review**, Business Systems Research Vol. 10 No. 1 2019.

10. Youssef El Archi, Brahim Benbba, Moaaz Kabil, Lóránt Dénes Dávid, Lóránt Dénes Dávid, **Digital Technologies for Sustainable Tourism Destinations: State of the Art and Research Agenda** MDPI 2023.

رابعاً: المداخلات.

1. Dr. Sofia Reino . Professor Brian Hay .**The Use of YouTube as a Tourism Marketing Tool**, Conference Paper · June 2011.

2.Sandra Dramićanina, Goran Perića, Marko Gašić, **The impact of TikTok on travel decision**, ICEMIT 1st International Scientific Conference on Economy, Management, rnational Scientific Conference on Economy, Management, University in Kragujevac, Faculty of Hotel Management and Tourism in Vrnjačka Banja, Toplica Academy of Applied Studies, Department of Business Studies Blace, 2023.

خامساً: المواقع الالكترونية.

1. .AWS. (2023). **Qu'est-ce que la Transformation numérique ?**. Consulté le 04 04, 2024, sur AWS:

<https://aws.amazon.com/ar/what-is/digital-transformation/>

2. .Balanchine, S. (2021, 09 20). **Smart Cities and Digital Transformation: Enhancing Quality of Life**. Consulté le 09 09, 2023, sur CETDIGIT:

<https://www.cetdigit.com/blog/smart-cities-and-the-digital-transformation-getting-smarter-about-improving-quality-of-life>

3. Coll, D. (2023, 01 12). Fulfillment. Consulté le 07 09, 2023, sur Fulfillment:

<https://fulfillmentiq.com/digital-transformation-in-e-commerce-where-are-we-headed/>

4. Duong, J. (2023, 03 24). Systack. Consulté le 07 10, 2023, sur

<https://cystack.net/blog/blockchain-in-digital-transformation>

5. ED Bums, N. L. (2023, 03). **Techtarget**. Consulté le 07 10, 2023, sur Techtarger:

<https://www.techtarger.com/searchenterpriseai/definition/AI-Artificial-Intelligence>

6. ENTV. (2022, 11 18). **ENTV**. Consulté le 07 11, 2023, sur ENTV:

<https://www.entv.dz/>

7. GAUTHIER, S. (2022, 08 30). **agence digitale spécialisée en marketing et communication**. Consulté le 07 08, 2023, sur agence digitale spécialisée en marketing et communication:

<https://www.lesdigivores.ch/transformation-digitale-vs-marketing-digital-differences-et-similitudes/>

8. Greenwald, W. (2023, 06 06). **PC**. Consulté le 07 11, 2023, sur PC: <https://me.pcmag.com/en/vr/9919/augmented-reality-ar-vs-virtual-reality-vr-whats-the-difference>
9. Groden-Morrison, A. (2020). **Alpha Software**. Consulté le 07 10, 2023, sur Alpha Software: <https://www.alphasoftware.com/blog/harnessing-the-power-of-the-smartphone-for-business-transformation>
10. Hapon, M. (2020, 09 28). **Nnetguru**. Consulté le 07 06, 2023, sur Nnetguru: <https://www.netguru.com/blog/digitization-and-digitalization>
11. Kerns, J. (2021, 11 15). **CONTROL AUTOMATION**. Consulté le 07 11, 2023, sur CONTROL AUTOMATION: <https://control.com/technical-articles/printing-additive-manufacturing>
12. Kinza Yasar, T. W. (2023, 12). **ThechTarget Whatls**. Consulté le 04 02, 2024, sur ThechTarget Whatls: <https://www.techtargt.com/whatis/definition/digitization#:~:text=Digitization%20is%20the%20process%20of,multiple%2Dbit%20groups%20called%20bytes.>
13. McKenna, N. (2020, 02 26). **McKenna**. Consulté le 07 11, 2023, sur McKenna: <https://www.mckennaconsultants.com/what-is-the-relationship-between-digital-transformation-and-cyber-security/>
14. Mearian., L. (2020, 12 14). **IDC**. Consulté le 07 10, 2023, sur IDC: <https://blogs.idc.com/2020/12/14/how-blockchain-plays-into-digital-transformation/>
15. ministerecommunication. (2023, 06 29). **ministerecommunication**. Consulté le 01 31, 2023, sur ministerecommunication: <https://www.ministerecommunication.gov.dz/ar/node/10494>
16. mobilis. (2023). **mobilis**. Consulté le 07 12, 2023, sur mobilis: [https://mobilis.dz/ar/particulier\\_ar/service.php?page=32](https://mobilis.dz/ar/particulier_ar/service.php?page=32)
17. Overby, S. (2020, 08 05). **Enterprisers Project**. Consulté le 07 11, 2023, sur Enterprisers Project: <https://enterprisersproject.com/article/2020/8/how-big-data-aids-digital-transformation>
18. Reche, A. (2019, 12 05). **retain**. Consulté le 07 11, 2023, sur retain: <https://retaintechologies.com/en/the-role-of-big-data-in-the-digital-transformation/>

