الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون- تيارت-

كلية: العلوم الاقتصادية،التجارية وعلوم التسيير

قسم: علوم التجارية

ميدان: علوم اقتصادية، تجارية وعلوم التسيير

شعبة: علوم التجارية

تخصص: تسويق خدمات

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر

من إعداد الطلبة:

رواب وليد جمال

رزق الله عبد اللطيف ياسر

تحت عنوان:

رقمنة القطاع السياحي ودورها في تحقيق اهداف التنمية السياحية في الجزائر

نوقشت علنا أمام اللجنة المكونة من:

د.عدة عابد	**(أستاذ محاضر صنف "أ «-جامعة ابن خلدون تيارت)**	**رئيسا**
أ.دعبد الهادي مختار	**(أستاذ التعليم العالي -جامعة ابن خلدون تيارت)**	**مشرفا ومقررا**
بوحركات بوعلام	**(أستاذ محاضر صنف "ب «-جامعة ابن خلدون تيارت)**	**مناقشا**

السنة الجامعية: 2024/2023

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون- تيارت-

كلية: العلوم الاقتصادية،التجارية وعلوم التسيير

قسم: علوم التجارية

ميدان: علوم اقتصادية، تجارية وعلوم التسيير

شعبة: علوم التجارية

تخصص: تسويق خدمات

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر

من إعداد الطلبة:

رواب وليد جمال

رزق الله عبد اللطيف ياسر

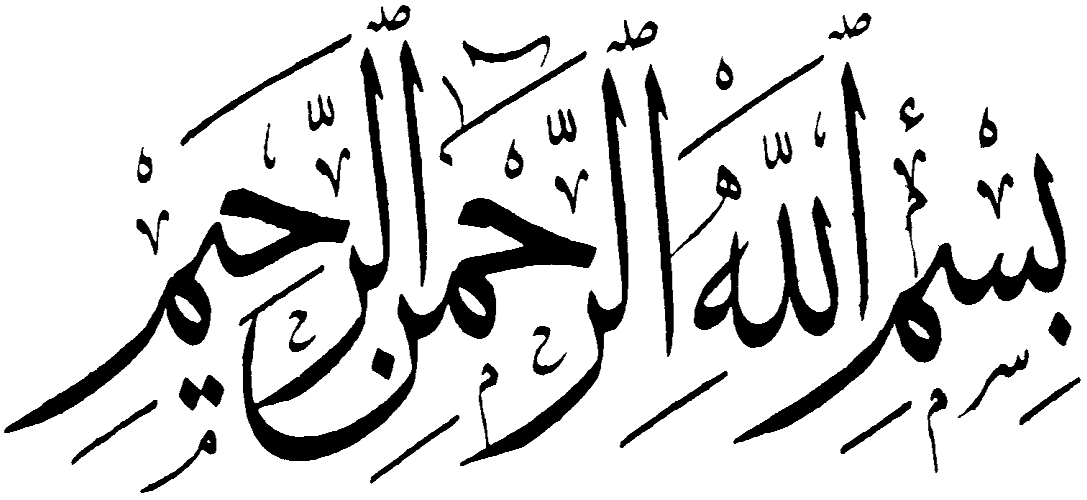
تحت عنوان:

رقمنة القطاع السياحي ودورها في تحقيق اهداف التنمية السياحية في الجزائر

نوقشت علنا أمام اللجنة المكونة من:

د.عدة عابد	**(أستاذ محاضر صنف "أ «-جامعة ابن خلدون تيارت)**	**رئيسا**
أ.دعبد الهادي مختار	**(أستاذ التعليم العالي -جامعة ابن خلدون تيارت)**	**مشرفا ومقررا**
بوحركات بوعلام	**(أستاذ محاضر صنف "ب «-جامعة ابن خلدون تيارت)**	**مناقشا**

السنة الجامعية: 2024/2023


بسم الله الرحمن الرحيم

شكـــــــــر وتقديـــــــــر

" سبحانك لا علم لنا إلا ما علمتنا إنك أنت العليم الحكيم"

لك الحمد ربنا يامن مننت علينا بنعمت العلم ويسرت لنا سبله ويسرت لنا من يعيننا على تحصيله وعلمتنا مالم نكن نعلم .....

ثم الصلاة والسلام على خير المعلمين سيد الخلق أجمعين.....

يتنازع في نفسي شكر وتقدير لكل من جعلهم الله عونا لي فغمورني بكل معاني العون وعلى رأسهم الأستاذ المشرف الدكتور **عبد الهادي مخطار** الذي لم يبخل عليا يوما بعطائه وتوجيهاته في سبيل إتمام هذه المذكرة ،

كما أتوجه أيضا بشكري لكل اساتذة العلوم الإقتصادية و التسيير.

وفي الأخير أشكر كل من مد يد العون

في إنجاز هذه المذكرة.

إهـــداء

بسم خالق الكون ابدي شكري إلى رافع السموات و
باسط الأرض احمد الله رب العالمين الذي بنعمته أكملت
هذا العمل المتواضع إلي منبع الحنان و العطاء و أغلى
ما في الوجود التي وضعت الجنة تحت أقدامها أمي
الغالية أطال الله في عمرها إلى من رباني على طاعة الله
إلي الذي ضحى براحته لينير عقلي بالعلم و الإيمان و إلى أعظم الرجال
صبرا إلى الرجل الكريم أبي العزيز حفظه الله.
إلى من تقاسمت الحياة معهم إخوتي و أخواتي
والي أصدقائي الأعزاء
والي زملائي في الدراسة
والي أساتدة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
لكل هؤلاء لهم منا التقدير والعرفان
إلى كل الذين تسعهم ذاكرتي و لم تسعهم أوراق مذكرتي.

رواب وليد جمال

إهـــداء

لك الحمد ربي على عظيم فضلك و كثير عطائك

إنه لا يسعني في هذه اللحظات التي لعلني لا املك أغلى منها أن اهدي ثمرة هذا العمل المتواضع إلى:

الذي يخفق له قلبي باستمرار، ضياء قلبي ونور بصري :

محـــــمد "ﷺ".

فضاء المحبة وبحر الحنان، ريحانة الدنيا وبهجتها: أمي الغالية.

الذي علمني أن الحياة كفاح ونضال: أبي العزيز حفظه الله.

إلى من شاركوني ظلمة الرحم و نور الحياة: إخوتي الأعزاء

المعادلة التي ترسم منحنى حياتي :أصدقائي كل باسمه .

إلى كل من حضر في القلب و غاب عن اللسان

و إلي كل الأحباب و الأصحاب الذين رافقوني في مشواري الدراسي

و إلى كل الذين عرفتهم و أحبهم و إليكم. أهدي من كل قلبي

رزق الله عبد اللطيف ياسر

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

قائمة المحتويات:

المحتوى	رقم الصفحة
الإهداء	-
شكر	-
قائمة المحتويات	-
قائمة الجداول	-
قائمة الأشكال	-
قائمة الملاحق	-
مقدمة	أ- هـ
الفصل الأول: الاطار المفاهيمي للرقمنة و التنمية السياحة في الجزائر	6
تمهيد الفصل	7
المبحث الأول: الرقمنة المفهوم و الخصائص	8
المطلب الأول: مفهوم الرقمنة (النشأة، التطور المفهوم و الخصائص)	8
المطلب الثاني: عناصر الرقمنة و نماذجها	12
المطلب الثالث: الرقمنة و منافعها التسويقية .	16
المبحث الثاني : التنمية السياحية المفهوم و متطلبات النجاح	19
المطلب الأول: مفهوم التنمية السياحية (التعريف، الأهداف و الأهمية)	19
المطلب الثاني: التنمية السياحية (محدداتها، أنواعها و أشكالها)	23
المطلب الثالث: عوامل نجاح التنمية السياحية	27
المبحث الثالث: رقمنة القطاع السياحي في الجزائر	28
المطلب الأول: رقمنة القطاع السياحي في الجزائر	28
المطلب الثاني: التحديات التي تواجه رقمنة القطاع السياحي في الجزائر	30
المطلب الثالث : التحول الرقمي للقطاع السياحي في الجزائر	31
المطلب الرابع: ماهية الرقمنة السياحية	33
خلاصة الفصل	35
الفصل الثاني : الرقمة وتنمية القطاع السياحي في الجزائر	36
تمهيد الفصل	37
المبحث الأول: القطاع السياحي في الجزائر: الإمكانات، التطور والتنظيم	38

فهرس المحتويات

المطلب الاول: إمكانات الجذب السياحي في الجزائر :	38
المطلب الثاني: تطور السياسة السياحية عبر المخططات التنموية	41
المطلب الثالث: المؤسسات المنظمة للقطاع السياحي الجزائري	43
المبحث الثاني: الاستراتيجية السياحية وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 SDAT	46
المطلب الاول: التعريف بالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية	46
المطلب الثاني: أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030	47
المطلب الثالث: الديناميكيات الخمس للمخطط الإداري للتهيئة السياحية 2030 SDAT	48
المطلب الرابع: المشاريع التي انطلقت بها الأشغال من المخطط التوجيهي	50
المبحث الثالث: دور الرقمة في تنمية القطاع السياحي في الجزائر	53
المطلب الأول: واقع الاقتصاد الرقمي في الجزائر	53
المطلب الثاني: تجربة رقمنة قطاع السياحة في الجزائر	56
المطلب الثالث: احصائيات السياحة في الجزائر	60
خلاصة الفصل	68
الخاتمة	72-69
قائمة المصادر والمراجع	77-73
الملاحق	80-79
الملخص	81

فهرس المحتويات

قائمة الجداول:

رقم الجدول	عنوان الجدول	رقم الصفحة
(01-02)	القرى السياحية ذات الامتياز	49
(02-02)	الحدائق الإيكولوجية السياحية	50
(03-02)	ترتيب دخول السياح الأجانب حسب البلدان الوافدة لسنة 2021	62
(04-02)	توزيع الوافدين الجزائريين المقيمين بالخارج الى الجزائر (2017-2021)	63
(05-02)	اهم الوجهات لحركة المواطنين المقيمين في الجزائر عبر الحدود الجزائرية لسنة 2021	65
(01-02)	التدفق السياحي بين سنة (2017-2021)	67

فهرس المحتويات

قائمة الأشكال:

رقم الشكل	عنوان الشكل	رقم الصفحة
(01-02)	شروط التطوير السياحي في الجزائر	46
(02-02)	يوضح قيم معاملات التحويلات الرقمية في الجزائر للفترة (2017-2023) مع توقعات إلى سنة2027	55
(03-02)	قيمة المدفوعات الالكترونية في الجزائر (2017-2023) مع توقعات إلى سنة2027	56
(04-02)	دخول السواح عبر الحدود الجزائرية 2020-2021	60
(05-02)	تطور دخول السياح عبر الحدود الجزائرية 2017-2021	61
(06-02)	ترتيب دخول السياح الأجانب حسب البلدان الوافدة لسنة 2021	62
(07-02)	توزيع الوافدين الجزائريين المقيمين بالخارج الى الجزائر (2017-2021)	64
(08-02)	اهم الوجهات لحركة المواطنين المقيمين في الجزائر عبر الحدود الجزائرية لسنة 2021	66
(09-02)	التدفق السياحي بين سنة (2017-2021)	67

فهرس المحتويات

قائمة الملاحق:

رقم الملحق	عنوان الملحق	رقم الصفحة
ملحق 1	صور للمناطق السياحية في الجزائر	80

مقدمة

مقدمة

أصبح قطاع السياحة في العصر الحالي من أهم وأبرز القطاعات الاقتصادية المهمة التي تهتم بها كل دول العالم سواء الدول المتقدمة أو الدول النامية، ومنذ بداية الثمانينات من القرن الماضي بدأت العديد من الدول النامية في الاهتمام بهذا القطاع وتطويره وتخصيص الموارد المختلفة للاستثمار فيه لما يعمل على تحقيق مجموعة من الآثار الإيجابية على الاقتصاد القومي، حيث يساعد التطوير القطاع السياحي على المساهمة في حل العديد من المشكلات التي تواجه هذه الدول وأصبحت السياحة تمثل موقعة متميزا في اقتصاديات الشعوب، لما حققته من نتائج معتبرة من الإيرادات السياحية بالعملة الأجنبية والتأثير إيجابا على ميزان المدفوعات وكذا من حيث مناصب الشغل التي توفرها سواء كان بصورة مباشرة أو غير مباشرة وساهمت في حل مشكلة البطالة وغيرها من المشكلات الاقتصادية.

إن أنظمة الحجز والدفع وتبادل المعلومات ذات الرقمنة الجيدة كانت موجودة منذ عدة سنوات، واليوم من المرجح أن تتغير طرق العمل، حيث تحولت الشركات بشكل كبير إلى أساليب العمل عن بعد والاجتماعات عبر الإنترنت (هذا ما حدث خلال جائحة كورونا)، ومن المحتمل أن يتم الحفاظ على هذه الأساليب الجديدة للمزايا التي تحفزها (توفير الوقت على وجه الخصوص.(

وبالتالي يجب أن تعرف صناعة السياحة كيفية التكيف مع هذا الاتجاه اليوم. في رأينا ستكون الرقمنة فعالة للغاية في إنشاء قنوات جديدة للمعلومات، مما سيؤثر بشدة على أنشطة التوزيع وخاصة عمل موظفي القطاع.

تعتبر الرقمنة إحدى ركائز اقتصاد القرن الحادي والعشرين، فقد أحدث التطور التكنولوجي السريع الذي عرفه العالم تأثيرا كبيرا في مجال الاقتصاد، حيث طرقت المنظومات التكنولوجية مختلف القطاعات الاقتصادية والخدمية و ساهمت في تحقيق المزيد من المزايا لهذه القطاعات، منها سرعة الخدمات وكفاءتها ومنها تطوير الابتكارات والحلول التي يحتاجها المجتمع ومنها تحسين أساليب العمل الإداري والحكومي.

تشير الدراسات والإحصائيات الحديثة إلا أن الاقتصاد الرقمي يحقق نجاحات سريعة في العديد من اقتصاديات العالم محققا إضافات مميزة ليس لاقتصاديات هذه الدول فحسب بل إلى الاقتصاد العالمي.

نقصد هنا، أن التغييرات الرقمية قد تؤدي إلى تغييرات جوهرية في طريقة العمل، وتؤثر في طريقة قيام الأشخاص بعملهم، وعادة ما يكون لها تأثير غير مباشر مع إشراك مختلف الهياكل، منها الحوافز، وآلية صنع القرار، وسياسات العملاء، وآليات الربط، التي تتطلب بدورها إعادة تقييم وربما تتطلب تعديلا.

ان الجزائر كغيرها من دول العالم تعتبر السياحة من بين الرهانات التي لابد التركيز عليها من أجل انعاش الاقتصاد الوطني ودفعه نحو الأمام خاصة في ظل عدم الاستقرار التي صار في الأمس أسعار البترول في السنوات الأخيرة، خاصة وأن الاقتصاد الجزائري يعتمد منذ الاستقلال على عائدات البترول مما جعلها من وقت إلى أمر تتخبط في مشاكل اقتصادية وأزمات صائفة، وتكيد خسائر كبيرة نتيجة مرورها بفترات من الكساد والركود والأزمات والصدمات وتدني في مستوى النشاط الاقتصادي، وهذا يعود لأسباب كثيرة من

أهمها هو اعتماد العديد من هذه الدول على مصدر وحيد في تعظيم الدخل القومي كالنفط بالدرجة الأولى وعدم وجود رؤية مستقبلية واضحة واستراتيجية طويلة المدى لسياسة الإنفاق،

وعلى ضوء ما سبق، فإنه يمكن صياغة الإشكالية التي تعالجها هذه الدراسة في التساؤل التالي:

1- الاشكالية :

ما مدى دور الرقمنة في تحقيق التنمية الاقتصادية ؟

وتندرج تحت هذه الإشكالية المحورية مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

- ما المقصود برقمنة السياحة في الجزائر؟
- ماهي الإمكانيات القطاع السياحي في الجزائر؟
- ماهي الاستراتيجية السياحية وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030؟
- ما هي المقومات والخصائص التي تتميز بها السياحة الجزائرية؟ وما هو واقع السياحة ؟
- ما هي الاستراتيجيات التي تبنتها الدولة في بعث وتطوير القطاع السياحي بالجزائر؟

2- فرضيات الدراسة:

ومن خلال الإشكالية الرئيسية والأسئلة الفرعية يمكن أن تطرح الفرضيات التالية:

- يرتبط تطوير القطاع السياحي ورقمنته بمدى قدرة الدولة في بناء إستراتيجية واضحة وهادفة.
- تساهم رقمنة القطاع السياحي الى تطوير الاقتصاد الوطني من خلال العائدات السياحية.

3- أهداف الدراسة:

تمثلت أهداف الدراسة فيما يلي:

- التعرّف على مفهوم رقمنة قطاع السياحة وأثره على الاقتصاد الوطني .
- التعرف على الإمكانات القطاع السياحي في الجزائر؟
- التعرف على الاستراتيجية السياحية وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030؟
- التعرف على المقومات والخصائص التي تتميز بها السياحة الجزائرية

4- أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية بحثنا في تسليط الضوء على رقمنة القطاع السياحي في الجزائر كمورد مهم لجلب العملة الصعبة ومؤثر في ميزان الدفوعات وأحد القطاعات التي تمتص البطالة وتوفر اليد العاملة، ومحاولة إظهار السياحة كرهان للتنويع الاقتصادي خارج قطاع محروقات من خلال الوقوف وعلى إحصائيات وزارة السياحة وصناعات التقليدية، كذلك ذكر والمعدات و المقومات السياحية التي تزهر بها الجزائر وماهي الاستراتيجية

التي تتبناها الدولة في تفعيل ومساهمتها في تأثير على النشاط الاقتصادي وضرورة اعطاء اهمية و رعاية للقطاع السياحة باعتباره ثروة دائمة و قطاع اقتصادي بديل.

5- أسباب إختيار الموضوع:

اخترنا موضوع دراستنا انطلاقا من رغبة ذاتية وأخرى موضوعية وهي:

- من المواضيع التي باتت تطرح نفسها بإلحاح على جميع المستويات ومن مختلف الهيئات السياحية.
- تتبنى مختلف هيئات القطاع السياحي بالجزائر لاستعمال العلاقات العامة في الترويج للسياحية بالجزائر
- توفر الجزائر على إمكانيات طبيعية ضخمة لا توجد في أي بلد.
- الميول الشخصية للمواضيع السياحة

6- حدود الدراسة:

تقتصر الدراسة على الحدود التالية:

- **الحدود المكانية:** شملت هذه الدراسية المعطيات الخاصة بالقطاع السياحي في الجزائر وتحديدا وزارة السياحة والصناعة التقليدية من خلال الأجهزة التابعة لها والمسؤولة عن الترويج المتمثلة في كل من الديوان الوطني للسياحة (ONT) والديوان الوطني الجزائري للسياحة (ONAT)، ...الخ
- **الحدود الزمانية:** الاستعانة في هذه الدراسة بمجموعة من المعطيات والمؤشرات في الجانب التطبيقي امتدت من سنة 2017 الى2030

7- منهج الدراسة:

بالنظر إلى طبيعة الموضوع محل الدراسة ومن أجل الإجابة على الإشكالية المطروحة اعتمدنا على المنهجين الوصفي والتحليلي، المنهج الوصفي الذي تم استعماله لتوضيح المفاهيم الخاصة برقمنة القطاع السياحي في الجزائر، والمنهج التحليلي لتحليل الأرقام والإحصائيات المعتمدة من طرف وزارة السياحة والصناعات التقليدية من أجل الوقوف على الدور الذي تؤديه السياحة كبديل عن الموارد النفطية ورهان وأساسي ومهم للتنويع الاقتصادي في الجزائر.

8-الدراسات السابقة:

- **الدراسة الاولى:** بلمداني سعد : اثر تكنولوجيا الحديثة على سياحة لدى شباب المغاربي دراسة ميدانية تونس و المغرب و الجزائر" مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه علوم التجارية تخصص اعلام واتصال سنة 2017-2018 جامعة الجزائر03 ..

- **الدراسة الثانية :** محمدي وافية " العلاقات العامة ودورها في زيادة تفعيل ترويج الخدمات السياحية مع الاشارة لتجربة الامارات العربية المتحدة–امارة الشارقة– " مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه علوم التجارية تخصص اعلام واتصال سنة 2022–2023 جامعة الجزائر 03 .

9- صعوبات الدراسة: تمثلت في:

- حداثة موضوع حديث
- نقص المراجع التي تخدم صلب الموضوع.

10- هيكل الدراسة: كانت تقسيمات الدراسة كالتالي:

بغرض تحقيق أهداف الدراسة وجب تقسيمها إلى فصلين، بالإضافة إلى المقدمة والخاتمة، لذا كان هيكل الدراسة كما يلي :

الفصل الأول يختص بدراسة الإطار المفاهيمي لرقمنة وتنمية السياحة في الجزائر ، وهو بدوره قسم إلى: مبحث الأول مفهوم الرقمنة وخصائصها و في المبحث الثاني: التنمية السياحة ومتطلبات نجاحها و في المبحث الاخير تم تركيز على رقمنة القطاع السياحي في الجزائر.

أما الفصل الثاني فتطرقنا فيه إلى الدراسة الرقمة وتنمية القطاع السياحي في الجزائر و قسم الى: مبحث الأول القطاع السياحي في الجزائر: الإمكانات، التطور والتنظيم و في المبحث الثاني: الاستراتيجية السياحية وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030 و في المبحث الاخير دور الرقمة في تنمية القطاع السياحي في الجزائر.

الفصل الاول

الاطار المفاهيمي للرقمنة و التنمية السياحة في الجزائر

تمهيد الفصل :

في تطوير القطاع السياحي في الجزائر. يهدف هذا الفصل إلى تقديم إطار مفاهيمي شامل يسلط الضوء على أهمية الرقمنة في تطوير القطاع السياحي، بالإضافة إلى الجهود التي تبذلها الجزائر في هذا الصدد. يتمحور النقاش حول كيفية استخدام التكنولوجيا الرقمية والابتكار في تعزيز التجربة السياحية وتحسين خدمات السياحة في البلاد. يتم تحليل الإطار التشريعي والسياسي والاقتصادي الذي يشجع على الرقمنة ويدعم التنمية . تم تقسيم الفصل الى :

المبحث الأول: الرقمنة المفهوم و الخصائص

المبحث الثاني : التنمية السياحية المفهوم و متطلبات النجاح

المبحث الثالث:رقمنة القطاع السياحي في الجزائر

المبحث الأول: الرقمنة المفهوم و الخصائص

يُشير مصطلح "الرقمنة" إلى عملية تحويل المعلومات من شكلها التقليدي إلى صيغ رقمية، سواء كانت هذه المعلومات صورًا، بيانات نصية، ملفات صوتية، أو أي شكل آخر. يتمثل الهدف من ذلك في تمكين معالجة هذه المعلومات بسهولة وفعالية باستخدام الحواسيب أو الأجهزة الإلكترونية. يُلاحظ أن مفهوم الرقمنة يتبدل بحسب السياق الذي يُستخدم فيه، حيث تشمل عملية الرقمنة مجموعة متنوعة من العمليات والتطبيقات.

أ – **في الحسابات:** تحويل البيانات على شكل رقمي بحيث يكن معالجتها بواسطة الحاسب.

ب–في سياق نظام المعلومات: الرقمنة تتضمن نقل النصوص المطبوعة مثل الكتب والصور من وسائط التخزين التقليدية إلى صيغ رقمية يمكن قراءتها بواسطة الحواسيب، أي من عناصر الإشارات الثنائية. يتم ذلك عن طريق استخدام أجهزة الفحص الضوئي، أو الكاميرات الرقمية، حيث يتم تحويل المعلومات المسحوبة إلى صيغ رقمية يمكن عرضها ومعالجتها على شاشة الحاسوب.

المطلب الأول: مفهوم الرقمنة (النشأة، التطور المفهوم و الخصائص)

يدرك المتابع لمجال الرقمنة الكتبية أن هذا التحول جاء نتيجة لتطورات تقنيات الاتصال والمعلومات، مما سمح للمكتبات بتعزيز استراتيجياتها لتحسين أدائها. هذا التطور المتلاحق للمعلومات والاتصالات قاد إلى تحقيق تقدم كبير في مجال البحث في العديد من المجالات، نتيجة لاستخدام البرامج والإنترنت لنقل المعرفة والمصطلحات إلى الأفراد.

أولا: نشأة و تطور الرقمنة

يعود مفهوم الرقمنة في المكتبات إلى تطورات تاريخية عديدة في مؤسسات ومرافق الإعلام والمعلومات، والتي بدأت بتسيير بعض الأنشطة الكتبية بعد استخدام الحواسيب فيها، وذلك في الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا منذ الخمسينيات، وفقًا لما تم التوصل إليه من نتائج. حيث بدأت السجلات الورقية بالتلاشي تدريجيًا لتحل محلها السجلات الإلكترونية، مما سمح للمكتبات بالمشاركة في شبكات المعلومات وتبادل السجلات الإلكترونية وفهرسة التعاون، بالإضافة إلى عمليات الإعارة وفقًا لمشروع المكتبة العالمية. وذلك بهدف جعل جميع المصادر قابلة للبحث عبر الإنترنت،[1] لتصبح الفضاء الإلكتروني مكانًا للمعرفة والمعلومات في المكتبات. وبعد ذلك، بدأت الإجتماعات متعددة بين القوى العظمى تهدف إلى تحقيق الرقمنة في المكتبات من خلال تكثيف الارتباط الرقمي وتوسيع نطاق المعرفة. ومن بين هذه الاجتماعات كان اجتماع بروكسل عام 1995، الذي هدف إلى دعم التنمية الاقتصادية والاجتماعية والعلمية والثقافية، والذي تبنته الولايات المتحدة الأمريكية بالتمويل من الوكالة الوطنية للعلوم والوكالة الفضائية لناسا التابعة لوزارة الدفاع، وشمل إقامة مكتبات رقمية

[1]– أبضد، الكبيسي ،تطور النظم الألية في المكتبات من الحوسبة إلى الرقمنة الافتراضية، مجلة العربية ، العدد 29، 2008، ص 6،ص8

تساهم في البحث العلمي والتعليم، بدعم من المؤسسات الناشطة في الولايات المتحدة الأمريكية. وفيما بعد، انتقلت هذه المبادرات إلى أوروبا من خلال مشاريع مماثلة أطلق عليها اسم "ذاكرة ميموريا"، بمشاركة المكتبة الوطنية الفرنسية وأرشيف أكسفورد تاست ومعهد تولون للأبحاث العلمية ومؤسسات في مجال المعلوماتية، بهدف الحفاظ على الإنتاج الفكري الإلكتروني لقطاعات متعددة من خلال ربط المكتبات الرقمية ببعضها في العديد من الدول المتقدمة من خلال مشاريع عملاقة للمكتبات الرقمية.

