



جامعة قالمة 8 ماي 1945
كلية الحقوق و العلوم السياسية
قسم العلوم السياسية



تعزيز الاستثمار السياحي في الجزائر من خلال المنظومة الرقمية

مذكرة مكملة للحصول على درجة الماستر المهني في العلوم السياسية
تخصص: إدارة الأعمال السياحية

إشراف الأستاذ:

د. عبد الغاني دندان

إعداد الطلبة:

- علوي هاجر
- فريحي أميرة

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	مؤسسة الانتماء	الصفة
جمال منصر	أستاذ التعليم العالي	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	رئيساً
عبد الغاني دندان	استاذ محاضر - أ -	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	مشرفاً ومقرراً
رياض مزيان	أستاذ مساعد - أ -	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	عضواً ممتحناً

السنة الجامعية : 2025 /2024

شكرو تقدير

الحمد و الشكر لله الذي ما نجحنا و ما علونا و ما تفوقنا إلا برضاه الحمد لله الذي ما اجتزنا دربا و لا تخطينا جهدا إلا بفضلله واليه ينسب الفضل

قال رسول الله صلى الله عليه و سلم: ﴿من لا يشكر الناس لا يشكر الله﴾

نتقدم بخالص الشكر والتقدير و الامتنان لكل من ساهم في رحلتنا العلمية ودعمنا في مسيرتنا الدراسية وأولهم أساتذتنا الكرام ذكاترة قسم العلوم السياسية، الذين سخروا جهودهم لتعليمنا وتثقيفنا و نقلوا لنا العلم والمعرفة فكانوا خير قدوة لنا في مسارنا العلمي

إلى الدكتور عبد الغاني دندان رئيس قسمنا و مشرفنا الفاضل، الشكر في عظيم الصنيع قليل، وفي رواء المهمة نورا بالخيرات يسيل لك منا كل الشكر و الامتنان على دعمك و جهودك في تعليمنا و مساندتنا و إرشادنا وإعانتنا منذ لحظة دخولنا التخصص طيب الله أثرك في أرواح الجميع، ورزقك فيضا من الدعوات لا ينقطع

إلى كل من ساهم في توجيهنا وإرشادنا و مساندتنا ، عائلتنا و أساتذتنا و أصدقائنا شكرا لكم جميعا جزاكم الله خير الجزاء ، ادعوا الله أن يوفقنا وإياكم لما يحب و يرضى



مهما كتبت من عبارات لن أجد أصدق من قوله تعالى: {يرفع الله الذين آمنوا منكم والذين أوتوا العلم درجات} إلى من وقفت بثبات أمام كل الصعوبات وتمسكت بحلمها رغم العثرات، وسعت بخطى ثابتة نحو نور الأمل... لنفسي التي تستحق أن تفخر بما وصلت إليه لمن كانت نظرتها مواساة ولمستها دعاء... لمن ربّتي على الحب وعلمتني أن العطاء بلا حدود "لأمي" تبع الحب والحنان

لمن علمني أن النجاح لا يأتي من التمني بل من الجد والاجتهاد... لمن كان حضوره يحمل معاني العزيمة، ونظرفته دافعا للاستمرار "لأبي" رمز الإصرار

لمن كانوا نوري حين خفت النور وسندي حين ضاقت الحياة... لمن شاركوني الضحكة والمزاح وشهدوا تقلباتي وتحولات أيامي... "لإخوتي: حليم، رحمة وشهد" رفاق العمر ومرآتي الصادقة

لمن كانت ضحكتهم دعاء وكلماتهم رضا وعيونهم سكية... لمن حفظوني في صلاتهم دون أن أطلب، وسألوا عني حين شغلتنني الدنيا، ودعوا لي حين نسيت أن أدعو لنفسي... "لجدي وجدتي" بركة البيت ودفء الأيام

لمن كنا لبلسم حين اشتد الوجع، والنور حين خفت الضوء، والبسمة التي تنقذ القلب من تعب الأيام... لمن تقاسمت معهن الحلم، فرحتي الآن لأجلهن كما هي لأجلي... "لصديقاتي: شيما، فريال، هاجر، ريان، منى، فادية" شقيقات الروح

إليكم أحبتي أهدي تخرجي هذا

أميرة ♥





الحمد لله الذي بفضلته تتحقق الغايات، لم تكن الرحلة قصيرة ولا الطريق محفوفاً بالتسهيلات، لكنني فعلتها، فالحمد لله الذي يسر لنا البدايات
و بلغنا النهايات بفضلته وكرمه

من قال "أنا لها" نالها، وأنا لها وإن ابت رغما عنها أتيت بها. اهدي هذا النجاح الى ♥ نفسي ♥ الطموحة التي بدأت الرحلة بطموح وانتهتها
بنجاح

ثم الى كل من سعى معي واراد لي التوفيق والنجاح

الى النور الذي انار دربي والسراج الذي لا ينطفئ نوره، الى الذي بذل جهد السنين من اجل ان اعطي سلالمة النجاح وحصد الاشواك عن
دربي ليمهد لي طريق العلم، الى من احمل اسمه بكل فخر، لطالما عاهدته بالنجاح، ها انا اتممت وعدي و اهديته اليك
" ابي العزيز "

الى من علمتني الاخلاق قبل الحروف، الى الجسر الصاعد بي الى النجاح، الى من تحملت كل لحظة الم مررت بها وساندتني عند ضعفي
و هزلي و حزني و مرضي " امي العزيزة "

والى اخوتي، سندي و ضلعي الثابت الذي اتكأ عليه دوما دون ان يكل او يمل او يميل، حمدي ♥ ناصر ♥ رحمة

الى صغاري الذين كانوا حلو كل مر ، اسيل ♥ سجي ♥ ضحى ♥ أسيد

الى اقاربي على التشجيع والدعم، وعلى رأسهم دعاء ♥ كريمة ♥ عادل

دون ان انسى صديقاتي رفيقاتي دربي من تقاسموا عسر ايامي قبل يسرها ايناس، دعاء، أميرة، ريان، منى، لبنى، يسرى، وصال، يسرى،

فادية

هاجر ♥



ملخص

Abstract

ملخص:

يمثل الاستثمار السياحي في الجزائر أحد البدائل الحيوية لتحقيق التنمية الاقتصادية خاصة في ظل تراجع عائدات المحروقات. ولكن على الرغم من الإمكانيات السياحية المتنوعة التي تزخر بها الجزائر إلا أن مساهمة هذا القطاع في الناتج المحلي لا تزال محدودة، نتيجة عدة تحديات أهمها: ضعف البنية التحتية، تعقيد الإجراءات الإدارية وقلة الترويج الخارجي.

وعليه برزت في هذا السياق المنظومة الرقمية كوسيلة فعالة لتجاوز هذه العراقيل. حيث يتيح التحول الرقمي تبسيط المعاملات وتسهيل الوصول إلى الخدمات الاستثمارية، وأيضاً تحسين جودة المعلومات السياحية، فضلاً عن جذب الاستثمارات من خلال الشفافية وسرعة الأداء. كما أن التكنولوجيا الحديثة تمكن من تطوير منصات رقمية للترويج الذكي، إدارة الوجهات وتحليل سلوك السياح في الوقت الحقيقي.

الكلمات المفتاحية

الاستثمار السياحي - الرقمنة - التحول الرقمي - السياحة الذكية - الجزائر

Abstract:

Tourism investment in Algeria represents a vital alternative for achieving sustainable economic development, especially in light of declining hydrocarbon revenues. Despite Algeria's diverse tourism potential, this sector's contribution to the GDP remains limited due to several challenges, most notably weak infrastructure, complex administrative procedures, and limited external promotion.

In this context, the digital system has emerged as an effective means of overcoming these obstacles. Digital transformation simplifies transactions, facilitates access to investment services, improves the quality of tourism information, and attracts investment through transparency and speed of delivery. Modern technology also enables the development of digital platforms for smart promotion, destination management, and real-time analysis of tourist behavior..

Keywords: Tourism investment - digitization - digital transformation - smart tourism - Algeria.

خطة البحث:

مقدمة

الفصل الأول: مدخل إلى الاستثمار السياحي في الجزائر

المبحث الأول: ماهية الاستثمار السياحي

المطلب الأول : تعريف الاستثمار السياحي وعناصره

المطلب الثاني: أهمية وأهداف الاستثمار السياحي

المطلب الثالث: خصائص ومجالات الاستثمار السياحي

المبحث الثاني: واقع الاستثمار السياحي في الجزائر

المطلب الأول: المؤشرات الحالية للاستثمار السياحي

المطلب الثاني : العراقيل والتحديات أمام الاستثمار السياحي في الجزائر

المطلب الثالث: السياسات والآليات التحفيزية للاستثمار السياحي

المبحث الثالث : آليات تمويل الاستثمار السياحي

المطلب الأول: مفهوم التمويل وأهميته في الاستثمار السياحي

المطلب الثاني : أنواع وأشكال التمويل السياحي

المطلب الثالث : دور القطاعين العام والخاص في الاستثمار السياحي

الفصل الثاني: الرقمنة ودورها في تنمية الاستثمار السياحي

المبحث الأول: مدخل إلى المنظومة الرقمية

المطلب الأول: تعريف الرقمنة: المفاهيم والأبعاد

المطلب الثاني: الإدارة الرقمية وأثرها في المؤسسات السياحية

المبحث الثاني : التحول الرقمي في المجال السياحي عالميا

المطلب الأول: متطلبات وأسس الرقمنة في السياحة

المطلب الثاني: أسباب وفوائد التحول الرقمي في الاستثمار السياحي

المطلب الثالث: التجارب الدولية في رقمنة السياحة

المبحث الثالث: رقمنة السياحة في الجزائر

المطلب الأول: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر (SDAT2030)

المطلب الثاني: آليات رقمنة القطاع السياحي ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2030)

المطلب الثالث: تقييم واقع الرقمنة السياحية في الجزائر

الفصل الثالث: الدراسة التطبيقية والإستراتيجية المقترحة

المبحث الأول: تشخيص واقع السياحة في الجزائر

المطلب الأول: تحليل نقاط القوة والضعف في السياحة الجزائرية

المطلب الثاني: تقييم البيئة الرقمية والبنية التحتية

المطلب الثالث: واقع رقمنة الاستثمار السياحي

المبحث الثاني: دراسات حالات وتجارب ناجحة: استونيا ودبي

المطلب الأول: استونيا منصة "Visit Estonia"

المطلب الثاني: دبي السياحة الذكية والذكاء الاصطناعي

المطلب الثالث: دروس مستفادة يمكن تطبيقها في الجزائر

المبحث الثالث: إستراتيجية رقمية لتعزيز الاستثمار السياحي

المطلب الأول: تصميم منصة رقمية وطنية تربط المستثمرين بالمشاريع

المطلب الثاني: أدوات تحليل البيانات السياحية لدعم القرار الاستثماري

المطلب الثالث: توصيات على المستوى الحكومي المؤسساتي والأكاديمي

الخاتمة

مقدمة

في ظل التحولات الاقتصادية الكبرى التي يشهدها العالم اليوم، برزت السياحة كقطاع استراتيجي يمكن أن يشكل دعامة قوية لتنويع الاقتصاد الوطني خاصة في البلدان التي تبحث عن بدائل حقيقية للثروات الطبيعية القابلة للزوال. وتعد الجزائر من بين الدول التي تزخر بمقومات سياحية فريدة ومتنوعة تشمل الصحراء الشاسعة، والسواحل الممتدة، والمواقع الأثرية العريقة، والمناظر الطبيعية الخلابة، إضافة إلى التراث الثقافي الغني والتقاليد الاجتماعية المتنوعة. غير أن هذه المؤهلات الهائلة لم تترجم بشكل واسع إلى منتج سياحي منافس أو إلى استقطاب استثماري نوعي يمكن أن يحدث نقلة نوعية في الاقتصاد الوطني.

لكن مؤخرا بدأ يطرح موضوع الاستثمار السياحي في الجزائر بإلحاح في ظل تزايد الوعي بضرورة استغلال هذا المورد غير المستغل بالشكل الكافي. غير أن واقع الحال يكشف عن ضعف واضح في جاذبية السوق السياحية الجزائرية، وهو ما يعزى إلى مجموعة من العوامل البنيوية والهيكلية في مقدماتها التعقيدات الإدارية، نقص التسهيلات الممنوحة للمستثمرين، ضعف الترويج الدولي والافتقار إلى رؤية إستراتيجية تقوم على أسس عصرية ومستدامة.

في المقابل يشهد العالم اليوم طفرة هائلة في التحول الرقمي الذي شمل كافة القطاعات وقطاع السياحة في مقدمتها. إذ أصبحت الرقمنة حجر الزاوية في تسويق الوجهات السياحية، تطوير الخدمات وتحليل سلوك المستهلك السياحي، كما باتت أداة فعالة في تسيير المشاريع وتبسيط الإجراءات وجذب المستثمرين. بل أكثر من ذلك أصبحت التكنولوجيا الرقمية معيارا أساسيا في تصنيف الوجهات السياحية من حيث التنافسية والجاذبية.

وفي هذا السياق، يطرح موضوع "تعزيز الاستثمار السياحي في الجزائر من خلال المنظومة الرقمية" نفسه بإلحاح، ليس كخيار تنموي بل كضرورة اقتصادية تفرضها التغيرات الراهنة داخليا وخارجيا. فالمسألة لم تعد تتعلق بمجرد تطوير مواقع إلكترونية أو إنشاء تطبيقات للسياح، بل تتعدى ذلك إلى بناء منظومة رقمية شاملة تدمج مختلف المتدخلين في القطاع السياحي، من إدارات عمومية، مستثمرين، وكالات سياحية وفاعلين محليين في بيئة تفاعلية شفافة ومتكاملة.

إن التحدي المطروح اليوم هو كيف يمكن الانتقال من مرحلة تشخيص المشكلات إلى اقتراح حلول واقعية قابلة للتطبيق تأخذ بعين الاعتبار خصوصية السياحة الجزائرية، وفي الوقت ذاته تستفيد من أفضل الممارسات العالمية في مجال الرقمنة السياحية. وهو ما يتطلب الفهم العميق للنقاطات بين الاستثمار، الرقمنة، السياسات العمومية والحوكمة.

وانطلاقاً من هذه الرؤية، نسعى من خلال هذا البحث إلى استكشاف الإمكانيات التي توفرها التكنولوجيا الرقمية في دعم الاستثمار السياحي بالجزائر، وتحليل الإطار القانوني والمؤسساتي لهذا التحول، ثم استعراض النماذج الناجحة التي يمكن الاقتداء بها أو تكييفها بما يخدم الواقع المحلي. كما نهدف إلى تقديم تصور علمي وعملي لكيفية بناء منظومة رقمية سياحية قادرة على جلب الاستثمارات وتفعيل الطاقات المحلية.

الإشكالية

كيف يمكن استغلال الأنظمة الرقمية لتعزيز الاستثمار السياحي في الجزائر؟

التساؤلات الفرعية

1. إلى أي مدى يسهم غياب سياسات استثمارية منسقة ونقص البنية التحتية في إعاقة تطوير قطاع السياحة في الجزائر؟
2. كيف يمكن للأنظمة الرقمية أن تحسن من جاذبية الاستثمار السياحي وتعزز تفاعل الزوار مع الوجهة الجزائرية؟
3. ما مدى فعالية إستراتيجية رقمية متكاملة في رفع حجم الاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في الجزائر خلال السنوات الخمس المقبلة؟

الفرضية الرئيسية

يمكن استغلال الأنظمة الرقمية لتعزيز الاستثمار السياحي في الجزائر من خلال تطوير البنية التحتية التكنولوجية، تحسين الترويج السياحي وتسهيل الإجراءات الإدارية للمستثمرين، بما يساهم في خلق بيئة جاذبة للاستثمار وزيادة تنافسية الوجهة السياحية الجزائرية.

الفرضيات الفرعية

1. هناك علاقة مباشرة بين استخدام الأدوات الرقمية وتسهيل الإجراءات الإدارية للمستثمرين في القطاع السياحي.
2. يؤدي استخدام المنصات الرقمية إلى تحسين الترويج للوجهة السياحية الجزائرية داخليا وخارجيا.
3. الرقمنة قد تساهم في تقليص البيروقراطية وزيادة الشفافية في تسيير المشاريع السياحية.

أسباب اختيار الموضوع

أسباب موضوعية:

- أهمية السياحة كرافد أساسي لتنويع الاقتصاد الوطني بعيدا عن الاعتماد على قطاع المحروقات.
- النمو العالمي المتسارع في استخدام الحلول الرقمية في القطاعات الاقتصادية المختلفة، خاصة القطاع السياحي.
- الحاجة الملحة لتحديث آليات العمل في القطاع السياحي الجزائري.

أسباب ذاتية:

- اهتمامنا بمجال التحول الرقمي في سبيل تحقيق التنمية السياحية.
- الرغبة في المساهمة العلمية من خلال اقتراح حلول عملية قابلة للتطبيق في السياق الجزائري.

أهمية الدراسة

تبرز أهمية هذا البحث من خلال تناوله لموضوع يجمع بين قطاعين حيويين ومتكاملين: السياحة والتكنولوجيا الرقمية. فالتطرق إلى سبل تعزيز الاستثمار السياحي في الجزائر من خلال الرقمنة يمثل خطوة مهمة نحو فتح آفاق جديدة لتنمية اقتصادية أكثر استدامة، كما يواكب توجهات الدولة نحو الرقمنة وتبسيط الإجراءات. كما تساهم الدراسة في سد فجوة بحثية في الأدبيات الجزائرية التي لا تزال قليلة التطرق إلى هذا التكامل بين السياحة والتكنولوجيا.

أهداف الدراسة

1. تحليل واقع الاستثمار السياحي في الجزائر.
2. تسليط الضوء على مكامن القوة والضعف في استخدام الرقمنة في القطاع السياحي.
3. تقديم مقترحات عملية لتحسين البيئة الرقمية الداعمة للاستثمار السياحي.
4. إبراز التجارب الدولية الناجحة في هذا المجال واستشراف إمكانيات توطئتها محليا.

المنهج المتبع

لتحقيق أهداف هذه الدراسة، اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يسمح بدراسة الظاهرة كما هي ميدانيا وواقعا، وتحليل مكوناتها من أجل فهم أبعادها واستنتاج سبل تطويرها. كما قمنا بدعم البحث

بمقاربة مقارنة من خلال استعراض نماذج دولية ناجحة. كما تم الاستناد إلى البيانات الرسمية، الدراسات السابقة، والمصادر الأكاديمية ذات الصلة، إلى جانب تحليل بعض التجارب الرقمية الدولية.

هيكل الدراسة

وقصد الإلمام بالموضوع في حدود الاستطاعة قسمنا البحث إلى ثلاث فصول:

- **الفصل الأول:** الإطار المفاهيمي للاستثمار السياحي وتناولنا فيه ثلاثة مباحث، المبحث الأول مفاهيم عامة حول الاستثمار السياحي أما المبحث الثاني كان حول واقع الاستثمار السياحي في الجزائر، أما المبحث الثالث فتعرفنا من خلاله على آليات تمويل الاستثمار السياحي.
- **الفصل الثاني:** الرقمنة و دورها في تنمية الاستثمار السياحي وتناولنا فيه ثلاثة مباحث أيضا، المبحث الأول تحت عنوان مدخل إلى المنظومة الرقمية أما المبحث الثاني فيدرس التحول الرقمي في المجال السياحي عالميا والمبحث الثالث رقمنة السياحة في الجزائر
- **الفصل الثالث:** الدراسة التطبيقية والإستراتيجية المقترحة وتناولنا فيه ثلاثة مباحث هو كذلك، المبحث الأول تحت عنوان تشخيص واقع السياحة في الجزائر أما المبحث الثاني دراسات حالات وتجارب ناجحة: استونيا ودبي، والمبحث الثالث عرضنا فيه إستراتيجية رقمية لتعزيز الاستثمار السياحي

أما بالنسبة للخاتمة، فكانت حوصلة عامة لمختلف النتائج.

الفصل الأول

تمهيد

يعد الاستثمار من الركائز الأساسية لتحقيق النمو الاقتصادي والاجتماعي في الدول، اذ يمثل أداة فعالة لتحقيق مختلف الأهداف الاقتصادية للمجتمع بمختلف قطاعاته. حيث يبرز دوره الحيوي من خلال تلبية احتياجات المجتمع، وتوفير فرص العمل، بالإضافة إلى أنه يساهم في تحقيق العائد الاقتصادي وتعظيم الإيرادات.

أما السياحة فتعد من أبرز القطاعات الاستثمارية لما لها من خصائص وسمات تنموية. ويعتبر الاستثمار في هذا القطاع من أهم الأنشطة الداعمة للاقتصاد الوطني. ولذلك نسعى من خلال هذا الفصل للتعمق في موضوع الاستثمار السياحي من خلال التطرق لتعريفه وإبراز مكوناته، أهميته، أهدافه، وأيضا دراسة واقع الاستثمار السياحي في الجزائر، وأخيرا التعرف على آليات تمويل الاستثمارات السياحية.

المبحث الأول: ماهية الاستثمار السياحي

يشكل الاستثمار السياحي محورا أساسيا في فهم آليات تطوير القطاع السياحي، إذ يمثل الإطار الذي تنطلق منه مختلف المشاريع و الأنشطة الاقتصادية المرتبطة بالسياحة. وقبل التعمق في واقع تطبيقه بالجزائر، من الضروري التوقف عند المفاهيم الأساسية التي يركز عليها، مثل مفهوم الاستثمار بصفة عامة ثم الاستثمار السياحي بشكل خاص. إلى جانب التعرف على مكوناته، و التطرق إلى أهميته، أهدافه، خصائصه ومجالاته.

المطلب الأول: تعريف الاستثمار السياحي وعناصره

للاستثمار أهمية كبرى، حيث يعتبر المحرك الديناميكي للتنمية الاقتصادية، لذا فقد تعددت التعاريف المرتبطة به. لذا قبل التطرق إلى تعريف الاستثمار السياحي لابد من أن نتعرف على مفهوم السياحة أولا ثم الاستثمار بصفة عامة حتى نتوصل إلى تعريف خاص به.

الفرع الأول: عموميات حول الاستثمار

يعد الاستثمار السياحي من المجالات الواعدة التي تحظى باهتمام متزايد في ظل تنامي الوعي بأهمية القطاع السياحي كأحد محركات النمو الاقتصادي. فأصبح ينظر له كخيار استراتيجي يدعم التنمية المحلية وكذا يخلق مناصب عمل. وعليه في هذا السياق، لا بد من التطرق إلى العموميات المرتبطة بالاستثمار السياحي وذلك لفهم الإطار الذي ينشط فيه هذا النوع من الاستثمارات .

أولا: مفهوم السياحة

عند الحديث عن مفهوم السياحة، يتعين علينا أولا التعرف على أصل الكلمة اللغوي والاصطلاحي.

1. المفهوم اللغوي: يعود مفهوم السياحة لكلمة TOUR، المشتقة من كلمة TOMO اللاتينية.

ولأول مرة في عام 1643م، تم استخدام مصطلح Tourism للإشارة إلى السفر أو التنقل من مكان

لآخر. يشمل هذا المفهوم جميع المهن التي تلبي احتياجات المسافرين المختلفة¹.

¹ هوداف بهية، "التنمية السياحية المستدامة وأبعادها القانون الجزائري"، مجلة القانون و المجتمع 01(2023): 291.

الفصل الأول..... مدخل إلى الاستثمار السياحي في الجزائر

يعتبر السفر أو الترحال سياحة إذا كان مؤقتا وغير إجباري، بحيث لا يتضمن البحث عن عمل أو نشاط مهني، كما أن كلمة السياحة كانت معروفة في اللغة العربية، تعني في مفهومها اللغوي: التجوال، وعبرة "ساح في الأرض" تشير إلى الذهاب والتنقل على وجه الأرض.¹

2. المفهوم الاصطلاحي: تتعدد التعريفات المتعلقة بالسياحة، ومن أبرزها:

- يعرفها فيغنر (Vegner) بأنها جميع أشكال السفر والإقامة للسكان الغير محليين. وبالمثل، يعرفها روبنسون (Robinson) على أنها انتقال الأفراد خارج الحدود السياسية للدولة التي يقيمون فيها لمدة لا تقل عن أربعة وعشرين ساعة. مع ضرورة أن لا يكون الهدف من ذلك: الإقامة الدائمة أو العمل أو الدراسة أو مجرد العبور إلى دولة أخرى.²
- كما تعرفها منظمة الأمم المتحدة للسياحة على أنها مجموعة من الأنشطة التي يقوم بها الأفراد، والتي تشمل السفر والإقامة في مكان غير محل إقامتهم الدائم، لمدة لا تتجاوز سنة واحدة متتالية. ويكون ذلك بهدف الترفيه أو لممارسة أنشطة أخرى غير التي يمارسونها في بيئتهم المعتادة.³

من خلال هذا التعريف، يمكننا القول أن السياحة تتحقق عند توفر ثلاث نقاط أساسية، وهي:

- يجب أن تكون الرحلة إلى مكان يختلف عن البيئة المعتادة للزائر مع استبعاد الأشخاص الذين ينتقلون بشكل متكرر يوميا أو أسبوعيا لأغراض مثل الدراسة.
- يجب ألا تتجاوز مدة الرحلة اثني عشر شهرا متصلة، حيث أن تتجاوز هذه المدة يعتبر إقامة دائمة .
- يجب أن تكون الرحلة لأي غرض غير العمل والربح.

وعليه بإمكاننا تعريف السياحة، على أنها عملية انتقال الأفراد إلى مكان بعيد عن إقامتهم المعتاد، لمدة لا تقل عن أربعة وعشرون ساعة ولا تتجاوز السنة، لأغراض غير ربحية.

¹ شاهد إلياس، دفور عبد المنعم، "الاستثمار السياحي في الجزائر بين الإطار القانوني و المؤسساتاتي"، مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات 01(2016):25، <http://asjp.cerist.dz/en/article/71721>

² نفس المرجع، 26.

³ حليلة دين، يمينة بلعراق، الاطار القانوني للاستثمار السياحي في الجزائر، (مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر، جامعة غرداية، 2020)، 24.

3. خصائص السياحة:

تتميز السياحة من حيث السوق السياحي والخدمات المقدمة للسياح بخصائص فريدة تميزها عن باقي المنتجات:¹

- ✓ تتسم مقومات العرض السياحي بالندرة والحساسية العالية تجاه التغيرات التي تطرأ على القطاعات الأخرى في المجتمع. ويشمل ذلك الموارد الطبيعية التي تتمتع بها الدولة، والموروثات الحضارية القديمة والحديثة، بالإضافة إلى المكتسبات الحضارية المعاصرة مثل البنية التحتية والخدمات التكميلية.
- ✓ يصعب في كثير من الأحيان الاحتكار أو النقل، خاصة بالنسبة لبعض المقومات والموارد السياحية النادرة، مما يجعل إنتاج سلع سياحية بديلة أمراً معقداً.
- ✓ تفتقر أسعار المنتجات السياحية إلى المرونة، حيث لا تتأثر بشكل كبير بتقلبات الطلب مقارنة بالسلع الأخرى.
- ✓ يتميز المنتج السياحي بتنوعه، إذ يختلف دائماً في الجودة حتى في حال تطابق الخصائص المادية للخدمة السياحية المقدمة.
- ✓ هناك تكامل بين مختلف الخدمات السياحية، حيث أن أي تقصير في أحدها يؤثر سلباً على قيمة المنتج السياحي النهائي المقدم للسائح.
- ✓ السوق المستهدف لقطاع السياحة يشمل عملاء السياحة الداخلية من مواطني الدولة، بالإضافة إلى عملاء السياحة الخارجية من دول أخرى، مما يجعله سوقاً متنوعاً من حيث الخصائص والانتماءات وأنماط السلوك.

¹ محمد عبيدات، التسويق السياحي "مدخل سلوكي"، (الأردن: دار وائل للنشر، 2008)، 19.

ثانيا: تعريف الاستثمار

تعددت التعاريف حول مصطلح الاستثمار، كل حسب تخصصه ومجاله. ومن بين أهم التعاريف الواردة نجد:

- **الاستثمار لغة:** مصدره استثمر يستثمر بمعنى طلب الاستثمار، وفي الأصل مشتق من الثمر أي ما يحمله الشجر وما ينتجه.¹
- **الاستثمار اصطلاحاً:** يعنى به استخدام الأموال لغرض الإنتاج أما بشكل مباشر، ك شراء الآلات والمواد الأولية، أو بطريقة غير مباشرة ك شراء الأسهم والسندات.²
- وعرفه فرانس "الاستثمار هو توظيف لفترة معينة، بهدف الحصول على تدفقات نقدية مستقبلية تعوض عن قيمة الأموال الحالية وكذا مخاطر التضخم".³
- كتعريف اقتصادي للاستثمار فيحدد وفقاً لرؤية المسير، حيث ينظر إليه كتضحية بالموارد المستخدمة في الوقت الحاضر، مع توقع الحصول على إيرادات أو فوائد في المستقبل، على أن يكون العائد الكلي أكبر من النفقات الأولية للاستثمار.⁴

من خلال هذا التعريف، يتضح أن الاستثمار يركز على عدة جوانب رئيسية:

1. مدة حياة الاستثمار؛
 2. العائدات التي تحققها العمليات الاستثمارية وفعاليتها؛
 3. المخاطر المرتبطة بمستقبل الاستثمارات؛
- أما المفهوم المالي للاستثمار فهو إنفاق يحقق عوائد على مدى طويل، مما يتطلب تمويله برؤوس أموال دائمة. يعتبر الاستثمار بمثابة جدول يوضح مواعيد استحقاق الإيرادات وتدفق الأموال، حيث يركز على تحقيق توازن بين الموارد والاستخدامات على مر الزمن.⁵

¹ علي محي الدين القرداغي، "التعريف بالاستثمار في اللغة و الاصطلاح"، اطلع عليه بتاريخ 10 ماي، 2025،

<https://n9.cl/qyqse>

² فاطمة بوحلاسي، لينا بخوش، "دور الاستثمار السياحي في تحقيق التنمية المستدامة - حالة الجزائر -" مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر، جامعة 8 ماي 1945، 2021، ص 39 .

³ نفس المرجع

⁴ خلفان حمد عيسى، إدارة الاستثمار والمحافظة المالية (الأردن: الجندرية للنشر والتوزيع، 2016)، 47-48.

⁵ دريد محمد أحمد، الاستثمار قراءة في المفهوم و الأنماط والمحددات (الأردن: أمجد للنشر والتوزيع، 2016)، 10.

الفصل الأول..... مدخل إلى الاستثمار السياحي في الجزائر

من خلال التعاريف السابقة نستخلص أن الاستثمار هو عملية تخصيص الموارد المالية أو العينية نحو أنشطة أو أصول اقتصادية معينة، بهدف تحقيق عوائد مستقبلية مستدامة. يتضمن ذلك مراعاة عامل الزمن والمخاطر، ويعتبر أداة إستراتيجية تساهم في تنمية رأس المال وزيادة الإنتاج وتعزيز النمو الاقتصادي.

ثالثا: تعريف الاستثمار السياحي

يعد الاستثمار السياحي أحد الآليات الأساسية والفعالة في تعزيز التنمية السياحية، وذلك من خلال الدور الذي يلعبه في تلبية احتياجات النشاط السياحي. وقد حظي بالعديد من التعريفات، من أبرزها:

- الاستثمار السياحي هو مجموعة من الأنشطة السياحية المتكاملة، حيث لا يعتبر كل نشاط منها صناعة قائمة بذاتها، ولكن عند اجتماعها، تشكل صناعة سياحية متكاملة.¹
- كما يعد الاستثمار السياحي من الأنشطة التي توفر فرصا استثمارية قادرة على المنافسة في السوق السياحية العالمية، حيث يؤثر ازدهار صناعة السياحة بشكل مباشر على اقتصاديات الدول، بالإضافة إلى الصناعات والأنشطة المرتبطة بها. وأيضاً يرتبط بتوفير بيئة ملائمة من خلال تطوير البنية التحتية الأساسية وتشمل التشريعات المنظمة، والحوافز المشجعة، وأيضاً المعلومات المتاحة بشفافية.
- يعرف الاستثمار السياحي بأنه إنشاء المنشآت السياحية، مع مراعاة القواعد المتعلقة بالفندقة وأسس الاستثمار بشكل عام، والتي تقام داخل مناطق التوسع السياحي وتعتمد بشكل أساسي على العقارات السياحية المهيأة لتحقيق هذه المشاريع وفق مخطط التهيئة.
- وقد عرفت منظمة الأمم المتحدة للسياحة الاستثمار السياحي بأنه التنمية الاستثمارية في قطاع السياحة التي تلبي احتياجات السياح والمواقع المضيئة، مع التركيز على حماية الموارد وتوفير الفرص المستقبلية. وتعتبر هذه القواعد مرشدة في إدارة الموارد بطريقة تحقق التوازن بين المتطلبات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، مما يساهم في التكامل الثقافي، والحفاظ على التنوع البيولوجي، ودعم نظم الحياة.²

¹ فضيلة عيين، "النظام القانوني للاستثمار السياحي في الجزائر" (رسالة ماجستير، جامعة سعد دحلب البليدة، 2011)،

19.

² رعد مجيد العاني، الاستثمار والتسويق السياحي، (الأردن: دار كنوز للمعرفة والنشر والتوزيع، 2008)، 19.

الفصل الأول..... مدخل إلى الاستثمار السياحي في الجزائر

- كما يعرف أيضا بأنه النشاط الخدمي المرتبط بمجالات السياحة، بدءًا من الفنادق، مرورًا بتنظيم الرحلات، وصولًا إلى وسائل الترفيه والنزهة والخدمات الإضافية المرتبطة بها.

يعتبر الاستثمار السياحي عملية توجيه واستخدام رؤوس الأموال بهدف إنشاء أو تعزيز منتج سياحي أو خدمة تعتبر جزءًا من عناصر الجذب السياحي. يهدف هذا الاستثمار إلى تسويق هذه الخدمات وتحقيق عوائد على الأموال المستثمرة. حيث تشمل الصناعة السياحية جميع الهياكل والمؤسسات التي تستوعب الطلب السياحي، والذي يتمثل في الأفراد، أي السياح.¹

يقاس حجم الصناعة السياحية في منطقة معينة بعدد الفنادق ووكالات السفر، بالإضافة إلى البنية التحتية مثل الطرق ووسائل النقل والاتصالات، وكذلك المرافق المخصصة للراحة والاستجمام، مثل المطاعم والأندية والفعاليات الثقافية.

