



جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم العلوم السياسية



التخطيط الذكي للعروض السياحية

مذكرة مكملة للحصول على درجة الماجستير في العلوم السياسية
تخصص: إدارة الأعمال السياحية.

إشراف الأستاذ:

د. حميداني سليم.

إعداد الطلبة:

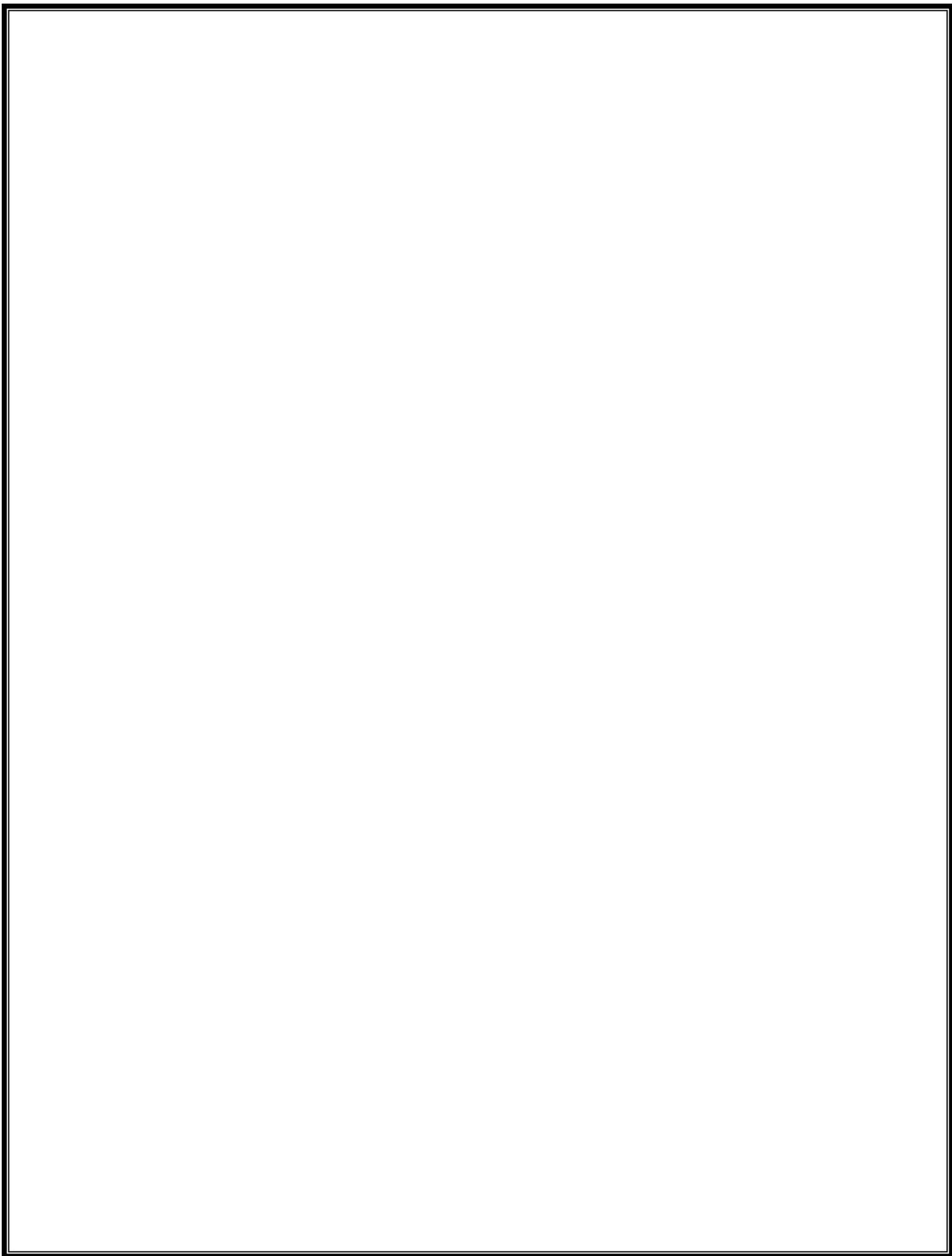
▪ معيزي محمد ناصر الدين.

▪ بعزيز خالد أسامة.

لجنة المناقشة

| الاسم واللقب | الرتبة | مؤسسة الانتماء | الصفة |
|------------------|----------------------|------------------------|--------------|
| أ. د. زغوني رابح | أستاذ التعليم العالي | جامعة 8 ماي 1945 قالمة | رئيسا |
| د. حميداني سليم | أستاذ محاضر-أ- | جامعة 8 ماي 1945 قالمة | مشرفا ومقررا |
| د. شرايطية سميرة | أستاذ محاضر-أ- | جامعة 8 ماي 1945 قالمة | عضوا ممتحنا |

السنة الجامعية: 2022-2023





جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم العلوم السياسية



التخطيط الذكي للعروض السياحية

مذكرة مكملة للحصول على درجة الماجستير في العلوم السياسية
تخصص: إدارة الأعمال السياحية.

إشراف الأستاذ:

د. حميداني سليم.

إعداد الطلبة:

▪ معيزي محمد ناصر الدين.

▪ بعزيز خالد أسامة.

لجنة المناقشة

| الاسم واللقب | الرتبة | مؤسسة الانتماء | الصفة |
|------------------|----------------------|------------------------|--------------|
| أ. د. زغوني رابح | أستاذ التعليم العالي | جامعة 8 ماي 1945 قالمة | رئيسا |
| د. حميداني سليم | أستاذ محاضر - أ - | جامعة 8 ماي 1945 قالمة | مشرفا ومقررا |
| د. شرايطية سميرة | أستاذ محاضر - أ - | جامعة 8 ماي 1945 قالمة | عضوا ممتحنا |

السنة الجامعية: 2022 - 2023

الإهداء:

إلى أبي وأمي،
إلى كل أفراد عائتي،
إلى كل الأصدقاء،
أهدي عملي هذا.

شكر وعرافان

نتقدم بالشكر والتقدير إلى أساتذتنا الكرام
وعلى رأسهم الأستاذ المحترم المشرف السيد
"د. حميداني سليم" على توجيهاته وتقوياته
العلمية وأخلاقه العالية التي ساعدتنا على
انجاز هذا العمل المتواضع؛

كما نتقدم بكل عبارات الشكر والامتنان إلى
كل الطاقم الإداري والفتي لمديرية الثقافة
والفنون لولاية قلمة الذين لم يتخلوا علينا
بتزويدنا بالمعلومات والارشادات والنصح
لإنجاز هذه الدراسة.

الملخص:

تناولت الدراسة التخطيط الذكي للعروض السياحية وتمثلت مشكلة الدراسة في كيفية تأثيره على تحفيز الطلب السياحي وعلى تحسين جودة الخدمة؛

تهدف الدراسة إلى إيجاد حلول لزيادة الطلب السياحي وتحليل التحديات التي تواجه العروض السياحية وتحديد الفرص المحتملة لتحفيزها كما تهدف لمعرفة أهمية التوازن بين التنمية السياحية والحفاظ على البيئة والثقافة المحلية وضمان استدامة هذه العروض والحفاظ على التنوع البيئي والثقافي.

المنهج المتبع في الدراسة هو المنهج الوصفي التحليلي، حيث توصلنا إلى أن التخطيط الذكي للعروض السياحية يعد عاملاً حاسماً في تحفيز الطلب السياحي حيث يساهم في تنوع وتطوير المنتجات السياحية، تحسين جودة الخدمات، تعزيز التسويق والترويج، وتحسين التجربة السياحية الشاملة. من خلال تطبيق التخطيط الذكي، يمكن تحقيق نمو مستدام وزيادة الاقتصاد المحلي للوجهات السياحية.

الكلمات المفتاحية: التخطيط السياحي، التخطيط الذكي، التحفيز السياحي، الرقمنة، التنمية السياحية، السياحة المستدامة.

Abstract:

The study addressed the smart planning of tourist attractions, with the problem being how it affects the stimulation of tourist demand and the improvement of service quality. The aim of the study is to find solutions to increase tourist demand, analyze the challenges facing tourist attractions, identify potential opportunities to stimulate them, and determine the importance of balancing tourism development with environmental and cultural preservation to ensure the sustainability of these attractions and the preservation of environmental and cultural diversity.