يُدرك المتابع لمجال الرقمنة الكتبية أن هذا التحول جاء نتيجة لتطورات تقنيات الاتصال والمعلومات التي مكّنت المكتبات من تعزيز استراتيجياتها لتطوير أدائها. ومع هذا التطور المتلاحق للمعلومات والاتصالات، حققت المكتبات تقدمًا كبيرًا في عدة مجالات، بفضل استخدام التكنولوجيا الرقمية والإنترنت، مما أتاح وصولًا أفضل للمفردات والمصطلحات العلمية.[1]

أما فيما يتعلق بما يكتبه ويقوله الباحثون والمتخصصون في مجال الكتب الرقمية، فقد بدأت مصطلحات عديدة مشابهة تظهر، مثل "المكتبة الافتراضية"، و"المكتبة الإلكترونية"، و"المكتبة الرقمية". وعلى الرغم من أن كل هذه المصطلحات تظل محاطة بالغموض نسبيًا بسبب تعددها، فإنها تشير جميعًا إلى المكتبات التي تستخدم التقنيات الرقمية في تخزين البيانات الببليوغرافية واسترجاعها لصالح الجهات المستفيدة الأخرى.

وقد بدأت هذه التسميات بالتداول منذ نصف قرن تقريبًا، وقد أدى هذا التطور الطويل إلى وضوح تحديد بعض المصطلحات الأكثر استخدامًا في علوم المكتبات والمعلومات، مثل "المكتبات الإلكترونية" أو "المكتبات الرقمية" أو "المكتبات الإفتراضية". ومع ذلك، فإن هناك تباينًا في إستخدام هذه المصطلحات، ويجب توضيحها وتعريفها بناءً على ما تشمله من معانٍ إضافية ومتنوعة، بما في ذلك العناصر المختلفة والإشارات التناظرية التي تغطي كافة الأدوات الرقمية، سواء الأصلية أو الحديثة. على سبيل المثال، فإن عبارة "إلكترونية" تشير بشكل أساسي إلى كيفية عمل الأجهزة بدلاً من كونها صفة للبيانات التي تتم معالجتها بها. وبالتالي، فإن المكتبة الإلكترونية تشمل كل الأدوات المتاحة في المكتبات الرقمية التي تعتمد على استخدام الأجهزة الإلكترونية مثل أجهزة الفيديو وقارئات الديسك الضوئي، ويتضمن ذلك المواد الإلكترونية والرقمية. ومع ذلك، فإن هذه المصطلحات، على الرغم من شيوع استخدامها، لا تزال تواجه بعض الارتباك والالتباس بسبب عدم اكتمال النظرية العربية للكتابة الرقمية وعدم اهتمامها الكافي بتحديد معاني هذه المصطلحات وتحديد حدودها..

[1]– أبضد، الكبيسي ،، الكبيسي ،تطور النظم الألية في المكتبات من الحوسبة إلى الرقمنة الافتراضية، مجلة العربية ،المرجع السابق ذكره ، 6،ص8

ثانيا: مفهوم الرقمنة

تم تعميم مصطلحات مثل "الكتابة الرقمية" و"الإبداع الرقمي" و"الكتاب الإلكتروني" و"التقييم" في الأدبيات العربية الحديثة، وهي تعبيرات تنطوي على مفاهيم جديدة في مجال الكتابة نتيجة للتطورات التكنولوجية التي حدثت في مجالات الإعلام والاتصال.

لتجنب الغموض والتباس الذي قد ينشأ بسبب تلك المصطلحات وللوصول إلى تفسير موحد، يمكن التوقف عند بعض التعاريف المختلفة لمصطلح الرقمنة أو التعريف الرقمي على النحو التالي:

1: تعريف الرقمنة "لغة"

الرقمنة لغةً تأتي من الجذر اللغوي "رقم"، والذي يشير إلى عدة معانٍ تتعلق بالكتابة والتدوين باستخدام الأرقام أو العلامات المميزة. في لسان العرب، يوضح ابن منظور أن الرقم والتقييم يتضمنان تعجيم الكتاب، أي تنقيطه وتوضيح حروفه بعلاماتها. يقول ابن منظور:

"الرقم والتقييم: تعجيم الكتاب، ورقم الكتاب: يرقم رقماً أعجمو وبينه، وكتاب مرقوم: أي قد بينت حروفه بعلامتها من التنقيط، وقول الله عز وجل "كتاب مرقوم". ورقم الثوب: يرقمو رقماً ورقم وخططو.

2: تعريف الرقمنة "اصطلاحا"

يعرّف "سعيد ياقط" التنسيق التناظري بأنه "عملية نقل أي نوع من المستندات إلى تنسيق رقمي للتشفير الرقمي للصور الثابتة أو الفيديو والصوت والملفات." لأن هذا النقل هو ما يجعل ذلك ممكنا، بغض النظر عن محتوى الوثيقة. إذا كان هذا هو نوعه، دعه يتحول إلى عالم رقمي. "

"القدرة على تنزيل واستخدام معدات المعلومات" هنا، رقمنة النص هي عملية تحويل النص أو السطور المكتوبة أو المطبوعة من التنسيق المطبوع إلى التنسيق الرقمي بحيث يمكن عرضه على شاشة الكمبيوتر، هناك شيء واحد واضح.[1]

وتشير مصطلحات مثل "الرقمنة" إلى عمليات محددة تختلف باختلاف السياق الذي تُستخدم فيه. على سبيل المثال:

1. يوضح تعريف "تاتي كاني" أن الرقمنة هي عملية تحويل مصادر المعرفة مثل الكتب والمجلات والتسجيلات الصوتية والصور وغيرها إلى شكل رقمي بحيث يمكن معالجتها بواسطة أنظمة الكمبيوتر. وتعتمد هذه العملية على تقنيات ومعدات متخصصة.

2. تُعرّف "شارلوت بيتسي الرقمنة" بأنها وسيلة لتحويل البيانات والمعلومات من الأنظمة التناظرية إلى الأنظمة الرقمية، مما يسمح بتخزين ومعالجة أكثر كفاءة.

[1]– ابضد فرج ابضد ،الرقمنة داخل مؤسسات المعلومات ام خارجها، المملكة المتحدة، جامعة الأمام احمد بن سعود الاسلامية العدد 4، سنة 2009،ص11.

3. وفقا لمفهوم "أوتاد كلاب"، فإن الرقمنة هي عملية تحويل المحتوى الفكري التقليدي، مثل البحثات والكتب والمخطوطات والخرائط وغيرها، إلى شكل رقمي بحيث يمكن تخزينه ومعالجته بواسطة أجهزة الكمبيوتر.

ولذلك فإن مصطلح الرقمنة يمكن أن يكون له معاني مختلفة حسب السياق الذي يستخدم فيه، ويشير إلى تحويل البيانات إلى شكل رقمي للمعالجة الحاسوبية، سواء في سياق الحسابات أو نظم المعلومات، يرجى ملاحظة أنه يشمل أيضا تحويل الكتب والصور إلى تنسيق رقمي.

ثالثا: خصائص الرقمنة

تتميز الرقمنة عن غيرها من التكنولوجيات بالخصائص التالية:

– تقليل الوقت: تتيح الرقمنة الوصول إلى المعلومات بشكل فوري، حيث تجعل التقنيات الإلكترونية جميع المكانين متجاورين إلكترونيًا، مما يقلل من الوقت اللازم للبحث عن المعلومات.

– تقليل المكان: توفر وسائل التخزين الرقمية القدرة على استيعاب كميات كبيرة من المعلومات، وبالتالي يمكن الوصول إليها بسهولة وسرعة بغض النظر عن المكان الذي يتم فيه التخزين.

– تقاسم المهام الفكرية مع الآلة: تتيح التكنولوجيا الرقمية التفاعل والتواصل بين الباحث وأنظمة الذكاء الاصطناعي، مما يساهم في تطوير المعرفة وتعزيز فرص تكوين المستخدمين والسيطرة على عملية الإنتاج.

– تكوين شبكات الاتصال: تستخدم مجموعة من التجهيزات التي تعتمد على تكنولوجيا المعلومات لتشكيل شبكات الاتصال، مما يزيد من تدفق المعلومات بين المستخدمين والصناعات والمنتجات، ويسمح بتبادل المعلومات مع الأنشطة الأخرى.

– التفاعلية: تمكن التكنولوجيا الرقمية المستخدمين من المشاركة في عملية الاتصال، حيث يمكن للمستقبل والمرسل أن يكونوا متفاعلين في نفس الوقت، مما يسمح بتبادل الأدوار ويخلق نوعًا من التفاعل في الأنشطة.

– غير متزامن: يشير إلى القدرة على استقبال الرسائل في الوقت المناسب للمستخدم دون الحاجة إلى المزامنة المطلقة عند إستخدام النظام.

– اللامركزية: تشير إلى استقلالية الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، حيث أنها لا تعتمد على أي مركز معين أو سلطة مركزية[1].

– الاتصال: يشير إلى القدرة على توصيل أجهزة الاتصال المختلفة التي تصنعها شركات مختلفة أو في بلدان مختلفة بسهولة وكفاءة.

– التنقل والحرية: يعني أنه يمكنك الوصول إلى الخدمات واستخدامها أثناء التنقل، سواء كنت تستخدم جهاز كمبيوتر محمولًا أو هاتفًا ذكيًا.

[1] بضد فرج ابضد ،الرقمنة داخل مؤسسات المعلومات ام خارجها، المملكة المتحدة، جامعة الأمام احمد بن سعود الاسلامية العدد 4، سنة 2009، ص27.

– قابلية النقل: تشير إلى القدرة على نقل البيانات من وسيلة إلى أخرى، مثل تحويل الرسائل الصوتية إلى رسائل مكتوبة أو مقروءة.

– غير واسع النطاق: يشير إلى القدرة على توجيه التحكم في رسائل الاتصال إلى فرد أو مجموعة محددة دون الحاجة إلى توجيهها إلى جمهور كبير.

– الشعبية والتوزيع: ويقصد بها قدرة الشبكة على التوسع لتغطي مناطق أكبر من العالم، مما يمنحها القدرة على التوزيع على نطاق واسع.

– عالمية وعالمية: تشير إلى القدرة على نشر المعلومات إلى مناطق واسعة من العالم من خلال مجموعة متنوعة من التطبيقات بحيث يمكن للمعلومات التحرك بحرية وسرعة. .[1]

المطلب الثاني: عناصر الرقمنة و نماذجها

التحول الرقمي يقدم فوائد عديدة ومتنوعة للأطراف المختلفة، بما في ذلك الحكومة، القطاع الخاص، والأفراد. يُوفر التحول الرقمي الكثير من الجهد والوقت، حيث يتيح التعامل مع البيانات والمعلومات بشكل سريع وفعّال. كما يساعد في زيادة كفاءة العمل وتحسين التشغيل، مما يؤدي إلى تحسين جودة الخدمات وتبسيط الإجراءات لتقديم الخدمات بشكل أفضل وأكثر فعالية للمستفيدين.

أولا: عناصر الرقمنة

1-1 الترميز الرقمي:

القاعدة الثنائية في علم الرياضيات تعتبر أساسية في تمثيل ومعالجة البيانات بصورة رقمية. تسمح هذه القاعدة بتمثيل البيانات والمعلومات بصورة ثنائية، أي بصورة أصفار ووحدات، وهي اللغة التي يفهمها الحاسوب. وتتيح هذه القاعدة تحويل البيانات بعناصر مختلفة مثل النصوص والصور والصوت إلى تمثيل رقمي، حيث يتم تخزينها ومعالجتها على شكل بايتات وبتات.

بفضل القاعدة الثنائية، يمكن للحاسوب معالجة البيانات وتحويلها إلى عناصر جديدة تخدم احتياجات المستخدمين. يمكن إخراج هذه البيانات بشكل معاني جديدة تتناسب مع الغرض المطلوب، سواء كان ذلك عرض النتائج بصورة مرئية، أو تحويلها إلى صيغ رقمية مختلفة لنقلها أو معالجتها بطرق أخرى.

من خلال الاستفادة من القاعدة الثنائية، يمكن إرسال البيانات رقمياً وخضوعها لعمليات معالجة آلية، مما يسهل عملية التبادل والتعامل مع البيانات بشكل فعال وفعّال.

2-1 أنظمة التراسل الرقمي:

تعني بأنظمة الاتصالات البصرية، والتي تتضمن تقنيات مثل الليزر وصناعة الألياف البصرية والأدوات البصرية الأخرى، لديها دور كبير في تطوير أنظمة الاتصالات البصرية الحديثة. يتم استخدام هذه

[1]– ابن مشهور، مرجع سابق ذكره ،ص 7.

التقنيات في بناء شبكات النفاذ البصرية بمستوى عالٍ من الذكاء والتقنية، مما يسمح للمشغلين والمستخدمين بالتحكم فيها وصيانتها واستخدامها بشكل مثالي. بالإضافة إلى ذلك، توفر هذه التقنيات مستوى عالٍ من الأمان والموثوقية، مما يسمح بتوفير خدمات الاتصالات بشكل فعال وموثوق به..

1- 3شبكات النفاد الرقمي:

ويُعتمد في شبكات الاتصالات على الكوابل، مثل تلك المستخدمة في تقنية DLS (Digital Subscriber Line)، والتي تستخدم في نقل إشارات التلفزيون عبر خطوط الاتصال السلكية بجودة عالية. كما يستخدم جهاز المودم (MODEM) في هذه الشبكات، حيث تعني كلمة "Modem" اختصارًا لـ "Modulator-Demodulator" بالعربية، أي جهاز التعديل والتحويل. وظيفته الرئيسية هي تحويل الإشارات الرقمية التي تُعبر عن الصوت والبيانات إلى إشارات تناظرية يمكن نقلها عبر خطوط الاتصال التلفزيونية السلكية، وذلك لتمكين التبادل الفعال للبيانات والصوتيات عبر الشبكة.[1]

1-4 أنظمة التحويل:

نعم، تعتمد هذه الأنظمة على آليات مراقبة ذات جودة عالية تضمن التنسيق بين البيانات الصادرة والواردة، مما يسهل تدفق المعلومات بسرعة وكفاءة. هذا يسمح بتحقيق التواصل الفعال والسريع بين مختلف الأطراف والأجهزة المتصلة بالشبكة، سواء كانت داخل المؤسسة أو عبر الإنترنت، وبالتالي يعزز سرعة التبادل الرقمي للمعلومات ويسهم في تحسين أداء العمليات اليومية واتخاذ القرارات بشكل أسرع وأكثر دقة.

1-5 شبكات الهاتف المحمول:

تعرف شبكات الجيل الثالث بقدرتها على توفير سرعات عالية لنقل البيانات بين الأجهزة المتصلة بها. تستخدم هذه الشبكات تقنيات ترميز أحادية لكل مكالمة، مما يسمح بنقل البيانات بسرعة عالية تصل إلى 2 ميغابايت في الثانية. هذه السرعات العالية تجعل عملية تبادل المعلومات أسرع وأكثر فعالية، مما يسهم في تحسين تجربة المستخدم وتوفير خدمات الاتصالات بجودة عالية.

1- 6 تقنيات البث الإعلامي:

تطورت التكنولوجيا في السنوات الأخيرة بشكل كبير، مما أدى إلى دمج الشبكة العنكبوتية مع شبكات الكوابل التلفزيونية وغيرها من الشبكات، بهدف تحقيق الإرسال الرقمي. يهدف الإرسال الرقمي إلى توفير خدمات متطورة مثل التلفزة التفاعلية ونقل البرامج المتنوعة وتسجيلها بشكل رقمي، بالإضافة إلى خدمات الفيديو المتنوعة والأخرى. هذا التقدم يسمح بتحسين جودة الخدمات وتوفير مزيد من الخيارات للمستخدمين، مما يعزز تجربة المشاهدة ويوفر مزيدًا من الراحة والتفاعلية في استخدام الوسائط المتعددة.[2]

[1]- عبتَ الرحباني ،الاعلام الرقمي الالكتروني، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع،2012،ص52.

[2]- عبتَ الرحباني، مرجع سابق ذكره ذكره ،ص52.

ثانيا: نماذج الرقمنة

التحول الرقمي يشير إلى دمج التكنولوجيا الرقمية في جميع جوانب العمل في المؤسسات والشركات. يترتب عن هذا التحول تغييرات أساسية في طريقة إدارة الأعمال وتنفيذ العمليات التجارية وحتى طرق تقديم الخدمات. وفيما يلي بعض النقاط الرئيسية حول تأثير التحول الرقم:

2-1 النموذج الفني : THE TechnicalModel

هو نموذج يركز على تحويل المنظمات التقليدية إلى منظمات رقمية باستخدام بحوث العمليات وعلوم الحاسب وعلم الإدارة. يتميز هذا النموذج بتركيزه على الجوانب التقنية والتشغيلية دون التركيز بشكل كبير على الجوانب السلوكية للمنظمة.

من خلال استخدام هذا النموذج، يمكن تطبيق تقنيات وأدوات الحوسبة وإدارة العمليات لتحسين كفاءة العمل وتحقيق أهداف المنظمة. ومع ذلك، يعتبر نقص التركيز على الجوانب السلوكية والبشرية للمنظمة عيبًا في هذا النموذج، حيث يمكن أن يؤدي ذلك إلى ارتفاع معدلات الرفض للتطبيقات الإلكترونية في اتخاذ القرارات وقلة التفاعل بين الأفراد داخل المنظمة.

لتحقيق النجاح في تطبيق هذا النموذج، قد يكون من الضروري دمج الجوانب السلوكية والبشرية في استراتيجية التحول الرقمي، بالإضافة إلى توفير التدريب والتطوير المستمر للموظفين لتعزيز قدراتهم على التكيف مع التغيرات التقنية والتشغيلية في البيئة الرقمية.

2-2 النموذج السلوكي: The Behavioral Model

في هذا السياق، يتم التركيز على الجوانب السلوكية الفردية والجماعية والتنظيمية، بالإضافة إلى البيئة المحيطة، عند تحويل المنظمات التقليدية إلى منظمات رقمية. يعني ذلك أن النموذج يأخذ في الاعتبار العوامل البشرية والاجتماعية والثقافية التي تؤثر على سلوك الأفراد والفرق داخل المنظمة، بالإضافة إلى تأثير البيئة الخارجية مثل المنافسة والتطور التكنولوجي والتغيرات الاقتصادية.

وعندما يتم التركيز على هذه الجوانب السلوكية والبشرية، يمكن تحسين فهم العوامل التي تؤثر على قرارات الأفراد والفرق داخل المنظمة، وبالتالي يمكن تصميم وتنفيذ استراتيجيات رقمية تتناسب مع احتياجاتهم وتوجهاتهم. هذا يمكن أن يؤدي إلى تحسين عمليات اتخاذ القرارات وزيادة القدرة على التكيف مع التغيرات في البيئة الرقمية.

بالتالي، يصبح من الممكن نقل الأنشطة القرارية إلى البيئة الرقمية، حيث يمكن جمع البيانات وتحليلها بشكل أفضل، واتخاذ القرارات بناءً على أسس أكثر دقة وفاعلية. هذا يعزز القدرة على الاستفادة من التكنولوجيا الرقمية لتحقيق أهداف المنظمة وتحسين أدائها بشكل عام.[1]

[1]- فريد النجار ،دور تكنولوجيا المعلومات في التحول نحو المنظمات الرقمية، مصر، الدنظمة العربية للتنمية الإدارية،سنة 2004،ص 199-200.

2-3 النموذج الفني الاجتماعي : The Sociotechnical

1- في النموذج الفني الاجتماعي، المعروف أيضًا بنموذج Sociotechnical، يتم التركيز على تفاعل العوامل التكنولوجية والاجتماعية معًا في عمليات التحول. يتناول هذا النموذج العلاقة بين التكنولوجيا والتنظيم، حيث يتم التأكيد على أهمية تكامل العوامل التقنية والاجتماعية لتحقيق الأداء الفعال.

2-تقدم هذه النموذجات إطارًا شاملاً لفهم كيفية تأثير التكنولوجيا على البيئة التنظيمية وكيفية تأثير العوامل الاجتماعية على تبني التكنولوجيا واستخدامها. يُعتبر هذا النموذج فعالًا في تحليل الأنظمة الاجتماعية والتقنية في المنظمات، وتصميم النظم الرقمية التي تلبي احتياجات المستخدمين وتعزز الفعالية التنظيمية.

3-باستخدام هذا النموذج، يمكن تحسين العمليات التنظيمية من خلال توجيه الاهتمام إلى العوامل الاجتماعية والتقنية على حد سواء، مما يساهم في تحسين التكامل والتفاعل بين المكونات المختلفة داخل المنظمة. هذا يساعد على إنشاء بيئة عمل متناغمة وفعالة تسهم في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمنظمة.

2-4 نموذج المشاركة في المعلومات:Information artnership

نموذج المشاركة في المعلومات (Information Partnership) يعتمد على تعاون الشركات أو المؤسسات مع بعضها البعض في مجال تبادل المعلومات والموارد. يمكن أن يكون هذا التعاون في إطار شبكات الدعلومات المحلية أو الدولية، أو عن طريق الاعتماد على شركات الدعلومات لتوفير الخدمات بالتعاون والشراكة.

في هذا النموذج، تسعى المؤسسات إلى تحقيق مصالح مشتركة من خلال تبادل المعلومات والخبرات، سواء كان ذلك لتطوير منتجات جديدة، أو تحسين العمليات الداخلية، أو الوصول إلى أسواق جديدة، أو حل المشاكل المشتركة. يمكن أن تشمل هذه الشراكات أيضًا توزيع الموارد والتكاليف بين الشركاء بشكل عادل ومنصف.

يعتبر هذا النموذج فعالًا في تعزيز التعاون والتفاهم بين الأطراف المختلفة، مما يساهم في تحقيق الأهداف المشتركة بطريقة مستدامة وفعالة. كما يعزز هذا النموذج الابتكار والتطوير من خلال مشاركة المعرفة والخبرات بين الشركاء.

2-5 نموذج تحليل القوى التنافسية The Competitive Force Model:

نموذج تحليل القوى التنافسية (The Competitive Force Model) يعتمد على بناء نظم معلومات لدعم التحليل الرباعي والتخطيط الاستراتيجي للمنظمة. يهدف هذا النموذج إلى تحليل البيئة التنافسية للمنظمة وتحديد العوامل التي تؤثر على قدرتها على المنافسة في السوق.

يتمثل هدف هذا النموذج في تحديد القوى التي تؤثر على أداء المنظمة في السوق وتحديد نقاط قوتها وضعفها. يركز التحليل على خمسة قوى رئيسية يجب مراعاتها وفقًا لهذا النموذج:

1. قوة المنافسة بين الشركات: يتعين على المنظمة تقييم مدى شدة المنافسة بين اللاعبين في السوق وفهم استراتيجياتهم ونقاط قوتهم وضعفهم.

2. قوة تهديد المنتجات أو الخدمات البديلة: يجب على المنظمة دراسة التهديدات المحتملة من المنتجات أو الخدمات البديلة التي يمكن أن تشكل تحديًا لمبيعاتها.

3. قوة قوى المشترين: يتعين على المنظمة فهم سلوك المشترين وقوتهم التفاوضية للتأكد من قدرتها على المحافظة على حصتها في السوق.

4. قوة قوى الموردين: يجب على المنظمة تقييم قوة الموردين وتحديد مدى تأثيرهم على تكاليف المنتجات أو الخدمات.

5. تهديد جدولة الدخول: يعتبر تقييم التهديدات المحتملة من الشركات الجديدة التي قد تدخل السوق عاملاً مهمًا في استراتيجية المنظمة.

من خلال تحليل هذه القوى، يمكن للمنظمة وضع استراتيجيات فعالة لتحسين موقفها التنافسي وتحقيق مزيد من النجاح في السوق.

المطلب الثالث: الرقمنة و منافعها التسويقية .

أولا: المنافع التسويقية للرقمنة:

1-1 زيادة كفاءة العمل: يساهم التحول الرقمي في تحسين عمليات الإنتاج وإدارة الموارد، مما يؤدي إلى زيادة كفاءة العمل وتقليل التكاليف والوقت المستغرق في إنجاز المهام.

1-2 تحسين جودة الخدمات: يساعد التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للجمهور والعملاء، سواء كانت خدمات حكومية أو خاصة، من خلال تحسين الاتصال وتبسيط العمليات وتقديم خدمات متكاملة ومبتكرة.

1-3 زيادة رضا العملاء: بفضل التحول الرقمي، يمكن للمؤسسات تحسين تجربة العملاء وتلبية احتياجاتهم بشكل أفضل، مما يزيد من رضاهم وولائهم للشركة.

1-4 تسريع عمليات الاتخاذ القرارات: يتيح التحول الرقمي للمؤسسات الوصول إلى بيانات دقيقة وموثوقة بشكل أسرع، مما يساعدها في اتخاذ القرارات الاستراتيجية بشكل أسرع وأكثر فعالية.

1-5 تعزيز التنافسية: من خلال التحول الرقمي، يمكن للشركات والمؤسسات تعزيز تنافسيتها في السوق، سواء على مستوى الخدمات المقدمة أو التكنولوجيا المستخدمة.

1-6 تحسين الإدارة والتنظيم: يتيح التحول الرقمي للمؤسسات تحسين عمليات الإدارة والتنظيم، بما في ذلك إدارة الموارد البشرية والمالية والمخزون بشكل أفضل وأكثر فعالية.

1-7 توفير بيئة عمل مرنة: يمكن للتحول الرقمي توفير بيئة عمل مرنة ومناسبة للعمل عن بُعد والتعلم عن بُعد، مما يزيد من إنتاجية الموظفين ويساهم في تحقيق التوازن بين العمل والحياة الشخصية.:

-توفير الوقت والجهد: يعد التحول الرقمي وجوداً كبيراً في تقليل الوقت والجهد المطلوب لإنجاز المهام، سواء كانت في القطاع الحكومي أو القطاع الخاص، مما يؤدي إلى زيادة الكفاءة والإنتاجية.

- تقليل التكاليف: يساهم التحول الرقمي في تقليل التكاليف المالية الناتجة عن عمليات الإدارة التقليدية، مثل توفير الورق والحبر وتوفير التكاليف الإدارية الأخرى.

- تعزيز التطور الأقتصادي : من خلال دعم برامج التطوير الاقتصادي، يمكن للتحول الرقمي تسهيل التعاملات التجارية والمالية وتعزيز النمو الاقتصادي على المدى الطويل.

إيجاد فرص عمل جديدة: يفتح التحول الرقمي أبواباً لفرص عمل جديدة في مجالات مثل إدخال البيانات، وتشغيل وصيانة البنية التحتية الرقمية، وأمن المعلومات.

- توحيد الجهود والإجراءات: يساعد التحول الرقمي على توحيد الجهود والإجراءات من خلال إنشاء بوابة حكومية إلكترونية واحدة، مما يقلل من التشتت والتكرار في الإجراءات ويسهل التواصل بين الجهات المختلفة.

- تعزيز الاستثمار: يفتح التحول الرقمي قنوات استثمارية جديدة من خلال التكامل بين الحكومة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، مما يسهل عمليات التبادل التجاري ويعزز التعاون الاقتصادي.

- تحسين تنظيم العمليات الإنتاجية: يساهم التحول الرقمي في تنظيم العمليات الإنتاجية وتحسين أداء الأنشطة الوظيفية، مما يزيد من كفاءة الإنتاج ويقلل من الأخطاء والتأخيرات.

- القضاء على البيروقراطية والروتين: يعمل التحول الرقمي على تقليل البيروقراطية والروتين في العمليات الحكومية، مما يسهم في تسريع الاجراءات وتحسين استجابة الخدمات للمواطنين.

- تعزيز الشفافية والمساءلة: يساهم التحول الرقمي في تعزيز مبادئ الشفافية والمسائلة في العمل الحكومي، من خلال توفير معلومات دقيقة ومحدثة للجمهور وتبسيط الإجراءات الإدارية.