19. TAYLOR, Z. (2021, 09 28). **ANVL**. Consulté le 07 10, 2023, sur ANVL: <https://anvl.com/articles/driving-digital-transformation-through-mobile-technology/>
20. Teresa Cherukara. (15 03, 2023). Sana. من تاريخ الاسترداد 07 09, 2023، من Sana: <https://www.sana-commerce.com/blog/digital-transformation-ecommerce/>
21. Wang, I. (2021, 08 16). **Linked in**. Consulté le 04 14, 2024, sur Linked in: <https://www.linkedin.com/pulse/digitization-digitalization-digital-transformation-isabella-wang>
22. WG02, P. S. (2018, 11 02). **WHARTON MAGAZINE**. Consulté le 07 10, 2023, sur <https://magazine.wharton.upenn.edu/digital/internet-of-things-the-key-to-digital-transformation/>
23. Wong, I. (2021, 08 16). Consulté le 04 17, 2024, sur <https://www.linkedin.com/pulse/digitization-digitalization-digital-transformation-isabella-wang>
24. Yetim, A. (2023, 03 03). **bcs**. Consulté le 07 11, 2023, sur bcs: <https://www.bcs.org/articles-opinion-and-research/the-importance-of-cybersecurity-and-mentoring-in-digital-transformation/>
25. 26. AGARWAL, A. (2019, 01 31). **Entrepreneur Asia Pacific**. Consulté le 07 30, 2023, sur Entrepreneur Asia Pacific: <https://www.entrepreneur.com/en-au/news-and-trends/how-travel-and-tourism-industry-is-boosting-job/327275>
26. D'artisanat, M. d. (2023). **Ministere du Tourisme et D'artisanat**. Consulté le 11 30, 2023, sur Ministere du Tourisme et D'artisanat: <https://www.mta.gove.dz>
27. Morton, C. (2018, 05 21). **Virtual Kollage**. Consulté le 08 13, 2023, sur Virtual Kollage: <https://www.virtualkollage.com/2018/05/the-characteristics-of-tourism-products.html>
28. panda, I. (2019, 05 07). **Ivy panda**. Consulté le 09 15, 2023, sur Ivy panda: <https://ivypanda.com/essays/tourism-and-the-balance-of-payments/>
29. Soja, I. (2022, 10 07). **solimarinternational**. Consulté le 07 30, 2023, sur solimarinternational:
30. <https://www.solimarinternational.com/10-of-jobs-are-worldwide-connected-to-the-tourism-industry-what-does-that-mean/#:~:text=Tourism%20can%20provide%20diversified%20employment,%2C%20entertainment%2C%20and%20many%20more>