بناءً على ما سبق، يمكننا القول أن الاستثمار بمعناه الاقتصادي، هو توظيف المدخرات الحالية لتحقيق عوائد أكبر في المستقبل. وبالتالي يعتبر الاستثمار السياحي نوعًا من الاستثمار إلا أنه موجه في مجال السياحة.

الفرع الثاني: عناصر الاستثمار السياحي:

لتحليل الاستثمار السياحي وتعزيز هذا النوع من الاستثمارات، من الضروري التعرف على أبرز مقومات نجاحه، ومنها:

1. يعتمد النشاط السياحي بشكل أساسي على الموارد الطبيعية، مثل مناطق الجذب السياحي، المناظر الطبيعية، والجبال والوديان، مما يساهم في تيسير هذا النشاط.
2. دور الحكومة في تنشيط القطاع السياحي من خلال تخصيص الاستثمارات اللازمة.
3. توفر مجموعة من المغريات، سواء كانت طبيعية مثل المناطق الريفية والطقس المعتدل، أو تاريخية تعكس حضارات سابقة من خلال الآثار والحصون، بالإضافة إلى المعالم الدينية.
4. التسهيلات التي تقدمها المصارف، مثل منح القروض بفوائد منخفضة.
5. القوانين والضوابط والتعليمات التي تلعب دورًا كبيرًا في دعم وتحفيز الاستثمار السياحي.

¹ بوزاهر نسرين، "تمويل الاستثمارات السياحية في الجزائر" (رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2006)، 31.

الفصل الأول..... مدخل إلى الاستثمار السياحي في الجزائر

6. حجم التدفقات المالية المتوقعة، حيث يتأثر قرار الاستثمار السياحي بشكل كبير بتوقعات المستثمرين، ويعتمد على عوامل متعددة مثل العمر الإنتاجي للمشروع، أوضاع السوق والطلب على السلع المنتجة.

7. مساهمة الدولة في توفير الأرض المخصصة للمشروع السياحي، حيث يمكن تأجيرها بأسعار رمزية أو بيعها لمالكي المشروع بأسعار منخفضة.¹

من خلال ما سبق، تبين لنا أن الدور الحكومي يعد عنصرا أساسيا ومحوريا في دعم هذا النوع من الاستثمارات. كما لاحظنا أن تخصيص الدولة لاستثمارات موجهة نحو القطاع السياحي لا يقتصر فقط على تشييد مشاريع معينة، بل يشمل أيضا تحسين البيئة الاستثمارية ككل، من خلال تطوير البنية التحتية، وتسهيل الإجراءات الإدارية، وتحفيز المستثمرين عبر دعم مباشر أو غير مباشر. هذا التوجه الحكومي يعكس الوعي المتزايد بأهمية السياحة كقطاع اقتصادي واعد يمكن أن يساهم في تنويع مصادر الدخل الوطني وخلق فرص عمل، وهو ما يجعل تدخل الدولة أحد العناصر الجوهرية التي تقوم عليها عملية الاستثمار السياحي الناجح.

المطلب الثاني: أهمية وأهداف الاستثمار السياحي

يبرز هذا المطلب لتسليط الضوء على الأبعاد المختلفة لأهمية الاستثمار السياحي، واستعراض أبرز الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها على المدى القريب والبعيد.

الفرع الأول : أهمية الاستثمار السياحي

يعد القطاع السياحي من القطاعات الحيوية التي لا يمكن إغفال أهميتها، حيث يلعب الاستثمار فيه دورا بارزا في دعم الاقتصاد الوطني. ويتضح ذلك من خلال النقاط التالية:²

- يساهم الاستثمار السياحي في خلق فرص عمل جديدة، ويعزز القدرة التنافسية لهذا القطاع، كما يزيد من إيرادات الدولة، مما يساهم في تحقيق النمو الاقتصادي.
- يعود الاستثمار السياحي بفوائد كبيرة على السكان المحليين في المناطق المستثمر فيها. وذلك من خلال الاستفادة من الخدمات والميزات الجديدة المضافة لمنطقتهم، مما ينعكس إيجابا على حياتهم

¹ بنين عدنان كاظم، سوسن عليوي ضاحي الغانمي، "عناصر الاستثمار السياحي"، اطلع عليه بتاريخ 05 ماي، 2025،

<https://n9.cl/3zau7>

² "مفهوم الاستثمار السياحي"، اطلع عليه بتاريخ 05 ماي، 2025، <https://n9.cl/mabfy>

الفصل الأول..... مدخل إلى الاستثمار السياحي في الجزائر

في الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وأيضا البيئية، وزيادة رفاهية المعيشة لهم. وكمثال على أبرز ما يمكنهم الحصول عليه نجد:

- ❖ توفير فرص عمل جديدة في مجالات الاطعام، الفنادق،الصناعات الحرفية، وغيرها...
- ❖ دعم قطاعات الزراعة والصناعة في المنطقة من خلال زيادة الطلب على منتجاتهم وصناعاتهم التقليدية .

❖ توفير بيئة أقل تلوثا وتحسين المظهر الجمالي للمنطقة .

❖ الاستفادة من خدمات النقل والبنية التحتية المتنوعة .

❖ تعزيز المستوى الثقافي من خلال التبادل الثقافي مع السياح .

❖ إحياء الثقافة الشعبية بما في ذلك الفنون الشعبية والحرف اليدوية.

- يوفر فرصا لتنويع الاقتصاد وتعزيز مستوى المهارات، حيث يساهم الاستثمار في السياحة وجذب المزيد من الزوار في خلق الحاجة لمنتجات جديدة لم تطرح في السوق المحلي سابقا، وبالتالي يعطي المجال لرجال الأعمال لخوض تجربة تحدي جديد في السوق لتجربة منتجات محلية في الأسواق المحلية قبل تصديرها،وذلك من خلال تجربتها على السياح في المنطقة، الأمر الذي يزيد من مهاراتهم ويفتح لهم آفاق جديدة على المستويين المحلي والدولي.
- يساهم في تخصيص موارد مالية للحفاظ على التراثين الطبيعي والثقافي في البلد. ويشمل ذلك حماية وترميم المواقع الأثرية، والمدن القديمة، والمنتزهات الوطنية، وغيرها من الموجودات البيئية والثقافية.

من خلال ما تداولناه، اتضح لنا أن الاستثمار السياحي لا يقتصر فقط على كونه نشاطا اقتصاديا، بل يتعداه ليصبح وسيلة فعالة لتحريك عجلة التنمية الشاملة. فقد تبين أنه يساهم في خلق فرص عمل متنوعة، ويدعم الاقتصاد المحلي من خلال تنشيط قطاعات أخرى مرتبطة به كالزراعة، الصناعة التقليدية، والخدمات. وأيضا له آثارا إيجابية ملموسة على السكان المحليين، سواء من حيث تحسين ظروفهم المعيشية، أو من خلال توفير بنية تحتية وخدمات أفضل. ولفت انتباهنا أيضا الدور الذي يلعبه في تعزيز الجانب الثقافي من خلال التبادل الحضاري، والحفاظ على التراث الطبيعي والثقافي. كل هذه الجوانب توضح لنا أن الاستثمار السياحي يعد أحد الأدوات الأساسية لتحقيق تنمية اقتصادية واجتماعية مستدامة.

الفرع الثاني: أهداف الاستثمار السياحي

الفصل الأول..... مدخل إلى الاستثمار السياحي في الجزائر

إن الهدف الرئيسي من جميع الاستثمارات، بغض النظر عن نوعها هو تحقيق الربح. ويعتبر الاستثمار في القطاع السياحي جزءا من هذه القاعدة، لكنه يتضمن أيضا أهدافا إضافية. نجد من بينها : تعزيز معدلات التشغيل وزيادة مستوى المعيشة للسكان المحليين. وبالتالي، يسعى القطاع الخاص من خلال استثماراته في السياحة إلى تحقيق عوائد كبيرة، مثل بناء الفنادق وتنظيم الرحلات السياحية.¹

أما القطاع العام، فيهدف إلى تحفيز الاقتصاد الوطني بشكل عام نظرا لتداخل القطاع السياحي مع القطاعات الأخرى، حيث يرتبط نمو الاستثمارات السياحية بشكل وثيق بتطور القطاع السياحي، سواء كانت هذه الاستثمارات تتعلق ببناء الفنادق أو توفير الخدمات المرافقة العامة .

تستثمر العديد من الدول في صناعة السياحة لأسباب اجتماعية و بيئية، بدلا من الأهداف التجارية البحتة. وكمثال عن ذلك: الاستثمار في البنية التحتية، ووسائل النقل، ومراكز المعلومات السياحية، والحدائق والمنتزهات، بالإضافة إلى التدريب والتطوير .

وتتضمن الأهداف الرئيسية للاستثمار السياحي ما يلي:

- الهدف الأول والأساسي هو تعزيز أرباح المستثمرين في هذا القطاع، وخاصة الشركات الكبرى مثل شركة الكور الفرنسية وشركة هيلتون.
- تطوير القطاع السياحي، حيث تؤدي زيادة الاستثمارات الى ارتفاع عدد السياح وبالتالي زيادة العائدات السياحية .
- الاستثمار في البنية التحتية والخدمات العامة له تأثير مزدوج؛ فهو يساهم في تطور القطاع السياحي ويحسن من الظروف المعيشية لسكان المناطق السياحية .
- تعزيز الحركة الاقتصادية، حيث يساهم الاستثمار في القطاع السياحي في تحقيق فوائد تعود على قطاعات اقتصادية أخرى مثل الصناعات التقليدية وقطاع الاتصالات.
- توفير رأس المال الضروري لدعم النمو الاقتصادي وزيادة الطاقة الانتاجية في الدول .
- زيادة الاستثمارات تؤدي إلى خلق المزيد من فرص العمل نظرا للحاجة الكبيرة الى اليد العاملة في المشاريع السياحية.

¹ عيسى علي، "التنظيم المؤسسي والضمانات القانونية للاستثمار السياحي في الجزائر"، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية 03 (2018): 380.

الفصل الأول..... مدخل إلى الاستثمار السياحي في الجزائر

- الاستثمار في المجال الثقافي، يعزز الاهتمام بالمووروث الثقافي، ويساعد في الحفاظ عليه واستدامته للأجيال القادمة.¹

وعليه تبين لنا أن الاستثمار السياحي لا يقتصر فقط على تحقيق الأرباح، بل له أهداف متعددة. فبالنسبة للقطاع الخاص، الهدف الأساسي هو تحقيق عوائد مالية من خلال مشاريع مثل الفنادق وتنظيم الرحلات. أما بالنسبة للقطاع العام، فالأمر أوسع، حيث يسعى لتحريك الاقتصاد ودعم قطاعات أخرى مرتبطة بالسياحة.

كما لاحظنا أن هناك أهدافا اجتماعية وبيئية أيضا، كتحسين مستوى المعيشة في المناطق السياحية، وتطوير البنية التحتية، وتوفير فرص عمل جديدة. بالإضافة إلى ذلك، يلعب الاستثمار في السياحة دورا مهما في الحفاظ على التراث الثقافي وتعزيزه. وهذا ما يجعل الاستثمار السياحي وسيلة شاملة لدعم الاقتصاد والمجتمع في نفس الوقت.

المطلب الثالث: خصائص ومجالات الاستثمار السياحي

يتميز الاستثمار السياحي بخصائص خاصة تميزه عن باقي أنواع الاستثمارات، نظرا لارتباطه بالموارد الطبيعية والثقافية والطلب السياحي المتغير. وتتنوع مجالاته لتشمل قطاعات متعددة، مما يمنحه بعدا استراتيجيا في دعم التنمية السياحية وتعزيز الجاذبية الإقليمية. وسنوضح ذلك وفق التسلسل الموالي:

الفرع الأول: خصائص الاستثمار السياحي

يتميز الاستثمار في القطاع السياحي بعدد من الخصائص التي تميزه عن غيره من الاستثمارات الأخرى، نوجزها فيما يلي:

- تنوع اليد العاملة وكثرتها: يتطلب الاستثمار السياحي عددا كبيرا من العمالة، تشمل كل من العمالة العادية أو المتخصصة في تقديم الخدمات السياحية.

¹شاهد إلياس، دفرور عبد النعيم، الاستثمار السياحي في الجزائر بين الإطار القانوني والمؤسسي، 30.

الفصل الأول..... مدخل إلى الاستثمار السياحي في الجزائر

• تأثير القوانين والتشريعات: تلعب التشريعات والقوانين المنظمة للاستثمار في أي دولة دورا كبيرا في التأثير على القطاع السياحي. فكلما كانت مرنة، زادت فرص نجاح المشاريع الاستثمارية، بينما تعيق التعقيدات والعراقيل العملية .

• موسمية النشاط : تتميز المشاريع السياحية بعدم استقرار الطلب للمستهلك نظرا للطابع الموسمي للسياحة. الأمر الذي يؤثر سلبا على رغبة أصحاب رؤوس الأموال الصغيرة والمتوسطة في الاستثمار، حيث يصعب عليهم الاحتفاظ برؤوس أموالهم لفترات طويلة، على عكس كبار المستثمرين الذين يمكنهم تحمل المخاطر المتعلقة بموسمية النشاط.

• المخاطرة : تتميز الاستثمارات السياحية بأنها تكون في أصول ثابتة لفترات طويلة تتراوح بين 20 إلى 25 سنة، مما يعرضها لعدة تغييرات سياسية واجتماعية تحمل مخاطر متفاوتة.

• المساهمة في التنمية الاقتصادية: تلعب الاستثمارات السياحية دورا بارزا في تعزيز اقتصاد أي دولة من خلال توفير فرص عمل جديدة، مما يساهم في زيادة الدخل السياحي. وتعتبر هذه الاستثمارات من الصادرات غير المنظورة، ولا يمكن نقلها من مكان إلى آخر.¹

- الاستثمار السياحي يتطلب أموال ضخمة و قروض طويلة الأجل.
- مرحلة انجاز الاستثمار السياحي تكون طويلة تتراوح بين ثلاث وخمس سنوات.
- الدخول في مرحلة الاستغلال غالبا ما يكون بعد ثلاث سنوات او أكثر وذلك بحسب حجم المشروع.
- الاستثمار السياحي يتطلب يد مؤهلة من اجل تحقيق عوائد جيدة.

من خلال اطلعنا على الخصائص السابقة، أدركنا أنه يختلف كثيرا عن باقي أنواع الاستثمارات. فهو يحتاج إلى طاقم بشري متنوع وكبير، ويتأثر بشكل مباشر بالقوانين، التي كلما كانت مرنة، سهلت نجاح المشاريع. كما لفت انتباهنا أن موسمية النشاط السياحي تجعل العائدات غير مستقرة، وهو ما يشكل تحديا خاصا للمستثمرين الصغار.

لاحظنا أيضا أن هذا النوع من الاستثمار يتطلب تمويلا ضخما وزمنا طويلا لإنجازه وتشغيله، مما يجعله غير مناسب لمن يبحثون عن أرباح سريعة. وبالرغم من المخاطر المرتبطة به بسبب التغيرات

¹ عيسى علي، التنظيم المؤسسي والضمانات القانونية للاستثمار السياحي في الجزائر، 380.

الفصل الأول..... مدخل إلى الاستثمار السياحي في الجزائر

السياسية أو الاقتصادية، إلا أن تأثيره الإيجابي على الاقتصاد واضح، خاصة من حيث خلق فرص العمل وتحريك الدورة الاقتصادية

الفرع الثاني : مجالات الاستثمار السياحي

تتعدد مجالات الاستثمار السياحي لتشمل أنواعا متنوعة، تهدف جميعها إلى خدمة السائح وتحقيق الرفاهية المنشودة له. تبدأ هذه العملية من اختيار الوجهة السياحية، مروراً بوصوله إلى البلد المستضيف، ثم إقامته وما يتبعها من خدمات. تشمل هذه الخدمات الإقامة والنقل، مثل تأجير السيارات والحافلات، بالإضافة إلى الوكالات التي تنظم الجولات السياحية لتلبية احتياجات السائح.¹

كما يعتبر الاستثمار في المنتج السياحي جزءاً أساسياً، من خلال إنشاء المدن الترفيهية، تنظيم المهرجانات الثقافية، وترميم المزارات الدينية. ولا يمكن إغفال أهمية خدمات الاتصالات التي أصبحت ضرورة في العصر الحديث، حيث تساهم في تعزيز تجربة السائح، خاصة لأولئك الذين لديهم أعمال ولا يمكنهم الانقطاع عنها تماماً.

ومن أبرز مجالات الاستثمار هو الاستثمار في الموارد البشرية في قطاع السياحة، نظراً لتأثيرها المباشر على جودة الخدمات المقدمة للسياح. وغالباً ما تكون العلاقة مباشرة بين مقدم الخدمة والسائح. سنقوم بشرح مجالات الاستثمار السياحي بشكل مفصل كما يلي:

• الاستثمار في خدمات الإقامة:

تعتبر خدمات الإقامة من أبرز الخدمات المقدمة للسياح، حيث تلعب دوراً حيوياً في القطاع السياحي. يقضي السائح وقتاً كبيراً في الفندق، ويظهر أن حوالي 40% من إنفاقه يوجه نحو خدمات الإقامة. لذا من الضروري لأي دولة تسعى لتطوير قطاع السياحة أن تشجع الاستثمارات في هذه الخدمة، بما في ذلك بناء الفنادق وتوفير الخدمات المرافقة لها.

¹ عيسى علي، نفس المرجع، 381.

الفصل الأول..... مدخل إلى الاستثمار السياحي في الجزائر

الفندق هو المكان الذي يحصل فيه المقيم أو السائح على جميع الخدمات التي يمكن أن يحصل عليها في منزله، ولكن مقابل أجر متفق عليه مسبقا. وتتنوع أماكن الإقامة إلى عدة أشكال، منها 12 نوع، نذكر منهم:¹

✓ الفنادق بأنواعها: تختلف أسعارها حسب الخدمات المقدمة، ويتم تصنيفها إلى 6 درجات، وهي:

1. فنادق الدرجة الممتازة

2. فنادق الدرجة الأولى (خمس نجوم)

3. فنادق الدرجة الثانية (أربع نجوم)

4. فنادق الدرجة الثالثة (ثلاث نجوم)

✓ الموتيلات:

هي فنادق مخصصة للمسافرين وتكون على حواف الطرق السريعة ينزل فيها أصحاب السيارات والدراجات النارية وتكون أسعارها مناسبة وخدماتها متوسطة.

✓ المنتجعات :

هي مناطق إقامة ذات جودة عالية تتوفر فيها العديد من المرافق بحيث يمكن للسائح قضاء عطلة فيها بدون التنقل إلى مكان آخر ومن أهم المنتجعات في العالم منتجع شرم الشيخ في مصر .

✓ المخيمات :

وهي من الأنواع القديمة للإقامة حيث تنصب من أجل قضاء أيام مؤقتة وغالبا ما تنصب بجوار مرافق المياه وفي مناطق يسهل الوصول إليها .

✓ بيوت الشباب:

وهي معدة لإقامة الشباب وتكون خدماتها بسيطة وأسعارها رخيصة أي تتناسب ودخل الشباب.

✓ الإيواء الخاص:

يشير إلى قيام الأفراد بتحضير غرف فارغة في منازلهم وتأجيرها للسياح خلال المواسم السياحية. تنتشر هذه الظاهرة بشكل كبير في تونس خلال فصل الصيف، حيث تقوم العديد من العائلات التونسية بتأجير غرفة أو غرفتين أو حتى كامل المنزل للسياح.

¹شاهد إلياس، دفرور عبد النعيم، مرجع سبق ذكره، 31.

الفصل الأول..... مدخل إلى الاستثمار السياحي في الجزائر

• الاستثمار في الشركات السياحية:

تلعب الشركات السياحية دورا حيويا في تطوير قطاع السياحة، إذ تتحمل مسؤولية عرض المنتجات السياحية وتقديمها للسياح. تشمل مهامها طباعة المنشورات الإعلانية، وتنظيم البرامج السياحية والرحلات الشاملة، بالإضافة إلى إجراء الحجوزات اللازمة. كما تقوم هذه الشركات بإجراء بحوث ودراسات تتعلق بالعرض والطلب في السوق السياحي. وبالتالي، فإن الشركات السياحية تسهم بشكل كبير في تنشيط وتطوير قطاع السياحة، مما يعود بالنفع على المستثمرين من خلال تحقيق الأرباح.¹

على الرغم من التحديات التي تواجهها الشركات السياحية في السنوات الأخيرة، خاصة بعد انتشار الإنترنت وزيادة عدد مستخدميه، حيث أصبح بالإمكان تجاوز هذه الشركات من خلال البيع المباشر للعملاء، إلا أن العديد منها تمكنت من التكيف مع هذه الثورة التكنولوجية من خلال تسويق منتجاتها عبر الإنترنت.

• الاستثمار في الموارد البشرية:

يعتبر العنصر البشري ذا أهمية كبيرة في قطاع السياحة، حيث ترتبط جودة الخدمات المقدمة ارتباطا وثيقا بمقدميها. لذلك، يعد الاستثمار في العنصر البشري أحد الركائز الأساسية لنجاح هذا القطاع في أي دولة تسعى للنهوض به. وقد قامت العديد من الدول بإنشاء مدارس ومراكز تدريب تهدف إلى تخريج عمالة مؤهلة. كما قامت الشركات الكبرى في القطاع السياحي بإعادة هيكلة العمالة وتنظيم دورات تدريبية وورش عمل لتحسين أدائهم.

إن القطاع السياحي يرتبط بالقطاعات الاقتصادية الأخرى، حيث يترتب عليه آثار اقتصادية ملحوظة، كما يتأثر بالمرافق العامة والبنية التحتية. لذا من الضروري تطوير البنية التحتية للدولة لتعزيز القطاع السياحي، وذلك من خلال زيادة الاستثمارات في هذا المجال، مثل إنشاء الطرق وبناء المطارات، بالإضافة إلى تحسين شبكات الكهرباء والمياه والصرف الصحي. حيث أن تحسين هذه المرافق يساهم في تعزيز قدرة قطاع السياحة على النمو والازدهار من خلال جذب الاستثمارات.

• الاستثمار في الثروة السياحية:

¹ شاهد إلياس، دفرور عبد النعيم، مرجع سبق ذكره، 32.

الفصل الأول.....مدخل إلى الاستثمار السياحي في الجزائر

يعتبر الاستثمار في الثروة السياحية أمراً حيوياً. يتركز بشكل رئيسي في مواقع الجذب السياحي ومواردها، والتي تشمل¹:

- الاستثمار في الموارد الطبيعية: يتطلب ذلك التركيز على حماية الموارد الطبيعية للدولة المضيفة والحفاظ عليها.

- الاستثمار في الموارد الثقافية: يتم ذلك من خلال تشجيع وتنظيم المهرجانات الثقافية، بالإضافة إلى الحفاظ على الآثار وفتح المناطق الأثرية أمام القطاعين العام والخاص للاستثمار فيها.

و عليه توصلنا إلى أنه لا يقتصر فقط على بناء الفنادق وتنظيم الرحلات، بل يتعدى ذلك ليشمل تطوير البنية التحتية، والاستثمار في العنصر البشري باعتباره الأساس في تقديم خدمات ذات جودة، إلى جانب توظيف الموارد الطبيعية والثقافية بطريقة مستدامة. يتضح من هذا أن الاستثمار السياحي يحتاج إلى رؤية شاملة وجهد منسق بين القطاعين العام والخاص، وهو ما يعكس مدى تعقيد هذا المجال وأهمية التعمق فيه لفهم أبعاده الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

¹ صالح السعيد، عبدلي هالة، "دور الاستثمارات السياحية في تحقيق التنمية السياحية المستدامة"، مجلة البحوث والدراسات التجارية 04(2018): 257.

المبحث الثاني: واقع الاستثمار السياحي في الجزائر

يعتبر الاستثمار السياحي أحد الركائز الأساسية لتحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة في الدول التي تتمتع بمقومات سياحية طبيعية وثقافية وتاريخية متنوعة، مثل الجزائر. فبفضل تنوعها الفريد الذي يشمل الصحاري الواسعة والسواحل والمواقع الأثرية المدرجة ضمن التراث العالمي، تمتلك الجزائر إمكانيات هائلة لا تزال غير مستغلة بشكل كاف في القطاع السياحي. وقد أدركت السلطات الجزائرية أهمية هذا المجال، فعملت على وضع استراتيجيات وطنية تهدف إلى تعزيز الاستثمار السياحي.

وقد شهدت أيضا اهتماما متزايدا من قبل المستثمرين المحليين والأجانب، مدفوعا بتحسين البيئة القانونية وفتح المجال أمام الشراكات بين القطاعين العام والخاص. ومع ذلك لا تزال هذه الجهود تواجه تحديات كبيرة، الأمر الذي سندرسه خلال هذا المبحث.

المطلب الأول: المؤشرات الحالية للاستثمار السياحي

في سياق تتبع تطور القطاع السياحي وتقييم فعالية السياسات العمومية الموجهة لدعم الاستثمار السياحي، تكتسي المؤشرات الإحصائية الرسمية أهمية محورية في رسم ملامح الواقع الاقتصادي والاجتماعي المرتبط بالسياحة. وفي هذا الإطار، تم اعتماد البيانات المدونة أدناه بالاستناد إلى الإحصائيات الصادرة عن وزارة السياحة والصناعات التقليدية الجزائرية لسنة 2023، وذلك في إطار مقارنة مرجعية مع معطيات سنة 2022. ويتيح هذا التحليل الكمي إمكانية استقراء الاتجاهات العامة للنشاط السياحي، وقياس ديناميكية الاستثمار وتطور البنية التحتية السياحية، حيث نلاحظ:¹

أولا: تطور حجم التدفقات السياحية

¹ وزارة السياحة والصناعات التقليدية، إحصائيات، اطلع عليه بتاريخ 09 ماي، 2025، <https://n9.cl/hpj9c>

الفصل الأول..... مدخل إلى الاستثمار السياحي في الجزائر

إجمالي عدد السياح لسنة 2023 بلغ 3,292,508 سائح، أي زيادة بنسبة 135.5% مقارنة بعام 2022، ما يعكس انتعاشا واضحا في القطاع بعد فترة من الركود، ويرتبط ذلك بالرفع من الإجراءات التحفيزية، وتحسن البنية التحتية والنقل.

عدد السياح الأجانب بلغ 2,195,519، بنسبة نمو قدرها +66.68% مقارنة بسنة 2022، مما يدل على تحسن في جاذبية الجزائر كوجهة دولية، ولو أن الفارق لا يزال في غير صالح السياحة الوافدة، بدليل تسجيل فارق صافي قدره 2,558,681 لصالح المغادرين.

✓ هذا التفاوت يشير إلى أن السياحة الخارجية (المغادرة) في نمو، بينما تبقى السياحة الوافدة في حاجة إلى تحسينات أكبر لجذب واستبقاء السياح.

ثانيا: السياحة الداخلية والموسم الصحراوي

خلال موسم السياحة الصحراوية 2023-2024 (من 1 أكتوبر إلى 31 ديسمبر 2023)، سجل 254,662 سائحا، منهم 239,759 جزائري مقيم و14,315 سائح أجنبي، ما يعكس اهتماما متزايدا بالسياحة الصحراوية، لكنه لا يزال يعتمد على السياح المحليين بدرجة كبيرة، وهو ما يشير إلى ضعف الترويج الخارجي لهذا المنتج السياحي الفريد.

ثالثا: النشاط الحموي

تم تسجيل 3,243,709 وافد على المؤسسات الحموية سنة 2023، منهم:

• 275,191 مستجم (إقامة متعددة الأيام).

• 2,968,518 زائر ليوم واحد.

تفوق عدد الزوار ليوم واحد يشير إلى الحاجة لتطوير خدمات الإيواء والنقل داخل محيط المؤسسات الحموية، بغية تحويل الزوار العابرين إلى مستجمين مقيمين، وبالتالي مضاعفة العائد الاقتصادي.

رابعا: البنية التحتية الفندقية

تم تسجيل 56 مؤسسة فندقية جديدة سنة 2023، بطاقة استيعابية قدرها 6,171 سريرا، مما رفع إجمالي عدد المؤسسات إلى 1,638 مؤسسة بعد أن كانت 1,582، بطاقة إجمالية قدرها 151,052 سريرا.

الفصل الأول..... مدخل إلى الاستثمار السياحي في الجزائر

هذا التطور يواكب النمو في عدد السياح، لكنه لا يزال دون المستوى المطلوب لمواكبة الطفرة في التدفقات السياحية، خاصة في الوجهات غير الساحلية.

خامسا: وكالات السياحة والأسفار

بلغ عدد الوكالات 4,999 وكالة سنة 2023، بزيادة قدرها 6% عن العام السابق، بدخول 507 وكالة جديدة حيز النشاط منها 404 وكالة أم و103 فرع.

هذا النمو يعكس دخول القطاع الخاص بقوة في المنظومة السياحية، ما يدعو إلى تسريع رقمنة الخدمات السياحية وربط الوكالات بشبكات الحجز الدولية.

سادسا: العقار السياحي

القطاع يمتلك 249 منطقة توسع سياحي مصنفة، تغطي مساحة إجمالية قدرها 57,829.802 هكتار، مما يوفر إمكانيات كبيرة للاستثمار، شرط تفعيل آليات استغلال هذه المناطق بفعالية أكبر، مع تسريع وتيرة إتمام التهيئة العقارية.¹

سابعا: مؤشرات الاستثمار السياحي

أما في مجال الاستثمار السياحي، فقد تم تسجيل 2,235 مشروعا معتمدا، توفر طاقة استيعابية تصل إلى 271,336 سريرا، مما يسهم في خلق 94,468 فرصة عمل. ما يعكس توجهها تنمويا واعدا في هذا المجال.²

غير أن عدد المشاريع المنجزة فعلا لا يزال دون المتوقع، ما يتطلب تسهيل المساطر الإدارية ومرافقة المستثمرين على مستوى الإنجاز والتمويل.

ثامنا: الصناعة التقليدية كمكمل للسياحة

¹وزارة السياحة والصناعات التقليدية، احصائيات، نفس المرجع.

²وزارة السياحة والصناعات التقليدية، نفس المرجع، <https://n9.cl/hpj9c>

الفصل الأول..... مدخل إلى الاستثمار السياحي في الجزائر

وعلى صعيد قطاع الصناعة التقليدية، شهد عام 2023 إنشاء حوالي 26,537 نشاطا جديدا، منها 17,950 نشاط أنشأه الذكور و8,587 أنشأته الإناث، مما أدى إلى استحداث 68,797 منصب عمل، منها 42,222 للرجال و26,575 للنساء. وبذلك، بلغ العدد الإجمالي للأنشطة المنشأة 447,716، مع توفير 1,159,264 منصب عمل حتى عام 2023.¹

وهو ما يبرز أهمية دمج هذا القطاع في العرض السياحي الوطني، خاصة في ما يتعلق بالسياحة الثقافية والحرفية.

التحليل:

بناء على البيانات السابقة، وعلى الرغم من التحسن الملحوظ الذي شهدته أغلب مؤشرات السياحة في الجزائر خلال سنة 2023، إلا أنه لا تزال بعض التحديات البنيوية تؤثر بشكل سلبي على أداء القطاع وتقيد فرص نموه بشكل مستدام، من أبرز هذه التحديات نلاحظ:

- ✚ استمرار اختلال التوازن بين السياحة الوافدة والمغادرة، لصالح هذه الأخيرة.
- ✚ ضعف وتيرة استغلال العقار السياحي، رغم توفر مساحات مصنفة واسعة.
- ✚ تفاوت نوعي في مستوى البنية التحتية والخدمات بين مختلف الجهات السياحية، ما يحد من التجربة السياحية المتكاملة.
- ✚ بطء في وتيرة إنجاز المشاريع السياحية المعتمدة، مما يؤثر على فعالية الاستجابة للطلب المتزايد.

في المقابل، تظهر بعض المؤشرات ديناميكية مشجعة، لاسيما في نمو عدد وكالات الأسفار، وتوسع نشاط الصناعة التقليدية، فضلا عن كم المشاريع الاستثمارية المعتمدة. وهي مؤشرات تعكس وجود قاعدة صلبة يمكن الاعتماد عليها لإطلاق نهضة سياحية شاملة، شرط تحسين مناخ الاستثمار، وتكثيف الجهود الترويجية على المستويين الوطني والدولي.

المطلب الثاني : العراقيل و التحديات أمام الاستثمار السياحي في الجزائر

¹ وزارة السياحة والصناعات التقليدية، نفس المرجع.

الفصل الأول..... مدخل إلى الاستثمار السياحي في الجزائر

بالرغم من الإمكانيات السياحية المتوفرة والجهود التي تبذلها الجزائر والاهتمام الذي توليه السلطات العمومية بهدف تطوير وعصرنة القطاع السياحي وتوفير بيئة استثمارية مناسبة لجلب المستثمرين وتحفيزهم، إلا أن العوائق الإدارية والاقتصادية والثقافية تعرقل هذا النمو. وبالتالي فإن التعرف على هذه العوائق والتحديات ومعالجتها بشكل عميق يعد أمرا ضروريا لتحسين البيئة الاستثمارية ودفع عجلة التنمية الاقتصادية.

نستعرض فيما يلي أبرز العوائق والتحديات التي تواجه الاستثمار في القطاع السياحي:

1. العوائق الإدارية والتنظيمية :

من بين أبرز التحديات التي تواجه قطاع الاستثمار بالجزائر هي التحديات الادارية والتنظيمية ، وتشمل النقاط التالية :¹

- كثرة وتعقيد الإجراءات الإدارية وانتشار البيروقراطية : من أهم المسائل التي تثبط تحفيز الاستثمار السياحي في الجزائر هو كثرة الإجراءات الإدارية وتعقيدها ، حيث يلزم المستثمر بالمرور عبر 14 مرحلة قبل الشروع في مشروعه، مع العلم أن المستثمر في كل من تونس والمغرب يمر بين 5 إلى 9 مراحل إدارية فقط. كما يشكو المستثمرون من العراقيل الإدارية وانتشار البيروقراطية الشديدة كالبطء في العمل الإداري وصعوبة فهم الموظف في الدولة تفاصيل طلب المستثمر. كل هذه العوامل تعكس تعقيد القوانين الجزائرية وارتفاع مستوى البيروقراطية.
- الفساد الإداري: ويكون عادة نتيجة لصعوبة الإجراءات الإدارية، حيث يضطر المستثمر أحيانا لدفع رشوة أو اللجوء إلى المحسوبية والوساطة للحصول على تسهيلات وتخليص إجراءات العقار والجمركة وغيرها، الأمر الذي دفع بالعديد من المستثمرين إلى التخلي عن مشاريعهم خاصة الأجانب.
- غياب الشفافية والحصول على المعلومات: تعيق صعوبة الوصول إلى المعلومات اللازمة قدرة المستثمرين على بناء قرارات استثمارية دقيقة ومدروسة.
- ضعف التنسيق بين المؤسسات: نقص التنسيق يسبب تعقيد التواصل بين الجهات المعنية مما يعرقل تنفيذ المشاريع السياحية في وقتها المحدد.