- إعادة هيكلة العمل الإداري: يساعد التحول الرقمي على إعادة هيكلة العمل الإداري وتطوير بيئة عمل جديدة تتميز بالمرونة والكفاءة، مما يسهل تنفيذ الاجراءات الإدارية ويحسن أداء العاملين.

- تعزيز ثقافة العمل الجماعي: يعزز التحول الرقمي فكرة العمل الجماعي وتوحيد الجهود بين مختلف الأقسام والأفراد، مما يعزز التعاون والتفاعل بين الفرق الوظيفية ويسهم في تحقيق الأهداف المشتركة.[1]

- تعزيز مهارات التكنولوجيا ومواكبة عصر المعلومات : يساعد التحول الرقمي على تعزيز مهارات التكنولوجيا للأفراد وتمكينهم من التعامل مع البيئة التقنية المتطورة، مما يسهل عليهم الاستفادة من الأدوات والتطبيقات الرقمية بكفاءة وفعالية.

[1]- مرنً خالص حستُ، الحكومة الالكتًونية، لرلة كلية بغداد الاقتصادية، وزارة الدالية، العراق ،2013، ص 446.

– تسهيل وتسريع التواصل الاجتماعي : يمكن للتحول الرقمي تسهيل وتسريع التواصل الاجتماعي من خلال استخدام التطبيقات الإلكترونية مثل البريد الإلكتروني، مما يساهم في تبادل المعلومات والتفاعل الاجتماعي بشكل أسرع وأكثر فعالية.

– تعزيز الأنشطة الاجتماعية عبر الإنترنت : يوفر التحول الرقمي منصات وتطبيقات إلكترونية متعددة تسهل تفعيل الأنشطة الاجتماعية المختلفة، مثل التعليم عن بعد، والتواصل الاجتماعي، والمشاركة في المنتديات والمجموعات الرقمية، مما يعزز التواصل والتفاعل الاجتماعي بين الأفراد[1].

[1]– مرنً خالص حستُ مرجع سبق ذكره، ص 446.

المبحث الثاني : التنمية السياحية المفهوم و متطلبات النجاح

إن التنمية السياحية تُعتبر أحدث أنواع التنمية المتعددة، حيث تتداخل مع جميع عناصر التنمية المختلفة، وتكاد تكون متطابقة مع التنمية الشاملة، إذ إن كل مقومات التنمية الشاملة تعد جزءًا من التنمية السياحية.

لذا، تُعتبر قضية التنمية السياحية عند الكثير من دول العالم، من القضايا المعاصرة، نظرًا لأنها تهدف إلى الإسهام في زيادة الدخل الفردي الحقيقي، وبالتالي تُعتبر أحد الروافد الرئيسية للدخل القومي. كما تشمل التنمية السياحية تنمية حضارية شاملة لكافة المقومات الطبيعية والإنسانية والمادية.

ومن هنا، تكون التنمية السياحية وسيلة للتنمية الاقتصادية.

المطلب الأول: مفهوم التنمية السياحية (التعريف، الأهداف و الأهمية)

أولا: مفهوم التنمية السياحية

إن التنمية السياحية تُعتبر أحدث ما ظهر من أنواع التنمية المتعددة، وهي بدورها متغلغلة في كل عناصر التنمية المختلفة، وتكاد تكون متطابقة مع التنمية الشاملة، إذ إن كل مقومات التنمية الشاملة هي مقومات التنمية السياحية.[1]

التنمية السياحية تشمل جميع الجوانب المرتبطة بالعروض والطلبات السياحية في السياق المكاني، وتوزيع المنتجات السياحية والحركة الجغرافية للسياح، بالإضافة إلى تأثيرات متعددة للسياحة.

توجد عدة تعاريف للتنمية السياحية، ومنها تعريف فوزي ملوخية الذي يصفها على أنها "توفير التسهيلات والخدمات اللازمة أو تطويرها لتلبية احتياجات السائحين بشكل شامل".[2]

هذا التعريف يسلط الضوء على أهمية توفير الخدمات المختلفة والحفاظ على جودتها لتلبية احتياجات السائحين، ويشمل أيضًا تأثيرات إيجابية أخرى للسياحة مثل خلق فرص عمل جديدة وتحقيق دخل جديد.

بالتالي، يمكن تعريف التنمية السياحية على أنها عملية الارتقاء والتوسع في الخدمات السياحية وتلبية احتياجات السائحين بشكل شامل."[3] عبر التنمية السياحية عن مجموعة الخطط والبرامج المصممة لتحقيق زيادة مستدامة ومتوازنة في الموارد السياحية، وتعزيز وتحسين الإنتاجية في القطاع السياحي من خلال تحقيق توازن بين المطالب التنافسية والمتضاربة في بعض الأحيان مع الاعتماد على الموارد المحدودة، وتعظيم النتائج الإيجابية للتنمية السياحية مع تقليل النتائج السلبية.

---

[1] مرزوق عبيد العقيد وآخرون، مرجع سابق ذكره ، ص 60.

[2] بن نافلة قدور، مرزوق عاشور، التنمية السياحية :في خدمة الدول المتقدمة والنامية على السواء، الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، بسكرة، ايام 09 و 10مارس2010، ص 06.

[3] جليلة حسن حسنين ، التنمية السياحية ، الدار الجامعية مصر، 2006 ، ص9

ثانيا: أهداف التنمية السياحية:

تهدف تنمية الصناعة السياحية إلى تحقيق زيادة مستمرة ومتوازنة في الموارد السياحية، وهذا يتطلب التركيز على الإنسان كأداة رئيسية في عملية التنمية. فالإنسان يعتبر العنصر الأساسي في صناعة السياحة، ولذلك يجب على الدولة أن تسعى جاهدة لتوفير جميع ما يحتاجه الإنسان ليبقى في حالة بدنية وعقلية ونفسية متميزة.

تشمل جوانب توفير هذه الاحتياجات التنمية البدنية، مثل توفير البنية التحتية السياحية المناسبة والمرافق الصحية والسلامة العامة. بالإضافة إلى ذلك، يجب أيضًا توفير التعليم والتدريب للعاملين في صناعة السياحة لضمان جودة الخدمات التي يقدمونها.

من الجانب العقلي والنفسي، يجب أن توفر الدولة برامج داعمة للصحة النفسية والاسترخاء، بما في ذلك الفعاليات الثقافية والترفيهية والرياضية. كما يجب تشجيع المبادرات التي تعزز الوعي البيئي والثقافي بين السكان المحليين والزوار.

باختصار، يعتبر توفير جودة الحياة والرفاهية للإنسان أمرًا أساسيًا لاستمرارية تنمية الصناعة السياحية ونجاحها في تحقيق أهدافها المستدامة..[1]

تنمية النشاط السياحي تتطلب تعاون جميع العناصر والإمكانيات والجهود المشاركة في مجال السياحة، نظرًا لأنها تعتبر قطاعًا اقتصاديًا يضم مجموعة متنوعة من الأنشطة الاقتصادية. ولهذا، يجب أن يكون أي تخطيط لتنمية السياحة يهدف إلى وضع برامج لاستخدام الأماكن والمناطق والموارد السياحية، ومن ثم تطويرها لتصبح وجهات سياحية مميزة تجذب السياح إليها، سواء بشكل مباشر أو من خلال حملات الإعلان السياحي وسائر أشكال استراتيجيات التسويق.

وتحتاج تنمية الصناعة السياحية إلى مراعاة عدة عوامل أساسية، منها:

1. تطوير البنية التحتية: توفير البنية التحتية السياحية الملائمة، مثل الطرق والمطارات والفنادق والمرافق العامة، لضمان تجربة سياحية مريحة وممتعة للزوار.

2. الحفاظ على المواقع السياحية: يجب الاهتمام بالحفاظ على الثقافة والتراث والطبيعة المحلية للمناطق السياحية، لجذب السياح والحفاظ على جاذبيتها السياحية.

3. دراسة الجدوى الاقتصادية: يجب إجراء دراسات شاملة لتقييم جدوى الاستثمارات السياحية المقترحة وضمان أنها ستحقق عوائد اقتصادية إيجابية.

4. دعم الحكومة: تقديم الدعم والتشجيع للقطاع السياحي من خلال سياسات داعمة وبرامج تشجيعية، بالإضافة إلى تقديم الدعم المالي والتسهيلات للمستثمرين في هذا القطاع.

[1] عبير عطية، التنمية السياحية على المستويين الدولي و المحلي. مرجع سابق ذكره ،ص.11.

5. التسويق والإعلان : وضع خطط تسويقية فعالة تستهدف السوق المحلية والدولية، واستخدام مزيج من وسائل الاتصال التسويقي للترويج للوجهات السياحية.

6. التدريب والتأهيل: تقديم برامج تدريبية وتأهيلية للعاملين في قطاع السياحة لرفع مستوى الخدمة وتحسين تجربة السياح.

باختصار، يعتبر تحقيق التنمية في صناعة السياحة مسؤولية مشتركة تتطلب تكاتف الجهود والتعاون بين القطاعين العام والخاص وكافة العناصر المعنية لضمان النجاح والاستمرارية في هذا القطاع الحيوي.:[1]

تنمية الصناعة السياحية تتطلب مراعاة عدة عوامل أساسية وضرورية، منها:

1. تدريب الكوادر البشرية: يجب توفير التدريب اللازم للعاملين في قطاع السياحة، لضمان قدرتهم على أداء دورهم بكفاءة وفعالية داخل المنشآت السياحية.

2. المحافظة على مواقع الجذب السياحي: يجب الاهتمام بالحفاظ على طبيعة المواقع السياحية وتراثها وثقافتها، حيث تعتمد جاذبية هذه المناطق على مميزاتها الطبيعية والثقافية.

3. الاستفادة الجيدة من الموارد السياحية: يجب استغلال الموارد السياحية بشكل فعال ومرونة لتلبية احتياجات الطلب السياحي المحلي والعالمي.

4. إجراء دراسات الجدوى الاقتصادية : يجب إجراء دراسات شاملة لتحديد جدوى الاستثمارات السياحية المقترحة وتقييم إمكانية تحقيق العائد المالي المناسب.

5. دعم القطاع السياحي من الدولة: يجب دعم الدولة للقطاع السياحي من خلال تقديم الدعم المالي والتسهيلات للمستثمرين، بالإضافة إلى تنفيذ برامج تسويقية متكاملة.

6. ربط الخطط السياحية بالخطط الاقتصادية الأخرى: يجب ربط خطط تنمية السياحة بخطط التنمية الاقتصادية الأخرى، لضمان تحقيق نمو متوازن في جميع القطاعات الاقتصادية.

7. تحديد المشاكل ووضع الحلول البديلة: يجب تحديد المشاكل التي قد تعترض تنمية الصناعة السياحية ووضع خطط بديلة للتعامل معها.

8. دراسة السوق السياحي المحلية: يجب إجراء دراسات لفهم احتياجات وتفضيلات السياح المحليين لتلبية احتياجاتهم وجذبهم.

9. توفير شبكة فنادق متنوعة: يجب توفير فنادق متعددة تناسب مختلف فئات الدخل وتلبي تفضيلات السياح، بما في ذلك الفئات ذات الدخل المحدود.

هذه العوامل تمثل جزءًا من الجهود المتعددة التي يجب اتخاذها لتعزيز صناعة السياحة وتحقيق التنمية المستدامة في هذا القطاع الحيوي.

[1] عبير عطية ، التنمية السياحية علي المستويين الدولي و المحلي. مرجع سابق، ص13..

ثالثا: أهمية تنمية السياحة

السياحة ظاهرة اقتصادية سلوكية وإنسانية عامة وقد أصبحت من أهم الظواهر المميزة لعصرنا نظرا لما تتمتع به من خصائص ومزايا عدة يمكن إبراز هذه الأهمية من جوانب عديدة منها:

- **الأهمية الإقتصادية** : تمثل السياحة قطاعا اقتصاديا رئيسيا في معظم العالم يعمل علي ضخ العملات الصعبة ،وجدب الاستثمار الأجنبي ،ويوفر عددا لاستعان بها من فرص العمل ،بشكل مباشر و غير مباشر وكما يمكن من تحقيق الاستغلال الأمثل للموارد الطبيعية ،البشرية ،الحضرية،والتاريخية المتاحة وكذا الكامنة ،ويوظفها بشكل جيدا لخدمة الاقتصاد والمجتمع .
- **الأهمية الحضرية والثقافية:** تعمل السياحة علي نشر ثقافات الشعوب ،وحضارات الأمم ،بين أقاليم العالم المختلفة .وكذا زيادة معرفة شعوب الأرض ببعدهم البعض ،فتوطد العلاقات وتقرب المسافات الثقافية ،وتزيد حركة الاتصال والتواصل فيها بينهما .بالإضافة إلي أن السياحة يمكن من التعرف علي ماضي الشعوب وتاريخها وهكذا يؤدي إلي حماية التراث التاريخي والحضاري للشعوب .
- **الأهمية البيئية والعمرانية:** تمكن السياحة من تحقيق الاستغلال الأمثل للموارد الطبيعية ، وتدفع للمحافظة عليها وعدم إساءة استخدامها علي اعتبار أنها ثروة وطنية، كما تعمل النشاطات السياحية علي تنظيم وتخطيط وتحديث استخدامات الأرض بالشكل الذي يحقق أقصي منفعة ممكنة، ولا يسبب أي مشاكل أو آثار بيئية سالبة، إضافة إلي أنها تدعو للاهتمام بالبعد الجمالي للموارد سواء كانت طبيعية أم كانت من صنع الإنسان، وهذا بدوره يشكل دافعا للمحافظة عليها وصيانتها وترميمها[1] .
- **الأهمية الاجتماعية** : ترتبط السياحة ارتباطا وثيقا بالمجتمع، حيث يتفاعل السياح كأحد مدا خيل النظام السياحي مع البيئة الاجتماعية أو علي التوازن الاجتماعي من خلال تقارب الطبقات الاجتماعية من بعضها البعض، نتيجة لزيادة دخول الأفراد العاملين في الحقل السياحي
- **الأهمية السياسية** : تلعب السياحة دورا هاما في العلاقات الدولية، من خلال الزيارات السياحية المتبادلة، فأصبحت تمثل أحد الاتجاهات المقيدة لتقليل الصراعات والخدمات الدولية، ورمز من رموز السلام والتآخي بين الدول .[2]

[1] عثمان محمد غنيم ، بنيتا نبيل ، سعد ، "التخطيط السياحي ". دار الصفاء للطباعة والنشر عمان ، 1999، ص 23-24

[2] محمد منير حجاب ،"الإعلام السياحي".دار الفجر للنشر والتوزيع،مصر،2008،ص29.

المطلب الثاني: التنمية السياحية (محدداتها، أنواعها و أشكالها)

اولا: محددات التنمية السياحية[1]:

فضلا عن المحددات الاساسية للنمو السياحي والتي تشمل اهمها في مستوى الدخل وتوزيعه ومستويات التعليم ودرجة التحضر والهيكل الاجتماعي والاجازات .فان هناك محددات تتعلق باوضاع الدول النامية تبدو بصفة خاصة في الامور التالية:

1- توفير التسهيلات السياحية باسعار مناسبة:

وفضلا عن مشروعات البنية الاساسية مثل توفير وسائل الاتصال وكفاءة خدمات المرافق من مياه وكهرباء وصرف صحي وتوفير الامن، فانه من الضروري توفير التسهيلات المتعلقة بالاقامة والطعام والشراب وخدمات النقل السياحي وبيع الهدايا والتذكارت ودور اللهو بحيث تكون جيدة من حيث النوعية وتنافسية من حيث السعر بالمقارنة بالمناطق السياحية الاخرى واذا استهدفت الدولة المضيفة سياحة المجموعات من خلال الطيران المؤجر فيجب ان تكون هذه التسهيلات قادرة على استيعاب هذة المجموعات.

2- الموقع الجغرافي:

يلعب الموقع الجغرافي دورا هاما في التدفق السياحي الى المناطق السياحية المختلفة. ويعتبر الموقع المناسب (القريب من الاسواق الرئيسية المصدر السياحة) عاملا اساسيا في صناعة السياحة الناجحة. فاذا علمنا ان نفقات النقل من والى المنطقة السياحية تمثل اهمية نسبية كبيرة في نفقات الرحلة ،فان الموقع بالنسبة للسائح يعتبر محددا هاما لنفقة الرحلة . ومن هنا فان الموقع الجغرافي يلعب دورا كبيرا في حركة السياحة الدولية لاعتبارات التوفير في الوقت وانخفاض التكلفة فضلا عن تنوع وسائل المواصلات مع قدر من الاطمئنان بوجود عوامل مشتركة مثل مستوى النظافة والخدمات مثلا.

واذا كان البلد النامي بعيدا عن الاسواق الرئيسية في اوربا وامريكا الشمالية فان علية ان يبيع منتجاته السياحية باسعار معتدلة بدرجة كافية لمنافسة المناطق السياحية القريبة من هذه الاسواق. ونظرا الى ان كثيرا من الدول النامية لا تملك وسائل نقل جوي بدرجة كافية فانها تعتمد على الناقلين الاجانب ، وبينما تكون الدولة راغبة في تخفيض نفقات النقل الجوي. تحاول شركات النقل ، غالبا رفع هذه النفقات وتكون الدولة النامية لمواجهة مشكلة بعد المسافة على مدى تعاون شركات النقل الجوي معها، وهناك احتمالات تنشا في هذا الصدد.

الاحتمال الاول : ان تقوم الدولة بدعم اسعار النقل الجوي نقدا او تعطى لشركات النقل مزايا من خلال التدخل في السوق السياحي ووضع البرامج السياحية في مجالات الرحلات الجوية الشاملة..

الاحتمال الثاني : ان تحقق شركات النقل الجوي مزايا نتيجة لتشغيل الفنادق التي تتملكها اثناء الرحلة

[1] سليم، بطرس جلدة، مبادئ ادارة مكاتب السياحة والسفر، ط، دار الخليج، لبنان، 2009، ص117.

الاحتمال الثالث : ان تقوم الدولة المستقبلة بانشاء شركات للنقل الجوي[1].

3- طبيعة ومصدر الاستثمارات في السوق السياحي:

نظرا الى ان النشاط السياحي يتطلب موارد كبيرة لانشاء المرا فق السياحية الاساسية والمنشات السياحية وغيرها من المشروعات التي تخدم القطاع السياحي والفندقي . ونظرا الى ان الاستثمارات التي تخدم السياحية مباشرة(مثل الاستثمارات في الفنادق) تتطلب حجما كبيرا من التمويل فان مستثمري القطاع الخاص في البلاد النامية يكونون مترددين لممارسة الاستثمار السياحي والفندقي . نظرا للاعتبارات التي تحيط بالطلب السياحي في هذه البلاد فضلا عن ان المستثمرين المحليين لا يكونوا مطمئنين لهذا النوع من الاستثمارات للاعتبارات الاتية:

الاعتبار الاول :بقاء الاستثمار في اصول ثابتة لمدة طويلة (من20 الى25 سنة) مع مخاطر ما يحدث من تغيرات في ظروف السوق بالإضافة الى التغيرات السياسية والاجتماعية.

الاعتبار الثاني : موسمية الطلب في المناطق السياحية . وينبى هذا عن عدم امكانية تحقيق معدلات مرتفعة من الانشغال وبالتالي عدم امكانية تحقيق الارباح المرضية.

الاعتبار الثالث :ان العائد الصافي من الاستثمار في المشروعات السياحية والفندقية يكون في حدود من 10 الى 15 % وهو معدل لا يغري المستثمرين الذين يرغبون في تحقيق معدلات اكبر.

ونظرا لان طبيعة الاستثمارات في القطاع السياحي في الدول النامية تعتبر استثمارات ضخمة.

فضلا عن انها تتطلب قروضا طويلة الاجل،فان بعض الدول حاولت التغلب على هذه المشكلة من خلال تقديم قروض طويلة الاجل كما اسهمت المؤسسات المالية الدولية في تقديم قروض لهذا الغرض في دول نامية كثيرة.

4- تقدير حوافز للمشروعات السياحية:

من الضرورى ان تستهدف سياسة تقرير الحوافز في الدولة النامية تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار في المشروعات السياحية والفندقية لانه قد يكون راغبا عن هذا النوع من الاستثمارات للاعتبارات السابقة. وتنوع صور المساعدات المالية للمستثمرين في القطاع السياحي والفندقي الى ما يلي:

<u>النوع الاول</u> : <u>الاعانات</u> :وهي تنقسم الى اععانات نقدية واعانات عينية:

- الاعانات النقدية :وهي عبارة عن مبالغنقدية تقدمها الحكومة للمستثمرين للمساعدة على اقامة المشروعات السياحية والفندقية في المناطق التي تستهدف تنميتها سياحيا، وتكون هذه الاعانات في شكل نسبة من التكاليف الاستثمارية.
- الاعانة العينية :وتشمل هذه الاعانات بالنسبة للاراضي لاقامة المشروعات عليها، وتتخذ عدة اشكال، في شكل تقديم الارض دون مقابل او تقديمها باسعار منخفضة او قد تكون في شكل حق الانتفاع لمدة معينة وبشروط مقبولة.

[1] سليم، بطرس جلدة، المرجع السابق ، ص117.

النوع الثاني : القروض طويلة الاجل وباسعار فائدة مخفضة.

يمثل هذا النوع من المساعدات اهمية خاصة في الدول النامية على اعتبار ان انشاء المشروعات السياحية والفندقية يتطلب استثمارات كبيرة. وتتراوح اجال القروض من 20 الى 25 سنة، كما يتراوح سعر الفائدة من 2 الى 3.%

النوع الثالث :الاعفاءات الضريبية والجمركية:

تقرير بعض الدول النامية اعفاءات ضريبية كاملة (ضرائب الدخل والضرائب العقارية) لمدة تبلغ خمسة سنوات واحيلنا تقرر اعفاءات جزئية في السنوات التالية(لمدة تتراوح بين 10 الى 15 عاما). ومن جهة اخرى تقرر بعض الدول التامية اعفاءات جمركية على الواردات من المعدات الازمة لانشاء او تجهيز المنشات السياحي والفندقي.

النوع الرابع :المساعدات الفنية:

تقوم بعض الحكومات بتقديم المساعدات الفنية الى مستثمري القطاع الخاص من خلال مساعدتهم في دراسات الجدوى الاقتصادية والفنية للمشروعات السياحية والفندقية، وتدريب العاملين في المجال السياحي والفندقي في المعاهد الخاصة ومراكز التدريب التي تعد لهذا الغرض من اجل رفع كفائتهم المهنية.

-5تقديم مزايا للاستثمارات الاجنبية:

وتحاول الدول النامية اجتذاب رؤوس الاموال الاجنبية للاستثمار في المجالات السياحية والفندقية وتقدم لهم حوافز متنوعة لذالك يجب عليها ان توفر المناخ المناسب للاستثمار الاجنبي وارساء عوامل الاستقرار الاقتصادي والسياحي فيها ، وان تحمى رؤوس الاموال الاجنبية من التاميم والمادر مع وضع القواعد التي تكفل تحويل الارباح بسهوله.

ثانيا: أشكال التنمية السياحية:

يركز هذا البحث على الأشكال المختلفة للتنمية السياحية وكيف يمكن أن تسهم في تحقيق التنمية المستدامة. يتناول البحث أشكال التنمية السياحية مثل السياحة البيئية، والسياحة الثقافية، والسياحة الريفية، والسياحة العلاجية. يشرح الكاتب كيفية تطبيق هذه الأشكال في مختلف البلدان، وما هي الفوائد التي يمكن تحقيقها من خلال هذه الأشكال. كما يناقش البحث التحديات التي قد تواجه تنفيذ هذه الأشكال من التنمية السياحية وأهمية التخطيط المستدام لضمان تحقيق فوائد طويلة الأمد. يبرز البحث أيضًا دور السياسات الحكومية والتعاون الدولي في دعم هذه الأشكال من التنمية السياحية[1].

[1] فاطمة الزهراء عبد الحميد ، دورة التنمية والسياحة، جامعة القاهرة، أبريل 2016، ص 32.

أخذت التنمية السياحية أشكالا عديدة نذكر منها:[1]

2_1 : تطوير المنتجعات السياحية: يركز هذا النوع من التنمية على تلبية احتياجات السياح لقضاء العطلات، حيث توفر المنتجعات السياحية بنية تحتية شاملة ومتكاملة تتضمن أنشطة سياحية متنوعة وخدمات متعددة للترفيه والاسترخاء والتسلية.

2_2: القرى السياحية: تمثل هذه القرى شكلًا من أشكال السياحة ينتشر عالميًا، حيث توفر حياة ريفية تختلف عن الحياة في المدن، وتجذب السكان الذين يفضلون التغيير والبساط

2_3: منتجعات المدن: تتطلب هذه المنتجعات دمج برامج استخدامات الأرض والتنمية الاجتماعية، مع الاهتمام بالبعد الاقتصادي لجذب الاستثمارات السياحية وتوفير الفرص. وتحتاج إقامة مثل هذه المنتجعات إلى وجود أنشطة سياحية رئيسية مثل التزلج أو الشواطئ.

2_4: منتجعات العزلة: تعتبر هذه المنتجعات وجهات سياحية مفضلة تتميز بصغر حجمها وتخطيطها الدقيق وشموليتها، وتقع في مناطق بعيدة عن العمران مثل الجزر الصغيرة أو الجبال.

2_5 السياحة الحضرية: تتمثل في زيارة المدن الكبيرة وتشمل الإقامة والسياحة جزءًا من الإطار العام للمدينة. وقد تقوم الحكومات بتطوير وتنمية السياحة الحضرية لجذب الزوار وتلبية رغبات السكان المحليين.

2_6 سياحة المغامرة: يستهدف هذا النوع من السياحة المجموعات التي ترغب في تجربة تجارب جديدة ومختلفة، ويعتمد على مدة إقامة السائح للتفاعل مع العادات والتقاليد الاجتماعية والثقافية والطبيعية في المنطقة.

2_7السياحة البحرية: تعتمد على وجود المياه البحرية أو البحيرية، وتتضمن مجموعة متنوعة من الأنشطة مثل الغوص والتزلج على الماء والعوم وسباق القوارب.

ثالثا : بعض أنواع التنمية السياحية

يتناول البحث الأشكال المختلفة للتنمية السياحية وأثرها في تحقيق التنمية المستدامة. يبدأ البحث بتعريف التنمية السياحية وأهميتها في تعزيز الاقتصاد المحلي والحفاظ على الموارد الطبيعية والثقافية. يوضح المؤلف أن هناك عدة أشكال للتنمية السياحية، تشمل السياحة البيئية التي تركز على حماية البيئة وتقديم تجارب سياحية تساهم في الحفاظ على التنوع البيولوجي. كما يتطرق إلى السياحة الثقافية التي تهدف إلى تعزيز الوعي بالتراث الثقافي والفني للمجتمعات، ما يساعد في الحفاظ على الهوية الثقافية وتعزيز التفاهم بين الثقافات.