The methodology employed in the study is the descriptive-analytical approach, which indicates that smart planning of tourist attractions is a crucial factor in stimulating tourist demand. It contributes to diversifying and developing tourism products, improving service quality, enhancing marketing and promotion, and enhancing the overall tourist experience. Through the implementation of smart planning, sustainable growth and the increase in local economic income of tourist destinations can be achieved.

Keywords: tourism planning, smart planning, tourist stimulation, digitization, tourism development, sustainable tourism.

مقدمة

تحظى السياحة بأهمية بالغة في مختلف دول العالم، إذ لم تعد تقتصر على الترفيه والتسلية والسفر، بل أصبحت ترتبط بشكل كبير بالنمو الاقتصادي والأنشطة الثقافية والاجتماعية والبيئة، فالسياحة قديمة قدم الإنسان وحديثة كقطاع مهم حيوي واستراتيجي ومورد هام لجذب الاستثمار في المشاريع الخدمائية والبنى التحتية، ومصدر لزيادة الدخل، وتوفير فرص العمل.

وفي جانبها الاجتماعي الثقافي، هي وسيلة مهمة تُسهم في تعريف المواطنين بما تمتلكه وتزخر به بلادهم من مقومات وإمكانات طبيعية وحضارية وتراثية مما يوثق تلاحم المجتمع وترابط أفراده، وتوطيد روح المواطنة لديهم، وينمي اعتزازهم بثقافتهم وذلك بالتميز عن الآخرين والتفرد والتنوع والأصالة، مما يعكس ماضيها وحاضرها، وتاريخها ومستقبلها بالاستمرارية والتجديد والعصرنة ومواكبة التغيرات.

حيث تعتبر صناعة السياحة من أهم القطاعات الاقتصادية في العالم لإسهامها في تعزيز النمو الاقتصادي وتوفير فرص العمل وتعزيز التنمية المستدامة. ومع تزايد التنافسية في سوق السياحة، أصبح التخطيط الذكي لتحفيز العروض السياحية أمراً ضرورياً لجذب المزيد من السياح وتحسين تجربتهم السياحية، فهو يعتبر عملية استراتيجية تهدف إلى تحليل وتنظيم الموارد والخدمات السياحية بطريقة مبتكرة وفعالة، بهدف زيادة الجاذبية السياحية وتلبية احتياجات السياح؛ يعتمد هذا النوع من التخطيط على البحث والتحليل الدقيق لسوق السياحة وتوجهات الزوار والعوامل المؤثرة في اختيار وتقييم العروض السياحية. وفي سياق التخطيط الذكي للسياحة، يمكن استخدام الرقمنة والايقونات كإطار لتنظيم وتنسيق العروض السياحية بطريقة فاعلة وفعالة.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في التخطيط الذكي لتحفيز العروض السياحية وتحليل تأثيره على تطوير وتعزيز قطاع السياحة من خلال دراسة ميدانية لمديرية لثقافة والفنون والمؤسسات تحت الوصايا التابعة لها دار الثقافة والمسرح الروماني لولاية قالمة والتعرف على العوامل المؤثرة في جودة العروض السياحية وكيفية تحسينها من خلال التخطيط الذكي.

أسباب اختيار الموضوع:

الأسباب الذاتية:

- الفضول العلمي لمعرفة التخطيط الذكي لتحفيز العروض السياحية وأثره على تطوير قطاع السياحة.

الأسباب الموضوعية:

- سبب ثقافي: لأن السياحة ظاهرة من الظواهر الثقافية.

- سبب اجتماعي: لأن السياحة ظاهرة اجتماعية ويمكن ملاحظتها في كل المجتمعات.

- سبب اقتصادي: لأن السياحة ظاهرة وتساهم في اقتصادات الدول.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى:

- فهم أهمية التخطيط الذكي في تحفيز العروض السياحية.

- تحليل التحديات التي تواجه عروض السياحة وتحديد الفرص المحتملة لتحفيزها.

- تحديد الخطوات العملية للتخطيط الذكي.

- أهمية التوازن بين التنمية السياحية والحفاظ على البيئة والثقافة المحلية.

- ضمان استدامة العروض السياحية والحفاظ على التنوع البيئي والثقافي.

- توفير تجربة سياحية مميزة.

مجالات الدراسة:

المجال المكاني: مديرية الثقافة والفنون والمؤسسات التابعة لها (دار الثقافة والمسرح الروماني) لولاية قالمة.

المجال الزمني: الفترة الممتدة من: 02 أبريل الى 20 أبريل للسنة الدراسية 2023/2022.

المجال المعرفي: يندرج موضوع دراستنا في إطار الدراسات السياحية التي تتقاطع فيها جملة من الحقول

المعرفية ونحاول من خلالها الخروج بالعديد من النتائج.

إشكالية الدراسة:

تتمو قطاعات السياحة والسفر بسرعة كبيرة في جميع أنحاء العالم، وتشكل مصدرًا هامًا للنمو الاقتصادي وتوفير فرص العمل؛ ومع تزايد الوعي بأهمية السياحة وزيادة تنافسية الوجهات السياحية، أصبح التخطيط الذكي للعروض السياحية أمرًا حاسمًا لتحفيز الطلب السياحي.

كيف يؤثر التخطيط الذكي للعروض السياحية على تحفيز الطلب السياحي؟

الأسئلة الفرعية:

- كيف يؤثر التخطيط الجيد على العروض السياحية؟
- ما الفرق بين التخطيط التقليدي والتخطيط الذكي؟
- ما المجالات التي يشملها التخطيط الذكي؟
- كيف يؤثر التخطيط الذكي للعروض السياحية على الطلب السياحي؟
- هل يمكن أن يؤدي التخطيط الذكي إلى المد السياحي؟

فرضية الدراسة:

كلما كان هناك تخطيط ذكي، كلما انعكس ذلك على تحسين العروض السياحية وتحفيز الطلب

السياحي.

طريقة البحث:

الاستبيان: هي أداة مهمة خاصة عندما يكون مجتمع الدراسة كبير وهي تستخدم لقياس أداء اتجاهات الأفراد الذين لا يستطيعون إبرازها مباشرة وهي أداة تستخدم للتأكد من صدق واختبار الفرضيات.

تبرير الخطة:

اعتمدنا في الإجابة عن الإشكالية بتقسيم الدراسة إلى أربع فصول على النحو التالي:

تم التطرق في الفصل الأول إلى النشاط السياحي مضمونه، فوائده وعملياته حيث حاولنا في المبحث الأول التحدث عن الإطار المفاهيمي للنشاط السياحي، أما المبحث الثاني فتحدثنا عن مضمون النشاط السياحي بدلالة التخطيط السياحي، حيث يوفر هذا الفصل للدارسين القاعدة المفاهيمية والنظرية للموضوع.

تطرقنا في الفصل الثاني إلى قدرات تحقيق التنمية السياحية بدلالة التخطيط الذكي، ففي المبحث الأول تحدثنا عن أثر تجسيد التخطيط الذكي في المجال السياحي، بينما المبحث الثاني عن ديناميكية التنمية السياحية ضمن اعتماد التخطيط الذكي، أما المبحث الثالث قمنا بالتحدث عن العامل التكنولوجي في إعلاء كفاءة التخطيط الذكي للأنشطة السياحية.

قمنا بالتطرق في الفصل الثالث إلى رقمنة الأيقونات كإطار للتخطيط الذكي حيث ناقشنا في المبحث الأول مفهوم الأيقونات بدلالة النشاط السياحي وأهميتها بالنسبة للتخطيط السياحي الذكي، وفي المبحث الثاني فتحدثنا عن مستلزمات إعداد الأيقونات كإطار للتخطيط الذكي واعتبارات التنفيذ؛ أما المبحث الثالث يتحدث عن متابعة رقمنة الأيقونات وقدرات التصحيح.

وأخيرا الفصل الرابع، تناولنا فيه دراسة ميدانية حول التخطيط الذكي لتحفيز العروض السياحية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة فتطرقنا في المبحث الأول وصف منطقة الدراسة وأدوات وطرق الدراسة؛ أما المبحث

الثاني تطرقنا إلى نتائج البحث الميداني من تحليل للبيانات التي تم جمعها وتحقيق فرضية الدراسة

ونتائج وتوصيات الدراسة.