¹ خطابت امينة، " آليات تفعيل القطاع السياحي في الجزائر " (أطروحة دكتوراه ، جامعة الجزائر 3 ، 2020)، 266.

2. العوائق الاقتصادية و المالية:

نستعرض فيما يلي أهم التحديات الاقتصادية التي تواجه الاستثمار السياحي، مما يساعد على فهم أفضل للبيئة الاستثمارية ويسهل تحديد الحلول المناسبة لها: ¹

- نقص العمالة: إن نقص اليد العاملة المؤهلة والمتخصصة لإقامة وخدمة مشاريع سياحية يعتبر عائقا في وجه الاستثمارات السياحية. إذ أن إنشاء المشاريع السياحية وبناء الفنادق و ضخ رؤوس الأموال وحده لا يكفي دون كفاءة المورد البشري وإيجاد الكوادر المؤهلة لإدارة وتسيير هذه المشاريع.
- الاستقرار الاقتصادي: يسعى المستثمر إلى تحقيق أرباح وعوائد معتبرة، و هذا لا يتم في وضع اقتصادي غير مستقر ومعرض للالتزامات مثل التضخم وانخفاض قيمة العملة الوطنية. يهدد ذلك استمرارية المشروع والسياحي واستدامة عوائده.
- ضعف البنية التحتية: تعاني الجزائر من نقص البنى التحتية والفوقية، وهو ما يشكل تحديا لجلب الاستثمارات السياحية على اعتبار أن الخدمات المرتبطة بالنقل كالموانئ والسكك والمطارات تعتبر شريان الاقتصاد السياحي، فمثلا الجزائر لا تمتلك شبكة نقل بالسكك الحديدية على مختلف مناطق البلاد على عكس الدول المجاورة.
- ضعف الأداء المالي وعدم مواكبة التطورات: يشكل كل من ضعف أداء البنوك، وقلة استعمال وسائل الدفع الالكتروني الحديثة، و غياب مكاتب الصرف، وتعقد المعاملات المالية، من ابرز العوائق التي تواجه المستثمرين وتضعف تعاملاتهم المالية خاصة في عالم تسوده العولمة وتطور تقنيات الدفع. بالإضافة إلى أن ذلك يضعف من التنافسية السياحية ويقلل جاذبية البلد للسائحين الرقميين الذين يفضلون الاعتماد على أنظمة الدفع الالكتروني الحديثة.

3. العوائق الثقافية :

¹ رضوان جعيجع، الهاشمي بن واضح، "الاستثمار السياحي في الجزائر: العوائق و الفرص المتاحة"، مجلة العلوم الاقتصادية و التسيير و العلوم التجارية 02 (2024): 273.

الفصل الأول..... مدخل إلى الاستثمار السياحي في الجزائر

تلعب الثقافة المحلية والثقافة الاستثمارية دورا مهما في توفير بيئة استثمارية ملائمة، حيث قد تشكل أما جاذب أو عائق أمام الاستثمارات ونمو القطاع السياحي في الجزائر. وهناك عدة عوامل ثقافية تعيق القطاع من أبرزها:

- نقص وعي المستثمرين في المجال السياحي وغياب الكفاءة في إدارة المشاريع الاستثمارية، مما يؤثر سلبا على فرص النجاح.
- إهمال الصناعات التقليدية والمحلية من قبل الجهات الرسمية والجمعيات الوطنية، وعدم إدراك أهميتها الاقتصادية والثقافية في جلب السياح.
- عدم استغلال الموارد البيئية في المناطق السياحية كمكونات ثقافية مادية، مما يحد من العروض السياحية.
- ضعف استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الترويج السياحي، وفي توفير المعلومات والخدمات عبر الانترنت.
- قلة الثقافة السياحية لدى الفرد الجزائري في التعامل مع السائح الأجنبي، إذ يقوم بالتعامل معه كضيف يختلف عنه في العادات والتقاليد.
- محدودية الوعي بأهمية السياحة في تنمية الاقتصاد الوطني وفتح مناصب شغل.
- غياب الوعي بالقيمة التراثية، إذ أن العديد من الأماكن السياحية ذات البعد الثقافي في الجزائر لا تحظى بالاهتمام الكافي من قبل الأفراد والهيئات المحلية والوطنية، بالإضافة إلى غياب المتاحف والمراكز الثقافية التي تعرض التراث والتاريخ الجزائري مما يقلل جاذبية هذه الوجهات.
- عدم تمكن الكثير من العاملين في القطاع للغات الأجنبية، مما يشكل حاجزا في التواصل والتعامل مع السياح ويضعف تجربتهم السياحية.¹

من خلال تحليلنا المعمق لمختلف العراقيل التي تعيق الاستثمار السياحي في الجزائر، توصلنا إلى أن التحديات متداخلة ومتشابكة، مما يفرض ضرورة معالجتها بطريقة شاملة. فعلى المستوى الإداري، تعد البيروقراطية وتعقيد الإجراءات أبرز العوامل المنفرة للمستثمرين، خاصة في ظل غياب الشفافية وسهولة النفاذ إلى المعلومة. أما اقتصاديا، فإن ضعف البنية التحتية ونقص الكفاءات إلى جانب تعقيد المعاملات

¹ وليد معافة، " الاستثمار السياحي في الجزائر : دراسة في الفرص و تشخيص للمعيقات"، المجلة الجزائرية للأمن و التنمية 13 (2018)، 369.

الفصل الأول..... مدخل إلى الاستثمار السياحي في الجزائر

المالية، تؤثر بشكل مباشر على جدوى المشاريع وتضعف من تنافسية الوجهة السياحية. من جهة أخرى، لمسنا أن العوائق الثقافية تلعب دوراً حاسماً، حيث يحد ضعف الثقافة السياحية والتواصل اللغوي من جودة تجربة السائح ويقلل من فرص النجاح الاستثماري. وعليه، نرى أن تحسين مناخ الاستثمار في هذا القطاع الحيوي يتطلب إصلاحات هيكلية متكاملة تشمل الجوانب التنظيمية، الاقتصادية، والتوعوية.

المطلب الثالث: السياسات والآليات التحفيزية للاستثمار السياحي

اتخذت الحكومة الجزائرية مجموعة من الإجراءات والسياسات والآليات بهدف تعزيز الاستثمار السياحي وترقية القطاع السياحي. من بينها:

• الإجراءات القانونية:

أصدر المشرع الجزائري مجموعة من القوانين، ومن أبرزها القانون رقم 01-03 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، وأيضاً القانون 09-16 والقانون الساري المفعول 18-22 المتعلق بالاستثمار. حيث تم إصدار هذه القوانين بهدف تحديث شروط التنمية المستدامة للأنشطة السياحية، بالإضافة إلى وضع التدابير والأدوات اللازمة لتنفيذها. كما تهدف إلى تعزيز الاستثمار، وتطوير الشراكات في مجال السياحة، وإدماج الجزائر في السوق الدولية للسياحة عن طريق تحسين صورتها السياحية.¹

وذلك من خلال عدة نقاط رئيسية:

- ✓ تحقيق المساواة بين المستثمرين المحليين والأجانب، وإلغاء التمييز بين القطاعين العام والخاص في مجال الاستثمار السياحي.
- ✓ تخفيض الضريبة على أرباح الشركات السياحية إلى 19% مقارنة بالنشاطات الأخرى التي تصل نسبتها إلى 25%، بالإضافة إلى إعفاء لمدة 10 سنوات باستثناء وكالات السياحة والسفر وشركات الاقتصاد المختلط في قطاع السياحة.
- ✓ إعفاء دائم من الرسم على النشاط المهني، مع تخفيض بنسبة 7% من الرسم على القيمة بالنسبة للنشاطات السياحية الفندقية والحموية.

¹ نصيرة لعويطي، غويني العربي، "آليات تمكين الاستثمار السياحي في الجزائر"، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية 01 (2021): 745.

الفصل الأول..... مدخل إلى الاستثمار السياحي في الجزائر

✓ إعفاء من رسم التسجيل عند تأسيس شركات في قطاع السياحة.

كما يتضمن قانون التنمية المستدامة للسياحة (101-03) ضمانات تهدف إلى تعزيز الاستثمار السياحي، وذلك وفقاً لما ورد في المادة 2 التي تنص على:

❖ تعزيز الاستثمار وتطوير الشراكة في السياحة، وإعادة الاعتبار للمؤسسات الفندقية والسياحية من خلال رفع طاقة الإيواء والاستقبال.

❖ إدماج الجزائر في السوق الدولية للسياحة من خلال تعزيز الصورة السياحية وتنويع العروض المتاحة .

❖ استثمار القدرات الطبيعية والثقافية والتاريخية، وتعزيز فرص العمل في القطاع السياحي.¹

• الامتيازات والتسهيلات المرافقة للاستثمار السياحي:

يستفيد المستثمر السياحي من مجموعة من التسهيلات والتحفيزات، سواء خلال مرحلة شراء العقار السياحي أو أثناء تنفيذ المشروع، بالإضافة إلى التسهيلات المتاحة في مرحلة التمويل.

حيث يستفيد في مرحلة الإطلاق من المزايا التالية:²

✓ إعفاء السلع والخدمات المستوردة أو المقتناة محليا والتي تستخدم مباشرة في إنجاز الاستثمار السياحي من الرسم على القيمة المضافة .

✓ إعفاء السلع المستوردة التي تستخدم مباشرة في إنجاز الاستثمار من الحقوق الجمركية .

✓ إعفاء المستثمر السياحي من دفع حق نقل الملكية، بالإضافة إلى الرسم على الإشهار العقاري عن كل الممتلكات العقارية التي تتم في إطار الاستثمار السياحي .

¹ ضياف ياسمينية، "دعم وتشجيع الاستثمار السياحي من أجل تحقيق التنمية"، مجلة القانون، المجتمع والسلطة 01 (2023): 277.

² صورية مساني، "الاستثمار السياحي كبديل استراتيجي لمرحلة ما بعد البترول دراسة حالة الجزائر للفترة 1995-2014 دراسة قياسية" (أطروحة دكتوراه، جامعة فرحات عباس سطيف 2019، 01)، 234.

الفصل الأول..... مدخل إلى الاستثمار السياحي في الجزائر

✓ إعفاء من حقوق التسجيل والرسم على الإشهار العقاري، وكذلك من مبالغ الأملاك الوطنية التي تتضمن حق الامتياز على الأملاك العقارية المبنية وغير المبنية الموجهة لإنجاز المشاريع الاستثمارية.

✓ تخفيض بنسبة 90% من مبلغ الإتاوة الإيجارية السنوية المحددة من قبل مصالح الأملاك الدولية خلال فترة إنجاز الاستثمار.

✓ إعفاء لمدة 10 سنوات من الرسم العقاري على الملكيات العقارية التي تدخل في إطار الاستثمار السياحي اعتباراً من تاريخ الاقتناء.

وعندما يتعلق الأمر بالاستثمار السياحي في مناطق الجنوب والضفة العليا، فإن المستثمر السياحي يستفيد من مزايا إضافية مقارنةً بمراحل سابقة. ومن بين هذه المزايا:¹

✚ تتحمل الدولة كلياً أو جزئياً نفقات الأعمال المتعلقة بالمنشآت الضرورية لإنجاز الاستثمار، وذلك بعد تقييمها من قبل الوكالة.

✚ يتم تخفيض مبلغ الإتاوة الإيجارية السنوية المحددة من قبل مصالح أملاك الدولة المتعلقة بمسح الأراضي من خلال منح امتيازات تهدف إلى دعم المشاريع الاستثمارية، وذلك على النحو التالي:

يتم تحديد دينار رمزي عن كل متر مربع خلال فترة عشر سنوات، وبعد انتهاء هذه الفترة يرتفع المبلغ إلى 50% من قيمة استفاة أملاك الدولة بالنسبة للمشاريع الاستثمارية المقامة في الولايات الجنوبية الكبرى والهضاب العليا.

أما في مرحلة الاستغلال، فيستفيد المستثمر في مناطق الهضاب العليا والجنوب من المزايا الجبائية المذكورة لمدة عشر سنوات.

و بالإضافة إلى ما ذكر سابقاً، يستفيد المستثمر السياحي من:

¹ لعويطي نصيرة، "مستقبل الاستثمار السياحي في الجزائر في ظل المتغيرات الاقتصادية الراهنة" (أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، 2022)، 96.

الفصل الأول..... مدخل إلى الاستثمار السياحي في الجزائر

❖ مبلغ يعادل أو يتجاوز 5 مليارات دينار، بشرط الحصول على الموافقة المسبقة من المجلس الوطني للاستثمار.

❖ يتم تصنيف الاستثمار كاستثمار سياحي من قبل الهيئة المعنية، وذلك وفقاً للنشاطات ذات الامتياز المنصوص عليها في المادة 15 من قانون الاستثمار.

المبحث الثالث :آليات تمويل الاستثمار السياحي

تعتبر عملية التمويل أحد أهم العمليات التي تقوم على الإدارة في مختلف المؤسسات السياحية، خاصة الكبيرة منها، فتمويل المشاريع الاستثمارية في القطاع السياحي يعتبر من القرارات المعقدة التي ينبغي على المستثمر أو المدير المالي الإلمام بكل تفاصيلها قبل اتخاذ قراره باختياره التمويل الأمثل من بين البدائل التمويلية المتاحة. يهدف هذا المبحث إلى التعرف على مفهوم التمويل وتبسيط الضوء على أهميته، بالإضافة إلى التعرف على مختلف أنواع وأشكال التمويل السياحي، ودور القطاعين العام والخاص في تمويل الاستثمارات السياحية.

المطلب الأول: مفهوم التمويل وأهميته في الاستثمار السياح

التمويل هو الركيزة الأساسية لنجاح أي استثمار، وخاصة في قطاع السياحة الذي يتطلب موارد مالية مستمرة لتنفيذ المشاريع وتطويرها. لذا، فإن فهم أهمية التمويل يتيح للمستثمرين التخطيط السليم وضمان استمرارية النمو في هذا القطاع الحيوي.

أولاً : مفهوم التمويل

التمويل هو عملية تأمين وتخصيص الاحتياجات المالية (السيولة النقدية) اللازمة للاستثمار والتي يحتاجها المشروع، سواء كان صناعيا، زراعيا أو خدميا. وذلك بهدف استثمارها وتكوين رأس مال ثابت يهدف إلى تحسين الإنتاج وزيادة الاستهلاك.¹

وتعرف العملية التمويلية على أنها عملية توفير الموارد المالية وتسخيرها للقيام بوظائف ومهام المؤسسة بما يخدم أهدافها.²

وبالتالي فإن التمويل :

- ✓ خاص بالسيولة النقدية وليس السلع والخدمات.
- ✓ مقداره يحدد حسب نوع وحجم المشروع ودراسات الجدوى المالية والاقتصادية.
- ✓ الهدف منه تطوير المشاريع وزيادة الأرباح .

¹ اسماعيل الدباغ و الهام خضير شبر، مدخل متكامل في الاستثمار السياحي و التمويل (مصر: إثراء للنشر والتوزيع، 2015)، 240.

² بوزاهر نسرين، "تمويل الاستثمارات السياحية في الجزائر" (رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر، 2006)، 3.

✓ يقدم رؤية مستقبلية حول التدفقات النقدية وإدارة السيولة بكفاءة.

ثانيا : أهمية التمويل في المشاريع السياحية

تعتبر عملية التمويل منطلق أي عملية تنمية، أي أن أي استثمار أو نشاط اقتصادي لا يتم إلا بتوفير المصادر المالية التي تعتبر مدخلات النشاط الاقتصادي. وبالتالي فإن كل المشروعات في مختلف مجالاتها وبمختلف مراحلها تحتاج إلى التمويل لتواصل نموها وتحقيق أهدافها الربحية. ومن هنا يمكن القول أن التمويل له دور فعال في تحقيق السياسة التنموية للبلاد، وذلك من خلال:

- ◀ توسيع المشاريع السياحية: يساهم التمويل في توسيع المشاريع السياحية، بالإضافة إلى المشاريع التكميلية الأخرى ذات الصلة بها. يعمل ذلك على خلق فرص عمل جديدة في قطاع السياحة والفنادق، سواء كانت هذه العمالة بشكل مباشر أو غير مباشر.
- ◀ خلق علاقات اقتصادية: يساعد تمويل المشاريع على خلق منظومة اقتصادية متكاملة، فإ إنشاء وتطوير المشاريع الحالية يؤدي إلى ظهور مشاريع جديدة أخرى تشارك في أنشطة اقتصادية وخدمية محددة يتزايد الطلب عليها.
- ◀ تدفق رؤوس أموال أجنبية: توفير التمويل للشركات الأجنبية والسماح بالاستثمار في المشاريع السياحية يساهم في توفير جزء من النقد الأجنبي للدول المتلقية للسياحة.
- ◀ نقل التكنولوجيا الحديثة: التمويل الأجنبي يمكن أن يحقق درجة عالية من التقدم التكنولوجي من خلال إدخال معدات جديدة يمكن استخدامها لتسهيل تقديم الخدمات السياحية أو إنتاج سلع صناعية لأغراض سياحية.
- ◀ تحقيق التوازن الإقليمي: إذا توفر التمويل الكافي لإنشاء مشاريع سياحية في مناطق مختلفة من الدولة، فسيؤدي ذلك إلى تنمية وتحقيق التوازن الاقتصادي والاجتماعي في هذه المناطق، سواء كان متقدمة أو نامية.
- ◀ تحسين ميزان المدفوعات من خلال تدفق الاستثمارات الوطنية والأجنبية.
- ◀ زيادة القيمة المضافة والناتج القومي الإجمالي.¹

¹ Soumia Boukhari, "The Importance of Tourism Loans in Achieving Financial Sustainability for Tourism Projects – Analytical Case of Algeria", *Review of Travel and Tourism Research* 25(2024):217-218, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/4128246>

الفصل الأول..... مدخل إلى الاستثمار السياحي في الجزائر

و عليه توصلنا إلى أن التمويل يشكل الركيزة الأساسية لنجاح وتطوير المشاريع السياحية، إذ لا يمكن لأي مشروع أن يبدأ أو يتوسع دون توفر مصادر مالية كافية. كما لاحظنا أن التمويل يساهم بشكل مباشر في خلق فرص عمل وتنمية الاقتصاد الوطني، بالإضافة إلى جذب الاستثمارات الأجنبية التي تنقل التكنولوجيا الحديثة وتحسن جودة الخدمات السياحية. كذلك، التمويل يساهم في تحقيق توازن تنموي إقليمي من خلال دعم مشاريع في مناطق مختلفة، مما يعزز التنمية الاقتصادية والاجتماعية المتوازنة. بناءً على ذلك، يمكن القول إن التمويل هو عنصر حيوي يدفع القطاع السياحي نحو النمو المستدام وزيادة مساهمته في الناتج القومي الإجمالي.

المطلب الثاني : أنواع وأشكال التمويل السياحي

يمتاز التمويل السياحي بتعدد أنواعه وأشكاله التي تتناسب مع طبيعة واحتياجات المشاريع المختلفة. لذا، من المهم التعرف على هذه التنوعات لاختيار أفضل الخيارات التي تضمن دعم مستدام وتسهم في نمو القطاع السياحي بفعالية.

أولاً : التمويل الحكومي للمشروعات السياحية

هذا النوع من التمويل تلجأ إليه المشاريع السياحية الخاصة عند عجزها عن تلبية متطلبات التمويل للتنمية السياحية. فتقوم المؤسسات والهيئات الحكومية إما بالمشاركة في تمويل تلك المشروعات أو تتفرد الحكومة في تمويلها كلياً.

يقل التمويل الحكومي في الدول المتقدمة على عكس الدول النامية التي يكون منتشر فيها بمعدلات كبيرة. وقد يكون تمويلًا مباشرًا أو غير مباشر، وذلك بناءً على الأهمية الاقتصادية لقطاع السياحة في البلاد، والأهمية النسبية للقطاع مقارنة بالقطاعات الاقتصادية والإنتاجية الأخرى، ويكون كالتالي:¹

1) التمويل الحكومي المباشر :

يعتمد القطاع السياحي والفندقي بشكل كبير على التمويل الحكومي المباشر للحصول على الدعم المالي الذي يساعد في تقليل تكاليف الاستثمار. تسهم الدولة في تمويل مشاريع البنية التحتية والفوقية اللازمة

¹ اسماعيل الدباغ و الهام خضير شبر، مرجع سبق ذكره، 246.

الفصل الأول..... مدخل إلى الاستثمار السياحي في الجزائر

لتنمية السياحة، مما يعزز حصتها في السوق السياحي العالمي ويزيد من تدفق السياح إلى الوجهات التي تتمتع بمقومات جذب طبيعية، تاريخية، أثرية، ثقافية، أدينية.

يتم ذلك من خلال إقامة مشاريع سياحية وفندقية، خاصة في المناطق والأقاليم التي لم تصلها التنمية السياحية بعد. يلعب التمويل الحكومي دورًا حيويًا في تحقيق تنمية متوازنة وتوسيع نطاق التنمية السياحية لتشمل الأقاليم الأقل حظًا في فرص الاستثمار.

تكون معظم هذه المشاريع مرتبطة بشكل كامل أو جزئي بالقطاع الحكومي، حيث يمكن أن تصل نسبة التمويل المقدم كمقروض من الجهات الحكومية إلى 50% من إجمالي تكلفة الفندق السياحي، كما هو الحال في تجربة مجلس التعاون الأوروبي.

بالإضافة إلى ذلك، يقدم التمويل الحكومي قروضًا مميزة للقطاع الخاص بأسعار فائدة أقل من المعدلات السائدة في السوق، أو يوفر إعفاءات من سداد القروض أو أقساطها. وفي بعض الأحيان، يتم تقديم الدعم من خلال برامج تدريبية بهدف زيادة كفاءة العاملين.

(2) التمويل الحكومي غير المباشر :

ويكون في عدة أشكال ، منها:¹

- ✓ تقوم الدولة بتخصيص قطع أراض مجانية أو بأسعار تشجيعية في مختلف الأقاليم بهدف تعزيز التنمية السياحية المتوازنة. حيث تشجع على الاستثمار في مناطق سياحية جديدة من خلال إنشاء فنادق ومجمعات سياحية تتناسب مع احتياجات ومتطلبات جميع الفئات الاجتماعية. وفي بعض الأحيان، يتم التعاون مع القطاع الخاص في وضع التصاميم الأساسية للمشاريع.
- ✓ الإعفاءات الضريبية بما في ذلك: لوازم الإنشاء، شراء وتأجير الأراضي المخصصة لبناء المنشآت السياحية، الأجهزة المستوردة التي تخدم المشروع السياحي ونقل من تكاليف التشغيل.
- ✓ توفير نظم معلومات متكاملة ومنظمة حول أبرز الفرص الاستثمارية الموجودة في المناطق السياحية الغير مستغلة أو التي تسعى لتطويرها، مع توضيح الأهمية الاقتصادية والسياسية لكل إقليم أو منطقة ومستقبلها السياحي. بالإضافة إلى ذلك، يجب إجراء مسوحات ميدانية شاملة تقدم كافة المعلومات اللازمة للمستثمرين، مما يشجعهم على اتخاذ قرار الاستثمار.
- ✓ إزالة الرسوم الجمركية للمستثمرين على استيراد المواد الإنشائية والتأثيث والمعدات والآلات واللوازم وغيرها.

¹ اسماعيل الدباغ و الهام خضير شبر، مرجع سبق ذكره، 265.

الفصل الأول..... مدخل إلى الاستثمار السياحي في الجزائر

- ✓ توفير نظم معلومات متكاملة ومنظمة حول أبرز الفرص الاستثمارية الموجودة في المناطق السياحية الغير مستغلة أو التي تسعى لتطويرها، مع توضيح الأهمية الاقتصادية والسياسية لكل إقليم أو منطقة ومستقبلها السياحي. بالإضافة إلى ذلك، يجب إجراء مسوحات ميدانية شاملة تقدم كافة المعلومات اللازمة للمستثمرين، مما يشجعهم على اتخاذ قرار الاستثمارية.
- ✓ تأمين حقوق المستثمرين الأجانب من خلال ضمان حقهم في استرداد رأس المال والأرباح، بالإضافة إلى تشجيعهم على إعادة استثمار أرباحهم في فنادق أو مشاريع سياحية أخرى.
- المشاركة في الحملات التسويقية والترويجية لتعريف المستثمرين بما يتوفر من إمكانيات سياحية مميزة وفريدة في البلاد، وعرض الفرص الاستثمارية الحالية والمستقبلية. كما يشجع على المشاركة في المعارض السياحية المحلية والعالمية وملتقيات سوق الاستثمار السياحي، مع التركيز على إصدار دليل سياحي بعدة لغات وخرائط سياحية¹.
- بالإضافة إلى مساهمة الدولة في خفض تكاليف الاستثمار والتشغيل للمشاريع السياحية كالتأثير في سعر الصرف الذي يؤثر سلبا أو إيجابا على جذب المستثمر والسائح للوجهات السياحية، ودعم تنظيم دورات تكوينية للعاملين في المؤسسات الفندقية والسياحية.

ثانيا: التمويل الخاص المحلي

- يتمثل في رؤوس الأموال الخاصة بالأفراد أو الشركات أو المصارف، والتي تقوم بتمويل المشروعات السياحية عن طريق:²
- المستثمرين، رجال الأعمال، اصحاب رؤوس الأموال.
 - المصارف التجارية ذات التمويل قصير الأجل.
 - بنوك التنمية أو المصارف الاستثمارية، والتي تساهم في التمويل أما برؤوس أموالها أو بتقديم قروض متوسطة أو طويلة الأجل لأصحاب المشاريع. وتساعد أيضا بتقديم تسهيلات ائتمانية لتمويل المصاريف التشغيلية للمشروع.
 - الدوائر والمؤسسات المهنية كالجمعيات والنقابات والاتحادات المهنية.

ثالثا : التمويل الأجنبي

¹ اسماعيل الدباغ و الهام خضير شبر، نفس المرجع السابق، 265-266.

² نفس المرجع السابق، 267.

الفصل الأول..... مدخل إلى الاستثمار السياحي في الجزائر

تعتبر مصادر التمويل الدولية إحدى وسائل تدفق رؤوس الأموال، سواء كانت نقدية أو عينية، على المستوى العالمي. تقدم هذه الأموال من قبل القطاعين العام أو الخاص لدولة معينة استجابة لطلب من قطاع عام أو خاص في دولة أخرى تعاني من نقص أو عجز في تمويل مشاريعها الاستثمارية. يعد هذا المصدر مهما بشكل خاص لتوفير العملة الصعبة، إلا أن تكاليفه تحدد على المستوى الدولي وتكون مشروطة بشروط صارمة، خاصة بالنسبة للدول التي تواجه صعوبات اقتصادية. كما يعتبر التمويل الأجنبي متاحا بشكل أكبر للقطاع العام مقارنة بالقطاع الخاص، حيث إن المنظمات الدولية لا تمنح قروضا للقطاع الخاص إلا في حالات استثنائية¹.

ويثير هذا النوع من التمويل جدلا كبيرا، فهناك من يدعم فتح الأبواب أمام الاستثمار الأجنبي نظرا للحاجة الماسة إلى رأس المال الأجنبي، وهناك من يعارض نظرا لخطورة امتلاك رأس مال أجنبي مشروع محلي فيصبح بذلك القطاع السياحي تابع لسوق أجنبي.

تساهم في التمويل الدولي للمشروعات السياحية أطراف متعددة متمثلة في:²

1. مؤسسة تمويل الاستثمار في مجموعة البنك الدولي للإنشاء والتعمير :

وتتضمن منظمة التنمية الدولية (IDA) وهيئة التمويل الدولي (IFC). يساهم البنك الوطني بمنح قروض لتمويل المشاريع السياحية الكبرى لكن بضمانات حكومية، أما المنظمات فتساهم بمنح مساعدات مالية لتنمية البنية التحتية السياحية خاصة بنية النقل و المواصلات. إضافة إلى القروض طويلة الأجل التي تمنحها منظمة التنمية الدولية بفوائد منخفضة، والمساعدات التي تقدمها هيئة التمويل الدولية من خلال مشاركتها في المشاريع التي تسعى لتنميتها، وتميل إلى المشاريع ذات التمويل الأجنبي.

2. الاتفاقات الثنائية، وهي عبارة عن قروض طويلة الأجل وبفوائد منخفضة. ويشترط في هذه الاتفاقيات

استخدام القرض لشراء بضائع بقيمة القرض من البلد المقرض.

3. المستثمرون الأجانب: يستثمر الأجانب، سواء كانوا أفراد أو شركات، في المشاريع السياحية و

الفندقية على المستوى العالمي، وتكون مساهمتهم إما بتوفير رأس المال أو في تشغيل وتسيير

المشاريع السياحية الاستثمارية الكبرى. هذه المساهمة الاستثمارية لها تأثيرات واضحة في القطاع

السياحي خاصة في الدول النامية، ونذكر منها:

¹ مزياني محمد السعيد ودبة ناصر، " الاستثمار الأجنبي المباشر كآلية فعالة للنهوض بالتنمية السياحية في الجزائر"، مجلة الاقتصاد الصناعي 01 (2019)، 13.

² اسماعيل الدباغ و الهام خضير شبر، في مرجع سبق ذكره ، 269-271.

الفصل الأول..... مدخل إلى الاستثمار السياحي في الجزائر

- القدرة على إدارة تركيب وتطوير مجال صناعة السياحة بمختلف قطاعاته في البلد المضيف، خاصة لعدم امتلاك الشركات المحلية الموارد المطلوبة والخبرات الكافية في مجال السياحة.
 - إدارة حركة تدفق السياح والتحكم بالسوق السياحية، حيث تقوم باستهداف أسواقها ذات الإنفاق الكبير وتقديم خدمات سياحية تتناسب مع رغباتهم.
 - التأثير في أسعار المنتجات السياحية.
4. بنوك وصناديق مؤسسات الاستثمار العربية.

توصلنا من خلال تحليل أنواع وأشكال التمويل السياحي إلى أن تنوع مصادر التمويل (الحكومي، الخاص المحلي، والأجنبي) يشكل عنصرا أساسيا في دعم واستدامة المشاريع السياحية. فالتمويل الحكومي يعزز البنية التحتية ويوجه الاستثمارات نحو المناطق الأقل نموا، بينما يتيح التمويل الخاص مرونة أكبر في تمويل المشاريع عبر المصارف والمستثمرين المحليين. أما التمويل الأجنبي، فيوفر رؤوس أموال وخبرات تقنية مهمة، رغم ما قد يرافقه من شروط وضغوط. ويظهر هذا التنوع أهمية التكامل بين المصادر لضمان تطوير قطاع سياحي فعال ومساهم في النمو الاقتصادي.

المطلب الثالث : دور القطاعين العام والخاص في الاستثمار السياحي

يظهر دور كل القطاع العام والقطاع الخاص في كيفية الاستثمار والتمويل في الأسس التالية:¹

1. تقوم الحكومة بتمويل المشاريع السياحية الخاصة التي تقام في مناطق تقل فيها الحوافز الاستثمارية لقلة الجاذبية السياحية والفرص الربحية.
2. تستثمر الدولة في مشاريع البنية التحتية، أما مشاريع البنية الفوقية يتم الاستثمار فيها فقط إذا كانت هناك حاجة سياحية هامة. فالمستثمرون الخواص ينحازون لبناء مشاريع سياحية في المدن دون المناطق البعيدة عنها التي يتطلب الاستثمار فيها مبالغ هائلة مقابل مردود قليل. لذلك يجب تدخل القطاع العام للقيام بدور الرائد، حيث يعبد الطريق ويسهل الأمر أمام القطاع الخاص، وذلك من خلال تهيئة البيئة الاستثمارية، تمويل البنى الفوقية مثل الفنادق والمدن السياحية والمطارات، وتحفيز عمليات التطوير.

¹ اسماعيل الدباغ و الهام خضير شبر، مرجع سبق ذكره، 250-251.

الفصل الأول..... مدخل إلى الاستثمار السياحي في الجزائر

3. يجب على الحكومة أن تشجع القطاع الخاص للاستثمار السياحي وتدعمه إداريا أو ماديا أو فنيا، فالمشاريع السياحية عموما لا تعطي أكثر من 10 - 15 % أرباحا سنوية صافية وهي نسبة غير كافية لمن يريدون استثمارات ذات عوائد اعلى وأسرع.

4. عادة ما تكون الدول النامية في حاجة إلى رؤوس الأموال ولكن ما تقدمه المؤسسات الدولية التمويلية يكون محدودا ومقيدا بشروط صارمة، وبالتالي يجب على الحكومات أن تشجع الاستثمار محليا ودوليا وأجنبي اوتوفر البيئة الاستثمارية اللازمة مع تقديم ضمانات تشريعية لزيادة الثقة لدى المستثمرين.

5. قد لا يحصد الاستثمار السياحي مردودا عاليا في مدة قصيرة وسريعة وخاصة في مراحله الأولى، ومع ذلك سيحقق عوائد مالية وأرباحا مرتفعة على المستوى الاقتصادي على المدى المتوسط والطويل. وبالتالي فان الاستثمار السياحي يعتبر وسيلة ضرورية لتطوير عدة قطاعات اخرى متصلة بالقطاع السياحي بشكل مباشر أو غير مباشر، لذا فالحكومة مطالبة بالدعم والتشجيع بغض النظر عن طبيعة وحجم الاستثمارات.

من خلال ما تناولناه في هذا السياق، توصلنا إلى أن تحقيق تنمية سياحية فعالة يتطلب تكاملا وتعاونا بين القطاعين، فالقطاع العام يهتم بتهيئة البيئة الاستثمارية من خلال تمويل مشاريع البنية التحتية والفوقية للمناطق الأقل جذبا، وتحفيز القطاع الخاص عبر تقديم الدعم المالي والتشريعي.

أما القطاع الخاص، فيعد شريكا رئيسيا في تنفيذ المشاريع السياحية وتحقيق التنوع في الخدمات. فيعزز هذا التعاون فرص الاستثمار خصوصا في الدول النامية التي تواجه قيودا تمويلية من المؤسسات الدولية، مما يجعل من الاستثمار السياحي خيارا استراتيجيا لتحقيق عوائد اقتصادية بعيدة المدى.