من بين الأشكال الأخرى التي يناقشها البحث السياحة الريفية، التي تسعى إلى تنمية المناطق الريفية من خلال تقديم تجارب سياحية تعتمد على الحياة الريفية والزراعة التقليدية، مما يعزز التنمية الاقتصادية

[1] حشماوي محمد، بوقلاشي عماد، الاهتمام بالمورد البشري في القطاع السياحي كمدخل من مداخل تحقيق التنمية السياحية في الجزائر، مجلة المناجر، المدرسة التحضيرية في العلوم الاقتصادية التجارية و علوم التسيير، العدد 01، بدون سنة نشر، ص ص 10 – 11

والاجتماعية في هذه المناطق. بالإضافة إلى ذلك، يستعرض البحث السياحة العلاجية التي تجمع بين السياحة والرعاية الصحية، مما يساهم في تحسين الصحة العامة وجذب السياح الباحثين عن العلاج والاستجمام.[1]

يؤكد المؤلف أن تحقيق التنمية المستدامة من خلال السياحة يتطلب تبني سياسات وإستراتيجيات تخطيطية تضمن التوازن بين النمو الاقتصادي والحفاظ على البيئة والموارد الثقافية. كما يشير إلى أهمية التعاون بين القطاعين العام والخاص والمجتمعات المحلية لضمان نجاح مبادرات التنمية السياحية. يختتم البحث بالتأكيد على أن التنمية السياحية المستدامة ليست فقط وسيلة لتعزيز الاقتصاد، بل هي أيضًا أداة فعالة لحماية الموارد الطبيعية والثقافية للأجيال القادمة.

المطلب الثالث: عوامل نجاح التنمية السياحية:

أولا: عوامل نجاح التنمية السياحية:

1_1 تدريب الكوادر البشرية: يجب توفير التدريب اللازم للعاملين في القطاع السياحي لضمان قدرتهم على تقديم الخدمات المطلوبة بشكل فعال.

1_2 الحفاظ على مواقع الجذب السياحي: يجب الحفاظ على مقومات المواقع السياحية، سواء كانت طبيعية أو ثقافية، حيث يعتمد جذب السياح إلى هذه المناطق على الحفاظ على جمالياتها وقيمتها السياحية.

1_3 إجراء دراسات جدوى: ينبغي إجراء دراسات شاملة للتأكد من جدوى الاستثمارات السياحية المقترحة، وتحديد مدى ربحيتها وفعاليتها اقتصاديا.

1_4 دعم القطاع السياحي: يتطلب دعم الدولة للقطاع السياحي من خلال توفير برامج وخطط تسويقية متكاملة لتعزيز السياحة وجذب المزيد من الزوار.

1_5 ربط التنمية السياحية بالتنمية الاقتصادية الشاملة: يجب ربط خطط تنمية السياحة بخطط التنمية الاقتصادية الشاملة لضمان تحقيق نمو متوازن لكافة القطاعات الاقتصادية.

1_6 دراسة السوق السياحي المحلية: ينبغي دراسة سوق السياحة المحلية لفهم احتياجات وتفضيلات السياح القادمين وضمان تلبية تلك الاحتياجات بشكل فعال.

1_7 توفير تنوع في وسائل الإقامة: يجب توفير شبكة متنوعة من الفنادق ووسائل الإقامة المناسبة لكل شريحة من السياح، بما في ذلك الفئات ذات الدخل المحدود.

1_8 تحسين الخدمات السياحية والنظافة: يجب رفع مستوى النظافة والخدمات السياحية لضمان تحسين تجربة السياح وجعلهم يرغبون في العودة مرة أخرى، وذلك من خلال الاهتمام بنظافة الشوارع والشواطئ والمعالم السياحية.

[1] فاطمة الزهراء عبد الحميد، "أشكال التنمية السياحية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة"، ندوة التنمية والسياحة، جامعة القاهرة، أبريل 2016، ص 32.

المبحث الثالث:رقمنة القطاع السياحي في الجزائر

تلعب السياحة دورًا حيويًا في التنمية الاقتصادية للدول، حيث تعمل كمحفز للنمو وخلق الوظائف وتبادل الثقافات. في السنوات الأخيرة، أدركت الجزائر أهمية قطاعها السياحي وشرعت في رحلة لرقمنته، بهدف تعزيز القدرة التنافسية وجذب المزيد من الزوار وتحسين استغلال الموارد.

المطلب الأول: رقمنة القطاع السياحي في الجزائر

أولا: التحديات التي تواجه القطاع السياحي الجزائري

تتمتع الجزائر بمجموعة متنوعة من الجذب، بما في ذلك المواقع التاريخية والمناظر الطبيعية والتراث الثقافي، تقدم البلاد مجموعة غنية من التجارب للمسافرين. ومع ذلك، على الرغم من إمكانياتها، لم يصل القطاع السياحي الجزائري إلى طاقته الكاملة بسبب تحديات متنوعة.

واحدة من أكبر التحديات التي تواجه القطاع السياحي الجزائري هي البنية التحتية المحدودة. فعلى الرغم من تنوع الجذب السياحي في البلاد، إلا أن النقل والإسكان والاتصالات لا تزال تعاني من قصور في بعض المناطق، مما يقلل من جاذبية الوجهات السياحية ويقيد وصول الزوار[1].

بالإضافة إلى ذلك، تعاني الجزائر من نقص في التسويق السياحي الفعّال. فبينما تتمتع البلاد بموارد سياحية غنية، إلا أن جهود التسويق لا تزال محدودة، مما يقلل من الوعي بالوجهات الجزائرية على الصعيد الدولي ويؤثر سلبًا على عدد السياح الوافدين.

وأخيرًا، تشكل العقبات البيروقراطية عائقًا آخر أمام تطوير القطاع السياحي في الجزائر. إجراءات التراخيص والتصاريح والضوابط الإدارية المعقدة قد تجعل من الصعب على المستثمرين والشركات العاملة في مجال السياحة الجزائرية النجاح والنمو.

ثانيا: الفرص المتاحة من خلال الرقمنة

تقدم الرقمنة فرص تحولية لقطاع السياحة الجزائري، حيث توفر وسيلة لتجاوز العوائق التقليدية وفتح آفاق جديدة للنمو. من خلال الاستفادة من التقنيات الرقمية مثل منصات الحجز عبر الإنترنت والتطبيقات المحمولة والجولات الافتراضية، يمكن للجزائر تعزيز تجربة الزائرين وزيادة الوصول إلى الوجهات السياحية.

على سبيل المثال، يمكن استخدام منصات الحجز عبر الإنترنت لتسهيل عملية التخطيط والحجز للزوار من خلال توفير معلومات محدثة حول الفنادق والأنشطة والمطاعم، يمكن للسياح تخطيط رحلاتهم بكل سهولة ويسر، مما يعزز الراحة والرضا لدى الزوار[2].

---

[1] الهيئة الوطنية لتطوير السياحة. (2023). استراتيجية تطوير السياحة في الجزائر 2023-2030.

[2] أحمد تاج الدين صحراوي، ووسيلة السبتي. السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول. مجلة نماء للإقصاد والتجارة ،14 ديسمبر ،2017 ص67.

كما يمكن استخدام التطبيقات المحمولة لتقديم تجارب سياحية مخصصة وفريدة للزوار. على سبيل المثال، يمكن تطوير تطبيقات توجيهية توفر معلومات مفصلة حول المواقع السياحية والمسارات السياحية والأنشطة المتاحة، مما يسهل على الزوار استكشاف الوجهات بشكل ذكي وممتع.

وبفضل الجولات الافتراضية، يمكن للزوار استكشاف الوجهات السياحية في الجزائر دون الحاجة إلى السفر الفعلي. يمكن للجولات الافتراضية توفير تجارب واقعية وتفاعلية، مما يساعد في جذب الانتباه وزيادة الوعي بالوجهات الجزائرية .[1]

تشكل الرقمنة فرصًا هائلة لتحسين وتطوير قطاع السياحة، حيث تفتح أفاقًا جديدة للابتكار وتحسين تجارب الزوار. يتيح هذا القسم استكشاف بعض الفرص الرئيسية التي يمكن الاستفادة منها من خلال تبني التقنيات الرقمية في القطاع السياحي.

1- **تعزيز التسويق والترويج**:

توفر الرقمنة فرصًا ممتازة لتعزيز جهود التسويق والترويج للوجهات السياحية. يمكن للمنصات الرقمية مثل مواقع الويب، ووسائل التواصل الاجتماعي، والتطبيقات المحمولة أن تصل بسهولة إلى جمهور عريض من الزوار المحتملين، مما يزيد من الوعي بالوجهات ويزيد من عدد الحجوزات.

2- **تحسين تجربة الزائر**:

توفر التقنيات الرقمية فرصًا متعددة لتحسين تجربة الزوار في الوجهات السياحية. على سبيل المثال، يمكن استخدام التطبيقات المحمولة لتوفير معلومات دقيقة حول الأماكن السياحية والأنشطة المتاحة، بالإضافة إلى توفير تجارب تفاعلية مثل الجولات الافتراضية والواقع المعزز[2].

3- **زيادة كفاءة العمليات**:

تساهم الرقمنة في زيادة كفاءة عمليات الإدارة والتشغيل في قطاع السياحة. من خلال استخدام أنظمة إدارة الفنادق والحجوزات الرقمية، يمكن للمؤسسات السياحية تحسين عملياتها وزيادة الكفاءة في التخطيط والتنظيم والتواصل مع العملاء.

4- **توفير تجارب جديدة**:

تمكن الرقمنة من تقديم تجارب جديدة ومبتكرة للزوار، مما يزيد من جاذبية الوجهات السياحية. على سبيل المثال، يمكن استخدام التقنيات مثل الواقع المعزز لإضافة عنصر من المغامرة والتشويق إلى تجربة الزوار.

---

[1] وزارة السياحة والصناعة التقليدية، تقرير السياحة في الجزائر 2024.

[2] سعاد دولي، وفاطمة لعلمي . إسترتيجية التنمية السياحية في الجزائر، إسناداً للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية2030. جامعة سيدي محمد بن عبد الله، المغرب، 2018. ص19.

5- تحسين التواصل مع العملاء:

تسمح التقنيات الرقمية بتحسين التواصل مع العملاء وزيادة مستوى الرضا لديهم. من خلال توفير خدمات الدعم عبر الإنترنت ومراقبة وتحليل تفاعل العملاء عبر منصات التواصل الاجتماعي، يمكن للمؤسسات السياحية تلبية احتياجات العملاء بشكل أفضل وتقديم تجارب مخصصة.

المطلب الثاني: التحديات التي تواجه رقمنة القطاع السياحي في الجزائر

تعتبر الرقمنة أداة حيوية في تطوير القطاع السياحي، إلا أن هناك تحديات عديدة تواجه عملية رقمنة القطاع السياحي في الجزائر، والتي يتعين على الجهات المعنية التعامل معها بحكمة وفعالية. يسلط هذا القسم الضوء على بعض هذه التحديات ويقدم تحليلًا شاملاً لطبيعتها وتأثيرها على جهود رقمنة القطاع السياحي في البلاد.

أولا: تحديات رقمنة القطاع السياحي في الجزائر

1-1 التحول الثقافي والتكنولوجي:

من بين التحديات الرئيسية التي تواجه عملية رقمنة القطاع السياحي في الجزائر هو التحول الثقافي والتكنولوجي. فالتقنيات الرقمية تتطلب تغييرًا في العادات والممارسات التقليدية، وقد تواجه المقاومة من بعض الفئات في المجتمع. على سبيل المثال، قد يواجه التبني الواسع لمنصات الحجز عبر الإنترنت تحديًا في المجتمع الذي يفضل التواصل المباشر مع وكلاء السفر أو الفنادق[1].

1-2 البنية التحتية الرقمية:

تعتبر البنية التحتية الرقمية أساسية لنجاح عمليات الرقمنة في القطاع السياحي. ومع ذلك، قد تواجه الجزائر تحديات في هذا الجانب، بما في ذلك توفير الاتصالات عالية السرعة والتغطية الشاملة للإنترنت في المناطق السياحية النائية. فعدم وجود بنية تحتية رقمية كافية قد يقيد الوصول إلى التقنيات الرقمية ويقلل من فعالية جهود الرقمنة.

1-3 حماية البيانات والخصوصية:

تعد حماية البيانات والخصوصية أمرًا حيويًا في عمليات الرقمنة، خاصة في قطاع السياحة الذي يتطلب تبادل معلومات شخصية بين المسافرين والمؤسسات السياحية. ومع ذلك، قد تواجه الجزائر تحديات في تطبيق التشريعات والسياسات الخاصة بحماية البيانات، مما قد يؤثر على مستوى الثقة والأمان للمسافرين[2].

[1] أحمد محمد الحبشي. تحديات رقمنة قطاع السياحة في الوطن العربي ،2020. ص 25-40.

[2] وائل عبد العظيم ، العوامل التي تؤثر على رقمنة قطاع السياحة في الدول العربية، 2019، ص 63.

1-4 التدريب والتأهيل:

تتطلب عمليات الرقمنة في القطاع السياحي توفير المهارات والتدريب اللازم للعاملين في الصناعة. يجب على الجزائر الاستثمار في برامج التدريب والتأهيل لضمان توافر الكفاءات الرقمية اللازمة لتنفيذ وإدارة الحلول التقنية بفعالية.

1-5 الحوكمة والتشريعات:

تلعب الحوكمة والتشريعات دورًا مهمًا في خلق بيئة مناسبة للرقمنة في القطاع السياحي. يجب أن تضع الحكومة الجزائرية إطارًا قانونيًا وتنظيميًا يدعم عمليات الرقمنة ويحمي الأطراف المعنية من المخاطر المحتملة التحول الرقمي يعد خطوة مهمة نحو تحديث القطاع السياحي ويشمل تطوير البوابات الإلكترونية والتطبيقات التي تقدم معلومات شاملة عن الوجهات السياحية والخدمات المتاحة[1].

المطلب الثالث : التحول الرقمي للقطاع السياحي في الجزائر

أولا: ماهية التحول الرقمي

إن التحول الرقمي من المواضيع الأكثر أهمية في عصرنا نظرا للانتشار السريع للأنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتعتبر من أساسيات تحقيق الكفاءة والفعالية للمنظمات ككل لذا سنحاول التطرق إلى مفهوم التحول الرقمي من خلال تعريفه وتحديد استراتيجياته، وتحديد أهميته ومميزاته ومتطلباته، بالإضافة إلى العوائق والمشاكل التي يواجهها.

ثانيا: مفهوم التحول الرقمي:

عرف "يولكان" التحول الرقمي بأنه :إحداث تغييرات في كيفية إدراك وتفكير وتصرفات الأفراد في العمل والسعي إلى تحسين بيئة العمل الجامعي من خلال التركيز على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بالإضافة إلى تغيير الافتراضات التنظيمية والقواعد التنظيمية التي تشكل سلوك الأفراد بما يتفق وطبيعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات [2]. النقد من خلال هذا التعريف نلاحظ أن يولكان ركز على تفكير وتصرف الأفراد من أجل تحسين بيئة العمل في الجامعات بالرغم أن التحول الرقمي يعتمد على استخدام التقنيات الرقمية الحديثة بهدف تحسين أداء الشركات وتبادل ومعالجة المعلومات الخاصة بها.

[1] سارة محمد الشيخ. (2021). التحديات التقنية والثقافية في رقمنة قطاع السياحة: رؤية عربية. ص 110

[2] محمد فتحي عبد الرحمن أحمد، إستراتيجية مقترحة لتحويل جامعة المنيا إلى جامعة ذكية في ضوء توجهات التحول الرقمي والنموذج الإماراتي الجامعة حمدان بن محمد الذكية مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، المجلد الرابع عشر، مدرسة بقسم التربية المقارنة والإدارة التعليمية، كلية التربية جامعة المنيا مصر، الإصدار السادس، سبتمبر 2020 423

التعريف الثاني: عرف bryscha التحول الرقمي بأنه :استخدام التقنيات الرقمية الحديثة التغيير النموذج الأعمال وتوفير فرص جديدة من الدخل والقيمة المضافة والتحول إلى الاقتصاد الرقمي تقنيا وإداريا وتسويقيا[1] النقد: لقد ركز bryscha في تعريفه للتحول الرقمي على التقنيات والأعمال الرقمية التي توفر فرص جديدة من الدخل والتحول إلى اقتصاد الرقمي تقنيا وتسويقيا، بالرغم أن التحول الرقمي يعتمد على استخدام التقنيات الرقمية الحديثة بهدف تحسين أداء الشركات وتبادل ومعالجة المعلومات الخاصة بها.

التعريف الثالث: عرف Mhlungu التحول الرقمي بأنه: التدخلات الإستراتيجية التي تعزز القدرة الرقمية التنظيمية بهدف تحسين عمليات المنظمة ومنتجاتها وخدماتها ونماذج أعمالها لإرضاء عملائها، النقد: لقد ركز Mhlungu في تعريفه للتحول الرقمي على التدخلات التي تعزز التنظيم الرقمي بهدف تحسين عمليات المنظمة وإرضاء عملائها بالرغم من أن التحول الرقمي يعتمد على استخدام التقنيات الرقمية الحديثة بهدف تحسين أداء الشركات وتبادل ومعالجة المعلومات الخاصة بها. من خلال مجمل التعاريف السابقة يتضح لنا بأن التحول الرقمي هو استخدام جميع التقنيات الرقمية المتاحة من أجل تحسين أداء الشركات واستبدال عمليات الأعمال القديمة بأحدث البدائل الرقمية الجديدة بحيث يؤثر على جوانب الأعمال وليس على التكنولوجيا فقط. والتحول الرقمي هو قدرة الدولة وشعبها على في استخدام التقنيات الرقمية لتوليد ومعالجة وتبادل المعلومات، كما أن مفهومها يرتبط بالمفهوم الذي يصف كل من التغيرات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية المرتبطة بالتبني الجماعي للبيئة التكنولوجية والاتصالات". والتحول الرقمي هو تطوير منصة موحدة، تتكون من أنظمة وعمليات تستغل التقنيات الرقمية بطريقة تغير بشكل حذري كيفية قيام المنظمة بجمع واستخدام البيانات للتأثير بشكل إيجابي على تفاعلات العملاء. [2]

ثالثا: أهمية التحول الرقمي

3-1 مفاهيم أساسية حول التحول الرقمي والتسويق السياحي

تكمن أهمية التحول الرقمي في قدرته على الإسهام في حل مشكلات الإنسان من ناحية وفي تفعيل التنمية وتعزيز استدامتها من ناحية ثانية ويشمل ذلك جوانب اقتصادية واجتماعية وبيئية، بل وثقافية أيضا، وتأتي التقنية لتكون عاملا مساعدا ومحفزا في كل هذه الجوانب. ومن ناحية العلمية، بعد تحسين تجربة العميل والمرونة والابتكار من البداية إلى النهاية عوامل رئيسية للتحول الرقمي، إلى جانب تطوير مصادر جديدة

[1] غادة على عبد المعطي محمد التحول الرقمي في السياحة المصرية المفهوم – التحديات – المتطلبات ، المحلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة عند (13) العدد (02 (كلية السياحة والفنادق العهد العالي للسياحة والفنادق السيوف، الإسكندرية، جامعة الفيوم، سبتمبر 2019 ص 493

[2] لين سحر قاري دراسة التحليلية المحددات التحول الرقمي في الشركات المحلة الجزائرية الاقتصاد والمالية، جامعة في فارس المدية الجزائر، المجلد 08، العدد 15,2021

35مية محمدي سلامة مصطفى عزة ماهر محمد محمود رمضان العرب دور التحول الرقمي في تحسين أداء شركات السياحة المصرية بالتطبيق على شركات السياحة المصرية فة أي محنة كلية السياحة والصادقي جامعة مدينة السادات مصرة العدد (12) 2021، ص 77

للإيرادات والنظم البيئية التي تدعمها المعلومات مما يؤدي إلى تحولات نموذج الأعمال." وهناك تأثيرات أكثر أهمية للتحول الرقمي تتمثل ما يلي: طريقة جديدة للتجارة بات العميل اليوم هو من يبحث عن الحل أما الشركات التي تقذف المستخدمين بالإعلانات المباشرة طوال الوقت لم يعد لها حيز كبير في السوق، وبدأت بإعادة إستراتيجياتها التسويقية. تحسين خبرة العميل والمواطن الشركات التي تميزت في هذه الفترة الأخيرة من التحول الرقمي هي التي تعنني بخبرات العملاء بشكل يتجاوز بيع منتج أو خدمة جيدة. تحليل البيانات أصبح الجميع يعلم مدى أهمية تخزين وتحليل وتفسير البيانات التي يتم جمعها لكي تتحول إلى معلومات وقرارات صائبة، وتكون قادرة على توليد الربح والنمو في كافة المجالات والأعمال. تحسين العمليات اهتمت المؤسسات بتحسين العمليات بشكل كبير، مما يسهم في تنظيمها، والتواصل بطريقة فعالة أكثر، والتحكم بالنفقات، وتخزين الملفات بطريقة أكثر أمانا أو إنفاق وقت أقل على مهمة ما. [1]

المطلب الرابع: ماهية الرقمنة السياحية

تشكل الرقمنة السياحية مفهومًا حديثًا يلقى اهتمامًا متزايدًا في قطاع السياحة على الصعيدين الدولي والمحلي. تمثل الرقمنة تطبيق التكنولوجيا الرقمية في جميع جوانب صناعة السياحة، من التسويق والحجز إلى تجربة الزائر وإدارة الموارد السياحية. يهدف هذا البحث إلى توضيح مفهوم الرقمنة السياحية وأهميتها في تطوير القطاع السياحي.

أولا: تعريف الرقمنة السياحية:

تعني الرقمنة السياحية استخدام التكنولوجيا الرقمية لتحسين وتطوير جميع جوانب السياحة، بدءًا من تسويق الوجهات السياحية وانتهاءً بتجربة الزوار في المواقع السياحية. تشمل هذه التكنولوجيا مجموعة متنوعة من الأدوات والمنصات، مثل مواقع الويب، وتطبيقات الهواتف الذكية، والوسائط الاجتماعية، والواقع الافتراضي، والواقع المعزز، والذكاء الاصطناعي.

1- ظهور المستهلك الرقمي

ظهور المستهلك الرقمي يمثل تحولًا كبيرًا في طريقة تفاعل المستهلكين مع الشركات والعلامات التجارية. يعتمد ذلك على استخدام التقنيات الرقمية لتحسين تجربة المستخدم وتسهيل عمليات الشراء والتفاعل مع المنتجات والخدمات عبر الإنترنت والوسائط الاجتماعية. يشمل ذلك الاستخدام المتزايد للتطبيقات المحمولة، ومواقع التواصل الاجتماعي، والتجارة الإلكترونية، وتقنيات الواقع الافتراضي والواقع المعزز لتعزيز تفاعل المستهلكين وتحقيق تجارب شخصية أكثر.

[1] عبد الرحمن بن فهد المطرفي التحول الرقمي للتعليم الجامعي في ظل الأزمات بين الجامعات الخاصة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس محلة العلمية الكلية التربية المجلد 20، العدد السابع، جامعة أسيوط يوليو 2020، ص 164

2- رقمنة الخدمات السياحية:

تعني استخدام التقنيات الرقمية لتحسين وتبسيط عمليات الحجز والتسوق والدفع وتجربة السفر بشكل عام. يتضمن ذلك استخدام مواقع الحجز عبر الإنترنت، وتطبيقات الهواتف الذكية، والتكنولوجيا المحمولة، وحلول الواقع الافتراضي لتقديم تجارب سياحية مميزة وسلسة للمسافرين.

3- رقمنة المقومات المادية:

تعني تحويل العناصر المادية المختلفة في البنية التحتية السياحية إلى صيغ رقمية، مثل الحجوزات الإلكترونية للفنادق والطيران، وتوفير المعلومات الجغرافية والمرافق السياحية عبر الإنترنت، واستخدام التكنولوجيا لتحسين الإدارة والصيانة والأمان في القطاع السياحي.

4- رقمنة المقومات اللامادية :

تشير إلى تحويل العمليات والخدمات غير المادية في القطاع السياحي إلى صيغ رقمية، مثل تحسين عمليات الحجز والتسوق والتسويق عبر الإنترنت، وتوفير خدمات الدعم والمساعدة عن بعد من خلال التقنيات الرقمية مثل الدردشة عبر الإنترنت والبريد الإلكتروني، وتقديم تجارب سياحية مخصصة ومتكاملة للمسافرين باستخدام البيانات والتحليلات الرقمية.

خلاصة الفصل :

في هذا الفصل، تم استعراض الإطار المفاهيمي للرقمنة والتنمية السياحية في الجزائر. تم التركيز على أهمية دمج التكنولوجيا الرقمية في قطاع السياحة لتحسين التجربة السياحية وتعزيز الوصول إلى الوجهات السياحية. تم استعراض الجهود التي تبذلها الحكومة الجزائرية لتعزيز الرقمنة في القطاع السياحي، بما في ذلك تطوير البنية التحتية الرقمية وتعزيز التدريب والتطوير المهني في هذا المجال. يتم التأكيد في الخلاصة على أن الرقمنة تعتبر أداة أساسية لتعزيز التنمية المستدامة في القطاع السياحي في الجزائر، وتحسين تنافسية الوجهات السياحية الجزائرية على المستوى العالمي.

الفصل الثاني

الرقمنة وتنمية القطاع السياحي في الجزائر

تمهيد الفصل

السياحة مثل معظم القطاعات الاقتصادية، يجب أن تتكيف مع التحول الرقمي وسلوك المستهلك الجديد، لأن رقمنة الخدمات تخاطر بجعل العديد من المهن بالية، خاصة داخل وكالات السفر، حيث لا يضطر العملاء إلى القدوم لحجز رحلاتهم أو وسائل النقل أو الفنادق، وبالتالي فإن التحول الرقمي سيجبر شركات ومؤسسات السياحة على تغيير أنشطتها الإدارية وأساليب عملها من خلال التطبيق الفعال لتقنيات المعلومات الجديدة والذكاء الاصطناعي، وأنه لا يمكن تحويل المحتوى السياحي كممارسة معيشية للإكتشاف الشخصي في عالم الطبيعة، لذلك جوهر التجوال الجسماني سيبقى، وإلا ستفقد السياحة معناها الحوهري، ومع ذلك فإن رقمنة الخدمات المختلفة (السفر، الإقامة، المطاعم، الترفيه، وما إلى ذلك) تساعد في توسيع الأسواق وتقليل التكاليف وإعطاء العملاء المزيد من الخيارات، مما يمنح الشركات فرصا جديدة لزيادة قدرتها التنافسية. وتم تقسيم الفصل الى :

المبحث الأول: القطاع السياحي في الجزائر: الإمكانات، التطور والتنظيم

المبحث الثاني : الاستراتيجية السياحية وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 SDAT

المبحث الثالث: دور الرقمنة في تنمية القطاع السياحي في الجزائر

المبحث الأول: القطاع السياحي في الجزائر: الإمكانات، التطور والتنظيم

تزخر الجزائر بثروات تتنوع من منطقة إلى أخرى تجمع بين ثروات طبيعية وأثرية تاريخية، كما أن أهم محطات السياسة السياحية بالجزائر تعبر عن تطور الرؤية الوطنية لدور السياحة في التنمية، وللاستفادة من هذه المقومات لابد من هيئات تقوم على التنظيم وتوجيه القطاع السياحي لمسار التنمية.

المطلب الاول: إمكانات الجذب السياحي في الجزائر :

تعتبر الجزائر موقعا سياحيا إقليميا هاما تستمد أهميتها ومكانتها من موقعها الجغرافي من ناحية، ومن أهميتها على الخريطة السياحية البحرية والصحراوية والجبلية والعلاجية والأثرية من جهة أخرى.