الفصل الأول

الفصل الأول: النشاط السياحي: المضمون والفوائد والعمليات

الفصل الأول: النشاط السياحي: المضمون والفوائد والعمليات

يُعدُّ السياح المسافرين إلى دولة ما مصدر هام للإيرادات والعملات الأجنبية. يقوم السياح بإنفاق الأموال في الفنادق والمطاعم والمتاجر والخدمات السياحية، مما يساهم في تحسين الاقتصاد المحلي وزيادة العائدات الحكومية. تزيد الإيرادات السياحية أيضًا من فرص التوظيف وتعزز قطاع الخدمات في الدولة، حيث يتم توظيف العديد من الأشخاص في صناعة السياحة والضيافة.

بالإضافة إلى الاقتصاد، يمكن أن يساهم النشاط السياحي في تعزيز العلاقات الثقافية والتفاهم بين الدول. يتعرف السياح على ثقافات مختلفة ويتفاعلون مع السكان المحليين، مما يعزز التفاهم ويقوي الروابط الثقافية والاجتماعية. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يعزز السياحة التوعية البيئية والحفاظ على الموارد الطبيعية، حيث يشجع السياح على الاهتمام بالبيئة المحلية وتبني ممارسات سياحية مستدامة.

يمكن النشاط السياحي من تعزيز الاقتصاد والثقافة والحفاظ على الموارد الطبيعية في الدولة، مما يجعلها وجهة مغرية للسياح ويساهم في تنميتها المستدامة.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للنشاط السياحي

1- المطلب الأول: تعريف السياحة

للسياحة عدة تعاريف نذكر منها:

السياحة في اللغة: تعني التجوال وعبارة ساح في الأرض تعني ذهب وسار على وجه الأرض كما ورد لفظ السياحة في القرآن الكريم وذلك في عدة مواضع¹، فيقول الله تعالى: " فسيحوا في الأرض أربعة أشهر واعلموا أنكم غير معجزي الله وأن الله مخزي الكافرين"² وقوله تعالى: (...مسلمات مؤمنات قانتات تائبات عابدات سائحات ثيبات وأبكارا....).

وبالتالي السياحة في الشريعة الإسلامية تعني ذلك النشاط أو الفعل البشري الذي تقيده جملة من التعاليم الشرعية، مع إتباع آداب وسنن يستحسن مراعاتها من قبل السائحين تقاديا الوقوع في المحظورات التي نهى عنها الإسلام.

وحسب المنظمة العالمية للسياحة تعرف السياحة بأنها: "نشاط السفر بهدف الترفيه، وتوفير الخدمات المتعلقة لهذا النشاط. والسائح هو ذلك الشخص الذي يقوم بالانتقال لغرض السياحة لمسافة ثمانين كيلومترا على الأقل من منزله"³.

أما السياحة اصطلاحا: تعني مجموع العلاقات التي تترتب على سفر وإقامة مؤقتة لشخص أجنبي في مكان ما، وألا ترتبط هذه الإقامة بنشاط يدر ربحا لهذا الأجنبي، ورغم صعوبة إيجاد تعريف شامل للسياحة نظرا

¹كواش خالد، السياحة مفهومها، أركانها، وأنواعها، الطبعة الأولى، دار التنوير الجزائر، 2007، بتصرف، ص22.

²سورة التوبة، الآية(02).

³المنظمة العالمية للسياحة، مدخل للسياحة العالمية (مفاهيم عامة)، الدورة العامة للمنظمة، مدريد، إسبانيا، 1981 الموقع: 2كلية الاقتصاد وعلوم التسيير، (2011)، ص11.

الفصل الأول: النشاط السياحي: المضمون والفوائد والعمليات

لتعدد واختلاف تعاريفها بحسب الزاوية التي ينظر إليها منها، إلا أنه يمكن أن نورد التعاريف التالية لأجل تبسيط مفهوم السياحة كما يلي:

أعطى الألماني جوبير فولر المفهوم الحديث للسياحة سنة 1905 ووصف السياحة بأنها "ظاهرة تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وتغيير الهواء، وإلى مولد الإحساس بجمال الطبيعة ونمو هذا الإحساس، والشعور بالبهجة والمتعة، وخاصة بين الشعوب وأوساط مختلفة بين الجماعات الإنسانية، وهي الاتصالات التي كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة والصناعة وثمره وسائل النقل".¹

ما يلاحظ على هذا التعريف أنه اهتم بجانب واحد وأهمل جوانب أخرى، حيث ركز على الجانب الاجتماعي للسياحة، وأغفل عن الجانب الاقتصادي والبيئي لها.

- تعريف زكي خليل المساعد: " السياحة عبارة عن انتقال الناس بشكل مؤقت إلى أماكن خارج سكنهم أو أعمالهم الاعتيادية والنشاطات التي يقوم بها خلال الإقامة في تلك الأماكن والوسائل التي توفر إشباع حاجاتهم"، ويمكن الاستنتاج من هذا التعريف أن السياحة تعني تغيير مكان الإقامة الأصلي والتوجه إلى أماكن أخرى بشكل مؤقت.²

- تعريف SHOLTERON VON HERMAN حيث عرف السياحة على أنها " الاصطلاح الذي يطلق على كل العمليات المتداخلة وخصوصا العمليات الاقتصادية التي تتعلق بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة، وانتشارهم داخل وخارج حدود منطقة دولة معينة ."³ ركز هذا التعريف على الجانب الاقتصادي

¹ أحمد الجلاّد، التخطيط السياحي والبيئي بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، عالم الكتاب، القاهرة، مصر، 1988، ص18.

² زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، دار المناهج، الأردن، 2005، ص214.

³ جليلة حسن حسنين، اقتصاديات السياحة، منشورات جامعة الإسكندرية، مصر، 2003، ص07.

الفصل الأول: النشاط السياحي: المضمون والفوائد والعمليات

للسياحة، من خلال الدخول المتأتية من مختلف أنشطة السياح، وأهمل جوانب أخرى كالجانب الاجتماعي للسياحة.

- تعريف KRAFET AND HUNZIKER حيث عرفا السياحة " على أنها " مجموعة الظواهر والعلاقات الناشئة عن السفر والإقامة لغير المقيمين طالما أن ذلك لا يؤدي إلى إقامة دائمة لهم، ولا يرتبط بممارسة أنشطة كسبية¹."

ميز هذا التعريف بين السائح والمهاجر، إذ ينتقل السائح بصفة مؤقتة بينما ينتقل المهاجر لفترة طويلة، وقد يكون الغرض من وراء هذا الانتقال العمل والكسب.

- وقد عرف مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر الدولي في روما سنة 1963 السياحة على أنها ظاهرة اجتماعية وإنسانية تقوم على انتقال الفرد من مكان إقامته إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة، ولا تزيد عن 12 عشر شهرا، بهدف السياحة الترفيهية أو العلاجية أو التاريخية وهي تنقسم إلى نوعين سياحة داخلية وسياحة خارجية²."

شمل هذا التعريف عدة جوانب، حيث نظر إلى السياحة على أنها ظاهرة اجتماعية وإنسانية كما حدد مدة السياحة وميز بين السياحة الداخلية والخارجية، في حين أغفل عن الجانب الاقتصادي للسياحة.

- وقد عرف مؤتمر أوتاوا للسياحة المنعقد بكندا في جوان 1991 على أنها "مجموع الأنشطة التي يقوم بها الشخص المسافر إلى خارج بيئته المعتادة لمدة من الزمن، وألا يكون غرضه من السفر هو ممارسة نشاط يكتسب به دخلا في المكان الذي يسافر إليه"

¹ TISSA AHMED, économie et aménagement du territoire, OPU, Alger, 1993, p94.

² محي محمد مسعد، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي، المكتب العربي الحديث، مصر، دون سنة نشر، ص61.

الفصل الأول: النشاط السياحي: المضمون والفوائد والعمليات

كما عرفت المنظمة العالمية للسياحة على أنها "السياحة ينبغي أن تتضمن أربعة نقاط أساسية وهي¹:

- تنطوي السياحة على تحرك الناس من موقع إلى موقع آخر خارج مجتمعهم المحلي.
- أن الجهات القصد السياحية توفر نطاق من النشاطات والخبرات والتسهيلات والخدمات.
- إن الحاجة والدوافع المختلفة للسائح تتطلب إشباعا، وأن هذه الحاجات والدوافع بدورها تخلق تأثيرا اجتماعيا.