خلاصة الفصل

يتضح من هذا الفصل أن الاستثمار السياحي يعد من الآليات الفعالة لتحقيق التنمية الاقتصادية لما يوفره من فرص عمل ومداخل إضافية ويعتمد على مكونات أساسية تشمل البنية التحتية والخدمات والمرافق السياحية كما يتميز بتعدد مجالاته وخصوصية نشاطه وقد أظهر واقع الاستثمار السياحي في الجزائر ضعفًا في تجسيد المشاريع رغم الإمكانيات المتاحة نتيجة عراقيل تنظيمية وتمويلية وإدارية في حين تسعى الدولة عبر سياسات وآليات تحفيزية إلى تدارك هذه النقائص كما يبرز التمويل دوره المحوري في إنجاح المشاريع السياحية سواء من خلال تدخل القطاع العمومي أو عبر شراكات مع القطاع الخاص وهو ما يتطلب تكييف آليات الدعم المالي مع خصوصية هذا القطاع لضمان ديمومته وجاذبيته.

الفصل الثاني

تمهيد

شهد العالم في العقود الأخيرة تحولات جذرية مدفوعة بالثورة الرقمية التي لم تترك قطاعا إلا ومست جوانبه المختلفة، من الاقتصاد والحياة الاجتماعية الى الصناعات والخدمات. وفي خضم هذه التحولات برز القطاع السياحي كأحد أكثر القطاعات تأثرا وتكيفاً مع التطورات الرقمية المتسارعة. فالرقمنة لم تعد مجرد خيار تكميلي، بل أصبحت ركيزة أساسية لتعزيز القدرة التنافسية، تحسين تجربة السائح، وفتح آفاق جديدة للاستثمار. و في سياق التنافسية العالمية المتزايدة، أصبح تسخير أدوات الرقمنة ضرورة حتمية لتحقيق أقصى استفادة من الإمكانيات السياحية لأي وجهة.

في هذا الفصل سنسعى إلى التعرف على مفهوم الرقمنة و تجلياتها المختلفة في القطاع السياحي، والدور المحوري الذي تلعبه في تعزيز الاستثمار السياحي، مع تحليل واقع الرقمنة في الجزائر وآلياتها ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT).

المبحث الأول: مدخل إلى المنظومة الرقمية

في إطار التحول الرقمي الذي شهدته مختلف القطاعات في العقود الأخيرة، وخاصة القطاع السياحي، أصبح من الضروري تسليط الضوء على الرقمنة ومختلف جوانبها. لذا نهدف من خلال هذا المبحث إلى التعرف على مختلف مفاهيم الرقمنة وتحديد أبعادها، مع التطرق إلى تطور الإدارة الرقمية وكيف تجلت في القطاع السياحي.

المطلب الأول: تعريف الرقمنة: المفاهيم والأبعاد

يعتبر مصطلح الرقمنة من أكثر المصطلحات انتشارا وشيوعا، ذلك للتغيير الذي أحدثته في تحويل اغلب القطاعات من الطابع التناظري الورقي إلى الطابع الافتراضي الرقمي. بناء على ذلك وجب التعرف على الرقمنة من خلال ضبط مفهومها، والتعرف على أبعادها.

أولا: مفاهيم الرقمنة

تعددت مفاهيم الرقمنة لاختلاف تعريفها من كاتب لآخر، على سبيل المثال ¹: يعرفها تيري كاني Terry kuny بأنها عملية تحويل مصادر المعرفة، سواء كانت على شكل كتابة أو صوت أو صورة، الى شكل رقمي بحيث يمكن معالجتها بواسطة أنظمة الكمبيوتر. وتتم هذه العملية من بواسطة تقنيات ومعدات متخصصة. و يعرفها شارلوت بيرسي Charlette Buresi بأنها آلية تستخدم في تحويل البيانات والمعلومات من الأنظمة التناظرية إلى الأنظمة الرقمية، لتخزينها ومعالجتها بكفاءة اكبر. أما دوج هودجز Doug Hodges يرى الرقمنة بأنها منهجية تهدف إلى تحويل المحتوى الفكري التقليدي إلى محتوى رقمي يتم معالجته وتخزينه في أجهزة إلكترونية. وتختلف مفاهيم الرقمنة أيضا حسب السياق الذي تستعمل فيه كالتالي ²: في الحاسبات: تحويل البيانات والمعلومات إلى صيغة رقمية يتم معالجتها بالحاسوب.

¹ احمد فرج احمد، " الرقمنة داخل المؤسسات المعلومات ام خارجها"، مجلة دراسات المعلومات 04(2009):11.

² صباح شارف و مروة كشرود، " دور الرقمنة في عصرنة الإدارة الجزائرية " (رسالة ماستر، جامعة العربي التبسي،

الفصل الثاني : الرقمنة ودورها في تنمية الاستثمار السياحي

في سياق نظام المعلومات: تحويل النصوص المطبوعة، كالكتب والصور والخرائط وغيرها من المواد التقنية، من شكلها التناظري أو المادي الذي يعالج يدويا إلى شكل رقمي يعالج بواسطة حاسب آلي. يتم ذلك عن طريق استخدام نوع من أجهزة المسح الضوئي عن طريق الكاميرات الضوئية، والتي ينتج عنها أشكال يتم عرضها على شاشات الحاسوب.

في سياق الاتصالات بعيدة المدى: تشير الرقمنة في سياق الاتصالات إلى عملية تحويل الإشارات التناظرية المستمرة التي تستخدم تقليديا لنقل الصوت إلى إشارات رقمية ثنائية.

انطلاقا من التنوع في مفاهيم وتعريفات الرقمنة المقدمة من طرف مختلف الباحثين وفي سياقات متباينة، يمكن استنتاج تعريف إجرائي كالتالي :

الرقمنة هي عملية إلكترونية متكاملة تعتمد على تقنيات رقمية محددة يتم من خلالها تحويل مختلف أنواع البيانات والمعلومات من صيغة تناظرية مادية إلى صيغة رقمية معنوية، يمكن معالجتها و تخزينها ونقلها وتحليلها بواسطة أنظمة الحواسيب الآلية ومختلف التقنيات الرقمية. تهدف هذه العملية إلى دقة معالجة وتحليل البيانات وكفاءة نقلها و تخزينها وسهولة الوصول إليها وإعادة استخدامها.

ثانيا: خصائص الرقمنة

بعد التعرف على الرقمنة وتقديم جملة من المفاهيم، يمكن استخلاص ان الرقمنة تتميز بمجموعة من الخصائص، يمكن تلخيصها فيما يلي:

✓ **التمثيل الثنائي** : تحويل جميع أنواع البيانات إلى نظام ثنائي (0-1)، هذا التمثيل الموحد يسهل معالجتها وتخزينها بواسطة أنظمة الحاسوب.

✓ **المعالجة و التحليل الآلي** : تحويل البيانات إلى صيغة رقمية يسمح بمعالجتها عبر مجموعة من الخوارزميات والبرمجيات، مما يتيح إجراء عمليات معقدة مثل البحث والفرز والتحليل الإحصائي وغيرها.

✓ **الكفاءة في التخزين و النقل** : تتيح الرقمنة نقل كميات هائلة من البيانات عبر شبكة الانترنت وتخزينها دون الحاجة إلى المساحات المادية مثل الأرشيفات الورقية.¹

✓ **الدقة و الاستمرارية** : تسمح الرقمنة بحفظ البيانات والمعلومات بمستوى عال من الدقة بنفس الجودة الأصلية. كما يمكن استنساخها والرجوع إليها بسهولة وقت الحاجة.

¹ صباح شارف و مروة كشرود، مرجع سبق ذكره، 11.

✓ التكامل و قابلية التشغيل البيئي : تسمح الرقمنة بدمج البيانات من مصادر مختلفة ضمن أنظمة موحدة.

ثالثاً: أبعاد الرقمنة

تقوم الرقمنة على مجموعة من الأسس والأبعاد التي يجب احترامها في كل القطاعات ومنها قطاع الاستثمار ، وتتمثل هذه الأبعاد في ¹:

1. الترميز الرقمي : يعمل على البيانات بمختلف أنواعها (نصوص، صور، أصوات) على الخط (الانترنت أو في نظام رقمي) ليتمكن جهاز الكمبيوتر من استقبالها أثناء عملية المعالجة. تتم معالجة هذه البيانات ثم إخراجها على معاني جديدة مختلفة عما كانت عليه وتخدم رغبة المستخدم. وقد تعددت هذه الخدمة التقنية ليتم إرسال المعلومة رقمياً وإخضاعها للمعالجة الآلية أيضاً.

2. أنظمة التراسل الرقمي : تشمل الأنظمة المستخدمة في التراسل مثل الليزر، صناعة الألياف البصرية و المضخات البصرية ، والتي تساعد على استعمال أنظمة ترسل بصرية جديدة. تمتاز هذه الأنظمة بمستوى عال من الذكاء والتأمين الرفيع، وتمكن المستخدم من التحكم بها وصيانتها واستغلالها بالشكل الأمثل.

3. شبكات النفاذ الرقمي : تعتمد هذه الشبكات على الكوابل مثل جهاز (DSL) وجهاز (MODEM) وغيرهم، ووظيفتها تتمثل في تحويل الإشارات الرقمية المنقولة والتي تمثل مخرجات جهاز الإرسال الرقمي إلى إشارات تناظرية يمكن نقلها عبر خطوط تلفزيونية سلكية.

4. أنظمة التحويل : تعمل هذه الأنظمة كآليات مراقبة تؤمن التقارب بين المعلومة المرسل والمعلومة المستقبلية لما تمتاز به من سرعة كبيرة في تدفق المعلومات.

من خلال ما سبق ذكره، نستنتج أن الرقمنة ليست مجرد عملية تحويلية بسيطة، وإنما هي منهج معقد ومتعدد الأوجه. اتفق في تعريفها بعض الباحثين على كونها تحولاً جذرياً للمعلومات من شكلها التناظري إلى الرقمي، مما يسهل من عملية معالجة وتحليل وتخزين هذه المعلومات بكفاءة أكبر وجهد أقل. وبناء على طبيعتها التحويلية، تميزت الرقمنة بمجموعة خصائص أبرزها التحويل التلقائي للمعلومات والمعالجة والتحليل الآني والكفاءة في التخزين ونقل المعلومات بكميات هائلة عبر الشبكات الرقمية، إضافة إلى الدقة

¹ حسام بن الصغير، " دور الرقمنة في ترقية الاستثمار"، مجلة طبنة للدراسات العلمية الاكاديمية 02 (2024): 452-453.

الفصل الثاني :..... الرقمنة ودورها في تنمية الاستثمار السياحي

والاستمرارية في توفر البيانات، ويتعزز كل ذلك بالتكامل وقابلية التشغيل البيئي الذي يضمن ترابط مختلف الأنظمة تجانسها.

للرقمنة مجموعة من الأبعاد كونها لا تقتصر فقط على الجانب التقني، فهي تمتد لتشمل الترميز الرقمي كعملية أساسية لتحويل البيانات، والنظم الرقمية التي تمثل البيئة التشغيلية المتكاملة، وشبكات النفاذ الرقمي التي توفر البنية التحتية للاتصال، بالإضافة إلى النقل التحويلي الذي يسهل تدفق المعلومات بسرعة وفعالية.

المطلب الثاني: الإدارة الرقمية وأثرها في المؤسسات السياحية

ظهرت الإدارة الرقمية كمفهوم مبتكر نتيجة للثورة المعلوماتية والاقتصاد الرقمي، ونظرا للتطور الكبير في تكنولوجيا المعلومات والتحويلات الناتجة عنه، أخذت السياحة الرسمية والخاصة تتسارع في تبني التقنيات الرقمية الحديثة ومن بينها المؤسسات السياحية، لتحسين العمليات الإدارية وتعزيز كفاءة عملية اتخاذ القرار وتقديم خدمات أفضل، وبالتالي زيادة القوة التنافسية. وعليه، سنقوم في هذا المطلب بالتعريف بالإدارة الرقمية وإبراز أثرها في المؤسسات السياحية.

أولاً: تعريف الإدارة الرقمية

يمكن تعريف الإدارة الرقمية بأنها نمط إداري يعتمد على توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتقدمة في الوظائف الإدارية الالكترونية من خلال تبني أسس الإدارة الرقمية لتحقيق الأهداف بكفاءة وفعالية.¹

وتعرف بأنها إستراتيجية إدارية لتسيير المستقبل والتعامل مع ديناميكية المنظمة بهدف تحقيق فعالية وكفاءة في الأداء من خلال استخدام النظم التكنولوجية والتركيز على التكامل وتقنيات الذكاء الاصطناعي، وذلك باستغلال مختلف التكنولوجيات الحديثة وتسخيرها لتحقيق أهداف المنظمة.²

يمكن تعريفها أيضا على أنها منظومة إدارية حديثة تهدف إلى سد الفجوة الرقمية، وذلك من خلال استثمار تكنولوجيا المعلومات المتقدمة ومختلف أنظمة البرامج المتطورة من أجل تقديم الخدمات للمستخدمين ومؤسسات الأعمال. بالإضافة إلى تعزيز وتدعيم فرص التنمية والإصلاح الإداري والاقتصادي، وإنجاز

¹ رانيه محمد ،"دور الادارة الرقمية في تنمية مهارات القيادة الابداعية"،مجلة تطوير الأداء الجامعي 02 (2021): 90.

² سارة عاطف، "دور التحول الرقمي في رفع كفاءة العاملين في المجال السياحي"،مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة 1 (2022): 106.

الفصل الثاني : الرقمنة ودورها في تنمية الاستثمار السياحي

المهام الكترونيًا عن طريق تحويل العمل الإداري المنجز ورقياً إلى أعمال تنجز باستغلال تقنيات رقمية حديثة بدقة وسرعة أكبر وبمجهود وتكلفة أقل.¹

وعليه، يمكن استنتاج أن:

الإدارة الرقمية هي نهج إداري استراتيجي يهدف إلى تحويل جميع العمليات الإدارية التقليدية، الداخلية والخارجية، إلى عمليات رقمية تتم آلياً عبر أنظمة الحاسوب وشبكات الانترنت. يهدف هذا التحول إلى تبسيط الإجراءات، وتقليل التكاليف وتوفير الوقت والجهد للمتعاملين والموظفين، وتحسين أداء المؤسسة من خلال كفاءة أداء المهام الإدارية من تخطيط وتنظيم وتنفيذ ورقابة مستمرة لكافة عناصر العمل الإداري، وتنسيقها في إطار تحقيق أهداف المؤسسة.

ثانياً: أثر الإدارة الرقمية على المؤسسات السياحية

تساهم الإدارة الرقمية بخلق من التأثيرات التي تساعد في تحسين أداء المؤسسات والشركات السياحية، ويمكن ذكر بعض النقاط التي تظهر فيها أوجه التأثير كالتالي:²

◀ يظهر تأثير الإدارة الرقمية على إنتاجية الشركات والمؤسسات السياحية من خلال تأثيرها على كفاءة العاملين في المجال والقوى العاملة، وذلك عن طريق تحقيق رضا العملاء وتبسيط وتسهيل إجراءات العمل، وتدريب وتأهيل مهارات جديدة ذات كفاءة عالية.

◀ وضع استراتيجيات تسويق الخدمات والمنتجات، وكذلك تحسين جودة الأعمال وتعزيز الابتكار وتوفير المعلومات اللازمة لخدمة المؤسسة.

◀ تقليل التكاليف التي تحتاجها المؤسسات السياحية وذلك من خلال:

- التخلص من التكاليف البريدية من خلال استبدالها بالبريد الإلكتروني.
- إزالة التكاليف التي تتطلبها قوائم البيع والنشرات الفنية وغيرها من إصدارات الشركة، وذلك من خلال إرسالها أو إتاحتها على موقع الشركة على الانترنت.
- عقد الاجتماعات بنظام اللقاءات عن بعد للحد من مصاريف الانتقال وتقليل الاستخدام الورقي لتقديم الخدمات المختلفة للشركة.

¹ شيماء عبد الله، "الإدارة الرقمية كآلية لتنمية رأس المال البشري الإداري في الجامعات المصرية"، *المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية* 04 (2021): 602.

² سارة عاطف، مرجع سبق ذكره، 112-113.

الفصل الثاني :..... الرقمنة ودورها في تنمية الاستثمار السياحي

- ◀ تساهم الإدارة الرقمية في تحسين تدفق العمل وإدارة الوقت بفعالية مما يقلل الاختناقات والتأخيرات، ويضمن انسيابية المهام بسلاسة بين الأقسام والأفراد.
 - ◀ تساعد أيضا في زيادة كفاءة عملية اتخاذ القرارات ، وذلك من خلال التقليل من المركزية وتقويض السلطة وتوفير قاعدة بيانات ونظم تحليل متقدمة تسمح باتخاذ قرارات دقيقة ومدروسة.
 - ◀ خلق تواصل فعال بين مقدمي الخدمة ومتلقيها من خلال توفير بيئة تفاعلية تحكمها نماذج أعمال رقمية مثل الانترنت ووسائل التواصل.
- بناء على ما سبق، نستنتج أن الإدارة الرقمية داخل المؤسسات السياحية أصبحت ركيزة أساسية لتعزيز كفاءة أداء العاملين في المجال. فقد أوضحت هذه الدراسة تأثير الإدارة الرقمية ومساهمتها بفعالية في تبسيط الإجراءات وخفض التكاليف التشغيلية وتوفير قاعدة بيانات شاملة ودقيقة وتعزيز التواصل والتعاون، مما ينعكس إيجابا على جودة الخدمات المقدمة للعملاء ورضاهم. وبالتالي فإن الاستثمار في التقنيات الرقمية، وتدريب العاملين على استخدامها بكفاءة، وتكييف الهياكل التنظيمية مع متطلبات التكنولوجيا الحديثة هو أمر حتمي لزيادة نمو المؤسسات السياحية وتسيير أعمالها.

المبحث الثاني :التحول الرقمي في المجال السياحي عالميا

في ظل مواكبة التطورات وتحقيق التحول الرقمي في السياحة الذي يكون بالاستثمار الجيد في الرقمنة وتعزيز دورها في تطوير القطاع السياحي، من المهم التعرف على أسس بنائها وإدراك فوائدها في هذا القطاع.

نسعى من خلال هذا المبحث إلى التعرف وتحديد مختلف المتطلبات والأسس التي تقوم عليها الرقمنة في القطاع السياحي، ثم معرفة اثر وفوائد هذا التحول الرقمي على الاستثمارات السياحية، وأخيرا الاطلاع على تجارب بعض الدول مع رقمنة القطاع السياحي.

المطلب الأول: متطلبات و أسس الرقمنة في السياحة

يعتمد تطبيق الرقمنة على نظام متكامل من المكونات التقنية والمعلوماتية والبشرية، يستلزم تطبيقها كالتالي¹:

الموارد البشرية : للعنصر البشري أهمية كبيرة في التحول الرقمي، لذلك يستلزم توفير الكوادر المدربة والمؤهلة للتعامل مع البيانات رقمية ومعالجتها وتحليلها بهدف اتخاذ قرارات فعالة وتنفيذها. وتتمثل متطلبات الموارد البشرية فيما يلي:

- تكوين عنصر بشري له كفاءة وقدرة على الابتكار والتجديد وصنع المعرفة.
- صنع وتأهيل كوادر بشرية من المبرمجين والفنيين والمتخصصين في تقنيات الاتصالات وتشغيل الأجهزة وصيانتها.
- وضع برامج تكوينية لتدريب العاملين وبناء قدرات التعامل مع الأجهزة الرقمية والشبكات.
- تحديد الاحتياجات الحالية وتوقع الاحتياجات المستقبلية من الموارد البشرية المؤهلة على نظم المعلومات والبرمجيات.
- تأهيلهم وتدريبهم على التعامل مع المتغيرات السريعة التي تحدث في البيئة التكنولوجية و سرعة مواكبتها.

¹ سارة عاطف الموجي، مرجع سبق ذكره، ص 108- 109.

الفصل الثاني : الرقمنة ودورها في تنمية الاستثمار السياحي

التقنيات : تتطلب الرقمنة توفير التكنولوجيات اللازمة لبناء منظومة رقمية متكاملة باستخدام الأجهزة والبرمجيات التي تعمل داخل بيئات عملية تقنية بمراكز المعلومات، أين تتوفر بنية تحتية تكنولوجية قادرة على التطور واستيعاب اكبر حجم من البيانات. ومن أهم هذه التقنيات الرقمية ما يلي:

- أدوات لتوفير البيانات الضخمة وتحليلها لاستغلالها في عمليات صنع واتخاذ القرار والتنبؤ بالاتجاهات المستقبلية.
- أجهزة الهواتف المحمولة التي تسمح بمتابعة مختلف الخدمات وإتمام الكثير من الأعمال التي تحتاج إلى الكثير من الوقت والجهد ك شراء وحجز تذاكر الطيران.
- شبكات التواصل الاجتماعي، والتي تساهم خاصة في العمليات التسويقية والترويجية.
- الحوسبة الحسابة، التي تساعد في أداء المهام المعقدة في وقت اقل وبكفاءة اكبر.
- انترنت الأشياء، مثل إدخال الروبوتات في مجال الأعمال أو ابتكار أدوات تعتمد على التكنولوجيا في جمع المعلومات مثل الحجز والتقييم.
- تقنيات كشف المواقع وكشف عمليات الاحتيال.
- الواقع المعزز، مثل الأدلة السياحية التفاعلية التي توفر معلومات فورية للسائح.
- أجهزة الطباعة ثلاثية الأبعاد وأجهزة الاستشعار الذكية.

البيانات : يجب على المؤسسات السياحية إدارة وتحليل البيانات بشكل منتظم وفعال لتوفير بيانات كاملة ودقيقة ومتابعتها بشكل مستمر لضمان استمرار تدفقها وتحديثها. كما يجب توفير وتطوير الأدوات المناسبة للتحليل الإحصائي واستخراج البيانات اللازمة للتوقعات المستقبلية للسياحة الرقمية.¹

العمليات : تتضمن وضع أسس فعالة من أنظمة وتقنيات تسمح بتطوير الأداء الداخلي والخارجي للمؤسسات السياحية لضمان التطبيق الأمثل للرقمنة. يشمل ذلك وضع السياسات والإجراءات التي تغطي كافة أنشطة المؤسسات السياحية وعملياتها المترابطة والتقنيات المطورة والبيانات المعالجة.² بالنظر إلى ما سبق، يتضح أن تحقيق الإدارة الرقمية الفعالية لا يقتصر فقط على أدوات تكنولوجية، بل هو عملية تحول شاملة تعتمد مجموعة متطلبات أساسية ومتكاملة. فمن جهة، تشكل الموارد البشرية الركيزة الأساسية لهذا التحول، بحيث لا يمكن لأي نظام رقمي تحقيق أهدافه دون وجود كوادر مؤهلة ومدرّبة

¹ عدنان مصطفى البار، "تقنيات التحول الرقمي"، مجلة الملك عبد العزيز 11 (2019): 4.

² نفس المرجع السابق.

الفصل الثاني :..... الرقمنة ودورها في تنمية الاستثمار السياحي

تتقن استعمال الأنظمة والتقنيات الحديثة وتواكب التغيرات الرقمية. ومن جهة أخرى، تعد التقنيات العمود الفقري للإدارة الرقمية، فهي توفر البنية التحتية والأدوات اللازمة لتنفيذ مختلف العمليات الرقمية وتوفير وتبادل المعلومات بكفاءة عالية. أما البيانات فتعتبر المادة الخام التي يتم تحليلها واستخلاص النتائج منها لإنجاح عملية اتخاذ القرار ووضع قرارات سليمة وفعالة. وأخيرا العمليات التي تعتبر المحدد الأساسي لنجاح الإدارة الرقمية، حيث تضمن أقصى استفادة من التقنيات والبيانات المتاحة، وتدعم التكامل بين مختلف الوحدات الإدارية مما يعزز الأداء المؤسسي الشامل.

وبالتالي تحقيق أهداف الإدارة الرقمية يكون من خلال تكامل فعال بين العنصر البشري الممكن بالتقنيات، والذي يعتمد على بيانات دقيقة، ويسير وفق عمليات يتم تصميمها بشكل يتناسب مع العصر الرقمي.

المطلب الثاني:أسباب وفوائد التحول الرقمي في الاستثمار السياحي

إن حاجة القطاع السياحي إلى التحول الرقمي وإلى تكنولوجيا ونظم المعلومات المتكاملة من أعلى المستويات الإدارية والتنظيمية إلى اصغر وحدة اقتصادية سياحية، لها أسبابها وفوائدها الايجابية على كفاءة أداء مشروعات الاستثمار السياحي. يهدف التعريف بتلك الأسباب والفوائد تبرير حاجة القطاع السياحي للرقمنة.

أولاً:أسباب التحول الرقمي في الاستثمار السياحي

يتعرض القطاع السياحي لعدة ظروف و متغيرات تجعل التحول الرقمي في المشاريع والاستثمارات السياحية حتميا، من أهمها:¹

- تتأثر المشروعات السياحية بشكل كبير بالتغيرات البيئية الداخلية والخارجية مما يفرض ضرورة الاستجابة لمتطلبات توفير المعلومات عن الفعاليات والأنشطة السياحية التي تقدمها واستخدامها من خلال التقنيات الحديثة للتخطيط والرقابة والتنسيق وتوفير الإحصاءات المتكاملة على فروع القطاع السياحي على المستوى القومي.
- الزيادة في الطلب السياحي محليا ودوليا، مما يلزم المشاريع السياحية بتقديم منتجات و خدمات سياحية جديدة ومتنوعة ومتميزة لتنويع مصادر السياح كما ونوعا. يجعل ذلك المنشآت السياحية

¹ اسماعيل الدباغ و الهام خضير شبر، مرجع سبق ذكره، 396-397.

الفصل الثاني :..... الرقمنة ودورها في تنمية الاستثمار السياحي

تضع أهداف واستراتيجيات مناسبة للتعامل مع النمو المتزايد للسياح حيث تصبح نظم المعلومات وتوفير قاعدة بيانات دقيقة ومنظمة حاجة ملحة وضرورية.

- اعتماد أسلوب وتقنية نظم معلومات جيد وملائم يزيد قوة المنافسة في السوق السياحية والفندقية محليا ودوليا مما يساعد في الحصول على أفضل حصة سوقية والحفاظ عليها.
- توسيع حجم المشاريع السياحية وزيادة الوحدات العاملة ضمن القطاع يجعل عملية التخطيط والتنظيم والرقابة والتنسيق ومتابعة تنفيذ الخطط عملية معقدة إذا لم يتم توفير شبكة معلومات ونظم وتقنيات تحليل و متابعة فعالة.
- توسيع المشروعات السياحية الكبيرة مثل السلاسل الفندقية الضخمة وشركات الخطوط الجوية، وإنشاء المجمعات والمدن السياحية المتكاملة الضخمة وإنشاء وكالات السفر والمكاتب السياحية وغيرها، تؤدي إلى ظهور تعقيد في الهياكل التنظيمية و مختلف أجهزة المشاريع واتساع نطاق الإشراف على كافة الفروع والمستويات الإدارية. يفرض ذلك الحاجة إلى اللجوء لشبكة معلومات وتقنيات ووسائل اتصال لتسهيل الربط بين الإدارة ومواقع التنفيذ.
- التطور الرقمي والتكنولوجي السريع والمتواصل خاصة في مجال المعلومات يجعل إدارة المشروعات السياحية تعتمد في اتخاذ القرارات المتاحة لحل العديد من المشكلات والتحديات التي تواجهها في ظل المنافسة الشديدة في السوق السياحية المحلية والعالمية، والتقليل من التهديدات والمخاطر التي تواجهها في البيئة الخارجية.

ثانيا: فوائد التحول الرقمي في الاستثمار السياحي

يعتبر التحول الرقمي ركيزة أساسية في السياحة والاستثمارات السياحية لما يقدمه من فوائد للقطاع، والتي من بينها ¹:

- ◀ تحقيق تنمية سياحية مستدامة من خلال دعم الاستثمارات السياحية التي تقوم على استخدام التقنيات التكنولوجية لتحقيق أكبر قدر ممكن من العوائد الاقتصادية مع المحافظة على الجوانب الاجتماعية والبيئية من خلال تقنيات تقليل التلوث البيئي ودعم الجودة البيئية.²

¹ اسماعيل الدباغ و الهام خضير شبر، مرجع سبق ذكره، 397-398.

² مصطفى عبد المجيد، "السياحة الرقمية كأحد تطبيقات التكنولوجيا في السياحة"، مجلة روح القانون 10(2023):2534.

الفصل الثاني : الرقمنة ودورها في تنمية الاستثمار السياحي

- رفع كفاءة وتحكم الإدارة المسؤولة على تخطيط ورقابة وتنسيق أعمال القطاع السياحي على مستوى الدولة من جهة، وأنشطة وفعاليات المؤسسات السياحية والفندقية العاملة في البلاد من جهة أخرى.
- تحسين المنتج السياحي والارتقاء بمستوى الخدمات المقدمة.
- زيادة القدرة التنافسية من خلال تحديث البيانات والاستجابة الفورية للتطورات السريعة في مختلف المجالات كالاستثمار والتسويق والتخطيط وغيرها .
- زيادة كفاءة استخدام موارد الإنتاج السياحي المتاحة المادية والبشرية، مما يساهم في خفض التكاليف الكلية وزيادة إيرادات المنشآت. بالإضافة إلى المساهمة في تقليل الأخطاء والخسائر في تقديم المعلومات والخدمات والمنتجات السياحية.
- تحقيق الولاء والرضا الوظيفي من خلال زيادة الروح المعنوية للعاملين، وذلك بتحقيق أهدافهم وتوافقها مع أهداف الإدارة نتيجة توفر نظم معلومات ونظم اتصالات جيدة يسمح باستغلال أفضل لمهارات العاملين ورفع كفاءتهم الإنتاجية، وبالتالي خلق بيئة عمل صحية والعمل ضمن فريق داخل المؤسسات السياحية.
- الالتقاء بين العرض والطلب السياحي من خلال التسويق والترويج الرقمي للمقاصد السياحية الداخلية والخارجية عبر المنصات الرقمية، وتوفير إتمام إجراءات الحجوزات والدفع الإلكتروني في مختلف المؤسسات السياحية.¹
- رقمنة المتاحف لزيادة فرص العرض وتنويع المنتج السياحي وزيادة القدرة التنافسية عن طريق استخدام وسائل إرشادية رقمية مثل النظارات ثلاثية الأبعاد والكتيبات الرقمية متعددة اللغات وبصمات العين و الصورة وغيرها من الوسائل، بالإضافة إلى توفير التصميمات الفندقية التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي لتحديد احتياجات السياح وتلبيتها بالشكلا لأمثل لضمان تقديم تجربة سياحية ناجحة.
- نرى من خلال الفوائد التي سبق ذكرها، أن للتحول الرقمي آثار ايجابية وإستراتيجية على الاستثمار السياحي. فعلى صعيد تجربة العميل، يساهم التحول الرقمي في تقديم خدمات أكثر تخصصا وابتكارا، من خلال أدوات الحجز الذكية والواقع الافتراضي المعزز ومنصات التواصل الفعال، مما يعزز ولاء ورضا العاملين ويدعم قدرتهم الإنتاجية. وعلى صعيد العمليات التشغيلية، يساهم التحول الرقمي في

¹ مصطفى عبد المجيد، مرجع سبق ذكره: 2534.

الفصل الثاني :..... الرقمنة ودورها في تنمية الاستثمار السياحي

زيادة الكفاءة وتحسين إدارة الموارد المادية والبشرية مما ينعكس إيجاباً على الربحية والقوة التنافسية ويقلل من الأخطاء والخسائر. كما أن البيانات الضخمة والتحليلات الدقيقة تمكن المستثمرين من اتخاذ قرارات أكثر دقة وتحديد الفرص الجديدة والارتقاء بمستوى الخدمات المقدمة. كل هذه المزايا التي تقدمها الرقمنة تساهم في نجاح واستدامة الاستثمار السياحي.

المطلب الثالث: التجارب الدولية في رقمنة السياحة

أثبتت التجارب الدولية أن الرقمنة أصبحت عاملاً حاسماً في تطوير القطاع السياحي وتعزيز قدرته التنافسية. فقد انتقلت العديد من الدول إلى نماذج "السياحة الذكية"، حيث جرى توظيف التكنولوجيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي، الواقع الافتراضي، وإنترنت الأشياء (IoT) في تقديم خدمات سياحية مبتكرة، مما ساهم في تحسين تجربة السائح وتعزيز استدامة الوجهات.

وتبرز هذه التجارب كمرجع مهم يمكن الاستفادة منه في بلورة سياسات التحول الرقمي في السياحة، لاسيما في الدول الساعية إلى تعزيز حضورها على الساحة السياحية العالمية.

من هذا المنطلق، يحظى تحليل التجارب الدولية بأهمية بالغة لفهم آليات النجاح، وتحديد العوامل التي ساهمت في تسريع وتيرة الرقمنة، وتقييم مدى قابليتها للتكيف مع السياق المحلي. وفي هذا السياق، سنعرض مجموعة مختارة من التجارب الدولية الرائدة في رقمنة القطاع السياحي، حيث نسلط الضوء على نماذج من دول عربية (السعودية، الإمارات العربية، تونس) وأخرى أجنبية (فرنسا)، بهدف استخلاص الدروس والممارسات الفضلى التي يمكن الاستفادة منها في تطوير السياحة الرقمية:¹

الجدول 01: نماذج لتجارب بعض الدول في رقمنة السياحة

الدولة	الآليات المستخدمة	نقاط القوة
السعودية	تمثل المملكة العربية السعودية نموذجاً ناجحاً في تطبيق السياحة الإلكترونية، من خلال حزمة من المبادرات الرقمية	- تكامل عالي بين المنصات. - سرعة إصدار التأشيرات. - استهداف دولي واسع .

¹ أسامة ياحي، حميد قارة عشيرة، "دروس مستفادة من تجارب دولية في السياحة الإلكترونية ومتطلبات تفعيل الأعمال الإلكترونية في القطاع السياحي بالجزائر"، مجلة الأعمال الإلكترونية والاقتصاد الرقمي 01 (2023): 43.