اولا: الإمكانات الطبيعية والجغرافية:

تقع الجزائر في الجزء الشمالي من قارة إفريقيا متوسطة بلدان المغرب العربي فهي بذلك محور اتصال بين قطبيه، ومركزه الاقتصادي والبشري. كما تطل على البحر الأبيض المتوسط مما يجعلها محور للتبادل التجاري مع أوروبا، وأحد أهم المحاور الرئيسية للتبادل الدولي والمحور الإفريقي.[1] وتمتد مساحتها من البحر المتوسط شمالا إلى أعماق الصحراء الكبرى جنوبا إذ تتربع على مساحة 2.381.471 كلم، وهي تتوفر على مقومات متنوعة تتمثل في الشريط الساحلي الذي يمتد على طول 1200 كلم من السواحل الرملية الذهبية، حيث تتميز بمناخ متوسطي معتدل، وتتخلله رؤوسا وخلجانا، ومن أهم شواطئها، وهران، الجزائر، عنابة، حيحل، سكيكدة والقالة .

يمكن أن تميز في الجزائر أربع أنواع من التضاريس المتباينة من ناحية الامتداد، وهي تتتابع من الشمال إلى الجنوب، ففي الشمال ممتد سهول التل الجزائري، مثل سهول متيحة، وهران وعنابة، ويأتي بعدها حزام جيلي يحتوي على سلاسل جبلية منها خيال شيليا" بالأوراني بالشرق بارتفاع قدره 2328 متر)، قمة "لالا خديجة بجبال جرجرة بمنطقة القبائل الكبرى (2308 مترا، وغيرها من الجبال التي تتميز بها تضاريس الجزائر التي يمكن استغلالها في تطوير السياحة الجبلية، خاصة أن هذه الجبال تتوفر على غابات وثلوج مثل "الشريعة" بولاية البليدة "تيكجدا" بولاية البويرة و تاغيت" بولاية تيزي وزو، وهي تعتبر محطات عامة للتزحلق ومجهزة الممارسة هذه الهواية.

كما تتخلل هذه الجبال وغيرها شعابا ومنابع مائية وحيوانات وطيور بمختلف الأشكال والألوان التي صنفت في شكل حظائر وطنية ومحميات مهمتها الحفاظ على البيئة نذكر منها: الحظيرة الوطنية لجرجرة بتيزي وزو، الحظيرة الوطنية لثنية الحد بولاية تيسمسيلت الحظيرة الوطنية لبلازما بولاية باتنة الحظيرة الوطنية لشريعة بالبليدة الحظيرة الوطنية قورايا بولاية عنابة الحظيرة الوطنية للقالة ولاية الطارف الخظيرة الوطنية لتارة

[1] – كواش خالد" أهمية التسويق السياحي في تنمية القطاع السياحي بالجزائر السياحة بالجنوب الغربي"، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر،. (2006) ص 112

بولاية جيجل التي تتميز بمنحدرات صحرية شواطئ خيال ووديان يعيش فيها قردة مهددة بالانقراض تعرف باسم ماغور [1]

أما جنوب الجزائر فيمثله الأطلس الصحراوي، ويظهر في الصحراء الجزائرية الممتدة على مساحة شاسعة تشكل أكثر من 80 في المائة من المساحة الكلية للبلاد، وتحتوي على عدد كبير من الواحات المتناثرة عبر الصحراء، تتميز بغابات النخيل وتربة خصبة وكثبان رملية وهضاب صخرية وسهول حجرية، ومن هذه المناطق بسكرة، غرداية أدرار، وادي سوف، ورقلة، تقرت و تمنراست، ويعيش في هذه الصحراء منذ القدم القبائل الرجل يقطنون بالحدود.

وأكثر ما يميز صحراء الجزائر منطقة الأهقار" بتمتراست والتي تتوفر على كنوز وشواهد تحمل الكثير من خصوصيات هذه المنطقة من جبال شاهقة أعلى قمة بها ناهات بارتفاع قدره 2918 متر، كما تحتوي صخورها على بقايا حيوانية ونباتية من العصور الجيولوجية القديمة لذا تعتبر صحراء الجزائر منتوجا سياحيا ثريا ومتنوعا يجب حمايته واستغلاله للنهوض بالسياحة الصحراوية.

كما تزخر الجزائر بجماعات معدنية طبيعية تعود إلى العهد الروماني، وقد أثبتت التجارب العلمية أنها صالحة لشفاء العديد من حيث تم إحصاء 202 منبع للمياه المعدنية سنة 1982 إذ يسمح استغلالها بتوسيع العرض السياحي الجزائري،[2] فهناك تسعة محطات للحمامات المعدنية ذات الطابع الوطني ومركز واحد للمعالجة بمياه البحر، وخمسين محطة جهوية ذات طابع تستغل بطريقة تقليدية، يضاف إليها أربعين محطة تابعة للقطاع الخاص، وهناك ستين منبع محصى غير مستغل، وهي تمثل مخزون مهم للمنافسة في مجال السياحة الحموية.[3]

ثانيا: الإمكانات التاريخية والثقافية:

تنفرد الجزائر بمعالم تاريخية وحضارية متنوعة نتيجة احتكاكها بالعديد من الحضارات عبر مختلف العصور، مما جعلها مهدا للحضارة الإنسانية وشاهدا حيا على انتمائها للقضاء الإسلامي المتوسطي والإفريقي[4] (فعلى مر العصور توالت على الجزائر عدة حضارات مختلفة.[5]

ومن الآثار سبعة مناطق أثرية صنفتها منظمة اليونسكو ضمن قائمة التراث العالمي التاريخي، وهي: حظيرتا "الطاسيلي ناجر" و "الأهقار" تقع في عمق مدينة تمراست؛ تيبازة وهي مدينة أسسها الفينيقيون كإحدى

---

[1] – عداد رشيدة " التسويق في المؤسسة الخدمية دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة " رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة الجزائر 2002، ص156

[2] – الديوان الوطني للسياحة الجزائر حمامات منشورات الديوان الوطني للسياحة، الجزائر، (2009) ص 1.

[3] – هدير عبد القادر" التسويق السياحي ودوره في ترقية الخدمات السياحية حالة الجزائر"، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3 سنة 2013 ص 146

[4] – المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي، مساهمة من أجل تحديد السياسة السياحية الوطنية، الدورة 16، نوفمبر 2000

[5] – قويدر لويزة " السياحة من منظور اقتصادي وسبل ترقيتها في الجزائر"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 2002، ص 150

مستعمر الهم التجارية جميلة (كويكيل) تقع على بعد 50 كلم من مدينة سطيف تيمقاد وهي مدينة أثرية رومانية توجد بولاية باتنة وادي ميزاب وهي هضبة صخرية كلسية، حي القصبة في مدينة الجزائر، قلعة بين حماد تقع بالمعاضيد شمال شرق ولاية المسيلة على بعد 36 كلم.)

وتتوفر الجزائر على الصناعات التقليدية والحرفية التي تجعل السياحة الثقافية أكثر انتعاشا خاصة في موسم الاصطياف، بحيث يكتسي دور الصناعات التقليدية في ترقية السياحة نفس الأهمية التي يحظى بها قطاع السياحة في التنمية الاقتصاد ككل، فاهتمام الشباب بهذه الصناعات حسب المناسبات يعطي فرصة أكبر للسياح لاكتشاف هذه القدرات والمواهب، ومن ثم التعريف بثقافة وحضارة الأمة.

المطلب الثاني: تطور السياسة السياحية عبر المخططات التنموية

تعتبر الظاهرة السياحية ظاهرة قديمة، وظهورها في الجزائر يعود إلى الحقبة الاستعمارية لذلك تميز بين مرحلتين المرحلة الأولى قبل الاستقلال، والثانية غداة الاستقلال.

أولا: قبل الاستقلال:

ظهر النشاط السياحي في الجزائر في بداية القرن التاسع عشر خلال الاحتلال الفرنسي، حيث تقطن المستعمر باكرا للقدرات السياحية للجزائر، ففي سنة 1897 أسس المستعمر اللجنة الشتوية الجزائرية ، وبواسطة الدعاية والإشهار تمكنت الجزائر خلال تلك المرحلة من جلب العديد من السياح الأوربيين لاكتشاف مناظرها الطبيعية، وهو ما دفع المستعمر الفرنسي إلى التفكير في إنشاء هياكل قاعدية لتلبية حاجيات الزبائن الأوربيين.

وفي سنة 1914 تم تشكيل نقابة سياحية في مدينة وهران، وفي سنة 1916 تم تشكيل نقابة سياحية في قسنطينة تمثلت مهامها في التنسيق فيما بينها لتنظيم رحلات سياحية في اتجاه الجزائر

وفي 1929 تم إنشاء القرض الفندقي المكلف بمنح القروض للمستثمرين في المجال السياحي، وهو بمثابة بنك أنشأ من أجل تشجيع الجديد وتوسيع الفنادق، وفي 1931 تم إنشاء الديوان الجزائري للنشاط الاقتصادي والسياحي (OFLAC) هدف تنمية السياحة، والذي أصبح يسمى مركز التنمية السياحية واستمر نشاطه بعد الاستقلال.

وقد بلغ عدد السياح الذين زاروا الجزائر في 1950، 150 ألف سائح، هذا العدد تقلص في سنة 1954 نظرا لاندلاع الثورة التحريرية، إذ المستعمر كان يدرك أهمية الموارد السياحية التي تتوفر عليها الجزائر، وما البرنامج الموسع الذي تم وضعه و الخاص بالتجهيزات السياحية في مخطط قسنطينة 1957، والخاص بإنجاز 17,200 غرفة الفنادق حضرية، 17 % منها ممركزة في الجزائر العاصمة، إلا دليل على أهمية السياحة في الجزائر، ويشمل هذا البرنامج على إنجاز 1.130 غرفة في المحطات المعدنية والمناخية.

ثانيا: بعد الاستقلال:

عند الاستقلال مباشرة ورثت الجزائر طاقات إيواء تقدر بـ 5.922 سرير، وبعد الاستقلال من قطاع السياحة في الجزائر بعدت مراحل وتطورات كالاتي :

1- **الفترة الممتدة بين 1962 و 1966:** قامت الجزائر يجمع المعلومات الخاصة بمناطق التوسع السياحي القابلة للتهيئة ووضع تسيير والتنمية القطاع السياحي وإنشاء الهياكل التنظيمية التالية:

- التنمية السياحية وهو في الحقيقة كان موجود ابان الاستعمار حيث أنشئ سنة 1931 وكان يطلق عليه اسم الديوان الجزائري للنشاط الاقتصادي والسياحي.
- الديوان الوطني الجزائري للسياحة ONAT تم انشاؤه سنة 1962 موجب الأمر رقم 27 – 62 دورة الرقابة والوصاية على الهيئات الإدارية والسياحية وتعمل على ترقية المنتج السياحي.
- لجنة تسيير الفنادق والمطاعم (COGEHORE) أنشئ سنة 1963 وهي تابعة للديوان الوطني للسياحة؛
- الوكالة السياحية الجزائرية ATA أنشئت سنة 1963 وهي تابعة أيضا للديوان الوطني للسياحة، ودورها تنظيم رحلات سياحية عبر التراب الوطني
- **وزارة السياحة:** أنشئت سنة 1963 بعد ما كانت الوكالات التابعة لها تحت وصاية وزارة الشباب والرياضة والسياحة، والتي كان دورها هو تنظيم وتحضير استراتيجية التنمية السياحية.

وبعد ما تم جمع المعلومات وحصر إحصاءات الإرث السياحي تم إعداد ميثاق السياحة والذي تتضمن أفاق تنمية السياحة في الجزائر المستقلة، وقد فسحت الدولة المجال للاستثمارات الخاصة المنظمة في القانون الصادر في 26 جويلة الى 1963، وإصدار المرسوم 6675 في أفريل 1966 المتضمن المناطق التوسع السياحي، وكذلك الأمر الصادر في 15 سبتمبر 1966 هدف رفع القدرات الإنتاجية الوطنية، غير أن مساهمة القطاع الخاص ظلت ضعيفة جدا باستثناء إنجاز مشروعين في عنابة ووهران [1]

2- **المخطط الثلاثي (1967-1969):** إن استراتيجية التطور المتبناة آنذاك لم تحدد أولويات القطاع السياحي إنما كان هذا القطاع مدمج في المخطط الوطني للتنمية، حيث خصص للسياحة في هذا المخطط 285 مليون دج لإنجاز 13081 سرير لكن لم تنجز منه سوى 2946 سرير موزعة على محطات شاطئية، حضرية، محطات صحراوية، حمامات معدنية ويعود الفارق بين التقديرات وإنجاز العمليات أساسا إلى ضعف قدرات الانجاز وسوء التحديد المسؤولية الإدارية، وكانت المشاريع الشاطئية تحضى بالأولوية حيث تم إنجاز 2406 سرير.

[1] – المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي الجنة أفاق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، مشروع تقرير حول مساهمة من أجل إعادة التحديد السياسة السياحية الوطنية"، (2000) ص 28

3- **المخطط الرباعي الأول (1970 1973):** بالإضافة إلى ما تبقى في المخطط الثلاثي فإن السلطات المعنية اهتمت بعملية التخطيط للفترة الجديدة 1973-1970 بحيث تقرر إنجاز محطات السياحية لتهدف إلى رفع قدرات الإيواء ما بين 70000 و 90000 سرير في نهاية العشرية، حيث برمج إنشاء 35000 سرير خلال هذه الفترة ولكن لم تنجز منها سوى 9000 سرير فقط .

4- **المخطط الرباعي الثاني (1974-1977)** : بالإضافة إلى الهيئات السابقة التي لم يتم إنجازها فإن السلطات المعنية اهتمت بعملية التخطيط الإنجاز منشآت إضافية في إطار برنامج جديد لبلوغ 25000 سرير، و 60000 سرير قبل نهاية سنة 1980 و الغلاف المالي المخصص للقطاع السياحي في هذه الفترة قدر بـ 1230 مليون دج (19) وعلى مستوى الانجاز المادي بلغت نسبة الأهداف 41% أي تحسن نسبي مقارنة بالإنجازات المحققة في المخطط الثلاثي والتي كانت تقدر ب 22,5% والمخطط الرباعي الأول والتي كانت تقدر بـ 33%.

5- **المخطط الخماسي الأول (1980-1984):** في هذه الفترة يلاحظ بلوغ الوعي لدى المسيرين الضرورة إحداث التوازن الجهوي، والأولوية أعطيت للسياحة الحضرية وقدرت الميزانية المخصصة للقطاع بـ 3400 مليون دج موجهة أساسا للسياحة الداخلية والتي توافق التقاليد الجزائرية، وكان هدف هذا المخطط الوصول إلى طاقة إيواء تقدر بـ 50880 سرير سنة 1985.

وتلك الميزانية كانت موزعة بين المشاريع التي كانت قيد الانجاز والمشاريع الجديدة إلا أنه لم تتم انطلاق أي مشروع من المشروعات الجديدة بسبب الأزمة الاقتصادية لتلك الفترة.

6- **المخطط الخماسي الثاني (1985-1989):** في هذه الفترة أدركت الدولة أهمية السياحة في تفعيل النشاط الاقتصادي وخصص غلاف مالي كبير قدره 18000 مليون دج هدفه متابعة سياسة التنمية السياحية بتطوير الحمامات المعدنية والمناخية، تنويع المتعاملين كالجماعات المحلية والقطاع الخاص، لا مركزية الاستثمار، فقد وصلت طاقة الاستقبال في النهاية 1989 إلى 48302 سرير، أما بالنسبة للتدفقات السياحية بقيت مستقرة إذ تراوحت بين 2500000 و 400000 سائح

7- **الفترة الممتدة بين (1990-1999):** كما تعلم أن النشاطات السياحية في الجزائر في تباطؤ ملحوظ خاصة منذ 1990 مع لعدة أسباب أهمها : الأسباب التي أدت إلى انخفاض التدفقات السياحية الموسمية النشاطات السياحية في الجزائر نقص قدرات استقبال بجميع مستوياتها حيث يصل عدد الفنادق في الجزائر إلى 283 فندق والذي يضم حوالي 88694 سرير.

8- **الفترة الممتدة بين (2000-2011):** لقد شرعت وزارة السياحة سنة 2000 في إعداد خطة حول تطوير قطاع صياحة تحت عنوان" مخطط أعمال التنمية المستدامة للسياحة في الجزائر آفاق (2010 حيث ركزت على الهيئة العقار السياحي إلا أنه في الواقع بلغت نسبة الانجاز حوال 75% نهاية 2002 اذ تم تسجيل 387 فندق

في طلب الانجاز وبطاقة إبراء تقديرية في حدود 38000 سرير، وفي نفس الفترة توقف ما يقارب 254 مشروع استثماري بالرغم من كونها في مستوى إنجاز فصل إلى 50% تضاف إلى ذلك تعطل 671 مشروعا بطاقة إيواء تقديرية بـ 50000 سرير بسبب تعطل طلبات الاستثمار لعدم حصولها على قطع أرضية.

ورغم تحقيق بعض النتائج الإيجابية خلال سنة 2008 ، قامت وزارة تهيئة الإقليم، والبيئة والسياحة مع بداية شهر جانفي 2008 يبعث المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الآفاق 2025 والذي يشكل الإطار الاستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر.

المطلب الثالث: المؤسسات المنظمة للقطاع السياحي الجزائري

تتعدد المؤسسات المشرفة على السياحة الجزائرية حيث وضعت من طرف الحكومة من أجل تنفيذ السياسات السياحية تعمل على تنشيط وترقية السياحة في الجزائر، وهي تتمثل في:

اولا: المنظمات العمومية وتتمثل في:

1- **وزارة السياحة** :تأسست وزارة السياحة سنة 1963 بموجب المرسوم رقم 63-474 المؤرخ في 20 ديسمبر 1963 وحددت مهامها في: التعريف[1] بالمنتوج السياحي الجزائري وتوجيهه وترقيته، تجسيد السياسة الحكومية في مجال السياحة، وإنجاز المخططات التنموية السياحية.

2- **الديوان الوطني للسياحة:** أنشأ بموجب المرسوم رقم 214-88 المؤرخ في أكتوبر 1988، تتمثل مهامه في إعداد السياسة الوطنية المتعلقة بمجال السياحة، وإعداد برامج ترقية السياحة وتنفيذها.

3- **مؤسسات التكوين السياحي:** أنشأت مؤسسات متعلقة بالتكوين السياحي، تتمثل في معهد الفندقة ببوسعادة بـ 300 مقعد لتكوين تقني سامي في الاستقبال المطاعم والمطبخ، المعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية بتيزي وزو بـ 3000 مقعد التكوين تقني سامي في الاستقبال، المطاعم والمطبخ والحلويات الإدارة الفندقية والسياحية معهد الجزائر ب 100 مقعد لنح شهادات عليا في التسيير الفندقي والسياحي مدرسة السياحة بتيبازة مدرسة السياحة بعين تموشنت، بالإضافة إلى مدارس التكوين المهني التابعة للوزارة موزعة في كل من الطارف تلمسان، عين البنيان تيزي وزو، كتمنراست و بومرداس.

4- **الوكالة الوطنية للتنمية السياحية ANDT:** المنشأة حسب المرسوم رقم 98-70 بتاريخ 21 فيفري 1998 المكلفة باقتناء الأراضي وتخصيصها للمشاريع السياحية بإقامة دراسات الهيئة هذه الأراضي، وحماية وصيانة مناطق الاستغلال السياحي.

[1] – سعيد بن الحضر،" استخدام نماذج الاقتصاد القياسي في التنبؤ بمكونات السوق السياحية دراسة حالة قطاع السياحة في الجزائر"، رسالة ماجستير التخصص التحليل الاقتصادي والتقنيات الكمية جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، (2013) ص 140

5- **المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية (ENET):** المنشأة حسب المرسوم رقم 98-94 بتاريخ 10 مارس 1998 المكلفة بإنجاز الدراسات السياحية والمعدنية والمراقبة وتأسيس بنك معلومات من اجل التهيئة والتنمية السياحية.

6- **الدواوين المحلية للسياحة:** هناك 51 ديوان محلي للسياحة على مستوى الوطن وهي مكلفة حسب المرسوم رقم 85-15 بتاريخ 26 جانفي 1985 بإعلام السياح وتنظيم الرحلات، تقديم خدمات المرشدين، والمساهمة في حماية المواقع السياحية الطبيعية والتاريخية، احياء الاعياد المحلية، والتعامل مع الدواوين المحلية والأجنبية.

7- **المديريات السياحية :** تعتبر الممثل الرئيسي للوزارة على مستوى الولايات وهي مسؤولة عن مراقبة النوعية والتهيئة الخاصة بالسياحة ومنح رخص الاستثمار، ومراقبة المشاريع ومتابعتها وتطبيق العقوبات في حالة عدم احترام القوانين بالإضافة إلى مهام أخرى منها :

- التعريف بالمنتوج السياحي المحلي بواسطة المطويات والأقراص
- تحسيس الجمعيات والدواوين السياحية للمشاركة في التظاهرات والمهرجانات التي تقام بالولايات السياحية خلال موسم الاصطياف للتعريف بالإمكانيات السياحية للولاية.
- تنظيم معارض خاصة للموارد السياحية للولاية وإقامة تظاهرات فلكلورية الإبراز التقاليد والفنون الشعبية .[1]

ثانيا: مقدمو المنتجات السياحية: تذكر منها:

1- **المنظمات الفندقية:** أنشأت سنة 1970 الشركة الوطنية للسياحة والفندقة (SONATOUR)، والتي تعمل على ربط وظائف الوحدات الفندقية والسياحية، وأنشأت في نفس السنة الشركة الوطنية للمحطات المعدنية (SONATHERM)

و التي تعمل على استغلال وحدات المحطات المعدنية العمومية، وفي سنة 1980 تم أنشاء الشركة الوطنية للسياحة (ALTOUR) مهمتها تسيير المؤسسات السياحية البحرية والفنادق الصحراوية المؤسسة الوطنية للفندقة الحضرية (SNHV) تسير الفنادق الحظرية، الشركة الوطنية لمحطات المعدنية لتسير المحطات المعدنية الديوان الوطني للمؤتمرات والمحاضرات (ONCC) لتنظيم المدخلات والمحاضرات، المدرسة الوطنية للدراسات السياحية الديوان الوطني المركزي الإنتاج المعدات وترقية السياحة.

2- **النادي السياحي الجزائري(TCA):** من مهامه مساعدة في تنمية السياحة في الجزائر، تنظيم الرحلات حجز ويبيع التذاكر، المساهمة في حفظ و حماية المواقع السياحية، وتقديم المساعدة للسياح الراغبين في زيارة الجزائر كذلك نشر المطبوعات الإعلامية للسياحة.[2]

[1] – قويدر لويزة "اقتصاد السياحة وسبل ترقيتها في الجزائر"، أطروحة دكتوراه، تخصص تحليل اقتصادي، جامعة الجزائر، (2010) ص 240.

[2] – السعيد بن الحضر، المرجع سبق ذكره، ص 141

3- **وكالات السياحة و السفر**: احصت الوزارة الى غاية 2006 م 783 وكالة يرتكز معظمها في الجزائر العاصمة بعدد 248 وكالة، أما البقية فتتوزع على كافة التراب الوطني وتعمل على القيام بالوظيفة التجارية والتسويقية للمنتوج السياحي وذلك بحجز الغرف في المؤسسات الفندقية والعمل على تقديم أحسن الخدمات للسياح، استقبال ومساعدة السياح أثناء إقامتهم، تسويق الرحلات وبيع التذاكر والتعريف بالتراث الوطني في الخارج، وتنظيم الملتقيات والمؤتمرات.[1]

4- **الديوان الوطني للسياحة (ONAT)**: تم إنشاؤه بموجب المرسوم رقم 88-214 بتاريخ 31/10/1988 للقيام بالمهام ترقية المنتوج السياحي الجزائري فهو أداة ترقية رسمية متابعة ومراقبة وكالات السياحة والسفرة توجيه المتعاملين السياحيين: تحديد محاور تنمية قطاع السياحة الجزائري المجاز الدراسات العامة لمناطق التوسع السياحي ومتابعة الاستثمارات السياحية.

5- **الحركة الجمعوية** : تلعب دورا هاما خاصة في الدول المتقدمة من خلال الأنشطة التي تمارسها الموجهة للجمهور المحلي أو الأجنبي والمتمثلة في التعريف والإشهار بالمنتوج والموارد المتوفرة في المنطقة السياحية عن طريق المشاركة في مختلف التظاهرات المحلية والوطنية وحتي الدولية، بالإضافة إلى أنشطة الدفاع وحماية المواقع السياحية الأثرية والتاريخية والطبيعية....

6- **النادي السياحي الجزائري** : تم انشاؤه في أكتوبر 1963 م يعمل على تنشيط السياحة وله عدت فروع منها الجزائر السياحية، سياحة وأسفار الجزائر الجهات الأربعة للأسفار رحلات بلا حدود

7- **مؤسسة التسيير السياحي بزرالدة (EGT)**: نتجت عن مؤسسة ألتور في 1984م التي تحولت إلى مؤسسة عمومية اقتصادية في 14 أوت 1991م، برأس مال قدره 10 مليون دينار موزعة على 500 مؤسسة عمومية اقتصادية.

[1] – عدمان مريزق و آرم قاسم، واقع السوق السياحية الجزائرية خلال الفترة (20003 – 2008 الملتقى الوطني الأول" السياحة الجزائرية الواقع والآفاق المركز الجامعي بالبويرة، أيام 11 – 12 مارس 2010

المبحث الثاني: الاستراتيجية السياحية وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 SDAT

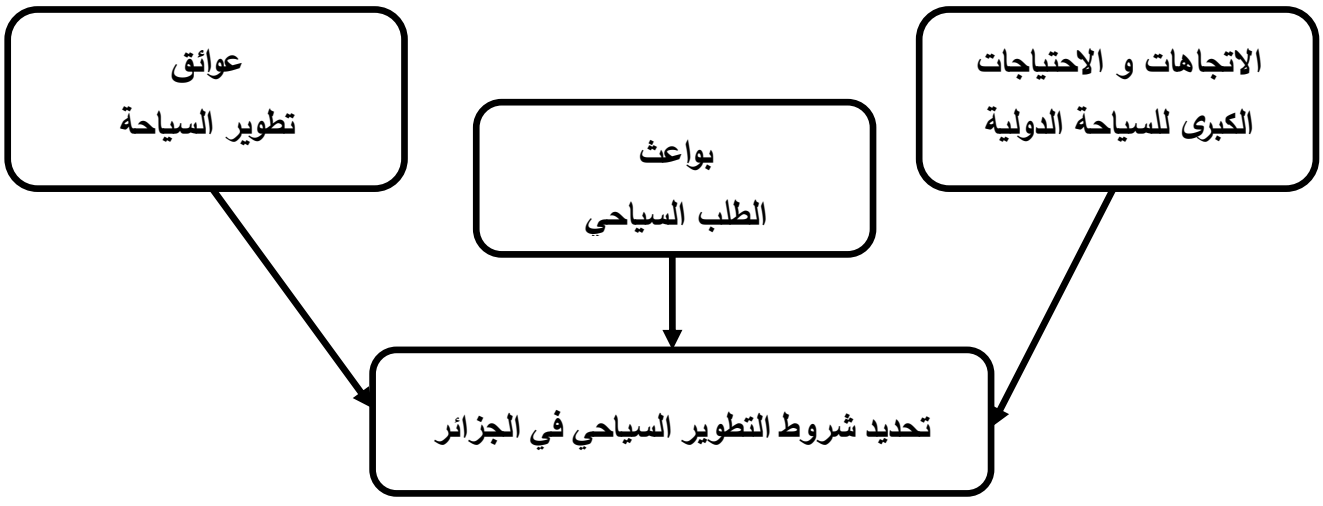
تداركا للتأخر المسجل في القطاع السياحي عمدت الجهات الوصية على وضع مخطط توجيهي للتهيئة السياحية يعين ويوزع المناطق السياحية عير الوطن ويحدد نوع النشاط السياحي فيها، حيث يعتبر هذا المخطط الإطار المرجعي للتنمية السياحية في الجزائر.