- تتضمن صناعة السياحة عددا من النشاطات الفرعية، وهذه النشاطات تولد مجتمعة دخلا ضمن الاقتصاد الوطني، ينتج من خلال العملات الصعبة الأجنبية التي تدخل إلى البلد السياحي المزار عن طريق السياح".

نلاحظ من خلال هذه التعاريف أنه هناك اختلاف واضح في تعاريف السياحة، وهو ناتج عن تطور دور السياحة في المجتمع، هذا ما جعل المنظمة العالمية للسياحة سنة 1993 تضع تعريفا خاصا بالسياحة، إذ عرفت على أنها "أنشطة الأشخاص المسافرين من أماكنهم والإقامة في أماكن خارج إقامتهم المعتادة لمدة تزيد عن سنة مستمرة لقضاء عطلة."²

وعليه يمكن تبني تعريف الجزائر للسياحة، حيث تبنت الجزائر تعريف المنظمة العالمية للسياحة، كما أدخلت عليه بعض المفاهيم التي قامت بتحديدتها وزارة السياحة حيث³:

✓ الداخل: كل مسافر تطأ أقدامه أرض الجزائر خارج منطقة العبور.

¹زايد مراد، السياحة كصناعة في الاقتصاد الوطني، حالة الجزائر، الملتقى الدولي حول "اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية علوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، يومي 10/9 مارس، ص03.

²خربوطلي صلاح الدين، السياحة المستدامة، دار رضا، سوريا، 2004، ص20.

³الديوان الوطني للإحصائيات، مجموعة الإحصائيات السنوية رقم 18، نشرة 2000، ص275.

الفصل الأول: النشاط السياحي: المضمون والفوائد والعمليات

✓ المسافر: كل شخص يدخل التراب الوطني، مهما كان سبب تنقله أو دوافع دخوله، ومهما كانت جنسيته ومكان إقامته، باستثناء السواح في نزهة أو رحلة بحرية، والذين يقيمون في بواجرهم طول مدة إقامتهم في البلاد.

✓ الجوال في رحلة بحرية: كل شخص يدخل الحدود البحرية الوطنية ويغادرها في نفس السفينة أو الباخرة التي دخل فيها، والتي يقيم على متنها طول مدة إقامته.

✓ الزائر: كل شخص يدخل التراب الوطني ولا يمارس نشاطا مأجورا.

المطلب الثاني: خصائص السياحة

▪ تعتبر السياحة منتج غير مادي، وبالتالي لا يمكن نقله من مكان لآخر.

▪ المنتج السياحي مركب: إذ أنه مزيج من مجموعة عناصر مع بعضها البعض، وتتشابك مع قطاعات أخرى، حيث أن السياح يستهلكون السلع والخدمات التي تقدمها المنشآت السياحية كالإقامة والإطعام، ويستهلكون كذلك سلع وخدمات تقدمها منشآت أخرى، مع العلم أن هذه العناصر متكاملة من حيث جلبها للسياح.¹

▪ المنتج السياحي غير قابل للتخزين: لذلك يجب مواجهة التقلبات بتخفيض الأسعار والرفع من جودة الخدمات، لزيادة الطلب على المنتج السياحي.

▪ تواجه المنتجات السياحية منافسة دولية كبيرة، ولهذا وجب توفير كل شروط الطلب السياحي لإرضاء الزبون

¹كواش خالد، الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للسياحة-حالة الجزائر، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والتجارة، العدد 13، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005، ص51.

الفصل الأول: النشاط السياحي: المضمون والفوائد والعمليات

- يعتبر المنتج السياحي منتج قابل للتصدير، ولهذا فهو يتأثر بالعوامل الخارجية¹، وهي تمثل كذلك عرضا للخدمات وليست منتوجات مادية يمكن نقله من مكان لآخر، أي أن المستهلك يأتي بنفسه إلى مكان المنتج السياحي للحصول عليها.
- تتميز بعض المناطق السياحية بأنها موسمية النمط.²
- تتعدد وتتباين أنواع السياحة وأغراضها، مما يترتب عليها تنوع واختلاف الأنشطة، طبيعة الخدمات السياحية المرتبطة بها.³

المطلب الثالث: أنواع السياحة وعناصرها

الفرع الأول: أنواع السياحة:

اعتمدنا في سردنا لأنواع السياحة على معيار الهدف ومعيار المنطقة الجغرافية، فحسب معيار الهدف يمكن تقسيم السياحة إلى أنواع متعددة منها السياحة الدينية والاستشفائية والسياحة البيئية، أما حسب معيار المنطقة الجغرافية فتوجد السياحة الداخلية والإقليمية والخارجية.

أولاً: السياحة حسب المنطقة الجغرافية:

يتم تقسيم السياحة وفق معيار المنطقة الجغرافية إلى:

¹ صر مراد، دور السياحة في التنمية المستدامة - حالة الجزائر، المؤتمر العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية - 1 دراسة حالة تجارب بعض الدول"، ص 03.

² محمد الصيرفي، التخطيط السياحي، دار الفكر الجامعي، 2006، ص 2.

³ نزيه الدباسة، إدارة القرى السياحية، دار الحامد، الأردن، 2009، ص 12.

الفصل الأول: النشاط السياحي: المضمون والفوائد والعمليات

أ- **سياحة داخلية:** وتعني سفر مواطني الدولة داخل حدود بلد ما¹، كما تشمل انتقال السائحين داخليا ويتم إنفاق العملة المحلية، وتكمل أهمية السياحة الداخلية في²:

- تساعد على استغلال المنشآت السياحية؛
 - تساعد الصناعات الخفيفة على تسويق منتجاتها وبضائعها؛
 - تؤثر بشكل مباشر على القطاع الزراعي في بلدها؛
 - تساعد على زيادة الدخل القومي للسكان؛
- وهناك مجموعة من العوامل التي تؤثر على السياحة الداخلية منها³:

- وزارة السياحة ودورها في التخطيط والإشراف على عمليات وأنشطة التسويق السياحي للبلد؛
- الفنادق والمطاعم السياحية؛
- خدمات النقل الجوي والبري.

ب- **سياحة إقليمية:** هي السفر والتنقل بين دول متجاورة تكون منطقة سياحية واحدة مثل الدول العربية، الدول الإفريقية، دول المغرب العربي، دول جنوب شرق آسيا، وتتميز لسياحة الإقليمية بانخفاض التكلفة الإجمالية للرحلة نظرا لعنصر المسافة التي يقطعها السائح¹.

¹مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، لبنان، 2003، ص15.
²محمود الديماسي وآخرون، تخطيط البرامج السياحية، الطبعة الأولى، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2002، ص138.
³عصام حسن الصعيدي، التسويق والترويج السياحي والفندقي، دراسة للتسويق السياحي والفندقي في الدول العربية، الطبعة الأولى، دار الرياء للنشر والتوزيع، المملكة الأردنية الهاشمية، 2009، ص33.

الفصل الأول: النشاط السياحي: المضمون والفوائد والعمليات

ج- **سياحة خارجية:** هي انتقال الأفراد أو السياح انتقالاً مؤقتاً من بلد لآخر من أجل السياحة والتعرف على بلاد جديدة وعادات أهلها وطرق معيشتهم وتفكيرهم ومدى ما قدموه من انجازات، وتساهم السياحة الخارجية في تعزيز العلاقات الاقتصادية الدولية من خلال:

- عقد الاتفاقيات السياحية الدولية بين مختلف الدول والشركات السياحية؛
- استخدام رؤوس الأموال الأجنبية لبناء البنية التحتية لتلبية احتياجات السياحة الدولية؛
- تحسين نظام العلاقات المالية في السياحة الدولية؛
- توسيع التعاون وتعميقه، وتبادل المساعدات في مجال الدعاية السياحية والإعلان السياحي.