	التي طالت مجالات التأشيرات، الخدمات السياحية، وتوفير المعلومات عبر المنصات الإلكترونية: 1. نظام التأشيرة الإلكترونية للعمرة والسياحة • الآلية: أطلقت وزارة الحج والعمرة نظاما رقميا يسمح بتقديم طلبات العمرة وإصدار التأشيرات إلكترونيا، حيث يتم ملء الطلب ودفع الرسوم عبر الإنترنت خلال 24 ساعة. • الانتشار: النظام متاح لأكثر من 150 دولة وتم معالجة أكثر من 3 ملايين طلب. • التكامل: يتكامل مع أنظمة التأمين، إدارة الجوازات، وقواعد بيانات الرحلات الجوية. 2. منصة "إنجاز" لخدمات التأشيرات • تتيح للزوار: ✓ تعبئة استمارة التأشيرة. ✓ تحميل الوثائق (جواز السفر، التأمين، خط السير،...) ✓ دفع الرسوم إلكترونيا. ✓ استلام إشعار القبول إلكترونيا. 3. البوابة الوطنية للسياحة السعودية • الخدمات المقدمة: ✓ معلومات عن الوجهات السياحية، الفنادق، منظمي الرحلات. ✓ تطبيقات متخصصة للرصد السياحي والبلاغات. ✓ بوابة للتوظيف في القطاع السياحي. ✓ الاستعلام عن التراخيص والمستحقات المالية.	
--	---	--

	• المحتوى: يحتوي الموقع على أدوات تفاعلية وعروض سياحية محدثة باستمرار.	
الإمارات	تعد دولة الإمارات العربية المتحدة من الدول الرائدة في رقمنة القطاع السياحي، من خلال إنشاء منصات رقمية متعددة الاستخدامات توفر خدمات متكاملة للسائح المحلي والدولي: 1. المنصات السياحية الرقمية • تتيح المواقع الرسمية إمكانية: ✓ الاطلاع على الصور الحية والمقاطع الترويجية لأشهر المعالم. ✓ استعراض خرائط تفاعلية للطرق والوجهات. ✓ تصفح وتقييم الفنادق بخدمة الواقع الافتراضي ثلاثي الأبعاد. ✓ استخدام بوابات إلكترونية لحجز الرحلات والطيران والفنادق. 2. الدفع الإلكتروني للخدمات السياحية • تم دمج أنظمة الدفع الإلكتروني في جميع مراحل حجز الخدمات (الفنادق، الجولات، التذاكر)، مع توفير حلول آمنة وموثوقة تساهم في تقليل الوقت والتكلفة. 3. الشفافية والنفاذ إلى المعلومات • تعتمد الدولة سياسة النفاذ إلى المعلومة من خلال منصات توفر قواعد بيانات عن الأنشطة السياحية، التصاريح، الفعاليات، والتقارير الدورية.	-تجربة سياحية رقمية شاملة. -جودة تصميم الخدمات. - تنوع المنصات.

الفصل الثاني : الرقمنة ودورها في تنمية الاستثمار السياحي

تونس اعتمدت تونس نموذجا مرحليا لتفعيل السياحة الإلكترونية من خلال بوابة الديوان الوطني للسياحة: 1. بوابة السياحة التونسية • تقدم معلومات موثوقة عن: ✓ المواقع السياحية. ✓ الصناعات التقليدية. ✓ الأحداث والمهرجانات. • الهدف: تعزيز الشفافية، تسهيل الوصول للمعلومة، ودعم السياحة الداخلية والدولية. 2. الربط المؤسسي • تم ربط البوابة بالمؤسسات الحكومية والمهنية لضمان التكامل بين خدمات القطاعين العام والخاص.		
فرنسا تعتبر فرنسا من بين أبرز الدول التي طورت تجربة متكاملة في السياحة الإلكترونية، من خلال حزمة من المواقع والمنصات الحكومية والخاصة: 1. الموقع الرسمي للسياحة الفرنسية (France.fr) • يقدم معلومات عن: ✓ المقاصد السياحية. ✓ الفعاليات والمهرجانات. ✓ الشواطئ، الجبال، والمطاعم. 2. الدليل السياحي الرقمي (About-France.com) • يعمل كمنصة متعددة اللغات توفر:	شمولية الخدمات الرقمية. - دعم متعدد اللغات. - تجربة متكاملة ومتسلسلة.	

	✓ دليل شامل للمناطق والمدن الفرنسية. ✓ معلومات عن التعليم، الثقافة، والتقاليد. ✓ نصائح وإرشادات خاصة بالسفر والإقامة. 3. منصة القطارات الوطنية (OUI.sncf) • تقدم خدمات: ✓ حجز القطارات داخل فرنسا وداخل أوروبا. ✓ عروض وتخفيضات حسب الوجهات. ✓ ربط مباشر بالمواقع السياحية في مدن مثل: باريس، ميلانو، أمستردام، برشلونة... 4. منصة التأشيرات الفرنسية (France-Visas.gouv.fr) • توفر إجراءات شاملة للحصول على التأشيرة: ✓ تعبئة الاستمارة. ✓ تحديد الغرض من الزيارة. ✓ تحميل الوثائق المطلوبة. ✓ حجز موعد إلكتروني.	
--	---	--

المصدر: دروس مستفادة من تجارب دولية في السياحة الإلكترونية ومتطلبات تفعيل الأعمال الإلكترونية

في القطاع السياحي بالجزائر"، مرجع سبق ذكره، 43.

إن استعراض التجارب الدولية في رقمنة القطاع السياحي كما هو موضح في الجدول أعلاه، يقدم رؤى قيمة حول الاستراتيجيات والمبادرات الناجحة التي تبنتها دول مثل المملكة العربية السعودية، الإمارات،

الفصل الثاني :..... الرقمنة ودورها في تنمية الاستثمار السياحي

تونس، وفرنسا. تتجلى هذه التجارب في تطوير منصات الكترونية متكاملة لتقديم الخدمات السياحية، وتسريع إجراءات إصدار التأشيرات الرقمية، وتعزيز التواصل الفعال مع الزوار من خلال بوابات سياحية شاملة.

لقد أظهرت النماذج أن التحول الرقمي في السياحة لا يقتصر فقط على إنشاء المواقع الالكترونية، بل يشمل تكاملا عميقا للخدمات من حجز ودفع الكتروني إلى توفير معلومات دقيقة ومحدثة عن الوجهات والفعاليات، وحتى استخدام التقنيات المتقدمة كالذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي لتقديم تجارب سياحية فريدة ومخصصة.

المبحث الثالث: رقمنة السياحة في الجزائر

يعد القطاع السياحي من الركائز الحيوية التي تراهن عليها الجزائر لتحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة وتنويع مصادر الدخل الوطني خارج قطاع المحروقات. وفي ظل التحولات الرقمية المتسارعة التي يشهدها العالم، أصبحت الرقمنة خيارا استراتيجيا لا غنى عنه لتطوير الأداء السياحي، سواء من حيث الترويج للوجهات السياحية، أو تحسين الخدمات، أو تعزيز تنافسية السوق السياحية الوطنية على الصعيدين الإقليمي والدولي.

وفي هذا الإطار، جاء المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية كأداة مرجعية تهدف إلى إعادة هيكلة وتطوير القطاع السياحي في الجزائر، مع إيلاء أهمية خاصة للتحول الرقمي باعتباره أحد المحاور الأساسية للنهوض بالقطاع، وبالتالي بناءا عن هذا السياق سيتم في هذا المبحث التطرق إلى ثلاث مطالب رئيسية نسعى من خلالها إلى التعرف على المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر (SDAT2030) وآليات رقمنة القطاع السياحي ضمنه، و في الأخير سنقوم بتقييم واقع الرقمنة السياحية في الجزائر.

المطلب الأول: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر (SDAT2030)

لتعويض التأخر الذي شهده القطاع السياحي، قامت الجهات المعنية بوضع مخطط توجيهي للتهيئة السياحية، يهدف إلى تعزيز المناطق السياحية وتحديد معالم النشاط السياحي فيها. حيث اعتبر هذا المخطط الإطار المرجعي لتطوير السياحة في الجزائر.

تعريف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030

يعد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية جزءا من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية المتعلق بتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة، يصف هذا المخطط إرادة الدولة الفعلية لتعزيز مختلف المقومات السياحية الثقافية والتاريخية وتحسين استغلالها في القطاع. حيث يشكل الركيزة الأساسية لتنمية السياحة في الجزائر، امتدادا من خطة تطوير القطاع منذ سنة 2000 في شكل برنامج مستقبلي آفاق 2010 تحت مسمى "مخطط أعمال التنمية المستدامة للسياحة بالجزائر آفاق 2010"، وبمرور سنتين على تنفيذه، جاء مشروع جديد سمي آفاق 2013 حدد من خلاله الأهداف الكمية والنوعية للاستثمار السياحي، والذي عدل مرة أخرى

الفصل الثاني : الرقمنة ودورها في تنمية الاستثمار السياحي

مواكبة للتطورات الدولية السريعة، حيث دمج وزارتي البيئة وتهيئة الإقليم في وزارة واحدة. ليأتي بعد ذلك المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 ثم آفاق 2030.¹

المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "SDAT" يمثل إطارا مرجعيا متكاملا يهدف إلى تطوير السياحة في الجزائر وتعزيزها من خلال مبادرات عامة وخاصة حتى عام 2030. يسعى هذا المخطط إلى إدماج الجزائر ضمن الشبكات الدولية، مما يعزز مكانتها كوجهة سياحية ويعزز من مكتسباتها الطبيعية والثقافية عبر الاستثمار وتحسين جودة العرض. كما يتضمن المخطط تفاصيل مشروع سياحي شامل يهدف إلى إشراك أكبر عدد ممكن من الفاعلين، بما في ذلك المجتمع المحلي المعني بالنشاط السياحي، حيث يعتبر هذا المجتمع عنصر أساسي في عملية النمو والتنمية. وعليه أضحت السياحة في الجزائر أولوية وطنية وخيارا أساسيا.²

يتجلى الرهان في توافق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية مع جميع مراحل تطوره، بدءا من الإعداد والإنجاز وصولا إلى المتابعة، وذلك بمشاركة الفاعلين والمتعاملين الرئيسيين والمحليين في قطاع السياحة على مختلف الأصعدة، مثل الإطارات الفندقية، وأصحاب المطاعم، ووكالات السفر، والمرشدين، والجمعيات .

لإنجاز المخطط، يجب المرور بخمس مراحل، وهي كالتالي:³

1. تشخيص الاتجاهات العالمية، والإشكاليات والرهانات.
2. تحديد التوجيهات الإستراتيجية.
3. وضع الخطوط التوجيهية.
4. إعداد برامج العمل ذات الأولوية .

¹ مريم منال بسعود و آخرون، "رقمنة القطاع السياحي بالجزائر بين الأهداف والفرص(وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030)"، مجلة روافد للبحوث والدراسات 02(2022): 14.

² دولي سعاد، لعلمي فاطمة، "إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر إسنادا للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (2030)" (ورقة مقدمة للملتقى الدولي حول اقتصاد السياحة وإدارة المؤسسات السياحية، جامعة سيدي محمد بن عبد الله، فاس ، المغرب، 07 جوان، 2015): 02.

³ دولي سعاد، لعلمي فاطمة، مرجع سبق ذكره: 03- 04.

الفصل الثاني : الرقمنة ودورها في تنمية الاستثمار السياحي

5. تحديد إستراتيجية الإنجاز والمتابعة.

ولتحديد التوجيهات الإستراتيجية بدقة، من الضروري وضع أهداف واضحة، حيث تم تعريف الأهداف المادية وتحديد الميزانية اللازمة لتحقيق الأهداف المرجوة من المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية:

يمثل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية وسيلة لتحقيق رؤية الدولة الجزائرية في تعزيز المقومات الطبيعية والثقافية والتاريخية، بهدف وضع البلاد في مصاف الدول السياحية الكبرى في منطقتي أوروبا والبحر الأبيض المتوسط. كما يحدد هذا المخطط التوجيهات الاستراتيجية الخاصة بالتهيئة السياحية لكل منطقة من مناطق البلاد، في إطار التنمية المستدامة. ويتضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية خمسة أهداف رئيسية:

✚ جعل السياحة إحدى محركات النمو الاقتصادي:

- تطوير اقتصاد بديل يعوض الاعتماد على المحروقات؛
- تنظيم العرض السياحي ليتناسب مع احتياجات السوق الوطنية؛
- تعزيز الوجود السياحي للجزائر على المستوى الدولي وجعلها وجهة مميزة ومركزا بارزا في حوض البحر الأبيض المتوسط، بهدف المساهمة في خلق فرص عمل جديدة وتعزيز الاقتصاد الوطني؛

- المساهمة في تحسين التوازنات الاقتصادية الكبرى، مثل الميزان التجاري وميزان المدفوعات.

✚ الدفع بواسطة الأثر العكسي على القطاعات الأخرى:

- يجب النظر إلى السياحة من منظور شامل يأخذ في الاعتبار مختلف العوامل (مثل النقل، التعمير، والتدريب)، مع مراعاة مصالح جميع الجهات الفاعلة سواء كانت خاصة أو عامة.
- ضرورة التنسيق مع استراتيجيات القطاعات الأخرى لتحقيق ديناميكية شاملة على مستوى الإقليم الوطني ضمن إطار المخطط الوطني لتهيئة الإقليم.

✚ التوفيق بين ترقية السياحة والبيئة:

يتعلق الأمر بإدماج مفهوم الاستدامة في كافة جوانب حلقة التنمية المستدامة.

✚ تثمين التراث التاريخي، الثقافي والديني:

الفصل الثاني : الرقمنة ودورها في تنمية الاستثمار السياحي

يعزز الاقتصاد السياحي علاقة قوية مع الإقليم، الذي يعبر عن التاريخ والتنوع الثقافي. تشكل العناصر الأساسية للتراث الإقليمي، مثل التراث الإنساني والطبيعي والمناخي والتاريخي، الصورة العامة لهذا الإقليم ونتاجه وجاذبيته. يتحرك السائح على أرض الإقليم، حيث ينتج ويستهلك.

ومع الأهمية المتزايدة للسياحة، خاصة في المناطق الاقتصادية الهشة، تبرز الحاجة إلى خلق وظائف وزيادة التدفقات المالية، بالإضافة إلى تعزيز الانتعاش الاقتصادي. يتطلب ذلك استراتيجية تنمية مستدامة تركز على الحفاظ على التراث التاريخي والثقافي.

🚦 التحسين الدائم لصورة الجزائر:

يهدف بناء صورة الجزائر إلى إحداث تغييرات في التصورات التي يحملها المتعاملون الدوليون تجاه السوق الجزائرية، وذلك بهدف تحويلها إلى سوق رئيسية بدلا من أن تكون سوقا ثانوية. يشمل ذلك مجموعة من المواد والطاقات المتاحة التي تلبي احتياجات المستهلكين.¹

إن تحقيق هذه الأهداف يستلزم تبني نهج شامل يركز على جعل السياحة محركا اقتصاديا رئيسيا، مع التركيز على تنظيم العرض السياحي وتلبية احتياجات السوق الوطنية. كما يتطلب التنسيق الفعال بين القطاعات الاقتصادية المختلفة، وتسخير اهتمام خاص لتنمية وتأهيل الموارد البشرية، فضلا عن تعزيز الترويج للموروث الثقافي والتاريخي والديني الغني للبلاد.

بهذه الرؤية المتكاملة، نستنتج أن المخطط التوجيهي يسعى إلى تحسين الصورة الذهنية للجزائر كوجهة سياحية جذابة ومستدامة، قادرة على تقديم تجربة سياحية فريدة تلبي تطلعات الزوار وتسهم في التنمية الشاملة للبلاد.

¹ لزهرة بعوط، "دور الاتصالات التسويقية المتكاملة في تحقيق التنمية السياحية - حالة ولاية قالمة -" (أطروحة دكتوراه، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، 2022)، 164 - 165.

المطلب الثاني: آليات رقمنة القطاع السياحي ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2030)

أصبح كسب رهان الرقمنة وتعميمها على مختلف الأنشطة السياحية والفندقية ضرورة ملحة وليس مجرد خيار، وذلك لما لها من دور محوري في تعزيز تنافسية العروض السياحية الوطنية سواء على الصعيد الداخلي أو الخارجي. ويقتضي هذا الواقع من جميع الفاعلين في القطاع اعتماد الأرضيات الرقمية الحديثة كوسيلة فعالة لاقتحام الأسواق الدولية. وفيما يلي عرض لأبرز الجهود المبذولة في مجال الرقمنة:¹

1. مرافقة كل المشاريع والمبادرات:

تهدف هذه الآلية إلى دعم كافة المبادرات الرامية إلى دمج الابتكار الرقمي في تطوير المقومات السياحية، من خلال تحفيز الشراكات بين مختلف الفاعلين في البيئة الاقتصادية والاجتماعية والمؤسسية، بما يعزز جاذبية الوجهة الجزائرية، ويرفع من فعالية الترويج لها رقميا.

2. إطلاق البوابة الإلكترونية الوطنية للسياحة:

تم في سنة 2011 إنشاء بوابة رقمية شاملة تعنى بتقديم خدمات الإرشاد السياحي، وتسويق فرص الاستثمار الفندقي والحموي، بالتنسيق مع قطاعات متعددة على غرار الثقافة، الشؤون الدينية، الشب ابوالمجاهدين، مما يعكس مقاربة تشاركية شاملة في الترويج السياحي عبر الوسائط الرقمية الحديثة.

3. ترقية نمط الإيواء لدى الساكن:

تجسدت هذه الآلية في تطبيقات ميدانية على غرار تجربة "الدشرة الحمراء" بولاية بسكرة، التي تم فيها إشراك السكان المحليين في استقبال السياح، مع رقمنة خدمات الحجز والتسديد، وتحديد مناطق التخيم، دعماً لتوسيع النسيج السياحي المحلي وتوفير مناصب شغل جديدة.

¹ مريم منال بسعود، وآخرون، مرجع سبق ذكره، 24.

4. المشاركة في التظاهرات السياحية الرقمية الدولية:

عززت الجزائر حضورها الرقمي من خلال مشاركتها في معارض دولية (مثل صالون MTTMoscou)، حيث تم اعتماد أدوات ترويجية رقمية تعتمد تقنيات الواقع الافتراضي ثلاثي الأبعاد، مما أتاح عرضاً أكثر عمقا للمقومات السياحية الجزائرية بطريقة تفاعلية مبتكرة.

5. تنظيم مسابقات لتحفيز الرقمنة في المؤسسات السياحية:

أطلقت مبادرات مثل "جوائز السياحة الجزائرية" لتكريم أفضل الأعمال السياحية والفندقية، وتحفيز الفاعلين على إدماج الرقمنة في تقديم الخدمات، مع التركيز على تحسين جودة العروض ومراجعة سياسة الأسعار لخلق بيئة تنافسية جذابة.

6. إرساء أطر قانونية وتنظيمية داعمة للتحول الرقمي:

أكد المخطط على ضرورة تبني تشريعات واضحة تنظم استخدام التكنولوجيا في القطاع السياحي، وتدعم حوكمة المؤسسات السياحية، مع تشجيع الابتكار والبحث العلمي في مجال تطوير البرمجيات والتطبيقات السياحية خاصة عبر المؤسسات الناشئة.

7. تبني نموذج اقتصاد المعرفة السياحي:

يسعى المخطط إلى إدماج القطاع السياحي ضمن نموذج الاقتصاد القائم على المعرفة، من خلال التكامل مع قطاعات أخرى مثل الثقافة، النقل، البيئة، والصناعات التقليدية وإبراز التراث اللامادي، بما يحقق تنمية مستدامة شاملة مبنية على التكنولوجيا والتنوع الثقافي.

8. رقمنة التنوع السياحي والانفتاح الخارجي:

تمثل السياحة الرقمية وسيلة فعالة لتسويق التنوع السياحي الجزائري (الديني، العلاجي، الثقافي...) لجذب السياح الأجانب ودعم الاقتصاد المحلي من خلال تنشيط القطاعات المرتبطة بالسياحة كالحرف، الأسواق والخدمات اللوجستية.

9. إطلاق منصة الحجز الإلكتروني "نملتيك":

تمثل منصة "نملتيك" (Namlatic) نموذجا عمليا لتطبيق الرقمنة في تسيير الحجوزات الفندقية عبر الإنترنت من خلال ربط الزبون بالمؤسسة الفندقية بطريقة آمنة وفعالة، مع إمكانية الدفع الإلكتروني وتقديم تطبيقات ذكية تسهل تجربة الحجز، وتساهم في الترويج للسياحة الجزائرية رقميا.¹

المطلب الثالث: تقييم واقع الرقمنة السياحية في الجزائر

شهدت الجزائر في السنوات الأخيرة تطورا ملحوظا في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، خاصة مع توسيع تغطية شبكات الجيل الثالث والرابع (3G/4G) عبر مختلف أنحاء البلاد. هذا التحول ساهم في تمكين بعض الفاعلين في القطاع السياحي من استغلال الوسائط الرقمية، إذ أصبحت معظم الفنادق تمتلك مواقع إلكترونية تتيح خدمات الحجز الإلكتروني. ومع ذلك فإن هذه الجهود تظل محدودة الأثر بسبب غياب إستراتيجية وطنية واضحة تدعم رقمنة النشاط السياحي.

ولكن رغم توفر بنية تكنولوجية أساسية نسبيا، إلا أن غياب منظومة متكاملة للتجارة الإلكترونية يعد من أبرز العوائق التي تحول دون انطلاق فعلي للسياحة الإلكترونية، إذ أن هذا النوع من السياحة مرتبط ارتباطا وثيقا بفعالية المعاملات التجارية الإلكترونية، وهو ما لا يزال ضعيفا في الجزائر مقارنة بالدول المجاورة.²

أبرز النقائص والمعوقات:

- ضعف البيع عبر الإنترنت: لا تزال الخدمات السياحية الإلكترونية محدودة، حيث أن العديد من المواقع التابعة للوكالات لا تتجاوز عرض البرامج دون توفير إمكانية الدفع أو التفاعل الكامل مع الزبون.

¹ مريم منال بسعود، وآخرون، مرجع سبق ذكره، 27.

² راضية بن نوي، "واقع تطبيق مبادئ السياحة الإلكترونية في الجزائر : دراسة ميدانية بالهيئات السياحية الوطنية"، مجلة جيل العلوم الانسانية والاجتماعية 71، (2021): 09.

الفصل الثاني : الرقمنة ودورها في تنمية الاستثمار السياحي

- تمثيل رقمي محدود للوكالات السياحية: تفتقر غالبية الوكالات السياحية إلى التواجد الإلكتروني النشط والمنافس، وغالبا ما تكتفي بمواقع بسيطة دون توظيف التطبيقات الحديثة أو أدوات التفاعل والتسويق الرقمي. كما أن مبادرات الشراكة مع شركات عالمية في المجال لم تلق استجابة فعلية من الوكالات بسبب مخاوف تتعلق بالتكلفة.

- عدم مواكبة التطورات التكنولوجية: العديد من الفاعلين السياحيين لم يطوروا قدراتهم التقنية لمسايرة التحول الرقمي، سواء من حيث الكفاءات أو الأدوات المستعملة.

- غياب الربط بين السياحة والنظام البنكي: يمثل غياب الدفع الإلكتروني إحدى أبرز العقبات التي تقفد المؤسسات السياحية الكثير من الزبائن المحتملين، إذ أن مجرد الحجز الإلكتروني دون إمكانية الدفع لا يوفر ضمانا كافيا للمؤسسة ولا للمستهلك. كما يحد من قدرة هذه المؤسسات على التحكم في سلوك السائح وتعزيز ولائه، لاسيما في ظل المنافسة الأجنبية¹.

في ظل هذا الوضع، يبقى السائح الجزائري أو الأجنبي مضطرا للاعتماد على وسائل تقليدية أو حتى تغيير وجهته السياحية بسبب ضعف الخدمات الرقمية المتكاملة.

فالقطاع يشهد تحولات تدريجية نحو اعتماد الحلول الرقمية، إلا أن هذه التحولات لا تزال جزئية ومحدودة التأثير. فقد تم اتخاذ بعض المبادرات الإيجابية، مثل إنشاء البوابة الرقمية الرسمية، وإدماج الرقمنة في التكوين السياحي، وتشجيع بعض المشاريع الرقمية الناشئة. ومع ذلك، تقتصر هذه الجهود إلى الإطار المؤسساتي والتخطيطي الذي يضمن استدامتها وفعاليتها.

حيث يواجه القطاع تحديات متراكمة تعيق تحقيق تحول رقمي حقيقي، تشمل غياب إستراتيجية رقمية وطنية موجهة للقطاع السياحي، ضعف البنية التحتية الرقمية، محدودية انتشار وسائل الدفع الإلكتروني، وانخفاض جاهزية المؤسسات السياحية للتفاعل عبر المنصات الإلكترونية. كما يتضح وجود خلل في التنسيق بين الفاعلين المؤسساتيين، بالإضافة إلى تفاوت جغرافي في استخدام الرقمنة بين مختلف مناطق البلاد.

¹ راضية بن نوي، مرجع سبق ذكره: 09.

الفصل الثاني :..... الرقمنة ودورها في تنمية الاستثمار السياحي

بناءا على ذلك، يمكن القول إن الرقمنة السياحية في الجزائر تمر بمرحلة تمهيدية تفتقر إلى الإطار الاستراتيجي، مما يتطلب الانتقال إلى مرحلة نضج تنظيمية وتقنية. ويتطلب هذا الانتقال تطوير رؤية وطنية شاملة للرقمنة السياحية تركز على التكامل بين المؤسسات والاستثمار في البنية التحتية الرقمية.

خلاصة الفصل:

تناولنا في هذا الفصل موضوع الرقمنة ودورها المحوري في تنمية الاستثمار السياحي، واستعرضنا التحولات الجذرية التي أحدثتها الثورة الرقمية في هذا القطاع.

نستنتج منه أن الرقمنة تعد عاملا حاسما لنمو وتنافسية القطاع السياحي عالميا، وأن التجارب الدولية تقدم دروسا قيمة يمكن الاستفادة منها. وفي السياق الجزائري، بالرغم من وجود إرادة سياسية ومبادرات أولية لدعم الرقمنة، إلا أن التحول الرقمي الشامل لا يزال في مراحله التمهيدية ويفتقر إلى إطار استراتيجي متكامل. يتطلب ذلك الانتقال من مرحلة المبادرات الجزئية إلى مرحلة نضج تنظيمية وتقنية، من خلال تطوير رؤية وطنية شاملة للرقمنة السياحية تركز على التكامل بين المؤسسات، والاستثمار في البنية التحتية الرقمية، وتذليل العقبات المتعلقة بالدفع الإلكتروني، وتطوير الكفاءات البشرية، وتفعيل دور المؤسسات السياحية في استخدام الأدوات الرقمية بشكل فعال.

في الختام، يجدر القول أن تحقيق هذه الأهداف من شأنه أن يعزز مكانة الجزائر كوجهة سياحية رقمية، ويساهم بفعالية في القطاع المستدام خارج قطاع المحروقات.

الفصل الثالث

تمهيد:

بات القطاع السياحي يعتمد بشكل كبير على التكنولوجيا الحديثة لجذب السياح وتحفيز الاستثمارات السياحية، وقد أظهرت العديد من الدول أن دمج الرقمنة ضمن القطاع يساهم في تعزيز تنافسيتها والارتقاء بخدماتها بمستوى أكثر كفاءة وفعالية.

وبناء على ذلك، يركز هذا الفصل الجانب التطبيقي ودراسات واقعية من خلال تحليل واقع السياحة بالجزائر عن طريق تحليل نقاط والضعف، ثم تقييم مدى جاهزية البيئة الرقمية والبنية التحتية الداعمة، كما يتناول واقع رقمنة هذا القطاع من خلال توظيف التكنولوجيا لتمكين الاستثمارات السياحية.

ثم يتوسع الفصل لعرض نماذج دولية ناجحة يمكن الاستفادة من تجاربها، من خلال دراسة حالة دولتين بارزتين، الأولى إستونيا من خلال منصة Visit Estonia، وتجربة دبي في اعتمادها للذكاء الاصطناعي ضمن مفهوم السياحة الذكية.

ويختتم الفصل باقتراح استراتيجية رقمية تسعى لتعزيز الاستثمار السياحي بالجزائر مع تقديم توصيات عملية تستهدف العاملين في القطاع

المبحث الأول: تشخيص واقع السياحة في الجزائر

ننتقل فيه من مرحلة التحليل العام لواقع السياحة والرقمنة في الجزائر إلى دراسة تهدف إلى استكشاف السبل التي يمكن بها تفعيل المنظومة الرقمية لخدمة الاستثمار السياحي. ويسعى هذا الجزء من البحث إلى تقديم تصور عملي مبني على بيانات واقعية، يتم من خلاله اقتراح إستراتيجية قابلة للتطبيق آخذة بعين الاعتبار الخصوصيات المحلية ومتطلبات التحول الرقمي العالمي.

المطلب الأول: تحليل نقاط القوة والضعف في السياحة الجزائرية

تتوفر الجزائر بمواردها الطبيعية والتاريخية المتنوعة، الأمر الذي يجعلها غنية بمقومات سياحية فريدة. إلا أن مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني ما تزال دون المستوى المرغوب، وهذا راجع إلى مجموعة من العوامل المؤثرة على أدائه. لذلك من الضروري القيام بتحليل نقاط القوة والضعف للقطاع لفهم الوضع الراهن له واستشراف آفاق تطويره.

أولاً: نقاط قوة القطاع السياحي بالجزائر¹

- موقع جغرافي استراتيجي: حيث تقع الجزائر على الضفة الجنوبية للبحر البيض المتوسط، مما يجعلها قريبة من الأسواق السياحية الأوروبية.
- عنصر جغرافي هام، فهو يتمتع بالفعل بساحل متوسطي بطول يزيد عن 1200 كم، ووتنوع تضاريسها ما بين سهول، هضاب عليا، سلاسل جبلية وصحراء شاسعة بمساحة 2 مليون كيلومتر مربع، غنية بالعناصر الطبيعية والتاريخية التي تعد بمثابة الذاكرة المحفوظة لمناطق الجنوب الجزائري.
- تتميز بتراثها الطبيعي والثقافي الجذاب والمتنوع.
- مناخها معتدل على مدار العام: تتمتع الجزائر بمناخ متوسطي مريح خصوصا في الشمال، حيث يتميز بشتاء معتدل وصيف حار. أما في الجنوب فالمناخ الصحراوي الجاف يعد عامل جذب

¹ الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار، "نقاط قوة قطاع السياحة في الجزائر"، اطلع عليه بتاريخ 30 ماي، 2025.

للسياحة الشتوية والعلاجية، مما يمنح الجزائر فرصة لاستقطاب السياح على مدار السنة دون انقطاع موسمي كبير.

- تتمتع الجزائر باستقرارها الأمني، السياسي و الاقتصادي: رغم بعض التحديات، تبقى الجزائر من أكثر الدول استقرارا في منطقة شمال إفريقيا من الناحية الأمنية.
- المنظومة التحفيزية الموجهة للاستثمار من طرف الدولة: حيث وضعت الحكومة الجزائرية آليات تشجيعية للمستثمرين في القطاع السياحي، وكمثال عن ذلك:
 - الإعفاءات الضريبية والجمركية.
 - تقديم تسهيلات للحصول على العقار السياحي.

ثانيا: نقاط ضعف القطاع السياحي بالجزائر

على الرغم من تعدد المقومات الا أن السياحة بالجزائر لا تزال ضعيفة، وذلك راجع لمجموعة من العوامل منها:

- غياب رؤية واضحة للمنتج السياحي المحلي: حيث تعاني العديد من المواقع السياحية بالجزائر من الإهمال وضعف الصيانة، كما هناك ضعف من جانب الابتكار في تقديم المنتجات السياحية وعدم استغلال المقومات السياحية المتوفرة بطريقة فعالة لتطوير العرض السياحي.
- تدني جودة الخدمات السياحية: يعاني القطاع السياحي بالجزائر من نقص ملحوظ لمرافق الترفيه إلى جانب غياب معايير النظافة في العديد من المواقع، كما يلاحظ ارتفاع أسعار الخدمات السياحية بشكل غير مبرر مقارنة بجودتها مما يجعلها أقل تنافسية مع دول الجوار.
- نقص وتردي مرافق الإيواء: تسجل البلاد عجزا واضحا في القدرة الاستيعابية للإيواء خاصة في الوجهات المرتبطة بالسياحة الحموية والصحراوية، كما تعاني الفنادق متوسطة التصنيف من التهالك وغياب التحديث مما يجعلها غير قادرة على تلبية تطلعات السياح.

- ضعف منظومة النقل: حيث أن خدمات النقل سواء كانت الجوية، البحرية أو البرية، لا تواكب متطلبات الحركة السياحية من حيث الكم والنوع؛ كما تحتاج البنى التحتية للنقل (مطارات، موانئ، طرق) إلى صيانة دورية وتحديث يتماشى مع المعايير العالمية.¹
- قصور في استراتيجيات التسويق والترويج السياحي: تبقى وسائل الترويج السياحي محدودة في محتواها وتقليدية في أدواتها ولا تستجيب لمتطلبات العصر الرقمي واهتمامات الأجيال الجديدة؛ كما يشهد الإعلام السياحي غيابا شبه تام سواء على مستوى القنوات المتخصصة أو عن طريق إنشاء محتوى مشترك مع قنوات عالمية ك National Geographic.
- ضعف أداء وكالات السفر: بحيث تتركز معظم أنشطة الوكالات على رحلات العمرة بنسبة 80 % بمقابل 10% لاستقبال السياح و 10% للحجوزات.
- ضعف تأهيل وتكوين المورد البشري: نسبة العمالة غير المؤهلة بالجزائر تتجاوز 60% وذلك راجع لعاملين: بداية فإن غالبية برامج التكوين المتوفرة لا تتماشى مع متطلبات السوق السياحية وتقتصر إلى التحديث والمواكبة، وأيضا يعاني العاملون في القطاع من ضعف التحفيز مما يؤثر سلبا على أدائهم. لذا تبرز الحاجة إلى تفعيل خطط التكوين المستمر لرفع كفاءة الموارد البشرية.
- البطء في مواكبة تكنولوجيا الإعلام والاتصال: حيث تعاني السياحة الجزائرية من قلة المنصات الإلكترونية والمواقع المتخصصة التي تروج للوجهات محليا أو دوليا.
- ضعف في تطوير الخدمات المصرفية: لا تزال بعض المؤسسات السياحية تفتقر لأدوات الدفع الإلكتروني؛ كما تفتقر البلاد لمراكز صرف العملات في أغلب المناطق السياحية.
- نقص وعي المجتمع بأهمية السياحة: لا تزال الثقافة السياحية ضعيفة وهشة في المجتمع الجزائري حيث ينظر للسياحة على أنها مجال غير مربح وغير لائق مهنيا.
- المبالغة في إجراءات منح التأشيرة السياحية.²

من خلال تحليلنا لنقاط القوة والضعف في السياحة الجزائرية، لاحظنا أن المشكلة الأساسية لا تكمن في نقص الموارد أو المؤهلات الطبيعية انما في ضعف استغلالها وتسييرها بما يخدم القطاع. حيث تأينا أن

¹ سنوسي العياشي، "التنمية السياحية المستدامة في الجزائر في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025" (أطروحة دكتوراه، جامعة 8ماي 1945، 2025)، 217 219.