المطلب الاول: التعريف بالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية:

المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية جزء من المخطط الوطني للتهيئة العمرانية في آفاق سنة 2025) هو نتيجة مرحلة طويلة من البحوث والتحقيقات والتقارير والخبرات والاستثمارات التي توضح إرادة الدولة لتطوير الإمكانيات الطبيعية والثقافية والتاريخية للجزائر، ووضعها في خدمة السياحة الجزائرية لتلتحق برتبة الامتياز في ناحية البحر الأبيض المتوسط في إطار التطوير المستمر.

إن هذا المخطط بين إرادة السلطات العمومية ونظرتها لتنمية السياحة قصد جعل الجزائر بلدا مستقبلا للسياح، حيث يوضح كيف تضمن الدولة التوازن الثلاثي للعدالة الاجتماعية الفعالية الاقتصادية والاستدامة البيئية على مستوى البلد بأكمله، فالمخطط يحدد المعالم السياحية الكبرى لترسيخ مفهوم جديد ومقاربة خاصة للسياحة كونها محركا للتنمية المستدامة ودعم للنمو الاقتصادي ومصدرا لخلق الثروة وإنشاء مناصب شغل إضافة إلى توظيف كامل القدرات والمزايا الجعل الجزائر مقصد ووجهة سياحية متميزة في غضون 2030.[1]

الشكل رقم (02-01) :شروط التطوير السياحي في الجزائر



Ministère du tourisme et d'artisanat, " Livre 1: Audit du tourisme algérien ", SDAT 2025 ،2008 P.،.31

[1]– Ministère du tourisme et d'artisanat, " Livre 1: Audit du tourisme algérien ", SDAT 2025 ،2008 P.6 ،.

يندرج ضمن شروط النهوض بقطاع السياحة الجزائري تحديد بواعث الطلب السياحي العالمي والعمل على تلبيتها من خلال التعريف بمقومات الجذب السياحي المحلية كما يتطلب إبراز العراقيل التي تعترض النشاط السياحي بغية إيجاد البدائل و الحلول الدائمة.

المطلب الثاني: أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030

لا يقتصر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على كونه إطارا مرجعيا ستتطور ضمنه المبادرات العمومية والخاصة إلى غاية 2025، بل يرسم برنامج تطوير السياحة الوطنية وترقيتها من أهل إدراجها ضمن الشبكات الدولية بدعم مكانة الجزائر كوجهة سياحية ودعم مكتسباتنا الطبيعية والثقافية بالاستثمار وجودة العرض، وتتلخص أهدافه فيما يلي: [1]

- جعل السياحة أحد محركات النمو الاقتصادي من خلال:
- ترقية اقتصاد بديل للمحروقات.
- تنظيم عرض سياحى موجه نحو السوق الوطنية.
- إعطاء الجزائر سمعة سياحية دولية والارتقاء بها إلى مستوى مقصد سياحى متوسطى دو امتياز.
- المساهمة في إنشاء مناصب شغل جديدة و بالتالي ضمان الإسناد الدائم للاقتصاد العام للبلاد.
- دفع القطاعات الاقتصادية الأخرى من خلال التعاون والتنسيق مع استراتيجيات القطاعات الأخرى باعتبار المخطط التوجيهيSDAT 2025 هو جزء من الاستراتيجية الوطنية (*) SNAT2025
- ربط ترويج السياحة بالمحيط من خلال التطوير السياحي في إطار التنمية المستديمة
- تثمين التراث التاريخي الثقافي والديني، حيث تعتبر العناصر المؤسسة للتراث الإقليمي (سواء كانت بشرية، طبيعية، مناخية أو تاريخية ..) صورة عاكسة لجاذبية المنتج السياحي، وتعمل استراتيجيات السياحة المستدامة على حماية التراث من خلال احترم التنوع الثقافي والمشاركة في التنمية المحلية؛
- التطوير المستمر لصورة الجزائر وتحديد مفهوم جديد للسياحة يسمح بإدخالها في السياحة العالمية.

[1]– Ministère du tourisme et d'artisanat, " Livre 1: Audit du tourisme algérien ", SDAT 2025 ،2008 P. ،20.

*–SNAT 2025: Schéma national d'aménagement du territoire est un acte par lequel l'état affiche son projet territorial , il vise à l'insertion de l'Algérie dans ses espaces naturels d'appartenance et d'évolution (Maghreb , Euro– méditerranée , Afrique).

المطلب الثالث: الديناميكيات الخمس للمخطط الإداري للتهيئة السياحية SDAT 2030

يعتمد المخطط الإداري للتهيئة السياحية على ركائز محورية لا يمكن الاستغناء عنها لتحقيق القفزة السياحية المنتظرة من خلال خمسة ديناميكيات فعالة والتي تشكل سبيلا لإنعاش سريع ومستدام للسياحة الوطنية من خلال برنامج حكومي معتمد ويتعلق الأمر بـ:[1]

1- **تثمين الوجهة السياحية الجزائرية:** بغية خلق وجهة سياحية ذات امتياز وتنافسية على الصعيد الدولي وبمعايير تستجيب للطلب الداخلي، وذات مردودية على الصعيد الاجتماعي والاقتصادي.

2- **إنشاء أقطاب سياحية ذات امتياز وبناء قرى سياحية ذات امتياز:** سعيا لخلق وجهة سياحية ذات امتياز في حوض البحر الأبيض المتوسط، اعتمد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على الشراكة والاستثمارات الأجنبية لتطوير أقطاب سياحية بمعايير تستجيب للطلب المحلي والعالمي، وكذا ذات جودة عالية تسمح بتطوير القدرة التمويلية للسياحة للاقتصاد الوطني وجعل الجزائر وجهة سياحية عالمية.

وأهم القرى السياحية ذات الامتياز وكذا الحدائق الإيكولوجية السياحية التي اقترحتها مؤسسات استثمارية أجنبية والتي وافقت عليها وزارة السياحة موضحة من خلال الجدول الموالي.

[1]– Ministère du tourisme et d'artisanat, " Livre 5: Audit du tourisme algérien ", SDAT 2025 ،2008 P. ،20.

الجدول رقم (02-01): القرى السياحية ذات الامتياز

اقطاب الامتياز	المشاريع السياحية	المستثمر	عدد الاسرة
شمال شرق	قرية السياحية بمسيدة ولاية طارف	المؤسسة الإماراتية للاستثمارات الدولية EIIC	2440 سرير
	القرية السياحية سيدي سالم بعنابة	الشركة السعودية سيدار	4938 سرير
شمال وسط	القرية السياحية سعيرات ببومرداس	المجموعة الكويتية للاستثمار و المؤسسة الإماراتية للاستثمارات الدولية	2697 سرير
	القرية السياحية بودواو البحري ببومرداس	المؤسسة الأمريكية التونسية الجزائرية سياحة	17510سرير
	القرية السياحية بعين طاية بالجزائر	المجموعة الكويتية للاستثمار و المؤسسة الإماراتية للاستثمارات الدولية	5985سرير
	القرية السياحية فوروم الجزائر موريتي 1 بالجزائر	المجموعة الإماراتية إميرال .	2004سرير
	القرية السياحية بسيدي فرج بالجزائر	الشركة الإماراتية القدرة	360 سرير
	القرية السياحية زرالدة غرب	المؤسسة السعودية سيدار	6885 سرير
	القرية السياحية كولونيل عباس بتيبازة	الشركة الإماراتية EEMAR	1240سرير
شمال الغربي	القرية السياحية هيليوس كريستال بوهران	فرنساSARL	220سرير
	القرية السياحية موسكاردة بتلمسان	الشركة الإماراتية للاستثمارات الدولية EIIC سياحة الجزائرية	732 سرير

المصدر : وزارة السياحة والصناعة التقليدية.https://www.mta.gov.dz

الجدول رقم (02-02): الحدائق الإيكولوجية السياحية

اقطاب السياحي	المشاريع	المستثمر	عدد الاسرة
شمال وسط	دنيا بارك الجزائر	المجموعة الإماراتية EIIC	1000 سرير
شمال الغربي	دنيا بارك الجزائر	المجموعة الإماراتية EIIC	/
شمال شرق	دنيا بارك الجزائر	المجموعة الإماراتية EIIC	/

المصدر : وزارة السياحة والصناعة التقليدية.https://www.mta.gov.dz

تسمح المشاريع السياحية المقترحة بضمان الامتياز لصورة الجزائر السياحية الجديدة من خلال تطوير أنواع سياحية جديدة على غرار سياحة الأعمال، سياحة التسوق سياحة الصحية.... بالاعتماد على الامتيازات العديدة التي يستفيد منها المستثمرين والتي وضحها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من خلال مخطط التمويل السياحي.

3- **تطبيق مخطط الجودة السياحية:** بغية ضمان امتياز العرض السياحي الوطني بإدماج التكوين من خلال رفع مستوى الاحترافية الانفتاح واستعمال تكنولوجيات الإعلام والاتصال و التموقع حول منتجات جديدة تتماشى والتوجهات الجديدة للطلب الوطني العالمي، ويهدف مخطط جودة سياحة (PQT) إلى تحسين نوعية العرض السياحي والمرافقة في عمليات العصرنة والتوسيع والاستفادة من أدوات الدعم الموجهة للتنمية وتأمين أفضل تسويق للمنتج السياحي .

4- **تعزيز الشراكة بين القطاعين العام والخاص:** تطلب السياحة تظافر الجهود ما من العديد من القطاعات الحيوية، وتجنيد مجمل الشركاء العمومين و الخواص بغية خلق وجهة سياحية ذات علامة امتياز في السوق الدولية.

5- **وضع مخطط التمويل سياحي** :يهداف الدعم النشاطات السياحية ومرافقة مشاريع المتعاملين والمستثمرين المحليين والأجانب، يعمل على مرافقة المستثمرين وأصحاب المشاريع من خلال تخفيف إجراءات منح القروض البنكية وتحديد فترة القروض، ويهدف لحماية ومرافقة المؤسسات السياحية والسهر على تجنب توقف المشاريع السياحية وكذا توفير الأمان للمستثمرين الأجانب وتشجيع الاستثمار في القطاع السياحي.

المطلب الرابع: المشاريع التي انطلقت بها الأشغال من المخطط التوجيهي

يعرف قطاع السياحة بالجزائر منذ 2008 استثمارات هامة وفق الاستراتيجية الجديدة للقطاع والقائمة على وقف الاستثمارات العمومية في بناء الهياكل والابقاء على دور الدولة في محال التكوين ومرافقة الخواص

في تجسيد مشاريع جادة في مناطق التوسع السياحي، فيما يتولى الديوان الوطني للسياحة دور الترقية والترويج داخليا وخارجيا، ومن أهم الاستثمارات الخاصة في القطاع المشروع الكبير الذي نتج عن شراكة مجموعة "أكور" الأولى في أوروبا مع شركة السياحة لرجل الأعمال الجزائري جيلالي مهري، والهادف إلى بناء أكثر من 30 فندقا بمواصفات عالمية ذات خمس نجوم على مدى تسع سنوات المقبلة، بينما يتسول جانب التسيير والمناجمنت الشريك الاجنبي أكور" الرائد في أوروبا وهي الشراكة التي تفيد الجزائر في كسب الخبرة العالمية في التسيير وإتاحة الفرصة لتكوين عصري.

أما بشرق الجزائر تقوم مؤسسة "ركوتسيال" لرجل الأعمال رمضاني ببناء عدة فنادق ذات أربع نجوم بقسنطينة وسكيكدة خاصة مشروع فندق من خمسة نحوم بمنطقة فلفلة بسكيكدة من الطراز العالمي بلغت تكلفته 4.5 مليار دينار بشراكة مع مجمع غولدن توليب الهولندي المختص في التسيير والهندسة الفندقية.

وبخصوص المركبات السياحية التي بنيت قبل (40 سنة اقتنعت السلطات بضرورة تحديد هاته المنشأت حيث وافقت البنوك العمومية على منح قروض متوسطة المدى مما سيسمح هذه المركبات بإعادة تصنيفها وعصرنتها وإعادة ترفيتها إلى المواصفات العالمية قبل 2014 وتمس العملية في كل من فندق المرجان، تيشي ببجاية، بوقرون بالقل، سيرتا، الأوراسي، سيوس بعنابة ومتاريس القرن الذهبي ومركب القرية بتيبازة، كما تشير أرقام رسمية إلى ان وزارة السياحة سجلت 460 استثمار خاص في مجال الفنادق منذ سنة 2008 ستوفر طاقة إيواء قدرها 70 ألف سرير عصري قبل سنة 2015، هذه الاستثمارات تمكن الجزائر من التقدم لسنوات نحو الأمام، بعدها يمكن للجزائر أن تشارك في المعارض الدولية والترويج لوجهة الجزائر وفقا للمخطط الذي يعتمد على رؤية مستقبلية تمتد إلى غاية 2025 وهي المرحلة التي ستعيد الجزائر إلى الخارطة السياحية [1]المتوسطية.

كما كشف كاتب الدولة المكلف بالسياحة السيد محمد الأمين حاج سعيد خلال الجلسات الوطنية الثانية للسياحة بنادي الصنوبر أن بعض النقائص مست ديناميكية تطبيق المخطط التوجيهي للتنمية السياحية لا سيما مسالة الجودة والترويج للمقصد السياحي داعيا ضرورة التحيين المخطط، واقترح في هذا الشأن اعادة ترتيب الأولويات بطريقة تتماشى مع التحديات مؤكدا أن الجودة السياحية وتثمين وترقية وجهة الجزائر أصبحنا تمثلان أولوية مطلقة للتنمية الوطنية، ومن جهة اخرى دعا إلى الأخذ بعين الاعتبار الخصوصيات السياحية لكل ولاية و الحفاظ على العقار السياحي وخصوصيات القطب في الهيئة الولاية من أجل ادماج عقلاني" للولايات في الاقطاب، أما فيما يخص العنصر الأخير في المخطط التوجيهي والمتعلق بضرورة ملائمة الاستثمار مع المنتوج السياحي بطريقة تمكن المستثمر من استغلال المرفق السياحي على مدار السنة فاكد على أن ذلك يتطلب دراسة

[1] محمدي عز الدين " اهمية القطاع السياحي في تحقيق اهداف السياسة الاقتصادية حالة الجزائر" اطروحة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه جامعة الجزائر 2012 ص 318

جادة للسوق من جهة وقدرات على الابتكار في مجال المنتوج السياحي من جهة أخرى، وبخصوص الجودة السياحية فقال لها "تمثل تحد حقيقي" للقطاع في مجال الخدمات وتكوين المستخدمين والتعامل مع الهيكل الأفقي للقطاع.

المبحث الثالث: دور الرقمنة في تنمية القطاع السياحي في الجزائر

تسعى الجزائر منذ زمن طويل الى التحويل من بلد مصدر للسياح الى بلد مستقبل لهم، وفي ضوء التحسن النسبي في الجانب الامني و الاجتماعي و الاقتصادي بدأت السياحة الجزائرية تستعيد عافيتها وهو ما مكنها في بداية الالفية من استقطاب اعداد هائلة من السياح الاجانب، وهذا بسبب دور الرقمة القطاع السياحي في الجزائر، وبالتالي اصبحت الجزائر بلد مستقبل للسياح بامتياز في الآونة الاخيرة.

المطلب الأول: واقع الاقتصاد الرقمي في الجزائر

تطرقنا في هذا المطلب إلى تعريف الاقتصاد الرقمي ومدى تأثيره الكبير على المجالات الأساسية في حياة المجتمعات ومؤسساتها الاجتماعية والاقتصادية، حيث أدى تعميم استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال في الجزائر إلى بروز الاقتصاد الرقمي، والذي نتج عنه زيادة في المبادلات التجارية والمالية، رغم كل هذا لازلت الجزائر تسجل تأخرا نسبيا في هذا المجال مقارنة بالدول المتقدمة.

أولا: الاقتصاد الرقمي

الاقتصاد الرقمي كما حدده البنك الدولي"، هو عبارة عن مجموعة من الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي توفرها تكنولوجيات الإعلام والاتصال (TIC)، وعلينا أن نستوعب أن مجتمع المعلومات هو مرحلة من مراحل التنمية الاجتماعية، حيث يؤثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال تأثيرا كبيرا على المجالات الأساسية في حياة الإنسان ومؤسساته الاجتماعية و الاقتصادية، أي أن قطاعات التعليم، الصحة، النقل الثقافة الخدمات والإدارة العامة ترتبط بتطور مجتمع المعلومات ارتباطا وثيقا لبناء اقتصاد رقمي، واستخدام العامل الآلي عامة.

يعرف ايضا على انه ذلك نوع من الاقتصاد الذي يرتكز على استخدام التكنولوجيا المعلومات و الاتصال و التي تسهل عملية تدفق كل من المعلومات و السلع و الخدمات وحركة رؤوس الاموال من و الى اي نقطة من العالم و في اي وقت.[1]

ثانيا: بروز الاقتصاد الرقمي في الجزائر

إن تعميم استعمال تكنولوجيات الإعلام والاتصال، ومن ثم بروز الاقتصاد الرقمي في الجزائر مرهونان بتطوير صناعة محلية للتجهيزات والمضامين والخدمات الرقمية التي تسعى الجزائر إلى تطويرها، أضف إلى ذلك ضرورة إرساء بيئة ثقة من شأنها السماح بزيادة المبادلات التجارية والمالية عبر الاتصالات الالكترونية، وعليه تدعمت الجزائر بثلاثة (03) سلطات للتصديق الالكتروني:

- سلطة وطنية تضطلع بدور الاشراف والتسيير.

[1] – خالد رجم واخرون " واقع الاقتصاد الرقمي في الجزائر دراسة تحليلة لقطاع تكنولوجيا المعلومات و الاتصال" مجلة JEGE عدد 01 رقم 43-64 سنة 2018 ص 44

- سلطة حكومة مختصة لتوفير خدمات التصديق الالكتروني لفائدة الحكومة ومؤسسات الدولة والإدارة العمومية وسلطة اقتصادية مختصة للمؤسسات الاقتصادية.
- سلطة ضبط البريد والاتصالات الرقمية مكلفة بضمان تنظيم سوق البريد والاتصالات الالكترونية.

وقد باشرت هذه السلطات وظائفها منذ شهر مارس من سنة 2021، في إطار قانوني ومؤسساتي محفز لبروز بيئة تسودها الثقة تناسب تطوير استعمال تكنولوجيات الإعلام والاتصال، ويمثل الاقتصاد الرقمي القطاع الأكثر حيوية ضمن الاقتصاد العالمي بنسبة نمو تعادل ضعف نسبة الاقتصاد العادي فالتسويق والتجارة والدفع عبر الانترنت تساعد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على تجاوز العراقيل اللوجيستيكية والجغرافية وتسهل عليها النفاذ إلى الأسواق المحلية والدولية، وفي هذا الصدد قامت الجزائر بعدة إجراءات لتحسين وتطوير الاقتصاد الرقمي تمثلت فيما يلي : [1]

- تأهيل مستوى الإطار القانوني في هذا المجال لاسيما من خلال سن قانون يؤطر التجارة الالكترونية
- تطوير نظام بيئي مناسب لبروز المؤسسات الناشئة ونجاحا في مختلف القطاعات، لاسيما تلك القائمة على المعرفة والتكنولوجيا والابتكار .
- تطوير ووضع عدة أرضيات للتجارة الالكترونية على الخط تتناسب والخصوصيات الوطنية
- تنفيذ وترقية خدمات الدفع الالكتروني والمعاملات المالية الالكترونية
- تزويد التجار والهيئات الأخرى بنهائيات الدفع الالكتروني مجانا
- اطلاق الدفع الالكتروني عبر الهاتف النقال باستعمال رمز الاستجابة السريعة (QR code) أواخر شهر 2020

ومما سبق يتضح لنا جليا جهود الجزائر الحثيثة وتطلعها الجاد إلى العمل المشترك والفعال بين الدول الشقيقة والصديقة، لإرساء بيئة رقمية آمنه ومحفزة تجاري التحول الرقمي في العالم.

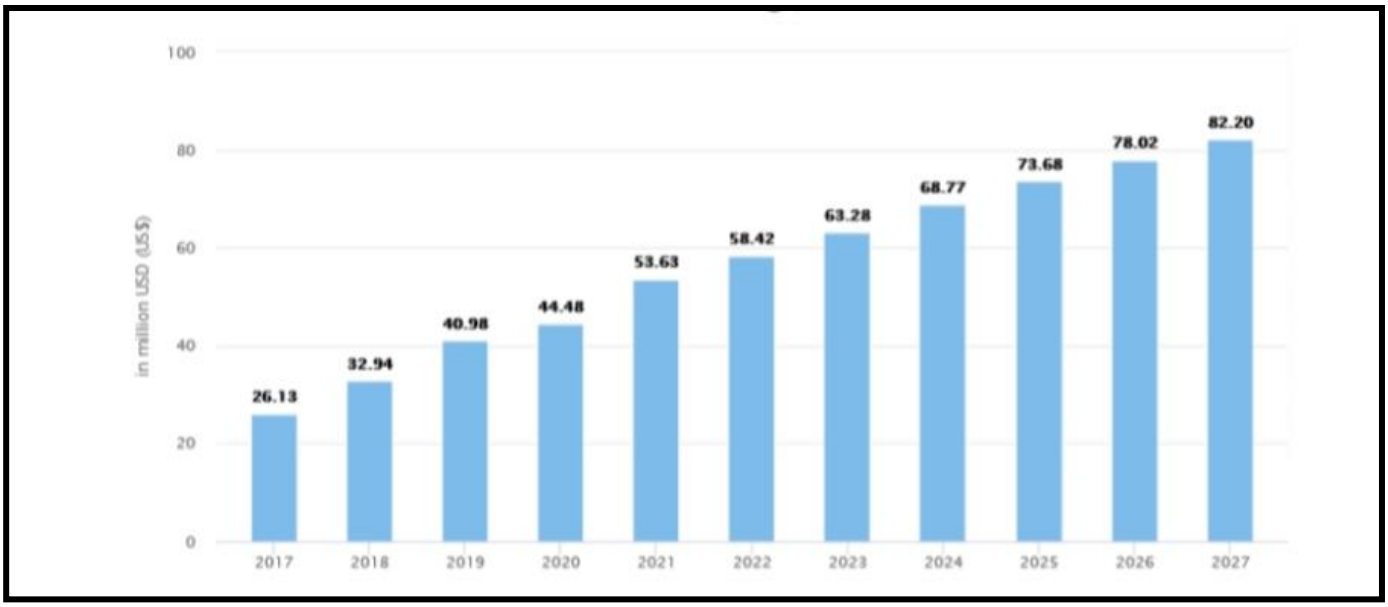
ثالثا: التحويلات الرقمية في الجزائر :

من المتوقع أن تصل قيمة المعاملات في سوق التحويلات الرقمية في الجزائر إلى 63.28 مليون دولار أمريكي في عام 2023 من المتوقع أن تظهر قيمة الصفقة معدل نمو سنوي (CAGR (2023-2027 بنسبة 6.76% مما يؤدي إلى مبلغ إجمالي متوقع قدره 82.20 مليون دولار أمريكي بحلول عام 2027 . وفي سوق التحويلات الرقمية، من المتوقع أن يصل عدد المستخدمين إلى 27 ألف مستخدم بحلول عام 2027 من

[1] – محمد حاج قاسي " التحول الرقمي في الجزائر في ظل تحديات الرقمنة الاقتصاد و الادارة العمومية" مجلة الدراسات القانية المجلد 05 العدد 02 سنة 2022 ص 1109

المتوقع أن يصل متوسط قيمة المعاملة لكل مستخدم في سوق ,التحويلات الرقمية إلى 3.97 ألف دولار أمريكي في عام 2023.[1]

الشكل رقم (02-02): يوضح قيم معاملات التحويلات الرقمية في الجزائر للفترة (2017-2023) مع توقعات إلى سنة2027



المصدر : شرقي أسماء و صفيح صادق " تجربة الجزائر في مجال التحول الرقمي واقع وتحديات" مرجع سبق ذكره ص 142

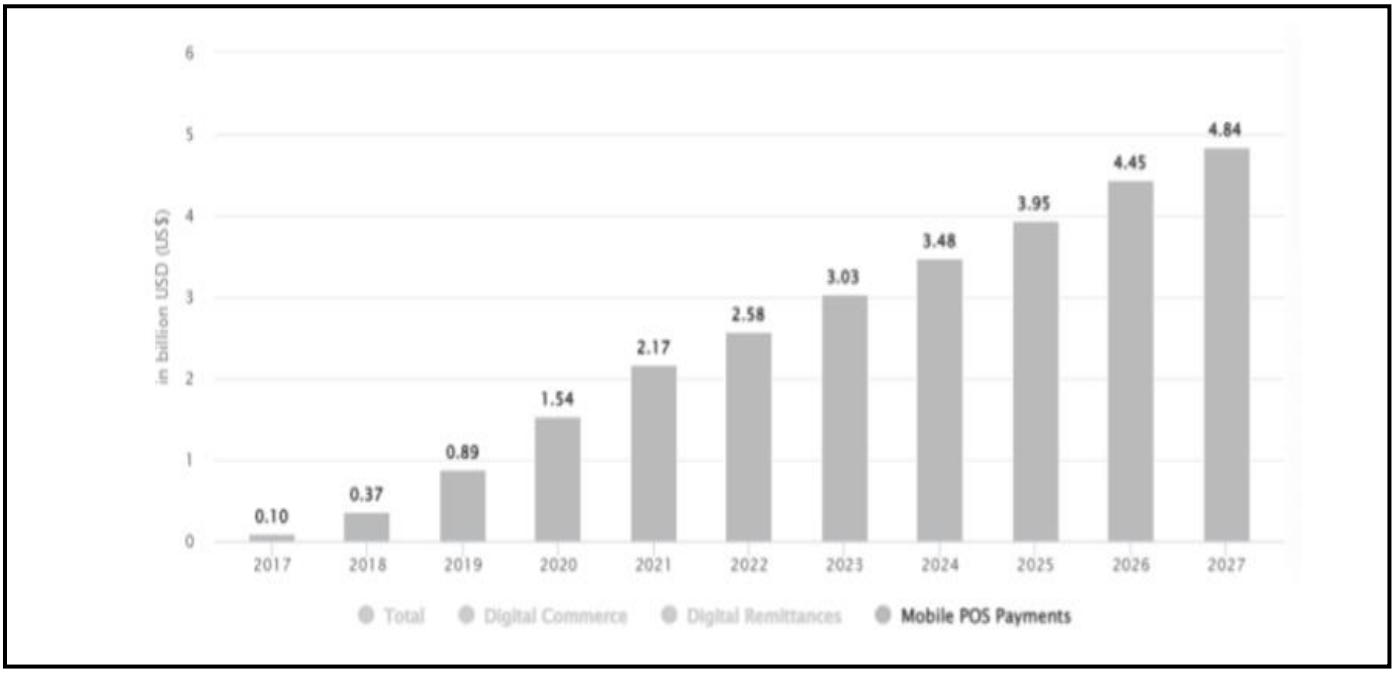
رابعا: الدفع الالكتروني في الجزائر :

حسب إحصائيات موقع Statista وصلت قيمة المدفوعات الرقمية في الجزائر في أفريل 2023 إلى 3.03 مليار دولار، يعتبر قطاع الدفع الالكتروني السوق الأكبر من بين المعاملات المالية في الجزائر، ويتوقع أن يستمر هذا الرقم في الارتفاع ليصل 4.84 مليار دولار سنة 2027 [2]

[1] – شرقي اسماء و صفيح صادق " تجربة الجزائر في مجال التحول الرقمي واقع وتحديات" مجلة الدراسات في الاقتصاد و ادارة الاعمال المجلد 06 العدد 02 ديسمبر 2023 ص 142

[2] – شرقي اسماء و صفيح صادق " تجربة الجزائر في مجال التحول الرقمي واقع وتحديات" مرجع سبق ذكره ص 141

الشكل رقم (02-03):قيمة المدفوعات الالكترونية في الجزائر (2017-2023) مع توقعات إلى سنة2027



المصدر : شرقي أسماء و صفيح صادق " تجربة الجزائر في مجال التحول الرقمي واقع وتحديات" مرجع سبق ذكره ص 141

المطلب الثاني: تجربة رقمنة قطاع السياحة في الجزائر

تجسيدا لبرنامج الحكومة الرامي إلى تنويع الاقتصاد وخلق ديناميكية جديدة، لاسيما في القطاعات الخلاقة للثروة والمناصب الشغل عكفت الحكومة الجزائرية بحزم وإصرار على تطوير قطاع السياحة وترقيته وإيلاته المكانة اللائقة به وجعله ركيزة اقتصادية حقيقية، من خلال التصنيف الاستراتيجي للطلب في مجال السياحة الوطنية والدولية مع تحديد الأنماط الواجب التركيز عليها.