ثانياً: السياحة حسب الهدف:

تنقسم السياحة حسب الهدف إلى:

أ- **السياحة الدينية:** وتعتبر من أقدم أنواع السياحة وتتمثل في زيارة المواقع الدينية، ومن أشهر المواقع الدينية في العالم نجد مكة المكرمة والمدينة المنورة في المملكة العربية السعودية¹، وهذا النوع من السياحة يهتم بالجانب الروحي للإنسان، وبالتالي فهي مزيج من التأمل الديني والثقافي، أو السفر من أجل الدعوة أو من أجل القيام بعمل خيري.

ب- **السياحة العلاجية:** هي سياحة لإمتاع النفس والجسد معاً بالعلاج، وتعتمد على استخدام المراكز والمستشفيات الحديثة بما فيها من تجهيزات طبية وكوادر بشرية لديها من الكفاءة ما تساهم في علاج الأفراد الذين يلجئون إلى هذه المراكز.

¹مروان محسن السكر، السياحة مضمونها وأهدافها، سلسلة الاقتصاد السياحي، الجزء الأول، الأردن، 1994، ص1.

الفصل الأول: النشاط السياحي: المضمون والفوائد والعمليات

ج-السياحة الإستشفائية: وهي زيارة المنتجعات السياحية التي خصصت لهذا الغرض، وتعتمد على العناصر الطبيعية في علاج المرضى وشفائهم مثل الينابيع المعدنية والكبريتية والرمال والشمس بغرض الاستشفاء من بعض الأمراض.

د- السياحة البيئية: هي السفر والانتقال من مكان إلى آخر بغرض الاستمتاع والدراسة والتقدير بروح المسؤولية للمناطق الطبيعية وما يصادفها من مظاهر ثقافية تقليدية، وبتعبير آخر¹، هي السفر من أجل زيارة المحميات الطبيعية، والتي تهدف جميعها إلى المحافظة على الموروثات السياحية الحضارية و الأثرية والبيئية والطبيعية، وكل عناصرها من مصادر المياه المعدنية ونباتات وحيوانات وطيور وغابات وفق خطة إستراتيجية بعيدة المدى تعمل على خلق سياحة شاملة رفيقة بالبيئة، أن الهدف من دراسة العلاقة بين السياحة والبيئة هو أن تكون السياحة وسيلة لحفاظ على نقاء البيئة، فالموارد السياحية هي من مكونات البيئة.

ج-السياحة التاريخية: يعد هذا النوع من أحسن أنواع السياحة، حيث تجذب أفواج كبيرة من السياح، خاصة إذا توفرت هذه الآثار التاريخية على مراكز للراحة والترفيه وعلى كل ضرورات المحافظة عليها، كما أن للآثار السياحية دور مهم في تحقيق التفاهم وتقوية العلاقات، كما تتطلب استثمارات كبيرة لرؤوس الأموال لتطويرها وحمايتها.²

د-السياحة الثقافية: يهتم هذا النوع من السياحة بشريحة معينة من السائحين على مستويات مختلفة من الثقافة والتعليم، حيث يتم التركيز على زيارة الدول التي تتمتع بمقومات تاريخية وحضارية كثيرة، ويمثل هذا النوع نسبة 10 % من حركة السياحة العالمية، ونجد هذا النوع من السياحة متمثل في الاستمتاع بالحضارات القديمة

¹ عصام حسن الصعيدي، التسويق والترويج السياحي والفندقي، مرجع سبق ذكره، ص131.

² مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، لبنان، بيروت، 2003، ص15.

الفصل الأول: النشاط السياحي: المضمون والفوائد والعمليات

وأشهرها الحضارة الفرعونية المصرية القديمة والحضارات الإغريقية والرومانية والحضارات الإسلامية والمسيحية على مر التاريخ والعصور.

ر- **السياحة الاجتماعية:** تسمى أيضا السياحة الشعبية أو سياحة الإجازات، والسبب في تواجد مثل هذا النوع هو أن السياحة كانت مقتصرة في القدم على الطبقات الثرية فقط .

هـ- **السياحة الترفيهية:** هي من أقدم أنواع السياحة وأكثرها انتشارا، حيث يعتبر حوض البحر الأبيض المتوسط من أكثر المناطق اجتذابا لحركة السياحة الترفيهية، لما يتمتع به من مقومات كثيرة كاعتدال المناخ بالإضافة إلى الشواطئ الجاذبة للسياح، وتكون السياحة الترفيهية بغرض الاستمتاع والترفيه عن النفس، ويطلق عليها بالهوايات مثل صيد السمك، الغوص والتزلج والذهاب إلى المناطق الجبلية والصحراوية.

و- **سياحة المؤتمرات:** ارتبط هذا النوع من الساحة بالعلاقات بين أغلب دول العالم، ويعتمد النهوض بهذا النوع من السياحة على توفر عوامل عدة منها اعتدال المناخ، ووجود الفنادق والقاعات المجهزة لعقد الاجتماعات والمطارات الدولية.

ي- **السياحة الرياضية:** يقصد بها الانتقال من مكان الإقامة إلى مكان آخر في دولة أخرى لفترة مؤقتة تهدف ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة أو الاستمتاع بمشاهدتها ومثل هذه الأنواع نجد دورات الألعاب الأولمبية وبطولات العالم المختلفة، والشكل التالي يلخص أنواع السياحة.¹

الفرع الثاني: عناصر السياحة:

تتكون السياحة من ثلاث عناصر أساسية.

- **عنصر حركي:** يتضمن السفر إلى المكان أو الأماكن المختارة؛
- **عنصر ساكن:** يتضمن الإقامة أو الاستقرار في المكان أو الأماكن المختارة؛

الفصل الأول: النشاط السياحي: المضمون والفوائد والعمليات

• عنصر تبعي: ناجم من العنصرين السابقين والذي يختص بالآثار المترتبة على النواحي الاقتصادية و

الطبيعية والاجتماعية التي تتصل بالسائح بشكل مباشر.¹

المبحث الثاني: مضمون النشاط السياحي بدلالة التخطيط

المطلب الأول: الفواعل الأساسية في النشاط سياحي:

يقوم النشاط السياحي على ثلاثة مكونات أساسية هي:

• السياح:

هي الطاقة البشرية التي تستوعبها الدولة المضييفة صاحبة المعالم السياحية وفقا لمتطلبات كل سائح، وتعرف

منظمة السياحة العالمية السائح على أنه المسافر إلى بلد غير البلد الذي يقيم فيه لمدة لا تقل عن 24 ساعة

لأغراض مختلفة، لا تتضمن الحصول على عمل يدر عليه بالمنفعة المالية.

ويستثنى من مفهوم السائح الأشخاص :

- الواصلون بعقود أو بدون عقود لشغل وظيفة أو الالتحاق بالعمل.
- الواصلون للإقامة الدائمة.
- المقيمون في منطقة مجاورة للحدود، والأشخاص الذين يستوطنون في منطقة ما ويعملون في منطقة أخرى مجاورة لها.
- الرحلات التي تقل عن 24 ساعة كالرحلات البحرية، الرحلات السريعة والمسافرين العابرين.

¹ إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافية السياحية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2009، ص35.

الفصل الأول: النشاط السياحي: المضمون والفوائد والعمليات

- **الموارد السياحية:** تتمثل في عوامل وعناصر جذب السياح والزوار، وتتضمن العناصر الطبيعية مثل: المناخ، التضاريس، الشواطئ، البحار، الأنهار، الغابات، المحميات، إلى جانب العناصر البشرية مثل: المواقع التاريخية والحضارية والأثرية والحضارية والدينية ومدن الملاهي والألعاب.
- **العارضون:** هي الدول التي تقدم خدمة السياحة للسائحين، بعرض كل ما لديها من إمكانات في هذا المجال تتناسب مع طلبات السائحين من أجل خلق بيئة سياحية ناجحة، ومن أهم ما تقدمه الدول:
 - خدمات ومرافق الإيواء والضيافة (فنادق، نزل بيوت ضيافة، مطاعم واستراحات).
 - خدمات مختلفة مثل مراكز المعلومات السياحية ووكالات السياحة والسفر ومراكز صناعة وبيع الحرف اليدوية، والبنوك، والمراكز الطبية...، والبريد والشرطة والأدلاء السياحيين.
 - خدمات النقل التي تشمل وسائل النقل على اختلاف أنواعها إلى المنطقة السياحية.
 - خدمات البنية التحتية كالمياه الصالحة للشرب، والكهرباء، والتخلص من مياه الصرف، والنفايات الصلبة وتوفير شبكة من الطرق والاتصالات،
 - خدمات مؤسسية: تتضمن خطط التسويق، وبرامج الترويج للسياحة مثل سن التشريعات والقوانين والهيكل التنظيمية العامة ودوافع جذب الاستثمار وبرامج تعليم وتدريب الموظفين في النشاط السياحي¹.