² نفس المرجع.

السياحة في الجزائر تعاني من غياب مقارنة شاملة ومنسقة بين مختلف الفاعلين، فكل جهة تعمل بمعزل عن الأخرى، مما يؤدي إلى تبثر الجهود وغياب الانسجام. كما لفت انتباهنا أن الاهتمام بالمظاهر الشكلية يفوق التركيز على جودة التجربة السياحية نفسها، سواء من حيث الخدمات أو البنية التحتية أو التعامل مع السائح. والأهم من ذلك هناك فجوة واضحة بين الخطاب الرسمي حول دعم السياحة والواقع الميداني الذي يكشف عن بطء شديد في التنفيذ وغياب المتابعة. هذا كله جعلنا ندرك أن التحدي الكبير ليس في توفر المقومات بل في كيفية إدارتها وفق رؤية عصرية مواكبة للتطورات العالمية.

المطلب الثاني: تقييم البيئة الرقمية والبنية التحتية

تشكل البنية التحتية الداعمة الأساس المادي الذي يمكن للمنظومة الرقمية أن تبني عليه، خاصة في قطاع السياحة الذي يعتمد على الربط بين الخدمات الميدانية والرقمية. البنية التحتية تشمل شبكات الاتصالات، مراكز البيانات، أنظمة الحجز الإلكتروني، والمنشآت السياحية المتصلة بالتقنية الحديثة. ورغم وجود بعض التطورات في البنية التحتية في المدن الكبرى بالجزائر، إلا أن هناك تفاوتاً واضحاً مع المناطق النائية، حيث تظل الخدمات الرقمية ضعيفة، مما يحد من فرص الاستثمار السياحي في هذه المناطق¹.

أولاً: تقييم البيئة الرقمية

حسب الإحصائيات المسجلة في وزارة البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية تم تسجيل ما يلي²:

- حوالي 5,75 مليون مشترك هاتف ثابت.
- 49,02 مليون مشترك هاتف نقال.
- 4,905 مليون مشترك الانترنت الثابت.
- 44,75 مليون مشترك الانترنت للهاتف النقال.
- 1956 ألف موزع مالي.

¹ International Telecommunication Union (ITU). (2022). ICT Development Report: Algeria. Retrieved from: <https://www.itu.int>

² Ministère de la poste et des Télécommunications, *Rapport des Indices Internationaux relatif au secteur de la poste et des Télécommunications*, (2022).

• 10.784 مليون بطاقة ذهبية.

ولتقييم البيئة الرقمية التحتية في الجزائر، يتم استخدام مجموعة من المؤشرات الدولية التي تحدد مدى تطور البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر، ويمكن عرضها كالتالي:

1. مؤشر الجاهزية الشبكية: Network Readiness Index

يهدف هذا المؤشر إلى معرفة مدى تطبيق وتأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الاقتصاديات حول العالم، وذلك من خلال 4 ركائز أساسية يرتكز كل منها على 3 ركائز فرعية كالتالي:¹

- ◀ التكنولوجيا: درجة الوصول إليها، المحتوى، التقنيات المستقبلية.
- ◀ الأفراد: الأفراد، الأعمال، الحكومة.
- ◀ الحوكمة: الثقة، التنظيم (الأنظمة والقواعد)، الشمول.
- ◀ التأثير: الاقتصاد، جودة الحياة، مدى تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

الجدول 02: نتائج مؤشر الجاهزية الشبكية للجزائر لسنة 2023

المؤشرات والركائز	الترتيب	التصنيف
ركيزة التكنولوجيا	97	31.45
• الوصول	101	49.33
• المحتوى	22	17.23
• التقنيات المستقبلية	91	27.19
ركيزة الأفراد	91	35.63
• الأفراد	62	48.35
• الأعمال	111	28.92
• الحكومة	92	29.62

¹ Portulans institue, *Network Readiness Index*, (2023).

الفصل الثالث:..... الدراسة التطبيقية والاستراتيجية المقترحة

41.18	106	ركيزة الحوكمة
19.16	117	• الثقة
57.20	96	• التنظيم
47.11	98	• الشمول
41.82	107	ركيزة التأثير
21.49	90	• الاقتصاد
52.69	102	• جودة الحياة
51.33	106	• مدى تحقيق أهداف التنمية المستدامة

المصدر: Network Readiness Index 2023

احتلت الجزائر المرتبة 103 من أصل 134 اقتصاد مدرج في مؤشر الجاهزية الوطنية لعام 2023. وهي رتبة جد متدنية، خاصة وأنها لم تتقدم في الرتبة التي حققتها سنة 2021 وسنة 2022 حيث بلغت المرتبة 100 من أصل 131 وذلك حسب نفس المؤشر.

يعرض الجدول تقييم الجزائر ضمن مؤشر الجاهزية الشبكية بناء على تصنيف مجموعة ركائز أساسية وفرعية. حيث تم يوضح ترتيب الجزائر مقارنة بباقي الدول الأخرى التي تم تقييمها ضمن نفس الركيزة، والتصنيف التي حصلت عليها في كل ركيزة. وكلما كان عدد الترتيب اقل وكانت درجة التصنيف اكبر كان الأداء أفضل، حيث نلاحظ:

1. ركيزة التكنولوجيا :

تعتبر هذه الركيزة مؤشرا على البنية التحتية التكنولوجية. ترتيب الجزائر في المرتبة 97 يؤكد أن هناك حاجة لتوفير وتحسين أكثر في البنية التحتية المتطورة.

- الوصول: يشير تسجيل ترتيب 101 ودرجة تصنيف 49.33 إلى أن الوصول إلى الانترنت والتكنولوجيا ليس متاحا بسهولة أو بشكل واسع لجميع شرائح المجتمع. قد يكون ذلك راجعا لعدة أسباب مثل تحديات في التغطية أو التكلفة أو الجودة. وبالرغم من أن التصنيف 49.33 هو الأعلى في هذه الركيزة، إلا أنها لا تزال تشير إلى وجود فجوة كبيرة.

- المحتوى: نلاحظ أن الترتيب 92 ودرجة التصنيف 17.83. يشير ذلك إلى نقص المحتوى الرقمي المحلي ذو الصلة والجودة، أو صعوبة الوصول إليه. هذا يحد من جاذبية الانترنت وفوائده للمستخدمين.
- تقنيات المستقبل: يشير ترتيب 91 ودرجة تصنيف 27.19 في هذه الركيزة إلى ضعف وتأخر الجزائر في تبني التقنيات الناشئة والمستقبلية مثل الذكاء الاصطناعي، انترنت الأشياء، والحوسبة الحسابة. وهذا يقلل من قدرتها التنافسية على المدى الطويل.

2. ركيزة الأفراد:

- تم تحصيل ترتيب 91 ودرجة تصنيف 35.63 للجزائر على مستوى هذه الركيزة. يشير ذلك الى وجود تحديات في قدرة الأفراد والشركات والحكومات على الاستفادة من التكنولوجيا.
- الأفراد: سجل ترتيب 62 ودرجة تصنيف 48.35. ويعتبر هو الأقوياء ضمن جميع المحاور الفرعية، مما لا يشير إلى أن الأفراد في الجزائر لديهم الاستعداد والقدرة على تبني واستخدام التكنولوجيا، ويعود ذلك لارتفاع معدلات انتشار الهواتف الذكية واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
 - الأعمال: بترتيب 111 ودرجة 28.92. يمثل ذلك ضعفا كبيرا، حيث أن الشركات في الجزائر لا تستفيد بالشكل الكافي من استخدام التكنولوجيا في أداء عملياتها مما قد يعكس تحديات في الرقمنة ونقص المهارات الرقمية للقوى العاملة وبالتالي خلق بيئة غير محفزة للابتكار التكنولوجي.
 - الحكومات: بترتيب 92 ودرجة تصنيف 29.62. يظهر ذلك ضعفا في استخدام الحكومة للتكنولوجيا لتحسين الخدمات العامة أو في التحول الرقمي للحكومة، مما يؤثر على كفاءة الإدارة وتوفير الخدمات للمواطنين والشركات.

3. ركيزة الحوكمة:

- تحتل الجزائر ضمن هذه الركيزة الرتبة 106 ودرجة تصنيف تقدر بقيمة 41.18. تعتبر هي الأضعف أداء للجزائر، مما يشير إلى أن البيئة التنظيمية والسياسية لا تدعم التنمية الرقمية بالشكل الكافي.
- الثقة: بترتيب 117 ودرجة تصنيف 19.16. تعتبر أدنى درجة تحصل عليها الجزائر مقارنة بجميع الركائز الفرعية، مما يشير إلى مستويات منخفضة من الثقة في البيئة الرقمية. قد يعود ذلك لعدة أسباب منها مخاوف تتعلق بالأمن السيبراني أو خصوصية البيانات أو الشفافية.

- التنظيم: بترتيب 96 ودرجة تصنيف 57.26. على الرغم من الترتيب المتدني، إلا أنها أعلى درجة تصنيف ضمن هذه الركيزة مما يشير إلى وجود بعض الأطر التنظيمية ولكنها قد لا تكون فعالة بالكامل أو غير مواكبة للتطورات التكنولوجية.
- الإدماج: بترتيب 98 ودرجة تصنيف 47.11. يشير هذا إلى أن السياسات المتعلقة بالإدماج الرقمي قد لا تكون كافية لضمان أن جميع شرائح المجتمع يمكنها الوصول إلى التكنولوجيا والاستفادة منها، بما في ذلك الفئات المهمشة.

4. ركيزة التأثير:

سجلت الجزائر ترتيب 107 ودرجة تصنيف 41.82 ضمن هذه الركيزة. يدل ذلك على أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر لم يحقق بعد التأثير المرجو على الاقتصاد ونوعية الحياة والتنمية المستدامة.

- الاقتصاد: بترتيب 90 ودرجة تصنيف 21.43. يشير هذا إلى أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال لم تساهم بشكل فعال في النمو الاقتصادي، أو خلق فرص عمل، أو تعزيز القدرة التنافسية في الجزائر.
- جودة الحياة: ترتيب 102 ودرجة تصنيف 52.69. على الرغم من الترتيب المتدني، إلا أن درجة التصنيف تشير إلى أن هناك بعض التأثير الإيجابي على جودة الحياة، وقد يكون ذلك من خلال استخدام الهواتف الذكية. لكن رغم ذلك لا يزال هذا التأثير محدودا.
- المساهمة في أهداف التنمية المستدامة: حققت فيها ترتيب 106 ودرجة تصنيف 51.33. يشير هذا إلى أن الجزائر لم تستفد بشكل كامل من تكنولوجيا المعلومات والاتصال كأداة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة، مثل التعليم والصحة والحد من الفقر.

بناءً على نتائج مؤشر الجاهزية الشبكية لسنة 2023، نستنتج أن الجزائر لا تزال في مراحل مبكرة أو نامية نحو الجاهزية الرقمية الكاملة. على الرغم من وجود بعض نقاط القوة في استعداد الأفراد، إلا أن التحديات الكبرى تكمن في البنية التحتية التكنولوجية، والمحتوى الرقمي، وضعف الثقة، والبيئة التنظيمية غير الداعمة، والتأثير الاقتصادي المحدود. يظهر ذلك في الترتيب المتدني الذي سجلته الجزائر، حيث أنها تنتمي ضمن الثلث الأخير من الدول المشمولة بالمسح، وهو ما يدل على المستوى الضعيف للجزائر في مجال التكنولوجيا واستخداماتها.

2. مؤشر الابتكار العالمي:

هو تقرير سنوي تنشره المنظمة العالمية للملكية الفكرية WIPO بالشراكة مع جامعة كورنيل وانساد والمعهد الأوروبي لإدارة الأعمال. ظهر المؤشر لأول مرة سنة 2007، ويصنف البلدان من حيث قدرتها على الابتكار والنجاح فيه وذلك حسب مجموعة معايير ومؤشرات من بينها مؤشر تكنولوجيا المعلومات والاتصال.¹

تم تعيين الجزائر حسب المؤشر في سنة 2023 في المرتبة 119 بدرجة تصنيف 16.1. تم هذا التعيين بناءً على عدة مؤشرات والتي من بينها المؤشرات الفرعية لقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والتي يمكن توضيحها في الجدول التالي:²

الجدول (03): المؤشرات الفرعية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال حسب مؤشر الابتكار العالمي الخاصة

بالجزائر سنة 2023

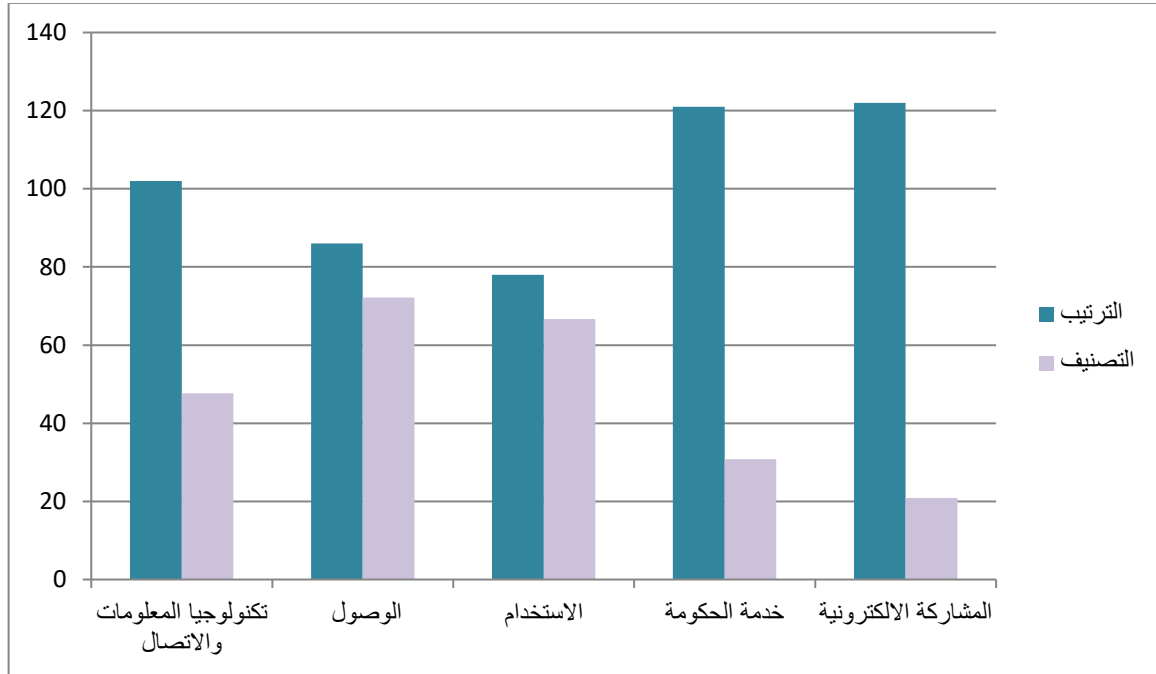
المؤشر	الترتيب	التصنيف
تكنولوجيا المعلومات والاتصال	102	47.7
الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصال	86	72.2
استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال	78	66.7
خدمة الحكومة عبر الانترنت	121	30.8
المشاركة الالكترونية	122	20.9

المصدر: Innovation Index 2023,P11Global

¹ عبد الله ونيس الترهوني، "مؤشر الابتكار العالمي 2024" (2024).

² World Intellectual Property Organization, *Global Innovation Index* (2023):19.

الشكل 01: رسم لأعمدة بيانية لإبراز التباين بشكل أفضل، حيث يوضح أداء الجزائر في المؤشرات الفرعية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال مصنفة حسب مؤشر الابتكار العالمي لسنة 2024:



المصدر: Innovation Index 2023,P11 Global

بناءً على الجدول والرسم البياني السابق، نلاحظ أن أداء الجزائر في مؤشرات الابتكار العالمي المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال لعام 2023 متباين بشكل كبير. حيث أنها حققت تقدماً نسبياً في الوصول واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، مما يعكس جهوداً إيجابية في توفير البنية التحتية والتشجيع على الاستخدام. لكن رغم ذلك، تواجه الجزائر تحديات وضعف ملحوظ في خدمة الحكومة عبر الإنترنت وفي المشاركة الإلكترونية، حيث لم تتجاوز قيم التصنيف فيهما عتبة 50 درجة، دليل مواجهة المواطنين والشركات لصعوبات في الوصول إلى الخدمات الحكومية رقمياً ونقص آليات المشاركة الرقمية الفعالة مما يخلق تحدياً في بناء مجتمع رقمي تفاعلي .

وعليه، حققت الجزائر درجات متباينة وتصنيف مرتفع نسبياً في بعض المؤشرات، إلا أنها لا تزال تعاني من ضعف شديد في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال مقارنة بباقي الدول الأخرى.

ثانياً: البنية التحتية الداعمة

1. النقل:

يعد النقل من أهم العوامل تشجيعا للسياحة لذلك نجد تنوع في شبكة النقل في الجزائر كالتالي:¹

✓ النقل البري: يشمل على شبكة طرق برية وطنية بطول 104 ألف كلم، وطريق الوحدة الإفريقية العابر للصحراء بطول 2344 كم. بالإضافة إلى الطريق السريع شرق/غرب الذي يمتد على طول 1216 كلم ويربط الجزائر بتونس والمغرب، وتسعى أيضا إلى الوضع طريق يصلها مع العاصمة الليبية طرابلس. أما شبكة السكك الحديدية، تملك الجزائر شبكة سكك حديدية يصل طولها إلى 6511 كلم.

✓ النقل الجوي: تملك الجزائر 58 مطار، منها 17 مطار دولي و41 مطار داخلي. وتتشكل حظيرة النقل الجوي للجزائر من 63 طائرة قادرة على نقل سنويا 3.5 مليون مسافر سنويا وحوالي 30 ألف طن من البضائع.

✓ النقل البحري: تعزز الجزائر شبكة النقل البحري بامتلاك 17 ميناء، بعضها مخصص للنشاط الطاقوي كتصدير المحروقات، والبعض الآخر متعدد الاستعمالات. بالإضافة إلى امتلاكها 4 سفن كبيرة مسخرة لنقل المسافرين.

2. الإيواء:

وهو أهم عنصر حيث لا يمكن تصور السياحة بدون خدمة الفندق والضيافة.

أولت الجزائر اهتماما بقطاع الإيواء، حيث تكتسب قدرة استيعابية تقدر بحوالي 145526 سرير، موزعة على 1576 مؤسسة فندقية سنة 2022.² و تم تسجيل 56 مؤسسة فندقية جديدة سنة 2023، بطاقة استيعابية قدرها 6171 سريرا، مما رفع إجمالي عدد المؤسسات إلى 1638 مؤسسة بعد أن كانت 1582، بطاقة إجمالية قدرها 151,052 سريرا³. بالإضافة إلى اعتمادها أكثر من 22000 مشروع لتعزيز طاقة الإيواء، ومن بينها 800 مشروع قيد الإنجاز.⁴

¹ عياشي سنوسي، "التنمية السياحية المستدامة في الجزائر في ظل المخطط التوجيهي SDAT2025" (اطروحة دكتوراه، جامعة 08 ماي 1945، 2024)، 115، 116.

² سمير جليل، نسيم لخضاري، "إسهامات البنية التحتية في تحقيق التنمية السياحية المستدامة" معهد العلوم الاقتصادية 01 (2024): 73.

³ وزارة السياحة والصناعات التقليدية، إحصائيات، اطلع عليه بتاريخ 30 ماي، 2025، <https://n9.cl/hpj9c>

⁴ عبد العزيز محمد، "الجزائر: نجاح ساحق للسياحة في 2023 مع استقبال 2.2 مليون سائح أجنبي" الاتحاد العربي للإعلام السياحي 295 (2024)، <https://arabutm.org/>

تظهر هذه النتائج تطورات ملحوظة في قطاع الإيواء بالجزائر مما يعكس الجهود الاستثمارية التي تقوم بها، لكنها لا تزال غير كافية مقارنة بالإمكانيات الهائلة التي تحظى بها بما في ذلك حجمها الجغرافي. بالإضافة إلى ذلك، تخضع الجزائر للمنافسة مع باقي الدول خاصة الدول المجاورة مثل تونس والمغرب، مما يستدعي إلى مضاعفة الجهود المبذولة لتطوير وتحسين هذا القطاع لما له من أهمية في المساهمة في القطاع السياحي ودفع عجلة التنمية.

المطلب الثالث: واقع رقمنة الاستثمارات السياحية

نظرا لسرعة التحول الرقمي الذي يشهده العالم أصبحت رقمنة الاستثمارات السياحية أمر لا بد منه لتحسين كفاءة الخدمات السياحية المقدمة، كوسيلة أساسية لتحقيق التنمية السياحية حيث تساهم في التحسين من عملية إدارة المشاريع، وحسن توجيه أكبر عدد من المستثمرين من خلال تطبيقات أو منصات ذكية.

وبالتالي من خلال هذا المطلب نسعى لتشخيص واقع الاستثمارات السياحية في الجزائر من خلال تحليل المبادرات الرقمية القائمة لدعم الاستثمار.

حيث يعتبر موضوع رقمنة مجال الاستثمار أداة إستراتيجية حديثة في الجزائر، خاصة بعد صدور قانون 18-22 حين تم إنشاء منصة رقمية لتسهيل الإجراءات للمستثمر وتعزيز جاذبية الاستثمار المحلي والأجنبي.

تعريف المنصة الرقمية للاستثمار وأهدافها

وتعد أول وسيلة إلكترونية تهدف إلى مرافقة والاستثمارات ومتابعتها منذ مرحلة التسجيل إلى غاية فترة الاستغلال. وقد تحدث المشرع عن كيفية تسييرها على التنظيم، كما أسند مهمة مهمة تسييرها إلى الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار.

كما عرفت أيضا المادة 27 من المرسوم التنفيذي رقم 22-298 القائم على تنظيم الوكالة وسيرها، على أنها الأداة الإلكترونية الموجهة للاستثمارات والمرافقة لها منذ التسجيل إلى غاية الاستغلال، لتضمن

إزالة الطابع المادي عن كافة الإجراءات المتعلقة بالاستثمار، كما تسمح باستكمالها عن طريق الانترنت مع إمكانية تكييفها على حسب نوع الاستثمارات وطبيعة الطلب.¹

تتجلى أهمية المنصة في تحسين ظروف المستثمرين وتسهيل الإجراءات المتبعة عند إنجاز المشاريع، وذلك من خلال تحقيق الأهداف المرجوة التالية:²

✓ التسريع في الإجراءات: فمن بين أهم الدوافع لاستحداث منصة رقمية هو تبسيط وتسهيل الإجراءات الإدارية، بداية من تسجيل المشروع والحصول على الرقم الجبائي الحقيقي، مروراً بمرحلة الاستفادة من المزايا. حيث أن كل الإجراءات تتطلب جهداً ووقتاً لمعرفة كافة التفاصيل خاصة مع كبر حجم الجرائز، الأمر الذي يستدعي وجود منصة رقمية تختزل كل ذلك للمستثمرين.

✓ ضمان الشفافية في المعاملات: فمن بين الأهداف الرئيسية للمنصة هو تطبيق مبدأ الشفافية، من خلال الوضوح التام في سير الإجراءات منذ لحظة إدخال البيانات لغاية دراستها وفحصها لكي يتم منع عمليات التلاعب ولغاية التقليل من ممارسات الوساطة، الأمر الذي يعزز الثقة بين المستثمر والإدارة ويعطي البيئة الاستثمارية الطابع القانوني والمؤسسي.

✓ تطوير القطاع الاستثماري: تعتبر المنصة وسيلة فعالة لعصرنة الخدمات المقدمة للمستثمر، حيث تمكنه من متابعة ملفاته ومشاريعه عن بعد، كما تقوم بتسهيل عمل المصالح والتنسيق بين مختلف الإدارات من خلال توفير نظام معلوماتي متكامل لتبادل المعلومات بشكل آني. كما تحسن من أداء المرافق العامة وكذلك جودة الخدمات المقدمة، مما يساهم في تطوير بيئة الاستثمار وتحفيز الاستثمارات الأجنبية.

دور المنصة في ترقية الاستثمار السياحي:

¹ بن الصغير حسام، "دور الرقمنة في ترقية الاستثمار"، مجلة طلبة للدراسات العلمية الأكاديمية 07، (2024): 456 455.

² نفس المرجع السابق، 457.

تهدف الوكالة الوطنية لترقية الاستثمار (AAPI) من خلال منصتها الرقمية إلى تعزيز وترقية القطاع السياحي أيضا إلى جانب القطاعات الأخرى ، كونه قطاع استراتيجي يلعب دور هام في تنويع الاقتصاد الوطني. وذلك من خلال توفير مجموعة من الخدمات حتى تكون مرجعا رسميا للمستثمرين في هذا القطاع، وكبداية لذلك تقدم المنصة تعريف بالقطاع السياحي كما تستعرض الرؤية الوطنية الهادفة لجعل الجزائر وجهة سياحية إقليمية بالاعتماد على المؤهلات التي تزخر بها.

كما تسهل عملية الاطلاع على العرض العقاري السياحي ومدى وفرة الأراضي الجاهزة للاستغلال، مع تقديم تسهيلات خاصة بالإجراءات القانونية المتعلقة بالحصول على العقار من خلال نظام المزايا والتحفيزات الذي يقدمه قانون الاستثمار، سواء بما يتعلق بالتمويل أو الإعفاءات الجبائية والجمركية.

لكن لا تقتصر خدماتها على تقديم المعلومات فقط، إنما تسمح للمستثمر من خلال فضاء تفاعلي أن يقوم بتقديم طلباته إلكترونيا، وأيضا متابعة ملفاته والتواصل مع الإدارات المعنية.¹

أما فيما يتعلق بالمشاريع السياحية المسجلة على المنصة، فقد صرح السيد عمر بكاش المدير العام للوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار خلال ندوة وطنية تحت عنوان "الوجهة السياحية الجزائرية، تشجيع الاستثمار وتحسين مناخ الأعمال"، أن المشاريع السياحية قد بلغت 249 مشروع إلى غاية 30 جوان 2024 موزعة على النحو التالي: 103 مشاريع فندقية، 54 مركز ترفيهي، 29 مجمع وقرى سياحية، بالإضافة إلى المشاريع المتعلقة بالرحلات البحرية الترفيهية.²

وبذلك يتضح لنا أن الجزائر تسعى لترقية مناخ الاستثمار بشكل عام من خلال اعتمادها على الرقمنة وتحديث أساليبها التنظيمية، ما يؤثر إيجابا على مختلف القطاعات بما في ذلك قطاع السياحة.

لكن على الرغم من ذلك، نرى أن السياحة قطاع واسع ومتعدد الأبعاد خاصة بالنسبة لبلد بحجم الجزائر يشمل أنماط سياحية متنوعة، لذلك فهو قطاع يتطلب تخطيط مخصص وموجه بدقة بما يتماشى

¹ الوكالة الوطنية لترقية الاستثمار، قطاع السياحة، اطلع عليه بتاريخ 04 جوان، 2025، على الرابط:

<https://aapi.dz/ar/secteur-du-tourisme-ar/>

² الإذاعة الجزائرية، السياحة، اطلع عليه بتاريخ 03 جوان، 2025، على الرابط:

<https://n9.cl/7w0kc>

مع خصوصيته. فإن نجاح الاستثمار السياحي لا يقاس بتوفير العقار أو التحفيزات فقط، بل يحتاج رؤية متكاملة تأخذ بالاعتبار البنى التحتية، الترويج، التكوين...إلخ؛

المبحث الثاني: دراسات حالات وتجارب ناجحة: استونيا ودبي

إن الاستفادة من التجارب الدولية الناجحة تمثل خطوة أساسية لبناء رؤية واضحة وقابلة للتنفيذ في أي مجال تنموي، لاسيما في القطاعات التي تعتمد بشكل مباشر على الابتكار والتحول الرقمي مثل السياحة.

ومن بين التجارب الرائدة عالمياً، تبرز كل من استونيا، بصفتها دولة أوروبية صغيرة استطاعت أن تتحول في ظرف وجيز إلى نموذج عالمي في الحكومة الرقمية والخدمات الذكية، ودبي التي رسخت مكانتها كوجهة سياحية رقمية متكاملة في العالم العربي. وبالتالي يهدف هذا المبحث إلى تحليل تجارب كل منها، انطلاقاً من المنصات الرقمية المتكاملة التي تقدمها استونيا، وصولاً إلى نماذج السياحة الذكية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي المتطورة في دبي. وذلك من أجل استخلاص الدروس والممارسات المستفادة من هاتين التجربتين واستغلالها للمساعدة على النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر.

المطلب الأول: استونيا: منصة "Visit Estonia"

تعتبر استونيا من أصغر الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي، وتنتمي إلى دول البلطيق. تحدها شرقاً روسيا وجنوباً لاتفيا وغرباً بحر البلطيق. استعادت استونيا استقلالها عام 1991 بعد عدة عقود من السيطرة السوفيتية، ومنذ ذلك الحين عرفت تطوراً ونمواً اقتصادياً ملحوظاً. يبلغ عدد سكانها حوالي 1.3 مليون نسمة من مختلف العرقيات والأديان، وتتبع نظام جمهوري برلماني في الحكم. تعتبر أول دولة وفرت الانترنت مجاناً وجعلتها حق من حقوق المواطنين يكفلها القانون. حيث تعتمد في اقتصادها على تصدير المنتجات الخدمية بنسبة 77% من ناتجها المحلي الإجمالي.¹

رغم صغر المساحة الإجمالية لاستونيا، إلا أنها وجهة سياحية ناجحة بامتياز. تجمع استونيا بين الطبيعة والتضاريس المتنوعة، والثقافة والتاريخ الغني للبلاد، والتقدم التكنولوجي، مما جعلها تحقق نسبة وفود سياحي عالية، حيث أنفق الزوار الوافدون ما يقارب 1.2 مليار يورو في عام 2020 مما يساهم بشكل إيجابي في دفع عجلة الاقتصاد.² وارتفع عدد الزوار في سنة 2023 بنسبة 13.6% عن سنة 2022، أما سنة 2024 زادت بنسبة 11% حيث بلغ عدد السياح 1.86 مليون سائح. ويعد الزوار الفنلنديون المصدر الرئيسي للسياحة الوافدة حيث بلغ عددهم 862 ألف زائر لسنة 2022، و696 ألف زائر سنة 2024.³

¹ محمد عزوي، "العوامل الحاسمة لنجاح عمليات التحول الرقمي في دولة استونيا"، مجلة دراسات اقتصادية 03(2022):414.

² Stasia, Economic Impact of Tourism, seen on may 31st, 2025, <https://n9.cl/gx1ax8>

³ Etias, Estonia's Tourism Growth, seen on may 31st, <https://n9.cl/3oi1t>

تحتل استونيا المراتب الأولى أوروبيا وعالميا في الرقمنة في عدة مجالات وعلى مدار سنوات، وذلك بعد جهود الحكومة منذ تحقيق الاستقلال سنة 1991 وإنفاق مبالغ مالية معتبرة من أجل بناء قاعدة بيانات رقمية آمنة وتحقيق أقصى استفادة من التكنولوجيا الحديثة لتحسين الخدمات العامة وتشجيع الابتكار. وقد حققت استونيا نجاحات بارزة في تقديم خدمات حكومية رقمية بنسبة 100%، عاكسة نهجاً مبتكراً في تعزيز الحوكمة الرقمية.

وفي ظل هذا التحول الرقمي، قام القطاع السياحي أيضا بتبني الرقمنة كركيزة أساسية لتعزيز القطاع وتجربة الزوار. وعليه تم إنشاء المنصة الرقمية "Visit Estonia"، التي تسعى إلى التعريف بالسياحة في استونيا والتسويق لمختلف الوجهات والخدمات السياحة، بالإضافة إلى مساعدة الزوار في تخطيط رحلاتهم.

1. المنصة الرقمية "Visit Estonia":

هي نظام سياحي متكامل ومتعدد الأوجه، موجه للمستهلك السائح ومحترفي الصناعة. تم تأسيسها من طرف مجلس السياحة الاستوني (Entreprise Estonia) التابع وكالة الأعمال والابتكار الإستونية (Estonian Business and Innovation Agency)، وذلك بسنة 2002 كتجسيد ملموس لإستراتيجية استونيا الشاملة للتحول الرقمي في قطاع السياحة، وتمول من الاتحاد الأوروبي. تهدف المنصة إلى توفير بوابة معلومات عن الوجهات السياحية والنشاطات في استونيا لمساعدة السياح على تخطيط رحلاتهم والعمل على التسويق لها.

تقدم المنصة مجموعة واسعة من الخدمات والمعلومات المصممة خصيصاً لتلبية احتياجات السياح من مختلف الخلفيات. فهي تحتوي على أدلة تفصيلية عن المدن، والمناطق الريفية، والمعالم التاريخية، والفعاليات الثقافية، إلى جانب معلومات عملية حول التنقل، الإقامة، الطقس، والتقاليد المحلية. وتُعرض هذه المعلومات بعدة لغات، مما يجعل المنصة سهلة الاستخدام لجمهور عالمي.

تحتوي المنصة على قسم موجه للسياح وقسم موجه للمحترفين في المجال السياحي، وتوفر لكل قسم منهما الخدمات التي يحتاجها كالتالي:

❖ السياح:

هذا القسم موجه للسياح العاديين، حيث يقدم إرشادات ومعلومات عن الوجهات السياحية والأنشطة التي يمكن ممارستها بناء على رغباتهم، حيث يوفر الخيارات التالية:¹

◀ "ماذا تفعل" ، "what to do" :

يزود السياح بالأفكار والخيارات المتنوعة للأنشطة والتجارب التي يمكن القيام بها في استونيا حسب المنطقة ونمط السياحة والوقت المناسب لها. حيث يمكن للسائح معرفة معلومات تفصيلية عن النشاطات، ساعات العمل، الأسعار، روابط الحجز، يسهل ذلك من تخطيط الرحلات بأقل جهد وتكلفة. حيث نجد في واجهة هذا الخيار العبارة التالية: " تمنحك استونيا الوقت والمساحة الكافية لتغمس في مناظرها الطبيعية وتاريخها ومأكولاتها ومجتمعها المحلي .حان الوقت لتجارب مميزة لا تنسى ومستدامة".