وفي نفس السياق، تم وضع خطة وجهة الجزائر التي تعتمد على أقطاب التميز والجودة السياحية الشراكة بين القطاعين العام والخاص، مع فتح خطوط جديدة لشركات الطيران منخفضة التكلفة، ولتفعيل هذه الجهود على أرض الواقع، تم وضع إستراتيجية برنامج رقمنة قطاع السياحة والصناعة التقليدية 2021 2024، هدفها تسويق صورة وجهة الجزائر وهذا بمشاركة كل الفواعل.

وفي هذا السياق، وبمناسبة الانطلاقة التجريبية للنسخة الأولى للبوابة الإلكترونية مسارات الجزائر السياحية" في مارس 2022، شدد الوزير الأول: أيمن بن عبد الرحمان على رقمنة كافة النشاطات والهياكل التابعة للقطاع وهو ما تم معاينته من خلال إنشاء 26 منصة إلكترونية وتصميم 58 موقعا الكترونيا محليا، بالإضافة إلى وضع نظام المعلومات الجغرافي لتسيير المناطق والمواقع والهياكل السياحية حيز التنفيذ.

أما فيما يخص المسارات السياحية، فقد بلغت عند الانطلاقة التجريبية للبوابة إلى 281 مسار سياحي ليشهد ارتفاعا تدريجيا خلال الثلاثة أشهر المتتالية بإحصاء 377 مسار سياحي وهو عدد يفوق الأهداف المسطرة والمقدرة بـ 365 مسار، ليرتفع عدد المواقع السياحية شهر جوان 2022 إلى 1123 موقع، كما تم في ذات الشأن إدخال المعلومات المتعلقة بـ 58 وجهة محلية وإنشاء 116 حساب مستخدم لفائدة مسيري البوابة من الإدارة المركزية والمصالح الخارجية للقطاع والقطاعات المعنية ذات الصلة بالبوابة.

كما أكد الوزير الأول، أن البوابة الإلكترونية تعد منتجا سياحيا في حد ذاته، حيث تختصر الطريق أمام السياح على اختلاف مشاربهم في اختيار الوجهة والمسار الذي يلائمهم سواء من حيث الاهتمامات أكانت ثقافية أثرية طبيعية أو دينية أو من حيث قدراتهم المادية أو اللوجستية، وهي بذلك نافذة مفتوحة للسائح حيثما كان، ليتسنى له رسم مساره بحسب إمكاناته، ما من شأنه تطوير السياحة الداخلية بالدرجة الأولى، والتي تختلف من قطاع إلى آخر وتتنوع من منطقة لأخرى.[1]

اولا: حصيلة الانجازات في قطاع السياحة

رغم التنافسية الشرسة الموجودة على مستوى البحر المتوسط، كوجهة أولى للسياحية في العالم، الذي يضم مجموعة من الدول الرائدة في هذا المجال ، نعتبر أن الجزائر في طريق بناء مسارها لضمان مكانتها في الخارطة السياحية العالمية، بفضل المجهودات العديدة التي قامت بها الدولة لتحفيز السياحة في الجزائر خاصة فيما يتعلق بالتسهيلات المقدمة في مجال الاستثمار.

يجدر بالذكر، أن مخطط عمل الحكومة يركز على تطوير السياحة الداخلية خصوصا الحموية مع إعادة تطهير وتأهيل العقار الموجه للاستثمار، وإعادة بعث المقصد السياحي الجزائري لتكون وجهة سياحية على مستوى العالم تجسيدا لتعليمات السيد رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون.

أمضت الجزائر على عدة اتفاقيات مع عديد الدول التي عرفت تطورا في هذا المجال بهدف الاستلهام من خبرتها ومعرفتها وتجنب الوقوع في اخطاءها، لكن تبقى غايتنا الراسخة هي التموقع الدائم في سوق السياحة والأسفار وعدم التشبه بالآخرين، وكذلك التفرد بمنتوجات أصلية تعكس مصداقية بلدنا، وهدفنا هو منح الوجهة الجزائرية علامتها الخاصة ذات الطابع الإنساني والبيئي، تماشيا و أهداف التنمية المستدامة.[2]

ثانيا : رقمنة قطاع السياحة في الجزائر

لقد وضعنا، الى جانب عدة قطاعات وزارية، برنامج رقمنة يتمثل في عدة عمليات مرتبطة بوضع حلول وأرضيات رقمية لمعالجة الملفات، ونسعى في الوقت الحالي لربط كل المصالح الداخلية والخارجية عن طريق رابط مباشر ودائم حيث أن كل المعنيين مطالبين بالتدخل، كل في مجال تخصصه، فيما يخص الرد

[1] – – محمد حاج قاسي " التحول الرقمي في الجزائر في ظل تحديات الرقمنة الاقتصاد و الادارة العمومية" مرجع سبق ذكره 2022 ص 1114

[2] – موقع وزارة السياحة https://www.mta.gov.dz/ اطلع عليه يوم 2024/05/05 على الساعة 03:00 صباحا.

السريع لكل طلبات المواطنين ولتحديد مسؤوليات المتدخلين في هذه السلسلة الرقمية. في هذا الإطار، وعلى سبيل المثال نشير الى الأرضية الرقمية الموجهة لوكالات السياحة والأسفار، والتي تسمح للمواطنين بتحويل طلباتهم عن طريق هذه الأرضية واستقبال نتائج معالجة ملفاتهم، في آجال قصيرة من خلال:

1- التكوين السياحي للرفع من جودة الخدمة السياحية:

إن استراتيجية الحكومة في مجال التكوين هدفه تثمين الموارد البشرية وضمان تغطية التراب الوطني بكل حاجيات التكوين، عن طريق عروض مناسبة من خلال عصرنة آليات التكوين، وتكوين المكونين وكذلك تقوية عروض التكوين عن طريق انشاء مؤسسات جديدة ووضع فروع وتخصصات جديدة.

يتعلق كذلك بالاستثمار في تنظيم وتطوير الهندسة الإقليمية، وحاليا قطاعنا وضع تحت تصرفه عدة مؤسسات، كالمدرسة الوطنية للسياحة والفندقة ومعهدي بوسعادة وتيزي وزو، وكذلك فروعهم في ولايتي تلمسان وورقلة كما أننا نعتمد كذلك على القطاع الخاص والفنادق، بهدف التأقلم والاستهلاك السياحي الذي يعرف تطورا مستمرا خصوصا من خلال ادماج مبدأ الرقمنة في برامج التكوين.

2- انجازات القطاع السياحي خلال السنوات الاخيرة : تسجل السياحة منذ عقد من الزمن متوسط سنوي يمثل حوالي :

- 2.2 مليون من دخول عن طريق الحدود، حيث عرف هذا التوافد ارتفاع تصاعدي خصوصا بعد جائحة كورونا،
- 270 ألف عامل في الفندقة والمطاعم و المقاهي ،
- 2 بالمئة من الناتج المحلي خارج المحروقات،
- 274 مليون دولار من مداخيل السياحة من العملة الصعبة.

لكن في سنة 2023 يمكنني أن أؤكد أن التوافد السياحي تجاوز عتبة 3 ملايين سائح، حيث أن هذا الرقم لم يتم تحقيقه منذ عشرات السنين.

فيما يخص السياحة الداخلية في الموسمين الصيفيين السابقين أحصينا أكثر من 10 ملايين جزائري قضوا عطلتهم السياحية في 14 ولاية ساحلية ، منهم 20 بالمئة بالتقريب أقاموا في مؤسسات فندقية و80 بالمئة تبنوا "صيغة لدى الساكن". إضافة إلى الاحصائيات الخاصة بالتوافد نحو الشواطئ التي أعطت ديناميكية تجارية حقيقة على مستوى الولايات الساحلية والولايات المحاذية لها والتي أحصيناها بأكثر من 200 مليار دينار[1].

[1] – موقع وزارة السياحة https://www.mta.gov.dz/ مرجع سبق ذكره

ثالثا: مستقبل السياحة الرقمية

مع نهاية سنة 2019 وخلال سنة 2020، صدرت العديد من التقارير الهامة، على غرار، السياحة الرقمية مع التكنولوجيا الغامرة، والسوق الرقمي للسياحة الغامرة، وكلها تشير إلى أنه في سنة 2019، تم تخفيض أكثر من 50% من تطبيقات السفر لحجوزات رحلات الطيران والفنادق، بما يوحي بأن التعاملات المالية الرقمية في هذا المجال ستكون سوق رائجة بحلول عام 2023، وعليه يقع على عاتق وزارتي السياحة والصناعات التقليدية، ووزارة الثقافة وضع بنك المعلومات والترويج الرقمي للمقاصد السياحية التي تزخر بها الجزائر على غرار القلاع الحضارية، المدن العتيقة، والحظائر الإنسانية.

الى جانب ذلك العمل على نشر ثقافة السياحة في الفكر الجزائري، وذلك يكون من خلال إدراج مادة في المقررات المدرسية بعنوان "التربية السياحية" حتى نضمن تنشئة الفرد الجزائري من الصغر على قواعد السياحة وأصولها والكيفية التي نمارسها، وتزويده بمعطيات تجعله يتقبل الفعل السياحي، باعتباره رافد من أهم الروافد الذي يغذي الخزينة العمومية، وتطوير التجارة والترويج للصناعات الجزائرية خاصة تلك التي لها علاقة مع تراثنا الثقافي، ويرى ضرورة الاقتداء بجيراننا وكيفية تعاملهم مع السياح الأجانب منهم والمحليين، وهو الدور الموكل إلى وزارة التربية الوطنية التي يجب أن ترافق النشاط السياحي، من خلال وضع مادة لتدريس التلاميذ أثر السياحة على التنمية الاقتصادية ضمن منهجها الدراسي، فتنمي في ذهنية أطفالها في هذا المجال فيتعلم الأفراد أساليب عن كيفية التعامل مع السياح وتصبح مع مرور الزمن من العادات المرتبطة بالتربية تخدم هذا المجال.

إن الجزائري اليوم غير الجزائري الأمس، خاصة بعد الانفتاح على العالم الخارجي، وبعد الزيارات التي قادته إلى مختلف الدول وإقامته في الفنادق واطلاعه على نوعية الخدمات التي تقدم فيها، كل هذا أكسبه ثقافة السياحة، وتبقى السياحة عالم واسع لا يشمل فقط السياحة البحرية، أو مرتبطة بفصل الصيف فقط، بل هناك تنوع سياحي على غرار السياحة الدينية والعلاجية والتاريخية وغيرها من الأنماط التي يمكن أن نعتمد عليها لتطوير مداخيل الجزائر من العملة الصعبة.[1]

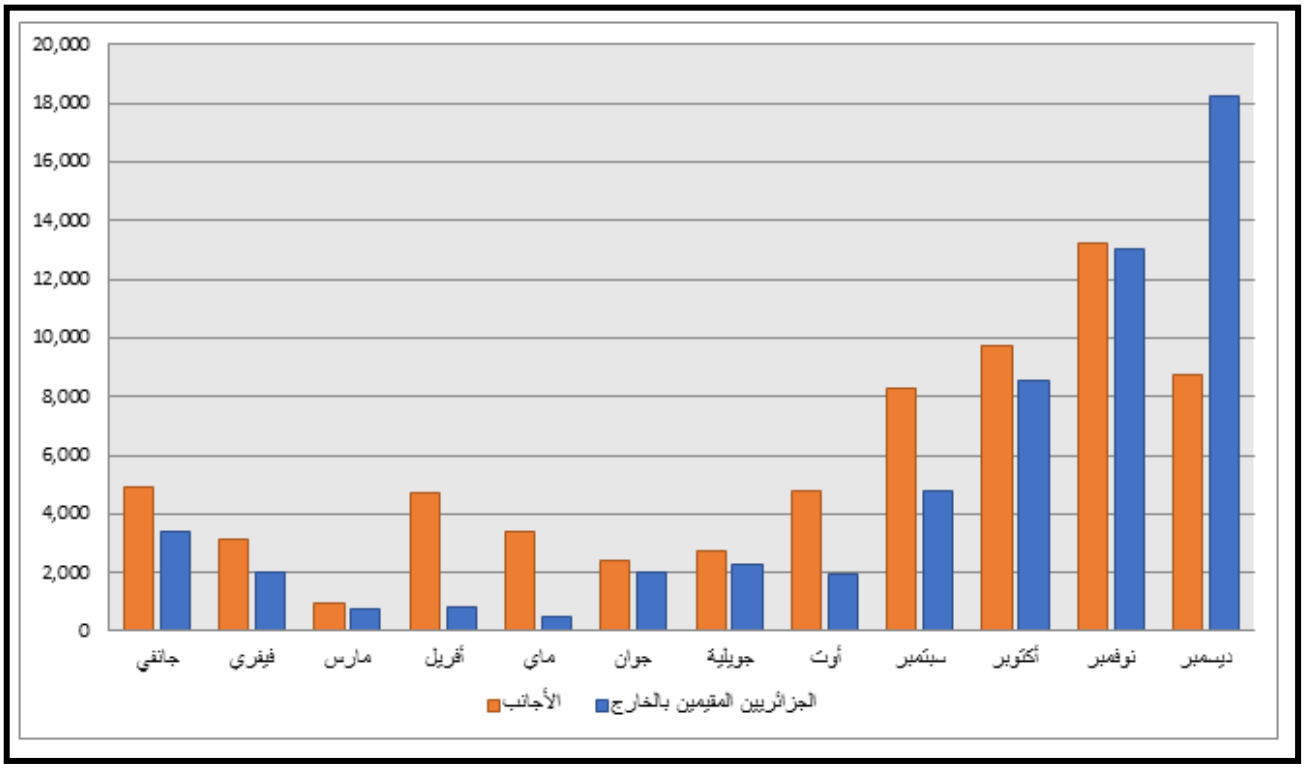
[1] – أ.د. بركات احمد " رقمنة الاقتصاد السياحي رهان التنمية المستدامة" ص12-13

المطلب الثالث: احصائيات السياحة في الجزائر

سنحاول من خلال هذا المطلب الى دراسة احصائية من خلال التعرف على تطور السياحة في الجزائر خلال مرحلة من 2017 الى 2021 .

اولا: دخول السواح عبر الحدود الجزائرية 2020-2021

الشكل رقم(02-04): دخول السواح عبر الحدود الجزائرية 2020-2021



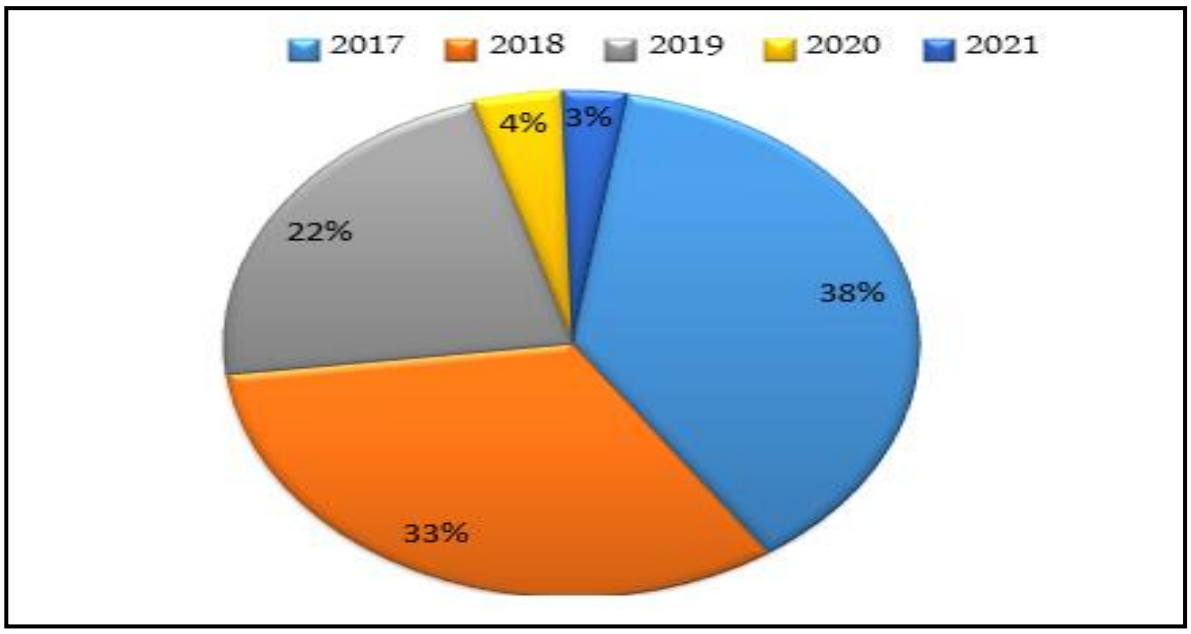
المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية مديرية المنظومات الإعلامية والإحصائيات

https://www.mta.gov.dz

من خلال المعطيات يتضح لنا أنه هنا لك ارتفاع محسوس لعدد السواح الوافدين عبر الحدود لسنة 2021 والتي تشكل منحى تصاعدي وخاصة خلال الثلاثيين الثالث والرابع، ذلك راجع لتخفيف من الإجراءات المتخذة للقضاء على تفشي وباء كورونا.

ثانيا: تطور دخول السياح عبر الحدود الجزائرية 2017-2021

الشكل رقم (02-05) : تطور دخول السياح عبر الحدود الجزائرية 2017-2021



المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية مديرية المنظومات الإعلامية والإحصائيات

https://www.mta.gov.dz

يلاحظ من خلال الجدول ان هناك تطور في دخول عدد السياح عبر الحدود الجزائرية 2017-2021 من نسبة 04% الى 38 % و هذا ناتج الى التحسن في الظروف الاقتصادية و الاجتماعية و الامنية و الصحية في الجزائر.

ثالثا: ترتيب دخول السياح الأجانب حسب البلدان الوافدة لسنة 2021

الجدول رقم(02-03): ترتيب دخول السياح الأجانب حسب البلدان الوافدة لسنة 2021

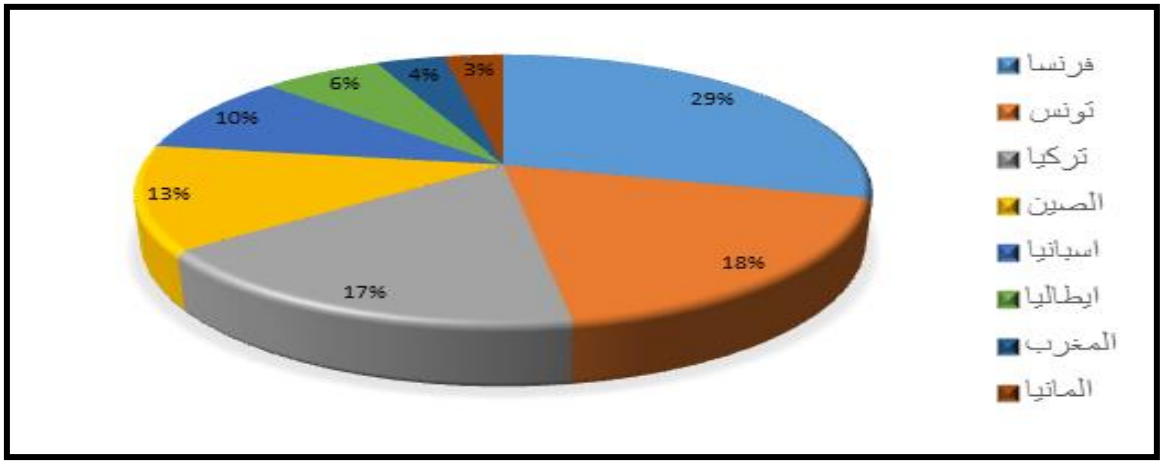
البلدان	السياح الأجانب	%	معدل النمو
فرنسا	11 964	17,86%	-67,29%
تونس	7 648	11,42%	-97,93%
تركيا	7 152	10,68%	-16,26%
الصين	5 192	7,75%	3,99%
اسبانيا	3 961	5,91%	-47,78%
ايطاليا	2 615	3,90%	-41,99%
المغرب	1 492	2,23%	-92,52%
المانيا	1 288	1,92%	-47,71%

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية مديرية المنظومات الإعلامية والإحصائيات

https://www.mta.gov.dz

يلاحظ من خلال الجدول الذي يخص ترتيب دخول السياح الأجانب حسب البلدان الوافدة الى الجزائر خلال لسنة 2021 بلغت نسبة 17,86% لفرنسا وبعدها كل من تونس وتركيا بنسبة 11,42%و 10,68% على توالي وهذا بسبب تقارب المسافة بين البلدان الثلاثة وكذا المواقع و المدن السياحية التي تسخر بها هذه الدول وبعدها تأتي كل من الصين بنسبة 7,75% و نسبة 5,91% لإسبانيا وفي الاخير تأتي الدول إيطاليا المغرب المانيا و الممثلة في الجدول التالي:

الشكل رقم (02-06): ترتيب دخول السياح الأجانب حسب البلدان الوافدة لسنة 2021



المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية مديرية المنظومات الإعلامية والإحصائيات https://www.mta.gov.dz

رابعا: توزيع الوافدين الجزائريين المقيمين بالخارج الى الجزائر (2017-2021)

الجدول رقم(02-04): توزيع الوافدين الجزائريين المقيمين بالخارج الى الجزائر (2017-2021)

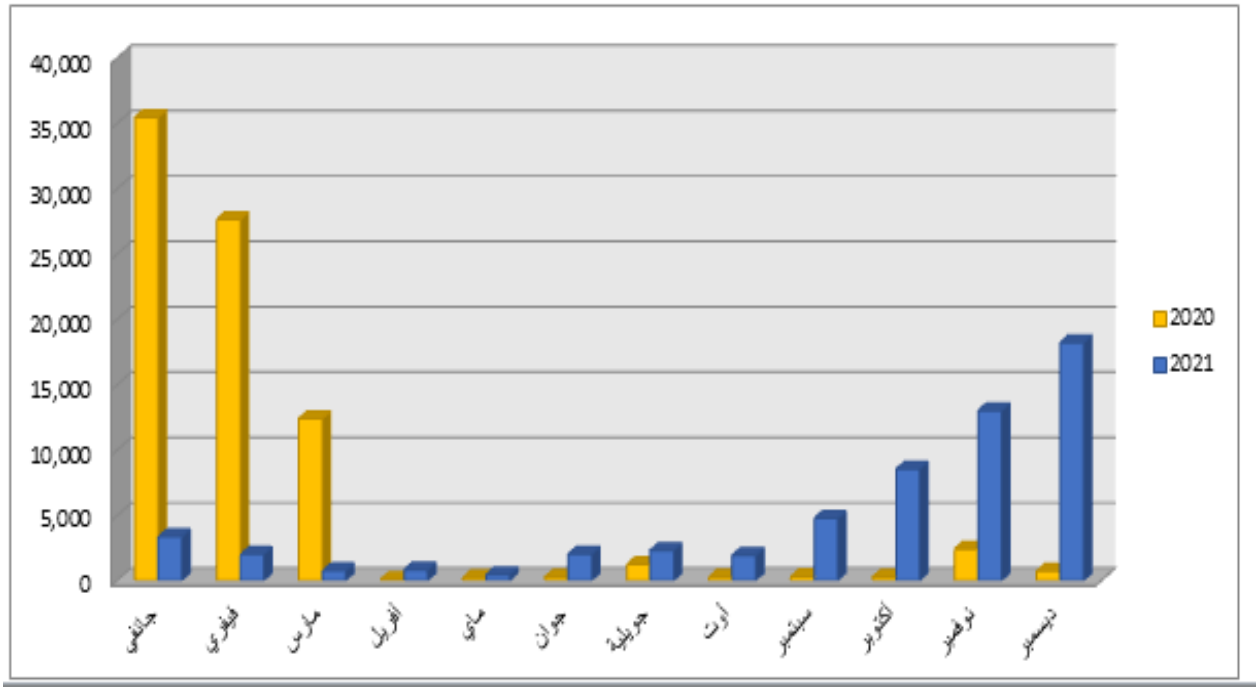
	الثلاثي الأول			الثلاثي الثاني			الثلاثي الثالث			الثلاثي الرابع			المجموع
	جانفي	فيفري	مارس	أفريل	ماي	جوان	جويلية	أوت	سبتمبر	أكتوبر	نوفمبر	ديسمبر	
2017	49 671	54 783	54 823	83 028	57 730	67 061	142 191	93 664	33 536	42 819	31 583	31 521	**742 410**
	159 277			207 819			269 391			105 923			
2018	29 951	34 510	41 497	93 382	33 670	47 571	97 835	117 749	31 766	45 017	29 543	35 869	**638 360**
	105 958			174 623			247 350			110 429			
2019	30 037	32 239	36 228	39 026	24 929	39 133	81 050	53 781	28 765	33 975	21 763	16 352	**437 278**
	98 504			103 088			163 596			72 090			
2020	35 454	27 654	12 393	93	223	262	1 234	255	301	285	2 423	718	**81 295**
	75 501			578			1 790			3 426			
2021	3 375	2 014	759	830	466	2 022	2 308	1 943	4 760	8 539	13 009	18 218	**58 243**
	6 148			3 318			9 011			39 766			

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية مديرية المنظومات الإعلامية والإحصائيات

https://www.mta.gov.dz

سجل الوافدين الجزائريين المقيمين بالخارج الى الجزائر ارتفاعا خلال الثلاثي الرابع من سنة 2021 كما يوضحه التمثيل البياني مقارنة بالفتر نفسها من السنة الفارطة، إلا ان هذا الارتفاع يبقى منخفض مقارنة بالسنوات ما قبل انتشار الوباء، و الممثلة في الشكل التالي :