المطلب الثاني: آلية التخطيط في تحسين النشاط السياحي:

الفرع الأول: مفهوم التخطيط ومجالاته في السياحة:

❖ **مفهوم التخطيط:**

¹فؤاد بن غضبان، السياحة البيئية المستدامة، دار صفاء، الأردن، عمان، 2015، ص ص 46-48.

الفصل الأول: النشاط السياحي: المضمون والفوائد والعمليات

هو مرحلة التفكير الذهني المنظم في الأهداف المتوقع تنفيذها وذلك بمراعات الموارد المتاحة من أجل تحقيق أكبر منفعة بأقل تكلفة متوقعة، مع ربط كل هدف بمدة زمنية لتنفيذه، ولقد ورد آراء الكثير من العلماء حول تعريف التخطيط وجميع هذه الآراء اجتمعت على أنه هو الذي يحدد الأهداف المراد تحقيقها في المستقبل. حيث عرف داتر ستون التخطيط على أنه هو العملية الذهنية المنظمة التي تقوم على اختيار أنسب الوسائل المتاحة للمنظمة من أجل تحقيق أهداف محددة.

وعرف رالف نيلسون اليوت التخطيط على أنه محاولة لتطبيق العقل والمنطق من أجل تحقيق أهداف الإنسان ومصالح البشر.

كما عرفه هنري فايول على أنه عملية التنبؤ بالمستقبل القريب ما سيكون عليه من أجل الاستعداد للمستقبل.

❖ مفهوم التخطيط السياحي:

لم يتبلور مفهوم التخطيط السياحي بشكل واضح ومحدد إلا بعد الحرب العالمية الثانية، حيث تطورت حركة السفر الدولية بشكل سريع وكثيف، وتزايدت أعداد السياح إلى جانب تنوع أشكال السياحة والاستجمام، وتعددت المناطق السياحية واختلفت وظائفها وخصائصها، وقد أدى كل هذا إلى زيادة الاهتمام بالسياحة والأنشطة السياحية، وظهرت الحاجة لضبط وتوجيه هذه النشاطات من أجل الحد من آثارها السلبية على المجتمع والبيئة، وتحقيق أقصى درجات النفع الاقتصادي، خصوصاً بعد أن أصبح ينظر إلى السياحة على أنها صناعة ومصدر دخل أساسي في كثير من دول العالم. والتخطيط السياحي نوع من أنواع التخطيط التنموي وهو عبارة عن مجموعة من الإجراءات المرحلية المقصودة والمنظمة والمشروعة التي تهدف إلى تحقيق استغلال واستخدام أمثل لعناصر الجذب السياحي المتاح والكامن وتحقيق أقصى درجات المنفعة

الفصل الأول: النشاط السياحي: المضمون والفوائد والعمليات

الممكنة، مع متابعة وتوجيه وضبط لهذا الاستغلال لإبقائه ضمن دائرة المرغوب والمنشود، ومنع حدوث أي نتائج أو آثار سلبية ناجمة عنه.¹

❖ تعريف التخطيط السياحي:

يعرف التخطيط السياحي بأنه رسم صورة تقديرية مستقبلية للنشاط السياحي في دولة معينة وفي فترة زمنية محددة. ويقتضي ذلك حصر الموارد السياحية في الدولة من أجل تحديد أهداف الخطة السياحية وتحقيق تنمية سياحية سريعة ومنظمة من خلال إعداد وتنفيذ برنامج متناسق يتصف بشمول فروع النشاط السياحي ومناطق الدولة السياحية.

وينبغي ألا ينظر إلى التخطيط السياحي على أنه ميدان مقصور على الجهات الرسمية، وإنما يجب أن ينظر إليه على أنه برنامج عمل مشترك بين الجهات الحكومية والقطاع الخاص والأفراد. لذا يجب أن يكون التخطيط السياحي عملية مشتركة بين جميع الجهات المنظمة للقطاع السياحي بين الجهات الحكومية المشرفة على هذا القطاع، ومقدمي الخدمات السياحية (المؤسسات ورجال الأعمال)، والمستهلكين لهذه الخدمات (السياح)، والمجتمع المضيف للسياحة بدءاً من مرحلة صياغة الأهداف المراد تحقيقها وانتهاءً بمرحلة التنفيذ والتطبيق لبرامج الخطة السياحة.

❖ مجالات التخطيط في السياحة: تتعدد المستويات المكانية للتخطيط السياحي ولكن بشكل عام يمكن

الحديث عن أربعة مستويات رئيسية هي:

أ- التخطيط السياحي على المستوى المحلي Local Level:

¹الروبي نبيل، التخطيط السياحي، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1987، ص66.

الفصل الأول: النشاط السياحي: المضمون والفوائد والعمليات

يكون التخطيط السياحي في هذا المستوى المكاني متخصصاً وتصيلياً أكثر منه في المستويات

المكانية الأخرى، وعادة يتضمن تفاصيل عن جوانب عديدة منها:

- ✓ التوزيع الجغرافي للخدمات السياحية ومنشآت النوم؛
- ✓ الخدمات والتسهيلات السياحية؛
- ✓ مناطق وعناصر الجذب السياحي؛
- ✓ شبكات الطرق المعبدة ومحلات تجارة التجزئة والمتنزهات والمحميات؛
- ✓ نظام النقل على الطرق والمطارات ومحطات السكك الحديدية.

تسبق كثير من خطط التنمية في هذا المستوى المكاني بدراسات جدوى اقتصادية أولية وكذلك دراسات لتقييم المردودات البيئية والاجتماعية والثقافية، وكذلك تقييم لبرامج التنمية والهياكل الإدارية والمالية المناسبة للتنفيذ، وأيضاً قواعد التنظيم المكاني والتصميم الهندسي، وتشمل مثل هذه الدراسات كذلك على تحليل حركة الزوار وتوصيات متعلقة بذلك.¹

ب- التخطيط السياحي على المستوى الإقليمي : Regional Level :

يركز التخطيط السياحي في مستواه الإقليمي على جوانب عديدة منها على سبيل المثال لا الحصر:

- ✓ بوابات العبور الإقليمية وما يرتبط بها من طرق مواصلات إقليمية ودولية بأنواعها.
- ✓ منشآت النوم بأنواعها وكافة الخدمات السياحية الأخرى.
- ✓ السياسات السياحية والاستثمارية والتشريعية وهياكل التنظيم السياحية الإقليمية.

¹ غنيم، محمد عثمان، التخطيط السياحي والتنمية، الأردن، عمان، 2004، ص45.

الفصل الأول: النشاط السياحي: المضمون والفوائد والعمليات

✓ برامج الترويج والتسويق السياحي؛

✓ برامج التدريب والتعليم، والاعتبارات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والبيئية، إلى جانب تحليل الآثار والمردودات؛

✓ مراحل واستراتيجيات التنمية وبرمجة المشاريع.

والتخطيط السياحي في المستوى الإقليمي متخصص وتفصيلي بدرجة أقل من المستوى المحلي وأكبر من المستوى الوطني، علماً أن مستوى التخصيص يعتمد على حجم الدولة وحجم الإقليم، فخطة وطنية في دولة صغيرة المساحة قد تحوي من التفاصيل ما تحويه خطة إقليمية في دولة كبيرة المساحة، وقد لا تحتاج البلاد الصغيرة المساحة إلى تخطيط وطني وآخر إقليمي.

ت- التخطيط السياحي على المستوى الوطني National Level :

يغطي التخطيط السياحي في هذا المستوى جميع الجوانب التي يغطيها في المستوى الإقليمي، ولكن بشكل أقل تخصصاً وتفصيلاً وعلى مستوى القطر أو الدولة بجميع أقاليمها ومناطقها.