ويتضمن التصنيفات التالية:

✓ أنشطة المغامرة والطبيعة: شعاره على الواجهة: "الطبيعة الاستونية – استمتع بالهدوء وتأمل الحياة البرية"

يخدم هذا التصنيف فئة الشباب خاصة والفئة التي تهتم بالسياحة الطبيعية، فهو يوفر معلومات عن مختلف الأنشطة الرياضية التي يمكن القيام بها حسب كل فصل فمثلا أنشطة التزلج والتزلق على الجليد في فصل الشتاء، وأنشطة ركوب الدراجات والتجديف في أرخبيل الجزر الغربية وركوب الخيل صيفا. أما الفئة التي تفضل قضاء الوقت في الطبيعة فيوفر اقتراحات عن الأماكن التي يمكن فيها ممارسة الأنشطة المائية كالسباحة، والإبحار، أو مراقبة الحياة البرية مثل جولات المحميات والحظائر أو الخروج في نزاهات رفقة المرشدين السياحيين الى مزارع الفواكه الموسمية.

✓ التجارب الثقافية والتاريخية: شعاره على الواجهة: "الثقافة الاستونية – اكتشف شيء غير متوقع"

¹ Visit Estonia, visitors, seen on may 31st, 2025, <https://visitestonia.com/en>

يوفر هذا القسم اقتراحات للمواقع الأثرية لليونسكو والتي تقدم جولات ثقافية لاكتشافها والتعرف على تاريخها ومختلف الحضارات والأديان، بالإضافة إلى التعرف على نمط الحياة والتطلع على اختلاف الهندسة المعمارية من موقع لآخر، خاصة في القرى التاريخية التي لا تزال تحافظ على تراثها وتقاليدها المحلية، مثل رحلات استكشاف مدينة تالين القديمة. بالإضافة إلى المتاحف والمعارض الفنية التي تغطي تاريخ استونيا ومختلف الفنون والعلوم، وتقدم مختلف العروض الفنية والمسرحية، مثل اكتشاف متحف استونيا المفتوح في روكا آل ماري.

✓ تجارب الاسترخاء: شعاره على الواجهة: " الساونا هي الشبكة الاجتماعية الأصلية في استونيا"
✓ والتي تخدم خاصة فئة كبار السن والفئة المهتمة بمجال الصحة والعلاج. توفر المنصة من خلال هذا الخيار معلومات عن المنتجات الصحية الشهيرة في استونيا والتي تقدم خدمات العلاج مثل العلاجات المائية في مدينة بيرانغو الساحلية، والمراكز التي توفر تجارب الاسترخاء والتأمل مثل ممارسات اليوجا، وأكثرها شهرة وتجربيا هي تجارب الساونا مثل تجربة الساونا التقليدية الاستونية او الساونا الدخانية.

✓ تجارب الطعام والشراب: شعاره على الواجهة: "مزيج من الأطعمة الاستونية من الأساليب وقصص الطهي"

يخدم هذا الخيار فئة الطهاة والفئة المهتمة بتجربة أنواع طعام ومشروبات مختلفة خاصة الأطعمة التقليدية لاستونيا. لذلك يوفر قوائم وتوصيات لأفضل المطاعم، والجولات الغذائية التي تشمل زيارة الأسواق المحلية مثل سوق فيكر في تالين لتذوق الأطباق المحلية، وأيضا الفرص المتاحة للمشاركة في ورش عمل لتعلم طهي الأطباق الاستونية.

✓ الفعاليات والمهرجانات: شعاره في الواجهة: " هناك دائما شيء يحدث في استونيا" .
يعرض هذا الخيار تقويم مفصل للفعاليات الموسمية، ومختلف المهرجانات والاحتفالات الوطنية، والفعاليات بمختلف أنواعها التي تقام على مدار العام. مثل مسابقة التزلج الشمالي المزدوج من 7 إلى 9 فيفري، يوم الاستقلال الوطني لاستونيا في 24 فيفري، مهرجان "أسبوع الموسيقى في تالين" في ابريل 2025، وعيد منتصف الصيف في 24 يونيو 2025.

◀ "أين تذهب"، "where to go":

شعاره على واجهة المنصة: "حان الوقت للبدء في الاستكشاف..." يعتبر هذا الخيار بمثابة البوابة الجغرافية التفاعلية للمنصة، حيث يمثل دليلا مكانيا شاملا يتيح للمستخدمين التعرف على التنوع المكاني والوجهات الجغرافية في استونيا، وفهم الخصائص والميزات الفريدة لكل منها. يهدف ذلك إلى مساعدة السائح على تحديد الوجهات الجغرافية التي تتناسب مع اهتماماته وميزانيته، وتقديم لمحة عن أهم المعالم والأنشطة المتاحة في كل موقع لتسهيل تخطيط مسار الرحلة بالنسبة للسائح. حيث يقدم المعلومات حسب التصنيفات التالية:¹

✓ المدن: يركز هذا القسم على المدن الكبرى في استونيا والأكثر جاذبية للسائح، والمتمثلة في 6 مدن من بين 47 مدينة (تالين، بيرانغو، هابسالو، تارتو، نارفيا، فيلياندي). يهدف هذا القسم إلى التعريف بالمدن السياحية في استونيا من خلال تقديم المعلومات التي يحتاجها السائح لتخطيط رحلاتهم حول كل من:

📍 نبذة تاريخية عن المدينة؛

📍 المراكز السياحية ومراكز الإيواء الصديقة للبيئة والفاخرة؛

📍 أبرز الأماكن والمعالم ذات البعد التاريخي والثقافي مثل المتاحف والقرى التقليدية؛

📍 الوجهات السياحية الطبيعية؛

📍 الوجهات السياحية التي تخدم السياحة العلاجية مثل مراكز العلاج والاسترخاء؛

📍 أماكن تقديم الطعام والمشروبات الشهيرة بالمنطقة؛

📍 أشهر الشوارع؛

📍 النشاطات والفعاليات التي يمكن فعلها حسب كل منطقة، وكل فصل؛

📍 أبرز الأحداث والمهرجانات؛

ولتوضيح ما يقدمه القسم بشكل أفضل، سنقوم فيما يلي بتقديم مدينة "تالين" عاصمة استونيا كنموذج حسب ما توفره المنصة:²

¹ Visit Estonia, visitors, seen on may 31st, 2025, <https://visitestonia.com/en>

² Visit Estonia, visitors, seen on may 31st, 2025, <https://visitestonia.com/en>

الفصل الثالث: الدراسة التطبيقية والاستراتيجية المقترحة

تقدم المنصة العاصمة تالين بالعبارة التالية على الواجهة: " تُعد عاصمة استونيا الهادئة وجهة مثالية لقضاء العطلات لأولئك الذين يرغبون في الجمع بين وسائل الراحة الحديثة وسحر العصور الوسطى والأجواء الساحلية."

تمتاز تالين بكونها مزيج بين القدم والحداثة، فهي مدينة قديمة مدرجة ضمن اليونسكو وتعود مبانيها إلى العصور الوسطى، لكن أحيائها تكون نابضة بالحياة وتمتاز بإقاماتها ومطاعمها بالعصرنة والتطور. حيث ساهم ذلك في زيادة جاذبية المدينة وجعلها تستقطب اهتمامات سياحية متنوعة.

تشتهر العاصمة تالين بعدة معالم سياحية يمكن للسياح زيارتها، من بينها:

✎ المدينة القديمة: وتعرف خاصة بمعالمها التاريخية التالية: ساحة التاون هول، كاتدرائية ألكسندر نيفسكي، كنيسة أولاف، قلعة توومبيا، ممر سانت كاترين.

✎ مدينة تيليسكيفي الإبداعية، وهي أكبر مركز إبداعي وأكثرها تميزاً في تالين وفي استونيا ككل. حيث تتواجد فيها مئات الشركات والهيئات الإبداعية الحكومية والغير حكومية، وحتى المؤسسات الناشئة.

✎ مكتبة استونيا الوطنية، والتي تأسست سنة 1918. يتم استغلالها في جمع جميع المنشورات المنشورة في استونيا وحول استونيا، والحفاظ عليها وإتاحة الوصول إليها، حيث تحتوي على حوالي 3.2 مليون مجلد. بالإضافة إلى تسجيلات صوتية ومسلسلات وأفلام ومقاطع فيديو ومخطوطات وخرائط.

أما بالنسبة للتجارب والأنشطة السياحية التي يمكن القيام بها في تالين، يمكن للزوار اختيار ما يناسبهم حسب رغباتهم. ونظراً للمزيج التي تمتاز به المدينة نجد عدة أنواع وأنماط من التجارب السياحية، والتي من بينها:

✎ جولة ركوب الزلاجات التي تجرها الكلاب تبدأ من تالين.

✎ رحلة خاصة عن الصحة والطب في تالين في العصور الوسطى.

✎ جولة بالدراجات الهوائية في تالين تشمل كالاماجا، وتيليسكيفي، وكادريورج.

✎ جولة عائلية سيراً على الأقدام في تالين وورشة عمل لصنع عجينة المرزبان.

✎ جولة بصحبة مرشد في متحف العمارة الإستونية.

✎ جولة في فنون الشارع في كالاماجا: مجموعة من الفنون والقصص.

- ✍ رحلات منتظمة لمشاهدة الفقمات بين جزر خليج كولجا.
- ✍ ورشة عمل أوريكي لصناعة المزهريات الفسيفسائية الزجاجية.
- ✍ أكوا سبا في فندق تالينك سبا آند كونفرنس.

✍ "التخطيط"، "Plannig":

يقدم هذا الخيار في المنصة مجموعة أدوات ومعلومات تعمل على تمكين السياح من تنظيم كافة الجوانب اللوجستية لرحلتهم إلى استونيا. ويهدف إلى تبسيط عملية التحضير للسفر وتوفير إرشادات حول المتطلبات الضرورية، وخيارات النقل والإقامة، ونصائح لضمان تجربة سفر مريحة وفعالة. تقدم هذه المعلومات عن:¹

- ✓ كيفية الوصول إلى استونيا: وذلك بتقديم تفاصيل حول طرق الوصول المختلفة حسب وسيلة النقل. فمثلا إذا كان السائح يريد التنقل بالطائرة، يمكنه الاستفادة من المعلومات المقدمة عن مطار تالين الدولي والشركات التي تخدمه والوجهات المباشرة له.
- ✓ الإقامة: توفر المنصة في هذا القسم دليلا شاملا لأنواع الإقامة المختلفة في جميع أنحاء استونيا، بما في ذلك الفنادق الفاخرة والاقتصادية، بيوت الضيافة والنزل، الشقق الفندقية أو الإيجارات قصيرة الأجل، أماكن الإقامة الفريدة مثل الإقامات الصديقة للبيئة وبيوت المزارع وبيوت الأشجار والفنادق العائمة. بالإضافة إلى روابط لمواقع الحجز وقوائم مفصلة لمقدمي الخدمات.
- ✓ التنقل داخل استونيا: يوفر هذا القسم معلومات عن وسائل النقل داخل المحلية من نقل عام كالحافلات والقطارات بين المدن، معلومات عن شركات ومتطلبات تأجير السيارات، مسارات الدراجات، محطات تعبئة البنزين ومحطات شحن السيارات الكهربائية، جداول الرحلات البحرية ومواقع شراء التذاكر.
- ✓ نصائح عملية للسفر: يقدم هذا القسم مجموعة من النصائح التي يحتاج السائح معرفتها وأخذها بعين الاعتبار، بما في ذلك: معلومات حول التأشيرة ومتطلبات الدخول، العملة وطرق الدفع، اعتبارات السلامة والأمن (مثل قوائم أرقام الطوارئ)، اللغة، الطقس والفصول وطبيعة المناخ،

¹ Visit Estonia, visitors, seen on may 31st, 2025, <https://visitestonia.com/en>

الاتصالات والانترنت (مثل المعلومات المقدمة حول شبكات الهاتف المحمول والاستفادة من خدمات الـ WI-FI المجانية).

❖ المحترفون:

يتخصص هذا القسم في تقديم معلومات عن السياحة في استونيا، وأدوات تحليلية، وفرص تواصل لمختلف الأطراف الفاعلة في صناعة السياحة والسفر من منظمي الرحلات، والصحفيين المتخصصين، ومنظمي المؤتمرات والفعاليات، وحتى مقدمي الخدمات السياحية. يهدف هذا القسم إلى دعم الجهود الترويجية للسياحة في استونيا وتطوير المنتجات السياحية وخلق شراكات بين الأطراف الفاعلة في القطاع، وذلك من خلال المعلومات المقدمة في الخيارات التالية:¹

- لماذا استونيا؟: يهدف هذا الخيار إلى مساعدة وكلاء السفر ومنظمي الرحلات السياحية على فهم القيمة المضافة لاستونيا وبيعها دون غيرها كوجهة مميزة لعملائهم. يكون ذلك من خلال تقديم خصائص استونيا السياحية ووضع حجج وأدلة عن جاذبيتها كوجهة سياحية، والتي أهمها:

✓ هواء مدنها من أنظف الهواء في العالم.

✓ 98% من أنهارها مياهها صالحة للشرب.

✓ 51% من أراضي استونيا عبارة عن غابات.

✓ 21% من الأراضي الزراعية معتمدة عضويًا.

✓ 23% من المساحة محمية ومتاحة للعامة.

✓ لن تكون على بعد أكثر من 10 كيلومترات من أي مستنقع في أي نقطة.

- أدوات ومواد التسويق: يقدم هذا الخيار مجموعة من المواد التسويقية التي يمكن للفاعلين في القطاع استخدامها للترويج لاستونيا، بما في ذلك الكتيبات والمواد المطبوعة، مكتبة خاصة بالصور والفيديوهات لمختلف الوجهات السياحية، شعارات وعناصر هوية بصرية، وحتى تجارب سابقة للسائح التي يمكن للعملاء الاستفادة منها.

¹ Visit Estonia, professionals, seen on may 31st, 2025, <https://visitestonia.com/en>

- إحصائيات وتحليلات السوق: يساعد هذا الخيار على فهم المحترفين والفاعلين في القطاع للسوق السياحية الاستونية، وبالتالي وضع قرارات أكثر صحة وفعالية ودقة مما يجعل عروضهم السياحية مواكبة لتلبية متطلبات السوق. يكون ذلك من خلال تقديم بيانات وإحصائيات حديثة ومدروسة حول السوق السياحي، مثل أعداد الزوار وجنسياتهم، متوسط الإقامة والإنفاق، اتجاهات السوق السياحي،...الخ.
- التواصل: يعتبر هذا الخيار بمثابة قناة اتصال مخصصة للمحترفين في القطاع السياحي بما في ذلك الصحفيين، منظمي المؤتمرات، ووكلاء السفر للتعاون المباشر من مجلس السياحة الاستوني. تسعى المنصة من خلاله إلى المساعدة في الحصول على الدعم الفني، المعلومات المخصصة، بناء شراكات واتفاقيات عمل، أو حتى طلب المساعدة في مشاريع محددة.

تعتبر المنصة من أهم العوامل التي ساعدت وساهمت في تطوير القطاع السياحي في استونيا. وهي خطوة أساسية للعديد من السياح في عملية تخطيط رحلاتهم وتحديد وجهاتهم السياحية، بفضل تقديمها لكل ما يحتاجونه من معلومات عن الوجهات والخدمات والأنشطة والإقامة والفعاليات وحتى النقل والمواصلات. أما بالنسبة للمحترفين، فهي تعد مركزا حيويا وقناة للاتصال وتبادل المعلومات والتعاون، حيث تمكنهم من الوصول إلى بيانات سوقية حديثة، فرص الشراكة، وأدوات التسويق الفعالة لتعزيز من القدرات التنافسية. وبالتالي فهي تساهم في زيادة التدفق السياحي وتعزز من جودة الخدمات السياحية وترسخ استونيا كوجهة عالمية رائدة تستفيد من القوة التحويلية للرقمنة.

المطلب الثاني: دبي: السياحة الذكية والذكاء الاصطناعي

تمكنت دبي من ترسيخ موقعها كوجهة رائدة في صدارة الاقتصاد العالمي وذلك بفضل التزامها المتواصل بتعزيز قدراتها التكنولوجية واعتماد معايير رفيعة في الابتكار، إلى جانب تبنيها لاستراتيجية شاملة طويلة الأمد تهدف إلى توظيف أحدث التقنيات في تحسين تجربة السكان والزوار، وتعزيز اقتصادها عن طريق استقطاب مزيد من الشركات والمستثمرين.

وإدراكا لأهمية التكنولوجيا في تشكيل مستقبل قطاعي السفر والضيافة تواصل دائرة الاقتصاد والسياحة بدبي إطلاق مبادرات نوعية تهدف إلى رفع كفاءة الداء في مختلف القطاعات، كما تسعى إلى تحسين الخدمات السياحية من خلال توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي، وتعزيز بيئة الابتكار وريادة الأعمال إلى جانب ترسيخ مبادئ الاستدامة بما يتماشى مع مستهدفات أجندة دبي الاقتصادية D33، وذلك لتعزيز مكانتها كمدينة عالمية رائدة في مجال العمال والترفيه.

وفي إطار جهودها الاستباقية لمواكبة التوجهات العالمية الناشئة وتلبية لمتطلبات كل من المقيمين والزوار الدوليين، يعتمد قطاعي السياحة والضيافة في دبي على تبني الحلول المبتكرة للارتقاء بمنظومة السياحة بالكامل. ويشمل ذلك تسهيل إجراءات التأشيرات، تطوير بوابات ذكية في المطارات إلى جانب رقمنة عمليات تسجيل الدخول للفنادق من خلال تطبيقات الهاتف والمنصات الرقمية المتقدمة.

وتتكامل هذه الإستراتيجية الديناميكية مع التزام دبي المستمر بالتميز والتعاون الوثيق بين القطاعين العام والخاص، مما جعلها محركا رئيسيا للتحويل السريع في مختلف أنحاء الإمارة بالاعتماد على البنية التحتية عالمية المستوى ومستويات الخدمة الاستثنائية التي تساهم جميعها في تحسين تجربة الزوار. ويتيح هذا المزيج من الابتكار لزوار الإمارة التعرف على العروض التقليدية والحديثة التي تقدمها، بالإضافة إلى المساهمة في إبراز دبي كوجهة سياحية رائدة.¹

فتعد دبي من أبرز النماذج العالمية في تبني مفهوم السياحة الذكية، حيث استطاعت الإمارة الانتقال من نموذج سياحي تقليدي إلى نموذج مدعوم بالتحويل الرقمي والذكاء الاصطناعي. حيث قد برز مفهوم السياحة الذكية سنة 2015 تزامنا مع ظهور فكرة المدينة الذكية. يقوم هذا النمط من السياحة على توظيف تقنيات رقمية متطورة تشمل ثلاث ركائز أساسية تتمثل في: الحوسبة السحابية، البيانات المفتوحة وتطبيقات الهواتف الذكية.²

¹ " دبي تعيد صياغة مستقبل الضيافة عبر بوابة الابتكار والتكنولوجيا"، اطلع عليه بتاريخ 01 جوان، 2025،

<https://n9.cl/47tx1q>

² زهية بوترغين، كمال عياشي، "من المدن الذكية إلى السياحة الذكية -دبي نموذجا-"، المجلة العربية في العلوم الانسانية، 2020، 64.

يعمل هذا النموذج على تحويل الوجهات السياحية إلى فضاءات ذكية تقدم معلومة مخصصة لكل سائح حسب احتياجاته في الوقت الحقيقي. كما تتيح تحليل سلوك الزوار باستخدام أدوات استشعار رقمية لغرض تحسين التجربة السياحية، قياس تأثير المواقع والتعرف على المسارات المفضلة للزوار.¹

اعتمدت دبي على الذكاء الاصطناعي كأداة إستراتيجية لتعزيز تجربة السائح، بدءاً من تطبيقات الهاتف التي تصمم تجارب سفر شخصية، وصولاً إلى الفنادق التي تقدم خدمات آلية. وذلك يكون كالتالي:

تطبيقات الهاتف المدعومة بالذكاء الاصطناعي

تستخدم معظم التطبيقات قوة الذكاء الاصطناعي لتقديم اقتراحات مخصصة عن مختلف الفعاليات، المطاعم، والمعالم السياحية. وذلك بناءً عن تحليل بيانات المستخدمين وتفضيلاتهم. فتقدم لهم تجربة مصممة بشكل ذاتي لهم مما يجعل رحلتهم أكثر تميزاً.²

وكمثال عن بعض التطبيقات:

- Visit Dubai: هو تطبيق ذكي يسعى لتقديم دليل شامل للمسافرين إلى دبي منذ لحظة التخطيط للرحلة حتى المغادرة. يتيح التطبيق للمستخدمين التعرف على مختلف الفعاليات، الوجهات، الفنادق، المطاعم، والأسواق.
- Dubai 360: يستفيد هذا التطبيق من تقنيات الذكاء الاصطناعي مع الواقع المعزز لتقديم تجارب تفاعلية وجولات افتراضية لأبرز الأماكن، من خلال ميزات افتراضية ومشاهد بزاوية 360 درجة.
- Dubai Travel Guide: يقدم التطبيق توصيات مخصصة لتجارب السفر والأحداث، وأيضاً خيارات عن تناول الطعام أو المعالم السياحية. وذلك بناءً على التفضيلات السابقة.³

¹ نفس المرجع.

² شهريار ك، "لماذا تحتاج شركتك السياحية إلى تطبيق جوال خاص بها مدعوم بالذكاء الاصطناعي"، اطلع عليه بتاريخ

6 جوان، 2025، على الرابط

<https://n9.cl/l00ib>

³ شهريار ك، مرجع سبق ذكره.

أكشاك السياحة التفاعلية:

أكشاك الذكاء الاصطناعي منتشرة في جميع أنحاء مدينة دبي، توفر للسياح معلومات آنية وفورية حول جداول الأحداث والاتجاهات والمعالم السياحية المحلية، وهي بذلك تعزز من إمكانية الوصول بسهولة.

الخدمات الذكية في الفنادق:

اعتمدت العديد من فنادق دبي تقنيات الذكاء الاصطناعي لتعزيز تجربة الزوار، من خلال خدمات مثل التسجيل التلقائي للوصول والمغادرة وأيضاً خدمات الكونسيرج الشخصية، بالإضافة إلى أنظمة التحكم الصوتي بالغرف التي تستجيب للضيوف بأساليب مخصصة وفريدة.

كمثال، ان فندق "كراون بلازا" في أبو ظبي الذي يضم 214 غرفة، قد نجح في تطبيق نظام أتمتة ذكي يقوم على تعديل درجة حرارة الغرف تلقائياً إلى المستوى المثالي بمجرد انتقال حالة الحجز من "شاغر" إلى "مشغول"، مما يساهم في تحسين راحة الضيوف عند وصولهم.¹

ويترجم نجاح دبي في الصعود بالسياحة الذكية، إلى نتائج ملموسة حيث شهدت دبي نمواً مستمرا في عدد الزوار، إذ استقبلت 18.72 مليون سائح دولي لليلة واحدة من جانفي إلى ديسمبر 2024، بزيادة قدرها 9% متجاوزة بذلك الرقم القياسي السابق البالغ 17.15 مليون زائر عام 2023.²

وهذا الأخير الذي سجل فيه زيادة بنسبة 19.4% مقارنة بسنة 2022 التي بلغ عدد الزوار آنذاك 14.36 مليون زائر. كما تجاوز الرقم القياسي السابق لعدد الزوار البالغ 16.73 مليون زائر عام 2019، وذلك وفقاً للإحصائيات الصادرة عن دائرة الاقتصاد والسياحة بدبي.³

¹ نفس المرجع.

² المكتب الإعلامي لحكومة دبي، أخبار، اطلع عليه بتاريخ 01 جوان، 2025،

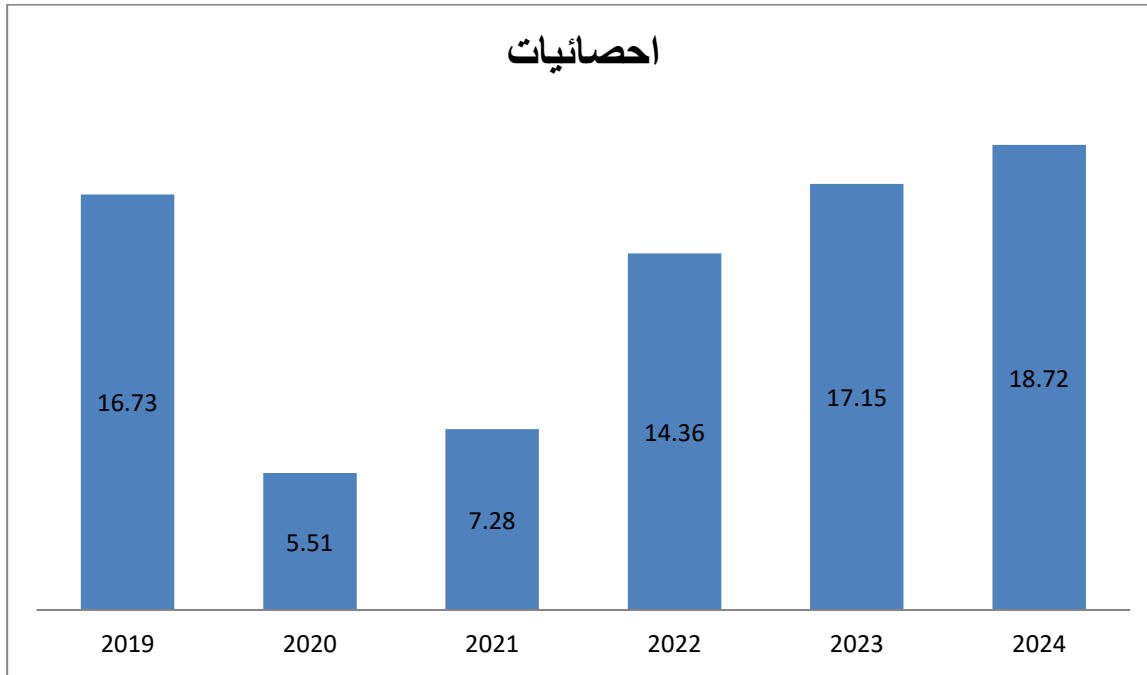
<https://n9.cl/7tcguq>

³ أزاد عيشو، "دبي الوجهة السياحية الأعلى تقييماً في العالم خلال 2023"، اطلع عليه بتاريخ 01 جوان، 2025،

<https://n9.cl/837uz>

أما سنة 2021، فاستقبلت دبي 7.28 مليون زائر دولي مسجلة بذلك زيادة بنسبة 32% مقارنة مع 2020 التي سجل خلالها 5.51 مليون زائر.¹

شكل 02 : إحصائيات عدد السياح الوافدين (مليون) لإمارة دبي منذ سنة 2019 إلى غاية 2024.



المصدر: من إعداد الطاليتين بناءً على البيانات السابقة

التحليل:

بالاعتماد على المعطيات السابقة المتعلقة بعدد السياح الوافدين إلى إمارة دبي خلال الفترة الممتدة ما بين سنة 2019 إلى غاية 2024. قمنا بتحليلها بيانياً لفهم التطور الذي عرفه القطاع السياحي بدبي في ظل المتغيرات الدولية والجهود المحلية المبذولة. فتوصلنا إلى أن سنة 2019 كان عدد السياح مستقر في وضعه الطبيعي حيث سجل دخول 16.73 مليون سائح دولي، بينما سجل انخفاض حاد سنة 2020 وصل إلى 5.51 مليون سائح فقط نتيجة للقيود الصحية الدولية المتعلقة بجائحة كوفيد-19.

¹ البيان، دبي، "7.3 ملايين زائر دولي لدبي 2021"، اطلع عليه بتاريخ 01 جوان، 2025،

رغم هذا التراجع إلا أن القطاع بدأ بالتعافي نسبيا إذ بلغ عدد السياح 7.28 مليون بزيادة 32%؛ حتى تضاعف العدد تقريبا بسنة 2022 ليصل إلى 14.36 مليون سائح وهو ما يعكس سرعة وتيرة انتعاش القطاع، بينما في سنتي 2023 و2024 عادت الأرقام لتتجاوز الرقم القياسي ما قبل الجائحة حيث بلغ عدد السياح 17.15 مليون ثم 18.72 مليون على التوالي؛ المر الذي يدل على نجاح دبي في تجاوز الأزمة واستعادة مكانتها كوجهة سياحية رائدة.

وعليه بناءا عن تحليلنا هذا يمكننا القول أن هذا التزايد اللافت في عدد السياح الوافدين للإمارة يفسر بعدد من العوامل، حيث يتضح أن دبي لم تكتفي بمجرد التعافي بل تمكنت أكثر من استغلال التحول الرقمي كرافعة لرسم تجربتها السياحية. وقد تجسد ذلك في تبنيها لمفهوم السياحة الذكية وتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مختلف جوانب القطاع. وعليه نسعى من خلال هذا المطلب تسليط الضوء على أبرز النماذج الذكية المعتمدة في دبي وأثرها في تحسين الخدمة السياحية وجذب السياح.

المطلب الثالث: دروس مستفادة يمكن تطبيقها في الجزائر

رغم اختلاف السياقات بين الجزائر، استونيا، ودبي، إلا أن هناك العديد من الدروس التي يمكن استخلاصها وتكييفها لتخدم مشروع بناء سياحة رقمية ذكية ومستدامة في الجزائر. هذه الدروس ليست مجرد أفكار تقنية، بل تمثل محاور تطوير متكاملة تشمل الحوكمة، البنية التحتية، التجربة السياحية، والابتكار المحلي.

أولاً: التحول الرقمي يبدأ بإرادة سياسية واضحة ورؤية وطنية موحدة

من أولى الدروس البارزة التي يمكن للجزائر الاستفادة منها هي أن التحول الرقمي السياحي لا يتم إلا عبر قرار سياسي واضح، مثلما حدث في استونيا التي وضعت منذ الاستقلال في 1991 خطة إستراتيجية لبناء دولة رقمية متكاملة، وكذلك دبي حين أطلقت "رؤية دبي الذكية" كإطار شامل لرقمنة كل القطاعات ومنها السياحة. وعلى هذا الأساس يجب أن تتبنى الجزائر أيضا إستراتيجية وطنية للسياحة الرقمية، تشرف عليها جهة مركزية موحدة تتكامل فيها الوزارات قطاع الاتصالات والمستثمرون.

ثانياً: رقمنة الإجراءات الإدارية وتسهيل الاستثمار السياحي

الفصل الثالث:..... الدراسة التطبيقية والاستراتيجية المقترحة

إن أكثر ما سهل تطور السياحة الرقمية في كل من دبي واستونيا هو التحرر من البيروقراطية التقليدية .فالسائح أو المستثمر لا يحتاج إلى وثائق ورقية، بل يمكنه عبر تطبيق أو منصة رقمية أن يقوم بالحجز، الدفع، التخطيط والتقييم .

وبالتالي يمكن للجزائر أن تستفيد من ذلك عن طريق إنشاء بوابة رقمية موحدة للاستثمار السياح يتضمن ملفات رقمية، خدمات حجز الأراضي، الترخيص والدفع الإلكتروني للضرائب والرسوم.

ثالثا: الاستثمار في المحتوى السياحي الرقمي والتسويق الذكي

كلا التجريبتين (دبي وإستونيا) قامتا على مبدأ التسويق السياحي الرقمي الاحترافي .فالمحتوى متاح بلغات متعددة، مدعوم بالصور والفيديوهات والتجارب التفاعلية ما يمكن السائح من التعرف على الوجهة قبل وصوله عبر الواقع الافتراضي. كما ان الجزائر تملك رصيد ثقافي وطبيعي ضخم، لكن غياب المحتوى الرقمي الموجه للسائح العالمي يضعف من تنافسيتها. وهنا تبرز ضرورة إنشاء منصات وطنية ومحلية سياحية تفاعلية، تشرف عليها فرق إعلامية وتقنية متخصصة، تدار بالذكاء الاصطناعي وتحت مبدأ التخصيص.

رابعا:الربط بين القطاع السياحي والبنية التحتية الرقمية

استونيا نجحت لأنها بنت قاعدة رقمية وطنية شاملة تشمل الصحة، التعليم، السياحة والضرائب، بينما قامت دبي بربط السياحة بالذكاء الاصطناعي، الأمن السيبراني وخدمات النقل الذكي. وعليه فالجزائر تحتاج إلى دمج السياحة ضمن تحول رقمي شامل للدولة، بحيث يكون للسائح نفس السهولة في التنقل، الحجز، الدفع، والاتصال.وهذا يتطلب توسيع تغطية الانترنت في الوجهات السياحية النائية، وتطوير مراكز البيانات وربطها بمزودي الخدمات السياحية.

خامسا:الاعتماد على رواد الأعمال والمبتكرين المحليين

من أهم ركائز نجاح دبي واستونيا في السياحة الرقمية أنهما لم تعتمدا فقط على حلول مستوردة، بل دعمتا شركات ناشئة محلية طورت تطبيقات سياحية متقدمة. الجزائر تزخر بشباب مبدع في البرمجة والتصميم، ويمكن أن تدعم هؤلاء من خلال حاضنات أعمال رقمية سياحية، وتمويلات موجهة، ومسابقات وطنية لإنتاج حلول ذكية لتطوير السياحة، كما يمكن ربط الجامعات السياحية بالكليات التقنية لخلق كفاءات في التسويق والتكنولوجيا.

سادسا: بناء هوية سياحية رقمية للجزائر

أخيرا فإن ما ينقص الجزائر رقميا هو تصميم هوية رقمية سياحية تعرف العالم بها، كما فعلت استونيا تحت شعار *e-Estonia*. تشمل تصميم تجربة الزائر وفق رؤية وطنية، تدفعه إلى اختيار الجزائر بدلا من وجهات أخرى.

هذه الأخيرة تتطلب تنسيقا بين الوزارات، الشركات، الإعلام، والمجتمع المحلي، لتسويق الجزائر كوجهة رقمية حديثة وآمنة ومفتوحة للعالم.

يظهر لنا هذا المبحث أن التجريبتين الرائدتين لكل من استونيا ودبي في توظيف التكنولوجيا الرقمية والذكاء الاصطناعي لخدمة القطاع السياحي، تقدمان دروس ونماذج ناجحة يمكن للقطاع السياحي بالجزائر الاستفادة منها وتطبيقها. حيث لاحظنا من خلال عرض نموذج المنصة الرقمية "Visit Estonia"، الدور الفعال الذي تلعبه المنصات الرقمية المتكاملة على تبسيط الإجراءات وتسهيل تقديم الخدمات السياحية والمعلومات، وتعزيز الترويج السياحي، وتوفير تجربة سلسلة للسياح. في المقابل تظهر دبي بتبنيها لنماذج السياحة الذكية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي المتطورة، كيف يمكن للابتكار المستمر والتخطيط الاستراتيجي أن يحول مدينة إلى مركز سياحي عالمي ذكي يسعى لتقديم خدمات وتجارب فريدة تلبي رغبات وتوقعات السياح.