31. UNWTO. (2023). **UNWTO**. Consulté le 11 2023, 28, sur UNWTO: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
32. UNWTO. (2023). **UNWTO**. Consulté le 07 29, 2023, sur UNWTO: <https://www.unwto.org/EU-guidebook-on-sustainable-tourism-for-development>
33. Chiradeep, B. (2022, 10 10). spiceworks. Consulté le 04 2024, sur [https://www.spiceworks.com/tech/artificial-intelligence/articles/what-is-metaverse/#\\_001](https://www.spiceworks.com/tech/artificial-intelligence/articles/what-is-metaverse/#_001)
34. David Benyon, A. Q. (2013, 07 13). **Presence and digital tourism**. London.
35. Hasan, S. A. (2023, 06 05). Linkdin. Consulté le 01 17, 2024, sur Linkdin: <https://www.linkedin.com/pulse/expedia-strategy-business-model-largest-travel-mhd-al-hasan-pmp/>
36. Hossain, A. (2019). sciencedirect. Consulté le 04 10, 2024, sur sciencedirect: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/B9780128131893000058>
37. JOACHIMOWICZ, A. (2016, 04 06). SweetIQ & Uberall join forces. Consulté le 04 2024, sur <https://sweetiq.com/blog/how-google-maps-changed-the-face-of-travel/>
38. l'Artisanat, M. d. (2020). Ministère du Tourisme et de l'Artisanat. Consulté le 02 16, 2024, sur Ministère du Tourisme et de l'Artisanat: <https://portail.mta.gov.dz/>
39. Margaux Constantin, G. G. (2023, 05 04). Mckinsey Company. Consulté le 04 2024, sur
40. <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/tourism-in-the-metaverse-can-travel-go-virtual#/>
41. Martiny, J. (2023, 05 17). DW. Consulté le 05 2024, sur DW: <https://www.dw.com/en/how-instagram-changed-the-tourism-industry/a-65348690>
42. May, K. (2014, 05 12). The Guardian. Consulté le 04 2024, sur <https://www.theguardian.com/travel/2014/mar/12/how-25-years-of-the-web-inspired-travel-revolution>
43. Munira. (2023). vision 2030. Consulté le 01 07, 2024, sur vision 2030: <https://www.vision2030.gov.sa/en/progress/environment-nature/>
44. Ortiz-Ospina, E. (2019, 09 18). Our World. Consulté le 02 06, 2024, sur Our World: <https://ourworldindata.org/rise-of-social-media>
45. Pajorska, Z. (2022, 10 03). Strato Flow. Consulté le 04 2024, sur <https://stratoflow.com/digital-transformation-travel-industry/>

46. Righini, E. (2022, 09 30). doxee. Consulté le 04 2024, sur doxee: <https://www.doxee.com/blog/customer-experience/what-is-digital-tourism/>
47. SABQ. (2023). SABQ. Consulté le 001 06, 2024, sur SABQ: <https://sabq.org/tourism/>
48. Sail., G. (2023, 12 08). Green Sail. Consulté le 01 16, 2024, sur Green Sail.: <https://www.green-sail.com/blog/an-interview-with-ecobnb>
49. Sharma, V. (2023, 06 30). ripenapps. Consulté le 02 08, 2024, sur ripenapps: <https://ripenapps.com/blog/how-augmented-reality-reshaping-the-travel-tourism-industry/>
50. Tas, G. (2024). **Digital Travel**. Consulté le 04 2024, sur <https://digitaltravelapac.wbresearch.com/blog/social-media-in-tourism-marketing>
51. tourisme, P. d. (2020). **Portail du service public du secteur du tourisme**. Consulté le 02 16, 2024, sur Portail du service public du secteur du tourisme: <https://portail.mta.gov.dz/>
52. virtualspirit. (2023, 11 16). virtualspirit. Consulté le 01 16, 2024, sur virtualspirit: <https://virtualspirit.me/insights/321/how-eco-friendly-mobile-apps-are-transforming-tourism>
53. wppit. (2024). wppit. Consulté le 01 15, 2024, sur wppit: <https://www.wppit.com/>
54. Mays Ibrahim Mustafa. (15 08, 2022). The Jordani times. ,01 28 تاريخ الاسترداد 2024 The Jordani times: من <https://jordantimes.com/news/local/jordan-ranks-64th-globally-2021-travel-tourism-development-index>
55. yasminayy. (26 03, 2012). yasminayy. من تاريخ الاسترداد 01 23 ,2024 yasminayy: <https://yasminayy.wordpress.com>
56. Writer, Staff ,**The Benefits of Using Flight Radar 24 for Air Travel Enthusiasts** <https://www.ask.com/lifestyle/benefits-using-flight-radar-air-travel-enthusiasts> 2024

سادسا: المقابلة:

1. Djamel, ALLAL, **Directeur Générale de Tourisme**. Ministère du Tourisme et de l'Artisanat (26.04.2024). (M. Mourad, Intervieweur).

2. Fenineche Khadra, **Directrice des Systèmes d'Information et des Statistiques**, Ministère du Tourisme et de l'Artisanat (03.05.2024). (M. Mourad, Intervieweur).