ث- التخطيط السياحي على المستوى الدولي . International Level :

تقتصر عمليات التخطيط السياحي في هذا المستوى على خدمات النقل وطرق المواصلات بين مجموعة من الدول، كما هو الحال في مجموعة دول الاتحاد الأوروبي، ويشمل هذا التخطيط كذلك تطوير وتنمية بعض عناصر الجذب السياحي التي تتوزع جغرافياً في عدة دول متجاورة، كما هو الحال في جبال الألب في القارة الأوروبية. إلى جانب ذلك هناك التخطيط السياحي بين عدة دول في مجالات الترويج والتسويق السياحي. والجدير بالذكر أن المنظمات والهيئات السياحية الدولية مثل: منظمة السياحة العالمية غالباً ما تشارك في مثل هذا النوع من التخطيط وأحياناً تقديم الدعم المادي والمعنوي الكامل في هذا المجال.

الفصل الأول: النشاط السياحي: المضمون والفوائد والعمليات

الفرع الثاني: ارتباطات التخطيط بالنشاط السياحي:

يلعب التخطيط السياحي دوراً بالغ الأهمية في تطوير النشاط السياحي، وذلك لكونه منهجاً علمياً لتنظيم وإدارة النشاط السياحي بجميع عناصره وأنماطه، فهو يوفر إطار عمل مشترك لاتخاذ القرارات في إدارة الموارد السياحية ويزود الجهات المسؤولة بالأساليب والاتجاهات التي يجب أن تسلكها، مما يسهل عملها ويوفر كثيراً من الجهد الضائع.

التخطيط السياحي يساعد على توحيد جهود جميع الوحدات المسؤولة عن تنمية القطاع السياحي وتنسيق عملها، ويقلل من ازدواجية القرارات والأنشطة المختلفة، مما يساعد على إنجاز الأهداف العامة والمحددة لهذا النشاط.

لهذا فإن التخطيط السياحي يتأثر بالتقلبات السياسية والاجتماعية والطبيعية أكثر من تأثره بعوامل الإنتاج والقوى الاقتصادية المختلفة¹.

❖ ومن أهم المزايا والفوائد التي تتطلب الأخذ بأسلوب التخطيط السياحي على كل المستويات نذكر ما يلي:

أ- يساعد التخطيط للتنمية السياحية على تحديد وصيانة الموارد السياحية والاستفادة منها بشكل مناسب في الوقت الحاضر والمستقبل؛

ب- يساعد التخطيط السياحي على تكاملية وربط القطاع السياحي مع القطاعات الأخرى وعلى تحقيق أهداف السياسات العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية على كل مستوياتها؛

¹شمسين نديم، مبادئ السياحة، الجمعية الجغرافية السياحية، دمشق، 2001، ص82.

الفصل الأول: النشاط السياحي: المضمون والفوائد والعمليات

ت- يوفر أرضية مناسبة لأسلوب اتخاذ القرار لتنمية السياحة في القطاعين العام والخاص، من خلال دراسة الواقع الحالي والمستقبلي مع الأخذ بعين الاعتبار الأمور السياسية والاقتصادية التي تقررها الدولة لتطوير السياحة وتنشيطها؛

ث- يوفر المعلومات والبيانات والإحصائيات والخرائط والمخططات والتقارير والاستبيانات، ويضعها تحت يد طالبيها؛

ج- يساعد على زيادة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية من خلال تطوير القطاع السياحي، وتوزيع ثمار تنميته على أفراد المجتمع. كما يقلل من سلبيات السياحة؛

ح- يساعد على وضع الخطط التفصيلية لرفع المستوى السياحي لبعض المناطق المتميزة، والمتخلفة سياحياً.
خ- يساعد على وضع الأسس المناسبة لتنفيذ الخطط والسياسات والبرامج التنموية المستمرة عن طريق إنشاء الأجهزة والمؤسسات لإدارة النشاط؛

د- يساهم في استمرارية تقويم التنمية السياحية ومواصلة التقدم في تطوير هذا النشاط. والتأكيد على الإيجابيات وتجاوز السلبيات في الأعوام اللاحقة.

وقد أثبتت التجارب في العديد من دول العالم أنه يمكن تحقيق عائدات سياحية دائمة من خلال اعتماد التخطيط السليم والمناسب، ويمكن لهذه العائدات أن تتضاعف في حال استمرار التخطيط الواعي والناجح الذي يسعى لتحقيق مجموعة من الأهداف أهمها:

- ✓ تحديد أهداف التنمية السياحية القصيرة والبعيدة المدى، وكذلك رسم السياسات السياحية وتنفيذ الإجراءات؛
- ✓ ضبط وتنسيق التنمية السياحية التلقائية والعشوائية؛
- ✓ تشجيع القطاعين العام والخاص على الاستثمار في مجال التسهيلات السياحية أينما كان ذلك ضرورياً؛

الفصل الأول: النشاط السياحي: المضمون والفوائد والعمليات

- ✓ مضاعفة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية للنشاطات السياحية لأقصى حد ممكن وتقليل كلفة الاستثمار والإدارة لأقل حد ممكن؛
- ✓ الحيلولة دون تدهور الموارد السياحية وحماية النادر منها؛
- ✓ صنع القرارات المناسبة وتطبيق الاستخدامات المناسبة في المواقع السياحية؛
- ✓ تنظيم الخدمات العامة وتوفيرها بالشكل المطلوب في المناطق السياحية؛
- ✓ المحافظة على البيئة من خلال وضع وتنفيذ الإجراءات العلمية المناسبة؛
- ✓ توفير التمويل من الداخل والخارج اللازم لعمليات التنمية السياحية؛
- ✓ تنسيق النشاطات السياحية مع الأنشطة الاقتصادية الأخرى بشكل تكاملي.

الفصل الثاني:

قدرات تحقيق التنمية السياحية بدلالة

التخطيط الذكي

الفصل الثاني: قدرات تحقيق التنمية السياحية بدلالة التخطيط الذكي

الفصل الثاني: قدرات تحقيق التنمية السياحية بدلالة التخطيط الذكي:

تحقيق التنمية السياحية هو عملية تهدف إلى تعزيز وتطوير القطاع السياحي في منطقة معينة بطريقة مستدامة وذات فوائد متعددة. وفي سياق التحقيق الناجح للتنمية السياحية، يلعب التخطيط الذكي دورًا حاسمًا. يشير التخطيط الذكي إلى التحليل والتخطيط المتقدم والمستدام لتطوير البنية التحتية السياحية والموارد الطبيعية والثقافية في المناطق السياحية. يعتبر التخطيط الذكي أداة فعالة لتوجيه الاستثمارات وتوجيه توجهات النمو السياحي بطريقة تحقق الاستدامة وتعزز التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

تتضمن مقومات التخطيط الذكي لتنمية السياحة النهوض بالبنية التحتية السياحية، مثل تطوير الطرق والمطارات والفنادق والمنشآت السياحية الأخرى، بما يلبي احتياجات وتوقعات الزوار. كما ينبغي أيضًا أن يأخذ التخطيط الذكي في الاعتبار الحفاظ على التنوع البيولوجي والثقافي للمنطقة المستهدفة وحمايته من التدهور والتلوث؛ علاوة على ذلك ينبغي أن يركز التخطيط الذكي على توجيه توزيع السياحة في المنطقة بطريقة متوازنة، حيث يتم توجيه الزوار إلى المناطق السياحية المختلفة لتقليل الاكتظاظ والضغط على المواقع السياحية الرئيسية. يمكن تحقيق ذلك من خلال تنويع وتطوير المنتجات السياحية المتاحة، بما في ذلك السياحة الثقافية، والسياحة البيئية، والسياحة الرياضية، والسياحة العلاجية، وغيرها.

بفضل التخطيط الذكي، يمكن تعزيز قدرة المنطقة على استيعاب السياح وتوفير الخدمات السياحية المطلوبة بشكل فعال. كما يمكن أن يساهم التخطيط الذكي في تعزيز التواصل والتفاعل بين المجتمعات المحلية والسياح، مما يعزز الفهم المتبادل ويعزز التنمية المستدامة ويحقق الفوائد الاقتصادية والاجتماعية للجميع.