المبحث الثالث: إستراتيجية رقمية لتعزيز الاستثمار السياحي

في ظل التحديات التي يعرفها القطاع السياحي في الجزائر، لاسيما على مستوى جذب الاستثمارات الوطنية والأجنبية، أضحت الرقمنة خيارا استراتيجيا وليست رفاهية. فقد أظهرت تجارب دولية عديدة أن التحول الرقمي قادر على اختزال الإجراءات البيروقراطية، وتحسين تنافسية الوجهة السياحية وكذلك تساهم في رفع جودة الخدمات المقدمة، وبالتالي جذب المستثمرين الذين يبحثون عن بيئة مرنة، ذكية ومتكاملة. من هنا تبرز الحاجة إلى صياغة إستراتيجية رقمية وطنية موجهة خصيصا نحو الاستثمار السياحي، تركز على تحديث البنية التحتية الرقمية، وتوفير حوافز تكنولوجية للمستثمرين المحليين والأجانب.

المطلب الأول: تصميم منصة رقمية وطنية تربط المستثمرين بالمشاريع

في ظل التحولات الرقمية المتسارعة التي يشهدها العالم أصبح من الضروري اعتماد أساليب مبتكرة لتفعيل الاستثمارات السياحية، وعليه فكرنا في إنشاء منصة رقمية وطنية تربط بشكل مباشر وفعال بين المستثمرين المحليين والأجانب من جهة، وأصحاب المشاريع السياحية والمؤسسات العمومية والخاصة من جهة أخرى. حيث تلعب المنصة دور الوسيط الذكي الذي يعمل على تسريع عملية التفاعل ورفع مستوى الشفافية وأيضا تعزيز فرص النمو للقطاع الذي يعد من أهم روافد الاقتصاد الوطني.

تعمل هذه المنصة وفق منطق الوساطة الرقمية، حيث تقوم بتوفير فضاء موحد ومرن يختزل المسافات ويوفر للمستخدمين منظومة متكاملة للمعلومات و الفرص المتاحة. فتعتبر بمثابة نقطة التقاء ما بين العرض والطلب في القطاع السياحي، كما تساهم في توضيح الرؤية للفاعلين بمختلف مستوياتهم، الأمر الذي يساهم في تقليص فجوة التواصل التي كثيرا ما تسببت في عرقلة المبادرات الاستثمارية السياحية.

ومن الوظائف الذكية التي تسعى أن توفرها المنصة هي "خوارزمية المطابقة" بحيث تقترح على المستثمرين المشاريع الأنسب بناء على تحليل رؤيتهم الاستثمارية، الأمر الذي يجعلها أكثر من مجرد

الفصل الثالث:..... الدراسة التطبيقية والاستراتيجية المقترحة

فضاء عرض، بل أداة تحليل وقرار من خلال توفير نظام استشارات مباشرة مع خبراء في المجال و أيضا الجهات الحكومية المعنية.

من خلال هذه المنصة سيتم تعزيز مبدأ الشفافية والانفتاح عبر عرض البيانات والمعلومات ذات الصلة بالفرص الاستثمارية والآفاق المتاحة بأسلوب منظم ومتاح للجميع، الأمر الذي يمكن من تحسين كفاءة اتخاذ القرارات ويقلل من التفاوت بين المناطق السياحية المتاحة والمناطق الغير مستغلة بعد. كما نسعى من خلالها إلى خلق ديناميكية جديدة في بيئة الاستثمار، تعمل على اعتماد أساليب مبتكرة في استقطاب رؤوس الأموال سواء من الداخل أو الخارج، وتفتح أبوابها لتقديم أساليب جديدة ومبتكرة في الترويج للمشروعات السياحية.

فلا تقتصر أهمية هذه المنصة على بعدها الوظيفي إنما تمتد إلى بعد آخر تنموي، إذ تساهم في تنشيط الاقتصاد المحلي وذلك من خلال مساهمتها الفعالة في خلق فرص عمل جديدة إلى جانب توجيه أنظار المستثمرين نحو مناطق لطالما كانت خارج دائرة الاهتمام. هذا كله ضمن رؤية تنموية شاملة تسعى إلى تثمين الإمكانات الطبيعية و الثقافية غير المستغلة في الجزائر.

لكن رغم ما تحمله هذه المبادرة من مزايا وفرص واعدة الا أن نجاحها يرتبط بعدد من الشروط الموضوعية، من أهمها وجود قوانين وتنظيمات واضحة تدعم هذا النوع من المشاريع، وكذا توفير بنية تحتية رقمية متطورة تمكننا من تشغيل المنصة بكفاءة. كما من الضروري رفع مستوى الجاهزية لدى المستخدمين سواء كانوا مستثمرين أو أصحاب مشاريع وذلك من خلال إعداد برامج تدريبية فعالة لتسهيل عملية التعامل مع المنصة للاستفادة منها بشكل مثالي. وإلى جانب ذلك لابد من وجود تنسيق فعال بين الهيئات الحكومية والمؤسسات الخاصة حتى لا تتداخل المسؤوليات مما قد يؤثر سلبا على فعالية المشاريع.

باختصار حسب رؤيتنا للموضوع فإن إنشاء منصة رقمية للاستثمار السياحي لا يعتبر مجرد أداة تكنولوجية عابرة، إنما هو خطوة إستراتيجية أساسية نحو بناء نموذج اقتصادي جديد في قطاع السياحة بالجزائر. وبالتالي فهذا النموذج يتماشى مع التطورات العالمية ويعكس احتياجات السوق المحلية. كما يعمل على تنظيم العلاقة بين الفاعلين في القطاع، مما يمنح البلاد أداة فعالة لدخول عصر السياحة الذكية وتعزيز بيئة استثمارية أكثر انفتاحا.

المطلب الثاني: أدوات تحليل البيانات السياحية لدعم القرار الاستثماري

في سبيل أن تتجح المنصة في تفعيل ودعم القرارات الاستثمارية للقطاع السياحي من الضروري تبني أدوات تحليل البيانات كوسيلة فعالة لدعم اتخاذ القرارات الاستثمارية. بحيث تتيح هذه الأدوات للمستثمرين والجهات الحكومية فهم سلوكيات السياح، تحديد الاتجاهات السوقية، وتقييم فعالية السياسات المتبعة. من خلال تحليل البيانات، تحديد الفرص الاستثمارية، تحسين الخدمات المقدمة وتوجيه الاستثمارات نحو المجالات الأكثر ربحية.

وفيما يلي أبرز النماذج التي يمكن اعتمادها:¹

1. لغة البرمجة Python:

صممت لغة البرمجة بايثون في البداية لغرض تصميم البرامج وتطوير مواقع الويب فقط، لكن نظرا لمرونتها العالية تم تطويرها لاستخدامها في عمليات البيانات كإحدى الأدوات المبتكرة في المجال.

كذلك فهي تتمتع بأنها لديها مكتبات مبتكرة مبنية بشكل احترافي لاستخدامها في علوم البيانات، منها: توجد مكتبة Statsmodels، Scikit-Learn، SCIPY، Pandas، تستخدم لمعالجة البيانات بشكل متقدم والتنبؤ بسلوك متغيرات معينة مستقبلا في ضوء سلوك هذه المتغيرات عبر فترات زمنية سابقة، النمذجة الاحصائية، الخوارزميات الرياضية...

وبالتالي يمكن استخدامها في القطاع السياحي لتحليل سلوك الزوار، وتحليل تعليقات السياح لغرض تقديم عروض مخصصة. هذا ما يدعم المستثمرين في اتخاذ قرارات دقيقة حول نوع المشاريع، توقيتها والموقع المناسب لها.

2. لغة البرمجة R:

تستخدم لغة البرمجة R أثناء القيام بعملية النمذجة الاحصائية وتحليل البيانات. يستخدمها غالبا علماء الإحصاء لإجراء التحليل الإحصائي وللتعامل مع البيانات الضخمة.

¹ 5 أدوات مستخدمة لتحليل البيانات، اطلع عليه بتاريخ 30ماي، 2025، على الرابط:

<https://n9.cl/47tx1q>

تستعمل أيضا من قبل الفيسبوك لتحليل السلوك المتعلق بتحديثات الحالة، وأيضا من قبل قوقل للتنبؤ الاقتصادي وكذلك تويتر لتصور البيانات والتجميع الدلالي.¹

أما في المجال السياحي يمكن استخدامها لفهم ديناميكيات السوق السياحي كتغير الطلب حسب الموسم، أو توقع الإقبال على وجهات معينة.

3. مجموعة البرامج الإحصائية SAS:

تستخدم هذه البرامج على نطاق واسع لنظام ذكاء الأعمال BI وإدارة البيانات والتحليل التنبؤي. ويعد برنامج SAS Visual Analytics أداة قوية لإنشاء تقارير مفصلة ولوحات تحكم تفاعلية، وتحليلات الخدمة الذاتية والتصورات الذكية، مما يساعد في اتخاذ قرارات استراتيجية.

4. برنامج Excel:

رغم بساطته مقارنة بالأدوات الأخرى إلا أنه لا يزال أحد أكثر الأدوات استخداما في عالم الأعمال، حيث يستخدم على نطاق واسع لتحليل البيانات. فهذه الحزمة لا تقتصر على إجراء العمليات الحسابية سواء البسيط منها أو المعقد، إنما تساهم في عمليات صنع القرار بما يسهم في تحقيق المزيد من الأرباح.

يتميز برنامج Excel باحتوائه على ToolPak الذي يعمل على تقديم مجموعة خيارات متنوعة لإجراء التحليلات الإحصائية للبيانات. كما أن الرسوم البيانية التي يقدمها متميزة تمنح تفسير واضح وتصورا للبيانات الخاصة، بما يساهم في عملية صنع واتخاذ القرارات.

يمكن استخدامه في إعداد دراسات الجدوى ومقارنة الإيرادات والتكاليف، وتحليل اتجاهات السوق السياحي بأسلوب بصري سهل الفهم.

5. تطبيقات Power BI

تتيح هذه الأداة المقدمة من Microsoft الإمكانات لاكتشاف معلومات مفيدة واقتراح استنتاجات بناءا عن تحليل البيانات بعد جمعها وتنقيتها لدعم عملية اتخاذ القرارات.

¹ 5 أدوات مستخدمة لتحليل البيانات، مرجع سبق ذكره.

كما تتميز هذه الأداة بإمكانية دمجها مع أدوات أخرى لإحداث التكامل بين مختلف الحلول من أجل الحصول على نتائج دقيقة لتحقيق كافة الأهداف المرجوة، مع إمكانية إنشاء لوحات معلومات ديناميكية.

وعليه في مجال السياحة يمكن لأصحاب المشاريع من خلال تطبيقاتها، تتبع مؤشرات الأداء اللحظية (كعدد الزوار، رضا العملاء، الحجوزات...)، مما يساعدهم على تعديل استراتيجياتهم بشكل مباشر.

فمن خلال التعمق في الموضوع، أدركنا أن استخدام أدوات تحليل البيانات السياحية يمثل خطوة أساسية نحو تحسين القطاع السياحي. من خلال جمع وتحليل البيانات بشكل فعال، يمكن اتخاذ قرارات استثمارية مبنية على معلومات دقيقة، ما يساهم في تطوير القطاع وزيادة جاذبيته للمستثمرين.

المطلب الثالث: توصيات على المستوى الحكومي، المؤسساتي، والأكاديمي

في ضوء التحديات الميدانية التي يواجهها قطاع السياحة في الجزائر، خاصة فيما يتعلق بجذب الاستثمار وتوظيف الوسائل الرقمية، تبرز الحاجة إلى تدخلات متعددة المستويات لضمان توفير بيئة مناسبة لانطلاق مشاريع مبتكرة مثل المنصة الرقمية للاستثمار السياحي. وفيما يلي نقدم جملة من التوصيات موجهة لكل من الجهات الحكومية، المؤسساتية والأكاديمية لغرض إيجاد حلول مناسبة تخدم رقمنة الاستثمار السياحي.

أولاً: التوصيات على المستوى الحكومي

على المستوى الحكومي، يمكن تقديم الإرشادات والنصائح التالية:

1. إصلاح المنظومة القانونية المتعلقة بالاستثمار السياحي: من الضروري تحديث النصوص القانونية الخاصة بالاستثمار السياحي بما يراعي خصوصيات الرقمنة، ويبسط الإجراءات، ويمنح ضمانات قانونية للمستثمرين الوطنيين والأجانب. فحاليا يعاني القطاع من تعقيد في الإجراءات وتداخل الصلاحيات بين الجهات.

2. إطلاق إستراتيجية وطنية للسياحة الذكية: كأن تتبنى الدولة مخطط وطني للسياحة الرقمية يتكامل مع الإستراتيجية الوطنية للرقمنة، ويشمل تطوير بنية تحتية رقمية موحدة، وكذا دعم الابتكار وتوجيه الاستثمار نحو مشاريع رقمية ذات بعد سياحي.
3. تحفيز الاستثمار من خلال الامتيازات: بمعنى تقديم حوافز ملموسة للمستثمرين في مشاريع السياحة الذكية، كتخفيض الضرائب، منح قروض بفوائد منخفضة أو تخصيص صناديق دعم خاصة بالمبادرات الرقمية السياحية، لكي يعزز من جاذبية السوق السياحية الجزائرية.
4. تقليص البيروقراطية وتسهيل الإجراءات ومرافقة المشاريع عبر منصات موحدة.

ثانيا: التوصيات على المستوى المؤسسي

على المستوى المؤسسي، يمكن تقديم الإرشادات والنصائح التالية:

1. رقمنة عمل المؤسسات السياحية العمومية بحيث ينبغي لمؤسسات مثل الوكالة الوطنية لتطوير السياحة والديوان الوطني للسياحة، رقمنة خدماتها بالكامل وتحديث بواباتها الإلكترونية لعرض فرص الاستثمار وأيضا المرافقة الإدارية عبر واجهات موحدة وشفافة.
2. تعزيز التنسيق بين الجهات المحلية والمركزية: فعلى مديريات السياحة الولائية أن تتحول إلى فواعل رقمية فعالة من خلال تزويدها بالكفاءات، المعدات والصلاحيات لتغذية المنصات الوطنية بالمعلومات المحلية الدقيقة (كمثال: عرض الأراضي المتوفرة للاستثمار، أو في حال وجود مشاريع عالقة، أو فرص شراكة... إلخ).
3. إعداد قاعدة بيانات وطنية للمشاريع السياحية: لا بد من توحيد البيانات السياحية عبر الجهات والمؤسسات، والعمل على منصة بيانات مفتوحة (Open Data) تسهل الوصول إلى المعلومات الاستثمارية بشكل موثوق ومتجدد، مما يحفز عملية اتخاذ القرار.
4. إشراك القطاع الخاص في تطوير الحلول الرقمية: فيستحسن تشجيع الشراكة بين الدولة والشركات الناشئة (Startups) والمؤسسات التكنولوجية الجزائرية لتطوير حلول رقمية، تطبيقات، ومنصات موجهة للترويج السياحي، بما يسمح بخلق منظومة رقمية متكاملة محلية الصنع.

ثالثا: التوصيات على المستوى الأكاديمي

على المستوى الأكاديمي، يمكن تقديم الإرشادات والنصائح التالية:

1. إدراج موضوعات السياحة الرقمية في المناهج الجامعية: يجب على الجامعات والمعاهد السياحية إعادة هيكلة برامجها لتشمل وحدات حول السياحة الذكية أو التحول الرقمي.
2. تشجيع البحث العلمي التطبيقي في السياحة: دعم البحوث التي تركز على تطوير حلول تكنولوجية للمشكلات السياحية، مثل دراسات جدوى استثمار رقمي، تحليل تجارب الزوار، إدارة الوجهات الذكية وغيرها من المواضيع التي تخدم تطوير المنصات الرقمية في المجال.
3. تفعيل دور مراكز البحث في تطوير أدوات التحليل السياحي: يمكن لمراكز البحث أن تلعب دورا في تطوير أدوات تحليل بيانات سياحية محلية (مثل مؤشرات الطلب، سلوك السائح، توقعات السوق...) بما يخدم أصحاب القرار والمستثمرين ويساعد على تحسين تصميم المنصات الرقمية.
4. وأخيرا نوصي بإنشاء اتفاقيات تعاون بين الجامعات ووزارة السياحة أو الوكالات المختصة، لتمكين الطلبة من تنفيذ مشاريع تخرج تطبيقية ترتبط بتطوير حلول رقمية حقيقية.

لخص هذا الفصل إلى أن تعزيز الاستثمار السياحي في الجزائر يتطلب تبني استراتيجية رقمية شاملة، تستند إلى تجارب ناجحة مثل إستونيا ودبي، وتتكيف مع خصوصيات السياحة الجزائرية. أظهرت الدراسة التطبيقية أن الرقمنة تمثل رافعة حقيقية لتسهيل الإجراءات، جذب المستثمرين وتحسين تجربة السائح. كما أبرزت الحاجة إلى تطوير بنية تحتية رقمية، بناء منصات تفاعلية موحدة وتحسين استخدام أدوات تحليل البيانات السياحية لدعم القرار الاستثماري.

وعلى ضوء ذلك، تم اقتراح إستراتيجية رقمية قابلة للتطبيق للنهوض بالاستثمار في مجال السياحة بالجزائر تتمثل في تصميم منصة رقمية، إلى جانب اقتراح مجموعة أدوات ناجحة يمكن تبنيها لتحليل البيانات السياحية، إلى جانب تقديم مجموعة توصيات موجهة لمختلف الجهات الفاعلة بالقطاع.

الخاتمة

في خضم التحولات العالمية التي يشهدها قطاع السياحة بفعل الثورة الرقمية، أصبح من الضروري إعادة النظر في المقاربات التقليدية التي تعتمد عليها الدول لتطوير هذا القطاع الحيوي. وبالنسبة للجزائر التي تزخر بمؤهلات سياحية طبيعية، تاريخية وثقافية نادرة، فإن الرهان على الرقمنة بات ضرورة ملحة لخلق مناخ استثماري حديث ومنافس قادر على استقطاب رؤوس الأموال وتحفيز الفاعلين المحليين والدوليين على الاستثمار في المجال السياحي.

لقد أظهرت الدراسة أن هناك فجوة واضحة بين الإمكانيات السياحية الكبيرة التي تملكها الجزائر وبين المردود الاستثماري الحقيقي، وهو ما يعزى بالدرجة الأولى إلى غياب رؤية استراتيجية متكاملة، ضعف البنية التحتية السياحية وتعقيد الإجراءات الإدارية. كما تبين أن استخدام الأنظمة الرقمية بما في ذلك المنصات الإلكترونية، أنظمة الحجز الذكية، قواعد البيانات السياحية، وأدوات الذكاء الاصطناعي يمكن أن يساهم في تجاوز هذه العقبات من خلال تحسين جودة الخدمات، تبسيط المعاملات وتعزيز الترويج الدولي للوجهة الجزائرية.

كما أن ربط الرقمنة بالاستثمار السياحي ليس مجرد مشروع تقني، بل هو توجه استراتيجي يتطلب رؤية شمولية، قيادة سياسية داعمة ومشاركة فعالة من كل الفاعلين في القطاع. وإذا ما تم استغلال الإمكانيات الرقمية بالشكل الأمثل، فإن الجزائر تملك كل المقومات لتتحول إلى وجهة سياحية تنافسية قادرة على استقطاب استثمارات كبيرة، وبالتالي المساهمة في تنمية الاقتصاد الوطني وتنويعه.

النتائج:

1. ضعف الاستثمار السياحي في الجزائر يعود إلى عوامل متعددة، أبرزها غياب التنسيق بين السياسات القطاعية، وضعف البنية التحتية، والبيروقراطية الإدارية.
2. الأنظمة الرقمية تمثل أداة إستراتيجية لتعزيز الاستثمار السياحي لما توفره من فرص في الترويج، التحليل، التتبع والربط بين الفاعلين.
3. غياب إستراتيجية وطنية رقمية موحدة موجهة خصيصا للسياحة يعتبر من بين أهم العوائق التي تحول دون الاستفادة من التقنيات الحديثة.
4. هناك استعداد متزايد لدى بعض الفاعلين المحليين لتبني الرقمنة، لكن يظل الأمر مشتتا وبعيدا عن التنظيم والتأطير المؤسسي.

قائمة المراجع

أولاً: الكتب:

1. الدباغ، اسماعيل وشبر، الهام خضير. مدخل متكامل في الاستثمار السياحي والتمويل. مصر: إثراء للنشر والتوزيع، 2015.
2. العاني، رعد مجيد. الاستثمار والتسويق السياحي. الأردن: دار كنوز للنشر والتوزيع، 2008.
3. خلفان، حمد عيسى. إدارة الاستثمار والمحافظة المالية. الأردن: الجنادرية للنشر والتوزيع، 2016.
4. دريد، محمد أحمد. الاستثمار قراءة في المفهوم والأنماط والمحددات. الأردن: أمجد للنشر والتوزيع، 2016.
5. عبيدات، محمد. التسويق السياحي: مدخل سلوكي. الأردن: دار وائل للنشر، 2008.

ثانياً : المذكرات الجامعية

1. بوحلاسي، فاطمة وبخوش، لينا. "دور الاستثمار السياحي في تحقيق التنمية المستدامة." مذكرة ماستر، جامعة 08 ماي 1945، 2021.
2. بوزاهر، نسرین. "تمويل الاستثمارات السياحية في الجزائر." رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر، 2006.
3. خطابات، امينة. "آليات تفعيل القطاع السياحي في الجزائر." أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، 2020.
4. دين، حليلة وبلعراق، يمين. "الإطار القانوني للاستثمار السياحي في الجزائر." مذكرة ماستر، جامعة غرداية، 2020.
5. سنوسي، العياشي. "التنمية السياحية المستدامة في الجزائر في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT." أطروحة دكتوراه، جامعة 08 ماي 1945، 2025.
6. شارف، صباح وكشرد، مروة. "دور الرقمنة في عصرنة الإدارة الجزائرية." مذكرة ماستر، جامعة العربي التبسي، 2020.
7. عينين، فضيلة. "النظام القانوني للاستثمار السياحي في الجزائر." رسالة ماجستير، جامعة سعد دحلب، 2011.
8. لعويطي، نصيرة. "مستقبل الاستثمار السياحي في الجزائر في ظل المتغيرات الاقتصادية الراهنة." أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، 2022.
9. مساني، صورية. "الاستثمار السياحي كبديل استراتيجي لمرحلة ما بعد البترول." أطروحة دكتوراه، جامعة فرحات عباس، 2019.

ثالثاً: المقالات والمجلات العلمية

1. البار، عدنان. "تقنيات التحول الرقمي". *مجلة الملك عبد العزيز* 11(2019).
2. بسعود، مريم منال وآخرون. "رقمنة القطاع السياحي بالجزائر بين الأهداف والفرص وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية سنة 2030". *مجلة روافد للبحوث والدراسات* 02(2022).
3. بن الصغير، حسام. "دور الرقمنة في ترقية الاستثمار". *مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية* 07، (2024).
4. بن نوي، راضية. "واقع تطبيق مبادئ السياحة الالكترونية في الجزائر: دراسة ميدانية بالهيئات السياحية الوطنية". *مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية* 09(2021).
5. بوتريغين، زهية وعياشي، كمال. "من المدن الذكية إلى السياحة الذكية -دبي نموذجاً-". *المجلة العربية في العلوم الإنسانية* 4 (2020).
6. جعيع، رضوان وبن واضح، الهاشمي. "الاستثمار السياحي في الجزائر: العوائق والفرص المتاحة". *مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية* 02(2024).
7. زياده، رانية محمد محمود. "دور الإدارة الرقمية في تنمية مهارات القيادة الإبداعية". *مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة* 01(2022).
8. السعيد، صالح وعبدلي، هالة. "دور الاستثمارات السياحية في تحقيق التنمية السياحية المستدامة". *مجلة البحوث والدراسات التجارية* 04(2018).
9. السمدوني، مصطفى عبد المجيد. "السياحة الرقمية كأحد تطبيقات التكنولوجيا في السياحة". *مجلة روح القانون* 10(2023).
10. شاهد، الياس ودفورور، عبد المنعم. "الاستثمار السياحي في الجزائر بين الإطار القانوني والمؤسساتي". *مجلة التنمية والاستشراف* 01(2016).
<http://asjp.cerist.dz/en/article/71721>
11. ضياف، ياسمين. "دعم وتشجيع الاستثمار السياحي من أجل تحقيق التنمية". *مجلة القانون، المجتمع والسلطة* 01 (2023).

12. عاطف، سارة. "دور التحول الرقمي في رفع كفاءة العاملين في المجال السياحي." *مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة* 01(2022).
13. عبد العزيز، محمد. "الجزائر: نجاح ساحق للسياحة في 2023 مع استقبال 2.2 مليون سائح أجنبي." *الاتحاد العربي للإعلام السياحي* 295 (2024). <https://arabutm.org>
14. عبد الله، شيماء. "الإدارة الرقمية كآلية لتنمية رأس المال البشري الإداري في الجامعات المصرية." *المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية* 04(2021).
15. عزوي، محمد. "العوامل الحاسمة لنجاح عمليات التحول الرقمي في دولة استونيا." *مجلة دراسات اقتصادية* 03(2022).
16. عيسى، علي. "التنظيم المؤسسي والضمانات القانونية للاستثمار السياحي في الجزائر." *مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية* 03(2018).
17. فرج احمد، احمد. "الرقمنة داخل مؤسسات المعلومات أم خارجها." *مجلة دراسات المعلومات* 04(2009).
18. لعويطي، نصيرة وغويني، العربي. "آليات تمكين الاستثمار السياحي في الجزائر." *المجلة الجزائرية للعلوم الإجتماعية والإنسانية* 01(2021).
19. مزياني، محمد السعيد ودبة، ناصر. "الاستثمار الأجنبي المباشر آلية فعالة للنهوض بالتنمية السياحية في الجزائر." *مجلة الاقتصاد الصناعي* 01(2019).
20. معافة، وليد. "الاستثمار السياحي في الجزائر: دراسة في الفرص وتشخيص المعوقات." *المجلة الجزائرية للأمن والتنمية* 13(2018).
21. هوداف، بهية. "التنمية السياحية المستدامة وأبعادها في القانون الجزائري." *مجلة القانون والمجتمع* 01 (2023).
22. ياحي، أسامة وعشيرة، حميد قارة. "دروس مستفادة من تجارب دولية في السياحة الإلكترونية ومتطلبات تفعيل الأعمال الإلكترونية في القطاع السياحي في الجزائر." *مجلة الأعمال الإلكترونية والاقتصاد الرقمي* 01(2023).

رابعاً: المواقع الالكترونية

1. أزداد، عيشو. "دبي الوجهة السياحية الأعلى تقييماً في العالم خلال 2023". اطلع عليه بتاريخ 01 جوان، 2025،
<https://n9.cl/837uz>
2. البيان دبي. "7.3 ملايين زائر دولي لدبي 2021". اطلع عليه بتاريخ 01 جوان، 2025،
<https://n9.cl/5h54p>
3. الإذاعة الجزائرية "السياحة". اطلع عليه بتاريخ 03 جوان، 2025،
<https://n9.cl/7w0kc>
4. القرداغي، علي محي الدين. "التعريف بالاستثمار في اللغة و الاصطلاح". اطلع عليه بتاريخ 10 ماي، 2025،
<https://n9.cl/qyqse>
5. المكتب الإعلامي لحكومة دبي. "أخبار". اطلع عليه بتاريخ 01 جوان، 2025،
<https://n9.cl/7tcguq>
6. الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار. "نقاط قوة قطاع السياحة في الجزائر". اطلع عليه بتاريخ 30 ماي، 2025،
<https://n9.cl/uorsf>
7. بنين، عدنان كاظم وعليوي سوسن. "عناصر الاستثمار السياحي". اطلع عليه بتاريخ 05 ماي، 2025،
<https://n9.cl/3zau7>
8. "دبي تعيد صياغة مستقبل الضيافة عبر بوابة الابتكار والتكنولوجيا". اطلع عليه بتاريخ 01 جوان، 2025،
<https://n9.cl/47tx1q>
9. شهريار، ك "لماذا تحتاج شركتك السياحية إلى تطبيق جوال خاص بها مدعوم بالذكاء الاصطناعي". اطلع عليه بتاريخ 6 جوان، 2025،
<https://n9.cl/l00ib>
10. "مفهوم الاستثمار السياحي". اطلع عليه بتاريخ 05 ماي، 2025،

<https://n9.cl/mabfy>

11. وزارة السياحة والصناعات التقليدية. "إحصائيات." اطلع عليه بتاريخ 09 ماي، 2025،

<https://n9.cl/hpj9c>

12. " 5 أدوات مستخدمة لتحليل البيانات." اطلع عليه بتاريخ 30 ماي، 2025،

<https://n9.cl/47tx1q>

خامسا: المراجع الأجنبية

1. Boukhari, Soumia. "The Importance of Tourism Loans in Achieving Financial Sustainability for Tourism Projects – Analytical Case of Algeria." *Review of Travel and Tourism Research* 25(2024). <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/4128246>
2. Etias. "Estonia's Tourism Growth." seen on may 31st, <https://n9.cl/3oi1t>
3. International Telecommunication Union (ITU). "ICT Development Report: Algeria." (2020). <https://www.itu.int>
4. Ministère de la poste et des Télécommunications. "Rapport des Indices Internationaux relatif au secteur de la poste et des Télécommunications." (2022).
5. Portulans institue. "Network Readiness Index." (2023).
6. Stasia. "Economic Impact of Tourism." seen on may 31st, 2025, <https://n9.cl/gx1ax8>
7. Visit Estonia. "visitors." seen on may 31st, 2025, <https://visitestonia.com/en>
8. Visit Estonia. "Professionals." seen on may 31st, 2025, <https://visitestonia.com/en>
9. World Intellectual Property Organization. "Global Innovation Index." (2023)

الفهارس

قائمة الأشكال:

الرقم	المحتوى	الصفحة
الشكل (01)	رسم لأعمدة بيانية لإبراز التباين بشكل أفضل، حيث يوضح أداء الجزائر في المؤشرات الفرعية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال مصنفة حسب مؤشر الابتكار العالمي لسنة 2024	91
الشكل (02)	إحصائيات عدد السياح الوافدين (مليون) لإمارة دبي منذ سنة 2019 إلى غاية 2024.	109

قائمة الجداول:

الرقم	المحتوى	الصفحة
الجدول (01)	نماذج لتجارب بعض الدول في رقمنة السياحة	66
الجدول (02)	نتائج مؤشر الجاهزية الشبكية للجزائر لسنة 2023	86
الجدول (03)	المؤشرات الفرعية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال حسب مؤشر الابتكار العالمي الخاصة بالجزائر سنة 2023	90

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
شكر وعرفان	/
إهداء	/
فهرس الموضوعات	/
قائمة الجداول	/
قائمة الأشكال	/
قائمة الصور	/
قائمة الملاحق	/
مقدمة	ب
الفصل الأول: مدخل إلى الاستثمار السياحي في الجزائر	
تمهيد	17
المبحث الأول: ماهية الاستثمار السياحي	18
المطلب الأول: تعريف الاستثمار السياحي وعناصره	18
المطلب الثاني: أهمية وأهداف الاستثمار السياحي	24
المطلب الثالث: خصائص ومجالات الاستثمار السياحي	27
المبحث الثاني: واقع الاستثمار السياحي في الجزائر	33
المطلب الأول: المؤشرات الحالية للاستثمار السياحي	33
المطلب الثاني: العراقيل و التحديات أمام الاستثمار السياحي في الجزائر	36
المطلب الثالث: السياسات والآليات التحفيزية للاستثمار السياحي	40
المبحث الثالث : آليات تمويل الاستثمار السياحي	43
المطلب الأول: مفهوم التمويل وأهميته في الاستثمار السياحي	43
المطلب الثاني : أنواع وأشكال التمويل السياحي	45
المطلب الثالث : دور القطاعين العام والخاص في الاستثمار السياحي	49
خلاصة الفصل	51

الفصل الثاني : الرقمنة و دورها في تنمية الاستثمار السياحي	
53	تمهيد
54	المبحث الأول: مدخل إلى المنظومة الرقمية
54	المطلب الأول: تعريف الرقمنة: المفاهيم والأبعاد
57	المطلب الثاني: الإدارة الرقمية وأثرها في المؤسسات السياحية
60	المبحث الثاني :التحول الرقمي في المجال السياحي عالميا
60	المطلب الأول: متطلبات وأسس الرقمنة في السياحة
62	المطلب الثاني: أسباب وفوائد التحول الرقمي في الاستثمار السياحي
65	المطلب الثالث: التجارب الدولية في رقمنة السياحة
71	المبحث الثالث: رقمنة السياحة في الجزائر
71	المطلب الأول: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر (SDAT2030)
75	المطلب الثاني: آليات رقمنة القطاع السياحي ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2030)
77	المطلب الثالث: تقييم واقع الرقمنة السياحية في الجزائر
79	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: الدراسة التطبيقية والإستراتيجية المقترحة	
81	تمهيد
82	المبحث الأول: تشخيص واقع السياحة في الجزائر
82	المطلب الأول: تحليل نقاط القوة والضعف في السياحة الجزائرية
85	المطلب الثاني: تقييم البيئة الرقمية والبنية التحتية
93	المطلب الثالث: واقع رقمنة الاستثمار السياحية
97	المبحث الثاني: دراسات حالات وتجارب ناجحة: استونيا ودبي
97	المطلب الأول: استونيا: منصة "Visit Estonia"
106	المطلب الثاني: دبي: السياحة الذكية والذكاء الاصطناعي
110	المطلب الثالث: دروس مستفادة يمكن تطبيقها في الجزائر

قائمة المصادر والمراجع

114	المبحث الثالث: إستراتيجية رقمية لتعزيز الاستثمار السياحي
114	المطلب الأول: تصميم منصة رقمية وطنية تربط المستثمرين بالمشاريع
116	المطلب الثاني أدوات تحليل البيانات السياحية لدعم القرار الاستثماري
118	المطلب الثالث: توصيات على المستوى الحكومي، المؤسساتي، والأكاديمي
121	خلاصة الفصل
126	الخاتمة
129	قائمة المصادر والمراجع