الشكل رقم(02-07): توزيع الوافدين الجزائريين المقيمين بالخارج الى الجزائر (2017-2021)



المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية مديرية المنظومات الإعلامية والإحصائيات

https://www.mta.gov.dz

خامسا: اهم الوجهات لحركة المواطنين المقيمين في الجزائر عبر الحدود الجزائرية لسنة 2021

الجدول رقم(02-05): اهم الوجهات لحركة المواطنين المقيمين في الجزائر عبر الحدود الجزائرية لسنة 2021

بلد الاتجاه	خروج الجزائريين المقيمين	%	معدل النمو
فرنسا	200 257	58,19%	-47,46%
تركيا	31 635	9,19%	-49,07%
اسبانيا	27 486	7,99%	-62,69%
قطر	24 549	7,13%	290,47%
تونس	15 947	4,63%	-97,67%
المانيا	11 779	3,42%	-8,83%
الامارات العربية	7 840	2,28%	-74,01%
ايطاليا	6 232	1,81%	-25,99%

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية مديرية المنظومات الإعلامية والإحصائيات

https://www.mta.gov.dz

تبقى اهم الوجهات للمواطنين الجزائريين الى الخارج معروفة، كما ان عدد المواطنين المتوجهون لمختلف وجهاتهم المعتادة ارتفعت بنسب كبيرة خلال الثلاثي الرابع 2021 مقارنة بنفس الفترة من سنة 2020 إلا أن هذا الارتفاع يبقى منخفض إذا قارناه مع السنوات الفارطة قبل تفشي الوباء كورونا 19 و الممثلة في الشكل التالي :

الشكل رقم(02-08): اهم الوجهات لحركة المواطنين المقيمين في الجزائر عبر الحدود الجزائرية لسنة 2021

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية مديرية المنظومات الإعلامية والإحصائيات

https://www.mta.gov.dz

سادسا: التدفق السياحي بين سنة (2017-2021)

الجدول رقم(02-05): التدفق السياحي بين سنة (2017-2021)

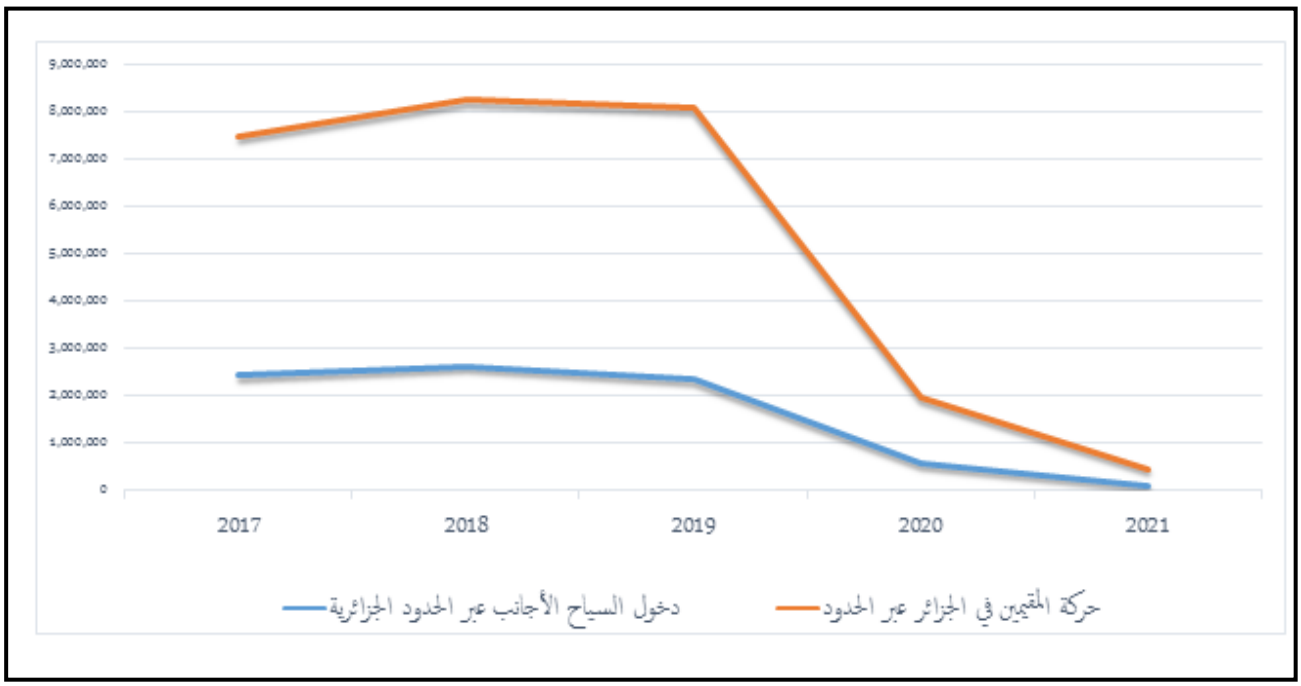
	2017	2018	2019	2020	2021
دخول السياح الأجانب عبر الحدود الجزائرية	2 450 785	2 657 113	2 371 056	591 031	125 238
حركة المقيمين في الجزائر عبر الحدود	5 058 404	5 609 947	5 731 814	1 385 601	344 162

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية مديرية المنظومات الإعلامية والإحصائيات

https://www.mta.gov.dz

رغم الفارق قي حركة المرور للسياح عبر الحدود بين سنة (2020/2021) الذي كان سلبيا، إلا أنه هنالك عودة في ارتفاع لحركة المرور للسياح و خاصة خلال الثلاثي الرابع مقارنة بنفس الفترة من السنة الفارطة و الممثلة في الشكل التالي :

الشكل رقم(02-09): التدفق السياحي بين سنة (2017-2021)



المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية مديرية المنظومات الإعلامية والإحصائيات

https://www.mta.gov.dz

خلاصة الفصل

تعتبر السياحة نشاطا رئيسيا من الأنشطة التي تتعلق بتحقيق التنمية المستدامة بمختلف أبعادها ومن اجل ترسيخ مفهوم الاستدامة على السياحة يجب الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة لتنميتها وتطويرها ومن اجل تحقيق استراتيجيات فعلي السياحة والقطاعات المرتبطة بها الاعتماد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال المتطورة والتي أدت إلى ظهور أشكال جديدة من السياحة المتطورة كالسياحة الالكترونية وهذا يعمل على تطوير وتحسين الخدمات السياحية التي تلعب فيها التكنولوجيا الرقمية دورا كبيرا لجذب السياح، وذلك بالتعرض إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتطوير في السياحة وتطبيق ذلك ميدانيا، حيث يجب استخدام التكنولوجيا المتطورة سواء بالنسبة للمنتجات والخدمات السياحية أو بالنسبة للخدمات المساعدة ووضع إطار قانوني وتشريعي واضح ودقيق يكون نابعا عن متطلبات تنشيط السياحة بصفة عامة والسياحة الالكترونية بصفة خاصة من اجل التسيير المحكم للمؤسسات والوكالات السياحية الذي يتماشى مع التكنولوجيا الحديثة والإشكال المتجسدة التي تفرضها السياحة الالكترونية.

الخاتمة

خاتمة:

تعتبر الجزائر إحدى أبرز مناطق الجذب السياحي، نظرا لما تتمتع به من مقومات وإمكانيات سياحية عديدة وجذابة، هذا ما جعلها قطبا سياحيا يجذب إليه السياح من كل مكان وجعلها متنفسا لسائحين خاصة، كما ان اهتمام السائحين بأنواع مختلفة من السياحة مثل السياحة الصحراوية والتي جعل من الصحراء الجزائرية قبلة هؤلاء الفئة، والسياحة الحموية التي تستقطب فئة كبيرة من الناس خاصة ذوي الأمراض المزمنة وكبار السن وغيرهم الأمر نفسه جعل من الحمامات المعدنية متوحدة عبر تراب الوطن قبلة لهم، إلى غير ذلك من أنواع السياحة المتوفرة مثل سياحة الآثار والسياحة الشاطئية والجبلية.

إن هذا التنوع في الطبيعة والتضاريس والمناخ بالإضافة إلى تنوع الآثار التاريخية والمعالم الحضارية الحديثة، جعل الدولة قلم بالسياحة باعتبارها مورد وقطاع اقتصادي مهم ليكون رهانا للتنوع الاقتصادي بديلا اقتصاديا لعائدات البترول، فتقوم في الوقت. الحالي بإعادة بحث القطاع السياحي وتنشيط السياحة الداخلية من خلال تسهيل الحصول على العقار السياحي، تشجيع الاستثمارات وتحويل المشاريع السياحية، وترقية وجهة الجزائر من خلال اللجوء إلى التكنولوجيات الجديدة والترويح الإعلامي بالإضافة إلى تفعيل دور الوكالات السياحية للتعريف بمناطق الجذب السياحي.

إلى جدية اهتمام الدولة بالقطاع السياحي على النحو الذي يجعل منه قطاعات يدر موارد مالية هامة، ويساعد على توفير اليد العاملة وامتصاص البطالة والتنمية المحلية للمناطق السياحية والمناطق المحاورة لها، كما تجعله رهانا للتنويع الاقتصادي بامتياز.

يمكن أن نلخص في الختام بأن رقمنة قطاع السياحة لهما دور فعال في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والتي ينجر عنها تحقيق التنمية المستدامة عن طريق تنمية الحركة السياحية وزيادة تدفق الموارد المالية للدولة مما يزيد قدرتها على الانفاق في مجالات الاستثمار والخدمات الاجتماعية المختلفة إضافة إلى تنمية وخلق علاقات تجارية وسياسية بين الدول فالسياحة أحتل موقعا متميزا في الاقتصاد الجزائري وموردا مهما يكون بديلا للريع البترولي.

1- اختبار الفرضيات:

- **نعم الفرضية الاولى صحيحة** : التي مفادها يرتبط تطوير القطاع السياحي ورقمنته بمدى قدرة الدولة في بناء إستراتيجية واضحة وهادفة.

للنجاح في رقمنة قطاع السياحة لابد على الدولة بناء إستراتيجية واضحة وهادفة، من خلال الاستثمار في البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وهو أمر ضروري لتشجيع الأعمال الرقمية على النمو

والازدهار عن طريق تهيئة بيئة أعمال مواتية، ويجب أن يكون تحقيق تكافؤ الفرص بين الشركات أولوية قصوى.

- **نعم الفرضية الثانية صحيحة:** التي مفادها تهدف رقمنة القطاع السياحي الى تطوير الاقتصاد الوطني من خلال العائدات السياحية.

تعد السياحة مصدرا مهما من مصادر التنويع الاقتصادي في الجزائر، لما تمتع به من مقومات سياحية ومناطق للجلب السياحي، و أصبحت هناك حاجة ملحة لتحقيق التنويع الاقتصادي في الجزائر، التي تعتمد على مصدر وحيد كالنفط في تمويل موازنتها العامة وكذلك في الحصول على الإيرادات العامة.

2- نتائج الدراسة:

من خلال هذه الدراسة، توصلنا الى النتائج التالية:

- تتجسد أهمية التنويع الاقتصادي في تجنب خطر الازمات الاقتصادية والتخفيف منها وخلق حالة اجابية من التفاعل والتشابك القطاعي ما بين القطاعات الاقتصادية وبالتالي توليد المزيد من الوظائف والحد من البطالة، وبالتالي يمهد تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة.
- إذا أرادت الدولة أن تحقق النجاح، يتعين على رجالها واضعي السياسات أن يفكروا أبعد من إصلاح السياسات التقليدية التي ترتكز عليها الشركات، ولتعزيز الاقتصاد الرقمي المزدهر، تحتاج السياسات إلى دعم الأفراد أيضا، ويمكن لبرامج الحماية الاجتماعية القوية أن تساعد الناس على التكيف مع أسواق العمل الأكثر مرونة الناتجة عن التكنولوجيا الرقمية.
- للنجاح في الاقتصاد الرقمي لابد من الاستثمار في البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وهو أمر ضروري، ومن يعيشون في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا من بين الأكثر حرمانا من هذه الخدمات.
- تساعد السياحة في رفع مستوى المعيشة وزيادة اليد العاملة والحد من البطالة والتنمية المحلية.
- تعمل الدولة على الاهتمام بالقطاع السياحي باعتباره بديلا اقتصاديا ولكن بوتيرة محتشمة.
- تعتبر وزارة السياحة والصناعة التقليدية الهيئة المشرفة على القطاع السياحي الجزائري حيث تعمل على إعداد وتنفيذ مختلف الإستراتيجيات والآليات التي من شأنها النهوض بالقطاع.

3- الإقتراحات:

بناءا على ما تم دراسته فإن الإقتراحات التي تم الخروج بها هي:

- ازالة كافة العوائق والعقبات السياسية والاقتصادية والقانونية والإدارية أمام السياحة كي تأخذ دورها الحقيقي في تنويع مصادر الدخل القومي.
- ضرورة الاهتمام أكثر بالقطاع السياحي وجعله من أولويات الدولة من خلال زيادة الإنفاق الحكومي عليه. ضرورة التوسع في الهياكل السياحية لإستيعاب أكبر قدر من الحركة السياحية
- ضرورة تنمية الجانب الإلكتروني في الترويج السياحي بالديوان الوطني للسياحة فتجد أن نتائج عمل المؤثرين أو صناع المحتوى يفوق بكثير نتائج الديوان الوطني للسياحة كهيئة رسمية.
- تسهيل وتشجيع الإستثمار في القطاع السياحي بالجزائر.
- التوعية بأهمية الحفاظ على المعالم السياحية لتحقيق السياحة المستدامة.
- الاهتمام بشكل أكبر بصناع المحتوى أو المؤثرين وتفعيل دورهم في عملية الترويج السياحي.
- إعادة النظر في تسعير الخدمات السياحية لتشجيع السياحة الداخلية بشكل أكبر.
- تحفيز وتفعيل دور القطاع الخاص بصورة عامة وفي النشاط السياحي بصورة خاصة، وتوفير كافة المستلزمات التي تحتاجها من أجل زيادة الاستثمار السياحي في الجزائر.
- العمل على إحصاء وتطوير كل المواقع ومناطق الجذب السياحي في كل التراب الوطني..
- العمل على عصرنة المؤسسات الفندقية وتحسين الخدمات فيها، ومراجعة المنظومة السعرية لها بما يتماشي مع قدرات الشرائية للسائحين المحليون خاصة.
- إعطاء المنظمات ووكالات السياحة والسفر الدور المحوري في عملية الترويج والتعريف بالمناطق السياحية ومناطق الجذب.
- تجب على الإعلام لعب دورا أساسيا بالتعريف بالسياحة والقطاع السياحي والمقومات السياحية .

3- آفاق الدراسة:

يمكن إقتراح مجموعة من المواضيع المتوسع أكثر في مجال السياحة وكل الجوانب التي تتعلق بها:

- واقع الترويج السياحي الإلكتروني بالجزائر.
- الإعلام السياحي ودوره في تحقيق السياحة المستدامة.
- جودة الخدمات السياحية ودورها في تنمية السياحة.
- آليات ومحددات تطوير القطاع السياحي بالجزائر .

قائمة

المصادر و المراجع

قائمة المصادر والمراجع

اولا : الكتب

1. أحمد محمد الحبشي. تحديات رقمنة قطاع السياحة في الوطن العربي ،2020

2. بركات احمد " رقمنة الاقتصاد السياحي رهان التنمية المستدامة"

3. سليم، بطرس جلدة، مبادئ ادارة مكاتب السياحة والسفر، ط، دار الخليج، لبنان، 2009

4. عبتَ الرحباني ،الاعلام الرقمي)الالكتروني(، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع،2012

5. عثمان محمد غنيم ، بنيتا نبيل ، سعد ، "التخطيط السياحي ". دار الصفاء للطباعة والنشر عمان ، 1999.

6. فاطمة الزهراء عبد الحميد ، دورة التنمية والسياحة، جامعة القاهرة، أبريل 2016 جليلة حسن حسنين ، التنمية السياحية ، الدار الجامعية مصر، 2006

7. فريد النجار ،دور تكنولوجيا المعلومات في التحول نحو المنظمات الرقمية، مصر، الانظمة العربية للتنمية الإدارية، سنة 2004

8. محمد منير حجاب ،"الإعلام السياحي".دار الفجر للنشر والتوزيع،مصر،2008.

9. مرنً خالص حستُ، الحكومة الالكتًونية، كلية بغداد الاقتصادية، وزارة الداخلية، العراق ،2013،

10. وائل عبد العظيم ، العوامل التي تؤثر على رقمنة قطاع السياحة في الدول العربية، 2019،

ثانيا: المذكرات

11. سعيد بن الحضر،" استخدام نماذج الاقتصاد القياسي في التنبؤ بمكونات السوق السياحية دراسة حالة قطاع السياحة في الجزائر"، رسالة ماجستير التخصص التحليل الاقتصادي والتقنيات الكمية جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، (2013

12. عداد رشيدة " التسويق في المؤسسة الخدمية دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة " رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة الجزائر 2002.

13. قويدر لويزة " السياحة من منظور اقتصادي وسبل ترقيتها في الجزائر"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 2002

14. قويدر لويزة "اقتصاد السياحة وسبل ترقيتها في الجزائر"، أطروحة دكتوراه، تخصص تحليل اقتصادي، جامعة الجزائر، 2010

15. كواش خالد" أهمية التسويق السياحي في تنمية القطاع السياحي بالجزائر السياحة بالجنوب الغربي"، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2006.

16. محمدي عز الدين " اهمية القطاع السياحي في تحقيق اهداف السياسة الاقتصادية حالة الجزائر" اطروحة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه جامعة الجزائر

17. هدير عبد القادر" التسويق السياحي ودوره في ترقية الخدمات السياحية حالة الجزائر"، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3 سنة 2013

ثالثا: المجالات

18. ابضد فرج ابضد ،الرقمنة داخل مؤسسات المعلومات ام خارجها، المملكة المتحدة، جامعة الأمام احمد بن سعود الاسلامية العدد 4، سنة 2009

19. أبضد، الكبيسي ،تطور النظم الألية في المكتبات من الحوسبة إلى الرقمنة الافتراضية، مجلة العربية، العدد 29، 2008

20. أحمد تاج الدين صحراوي، ووسيلة السبتي. السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول. مجلة نماء للإقصاد والتجارة ،14 ديسمبر ،2017

21. أحمد علي، "أهمية السياحة في تعزيز النمو الاقتصادي"، مجلة الاقتصاد والتجارة، العدد 22، 2018

22. بضد فرج ابضد ،الرقمنة داخل مؤسسات المعلومات ام خارجها، المملكة المتحدة، جامعة الأمام احمد بن سعود الاسلامية العدد 4، سنة 2009

23. بن نافلة قدور، مرزوق عاشور، التنمية السياحية :في خدمة الدول المتقدمة والنامية على السواء، الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، بسكرة، ايام 09 و 10مارس

24. حشماوي محمد، بوقلاشي عماد، الاهتمام بالمورد البشري في القطاع السياحي كمدخل من مداخل تحقيق التنمية السياحية في الجزائر، مجلة المناجر، المدرسة التحضيرية في العلوم الاقتصادية التجارية و علوم التسيير، العدد 01، بدون سنة نشر

25. خالد رجم واخرون " واقع الاقتصاد الرقمي في الجزائر دراسة تحليلة لقطاع تكنولوجيا المعلومات و الاتصال" مجلة JEGE عدد 01 رقم 43-64 سنة 2018

26. الديوان الوطني للسياحة الجزائر حمامات منشورات الديوان الوطني للسياحة، الجزائر، (2009).

27. سارة محمد الشيخ التحديات التقنية والثقافية في رقمنة قطاع السياحة: رؤية عربية2021.

28. سامي حسين، "التخطيط السياحي وأثره في التنمية الإقليمية"، مجلة الإدارة العامة، العدد 40، 2019

29. سعاد دولي، وفاطمة لعلمي . إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر، إسناداً للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية2030. جامعة سيدي محمد بن عبد الله، المغرب، 2018

30. شرقي اسماء و صفيح صادق " تجربة الجزائر في مجال التحول الرقمي واقع وتحديات" مجلة الدراسات في الاقتصاد و ادارة الاعمال المجلد 06 العدد 02 ديسمبر 2023

31. عبد الرحمن بن فهد المطرفي التحول الرقمي للتعليم الجامعي في ظل الأزمات بين الجامعات الخاصة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس تتحلة العلمية الكلية التربية المحمد 20، العدد السابع، جامعة أسيوط يوليو 2020.

32. عدمان مريزق و آرم قاسم، واقع السوق السياحية الجزائرية خلال الفترة 2003 – 2008 الملتقى الوطني الأول" السياحة الجزائرية الواقع والآفاق المركز الجامعي بالبويرة، أيام 11 – 12 مارس 2010

33. غادة على عبد المعطي محمد التحول الرقمي في السياحة المصرية المفهوم – التحديات – المتطلبات ، المحلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة عند (13) العدد (02) كلية السياحة والفنادق العهد العالي للسياحة والفنادق السيوف، الإسكندرية، جامعة الفيوم، سبتمبر 2019

34. فاطمة الزهراء عبد الحميد، "أشكال التنمية السياحية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة"، ندوة التنمية والسياحة، جامعة القاهرة، أبريل 2016

35. ليلى أحمد، "التنمية السياحية كأداة لتحقيق التنمية المحلية"، الملتقى الوطني حول السياحة والتنمية، جامعة عنابة، نوفمبر 2014

36. لين سحر قاري دراسة التحليلية المحددات التحول الرقمي في الشركات المجلة الجزائرية الاقتصاد والمالية، جامعة في فارس المدية الجزائر، المجلد 08، العدد،2021

37. المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي الجنة أفاق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، مشروع تقرير حول مساهمة من أجل إعادة التحديد السياسة السياحية الوطنية"، (2000)

38. المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي، مساهمة من أجل تحديد السياسة السياحية الوطنية، الدورة 16 نوفمبر 2000

39. محمد حاج قاسي " التحول الرقمي في الجزائر في ظل تحديات الرقمنة الاقتصاد و الادارة العمومية" مجلة الدراسات القانية المجلد 05 العدد 02 سنة 2022

40. محمد فتحي عبد الرحمن أحمد، إستراتيجية مقترحة لتحويل جامعة المنيا إلى جامعة ذكية في ضوء توجهات التحول الرقمي والنموذج الإماراتي الجامعة حمدان بن محمد الذكية مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، المجلد الرابع عشر، مدرسة بقسم التربية المقارنة والإدارة التعليمية، كلية التربية جامعة المنيا مصر، الإصدار السادس، سبتمبر2020

41. مية محمدي سلامة مصطفى عزة ماهر محمد محمود رمضان العرب دور التحول الرقمي في تحسين أداء شركات السياحة المصرية بالتطبيق على شركات السياحة المصرية فة أي محنة كلية السياحة والصادقي جامعة مدينة السادات مصرة العدد (12) 2021.

42. ناجي عبد الرحمن، "التنمية السياحية المستدامة في الدول النامية"، مؤتمر السياحة والتنمية المستدامة، جامعة دمشق، ديسمبر 2017

43. الهيئة الوطنية لتطوير السياحة. استراتيجية تطوير السياحة في الجزائر 2023-2030.

44. وزارة السياحة والصناعة التقليدية، تقرير السياحة في الجزائر 2024.

رابعا: مراجع باللغة الاجنبية

45. Affiche son projet territorial , il vise à l'insertion de l'Algérie dans ses espaces naturels

46. d'appartenance et d'évolution (Maghreb , Euro- méditerranée , Afrique).

47. Ministère du tourisme et d'artisanat, " Livre 1: Audit du tourisme algérien ", SDAT 2025 ،2008

48. Ministère du tourisme et d'artisanat, " Livre 5: Audit du tourisme algérien ", SDAT 2025 ،2008

49. SNAT 2025: Schéma national d'aménagement du territoire est un acte par lequel l'état

خامسا: المواقع الأنترانت

50. موقع وزارة السياحة https://www.mta.gov.dz/

الملاحق

ملحق رقم 01: صور للمناطق السياحية في الجزائر

الملخص:

يعتبر القطاع السياحي موردا اقتصاديا هاما لكثير من الدول، باعتباره قطاع انتاجي خدماتي يكتسي أهمية بالغة في زيادة الدخل القومي وخلق فرص العمل وهدفا لتحقيق برامج التنمية الاقتصادية، قد بادرت الجزائر مع بداية الألفية الجديدة بمشاريع استراتيجية موجهة لتنمية هذا القطاع لجعله اكثر جاذبية واستقطابا للسواح لما تملكه من مقومات طبيعية كالموقع والمساحة والتنوع البيئي وبشرية كالتنوع الثقافي والاستقرار السياسي والأمني والمالي والتكنولوجي، سنحاول الورقة البحثية تسليط الضوء على واقع القطاع السياحي وأهمية عصرنته من خلال الرقمنة القطاع التي لن تأتى إلا توحيد الجهود لتنفيذ استراتيجية تنمية القطاع واستدامته على ضوء ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030 ومرافقة المشاريع التي تساهم في التعريف بالمنتج السياحي وتنميته من خلال استخدام الوسائط التكنولوجية والمنصات التي تجعل من الجزائر قبلة سياحية، لها وزنها في السياحة الدولية وسنعرض متطلبات الرقمنة وكذا الجهود الدولة في انشاء الأرضية الرقمية التي ستشرع في تقديم خدماتها للتعريف بما تتوفر عليه الجزائر من مقومات سياحية متنوعة، كما سلطنا الضوء على تحديات الرقمنة المرتبطة وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 الذي يهدف الوصول الى سياحة رقمية متجاوزة الجانب الالكتروني لمرافقة السايح ورقمنة الخدمات المقدمة؛ الى سياحة افتراضية تستخدم الذكاء الاصطناعي واستخدام البيانات الضخمة، المنصات السياحة الرقمية التي تجمع بين الرفاهية واكتساب ثقافات في بيئة تكنولوجية متغيرة.

الكلمات المفتاحية: رقمنة ؛ سياحة رقمية ؛ مخطط توجيهى للتهيئة السياحية

Abstract :

The tourism sector is considered an important economic resource for many countries, as it is a production and service sector that is extremely important in increasing national income, creating job opportunities, and a goal for achieving economic development programs. Algeria, at the beginning of the new millennium, initiated strategic projects directed at developing this sector to make it more attractive and attractive to tourists due to what it possesses. From natural components such as location, space, and environmental diversity, and human components such as cultural diversity, political, security, financial, and technological stability, the research paper will attempt to shed light on the reality of the tourism sector and the importance of modernizing it through the digitization of the sector, which will only come about by uniting efforts to implement the sector's development strategy and its sustainability in light of what was stated in the development master plan. Tourism for the 2030 Horizons and accompanying projects that contribute to introducing the tourism product and its development through the use of technological media and platforms that make Algeria a tourist destination, which has its weight in international tourism. We will present the requirements of digitization, as well as the state's efforts in establishing the digital platform that will begin providing its services to introduce what Algeria has. Of various tourism components, we also highlighted the challenges of digitization associated with the tourism development plan, Horizons 2030, which aims to achieve digital tourism, going beyond the electronic aspect of accompanying tourists and digitizing the services provided. To virtual tourism that uses artificial intelligence and the use of big data, digital tourism platforms that combine luxury and cultural acquisition in a changing technological environment.

key words. digitization; digital tourism; A guideline for tourism development