الفصل الثاني: قدرات تحقيق التنمية السياحية بدلالة التخطيط الذكي

المبحث الأول: أطر تجسيد التخطيط الذكي في المجال السياحي:

التخطيط الذكي هو نهج حديث يهدف إلى تحسين عملية التخطيط التقليدية عن طريق استخدام التقنيات الحديثة والبيانات الذكية لتحليل وتوجيه القرارات. يتميز التخطيط الذكي بقدرته على التنبؤ بالمشكلات المحتملة ومعالجتها مسبقاً، مما يساعد على تحسين كفاءة العمل وتقليل التكاليف وتحسين جودة الخدمات. تتمثل أهمية التخطيط الذكي في تمكين المنظمات والمؤسسات من اتخاذ القرارات الصائبة والمستنيرة بناءً على البيانات المتاحة والتحليلات الذكية، مما يساعد على تحسين كفاءة العمل وتحقيق الأهداف المحددة بشكل أكثر فعالية. ويمكن أن يكون التخطيط الذكي مفيداً للعديد من المجالات، بما في ذلك التجارة والسياحة والصحة والتعليم والحكومة.

المطلب الأول: مضامين التخطيط الذكي في المجال السياحي:

ارتبط ظهور التخطيط السياحي وتطوره وكذلك أهميته ب بروز السياحة كظاهرة حضارية - سلوكية من ناحية وظاهرة اقتصادية اجتماعية من ناحية أخرى، وقد حظيت السياحة المعاصرة كنشاط إنساني بأهمية واعتبار كبيرين لم تحظ بهما في أي عصر من العصور السابقة، لقد نجم عن النشاطات السياحية الكثيفة نتائج وآثار اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية وعمرانية كان لها أثر عظيم وواضح في حياة المجتمعات والشعوب في عصرنا الحاضر، الأمر الذي استدعى توجيه الاهتمام إلى ضرورة تنظيم وضبط وتوجيه وتقييم هذه النشاطات للوصول إلى الأهداف المنشودة والمرغوبة وبشكل سريع وناضج.

وقد ترتب على ذلك اعتماد وتبني أسلوب التخطيط السياحي كعلم متخصص يتناول بالدراسة والتحليل والتفسير جميع الأنشطة السياحية ويعمل على تطويرها.

يمكن تطبيق التخطيط الذكي في السياحة عن طريق استخدام التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي والتحليل الضخم للبيانات والتعلم الآلي وغيرها، لتحليل سلوك السياح وتحديد الاحتياجات والرغبات المختلفة

الفصل الثاني: قدرات تحقيق التنمية السياحية بدلالة التخطيط الذكي

لكل فئة من السياح، ومن ثم تحسين الخدمات المقدمة وتطوير برامج سياحية متخصصة، ويمكن أن يساعد التخطيط الذكي أيضًا في إدارة الموارد السياحية بشكل أكثر فعالية، وتحقيق الاستدامة البيئية والاجتماعية.

يشمل التخطيط الذكي في المجال السياحي العديد من المضامين، من بينها:

✓ الاعتماد على التقنيات الحديثة والذكية في تحليل البيانات السياحية، وتحليل السلوكيات والتوجهات

السياحية، وتحديد المواقع الأكثر زيارة، وتحليل السوق السياحي؛

✓ توفير البيانات السياحية والإحصائيات الدقيقة والمحدثة بشكل مستمر، لمساعدة القطاع السياحي في

اتخاذ القرارات الصحيحة والتوجهات الصحيحة؛

✓ تعزيز التسويق الرقمي للوجهات السياحية، وتحسين تجربة السائحين عن طريق توفير الخدمات الذكية

التي تلبي احتياجاتهم وتسهل عليهم التنقل والتجول في المناطق السياحية؛

✓ التحول إلى استخدام الطاقة المتجددة وتقنيات البناء الذكي لتقليل التلوث والأضرار البيئية وتوفير الموارد

الطبيعية؛

✓ تشجيع الابتكار وتطوير مشاريع رقمية جديدة للقطاع السياحي، مثل تطبيقات الهاتف المحمول

والتطبيقات الذكية والواقع الافتراضي والواقع المعزز، وغيرها، لجعل تجربة السائحين أكثر تفاعلية وإثراءً؛

✓ تنسيق وتعزيز التعاون بين القطاعين الحكومي والخاص، وبين الدول والمناطق والجماعات المحلية،

لتعزيز قدرة القطاع السياحي على المنافسة والازدهار في السوق العالمية.

هذه بعض المضامين التي يتضمنها التخطيط الذكي في المجال السياحي، والهدف الرئيسي منها هو تطوير

القطاع السياحي وتحسين الخدمات المقدمة للسياح.

• الفرق بين التخطيط التقليدي والتخطيط الذكي: التخطيط التقليدي والتخطيط الذكي هما نموذجان مختلفان

لتنظيم وتنفيذ العروض السياحية. فيما يلي الفروق الرئيسية بينهما:

الفصل الثاني: قدرات تحقيق التنمية السياحية بدلالة التخطيط الذكي

1. المنهجية:

- التخطيط التقليدي : يعتمد على المنهجيات التقليدية والخطوات الثابتة لتنفيذ العروض السياحية. يركز على الجوانب الإدارية والتنظيمية والتمويلية.
- التخطيط الذكي : يعتمد على استخدام التكنولوجيا والبيانات الذكية في عملية التخطيط. يركز على تحليل البيانات وتوجيه العروض السياحية بناءً على الاحتياجات وتفضيلات السياح.

2. الاندماج التكنولوجي:

- التخطيط التقليدي : قد يكون أقل توجهًا نحو استخدام التكنولوجيا في عملية التخطيط، وقد يعتمد بشكل أكبر على العمل اليدوي والخبرة الشخصية.
- التخطيط الذكي : يعتمد بشكل كبير على استخدام التكنولوجيا، مثل تحليلات البيانات والذكاء الاصطناعي، لفهم الاتجاهات والاحتياجات وتحسين استهداف العروض السياحية.

3. توجيه العروض السياحية:

- التخطيط التقليدي : قد يكون أكثر توجهًا نحو تلبية الاحتياجات الأساسية للسياح مثل الإقامة والنقل والترفيه، دون التركيز على تجارب سياحية مبتكرة أو تفاصيل الرحلة.
- التخطيط الذكي : يهدف إلى تصميم تجارب سياحية شاملة ومتكاملة، يتم فيها الاهتمام بتفاصيل الرحلة وتلبية توقعات السياح بأفضل الطرق الممكنة.

4. الاستجابة والتكيف:

- التخطيط التقليدي: قد يكون أكثر صلابة وصعوبة في التكيف مع التغيرات السريعة في سوق السياحة. قد يواجه صعوبة في تحديث العروض السياحية وتلبية تطلعات السياح الجديدة.

الفصل الثاني: قدرات تحقيق التنمية السياحية بدلالة التخطيط الذكي

- التخطيط الذكي: يتميز بقدرته على الاستجابة السريعة للتغيرات في سوق السياحة، ويستخدم التحليلات الذكية وتقنيات الاعلام الآلي لفهم اتجاهات السوق وتوقعات السياح وتعديل العروض السياحية وفقاً لذلك.

المطلب الثاني: العرض الذكي كإطار لمباشرة التخطيط:

يمكن تصوير العرض الذكي (Smart Display) على أنه إطار يستخدم لمباشرة التخطيط في العديد من المجالات بما في ذلك التخطيط الحضري والتخطيط الإقليمي والتخطيط السياحي. يتيح هذا الإطار استخدام التكنولوجيا الذكية لتحليل وتفسير وعرض البيانات والمعلومات الخاصة بالمنطقة المراد التخطيط لها، ويتميز العرض الذكي بالقدرة على جمع وتحليل البيانات والمعلومات الكبيرة، وإعادة صياغتها وعرضها بطريقة بصرية وسهلة الفهم والتفاعل معها. ويعتبر هذا العرض الذكي إطاراً مهماً لمباشرة التخطيط الذكي وتفعيله في العديد من المجالات؛ أما فيما يتعلق بالتخطيط السياحي، يمكن استخدام العرض الذكي لتحليل البيانات السياحية وتحديد الأنماط السلوكية للسياح وتوجهاتهم وذلك للحصول على فهم أفضل للاحتياجات والرغبات السياحية. ويمكن أيضاً استخدامه لتحليل وتحديد المناطق السياحية الرئيسية وتقييم الطلب السياحي وتوجيه الاستثمار في البنية التحتية السياحية والخدمات المقدمة للسياح؛ باستخدام التكنولوجيا الحديثة، يمكن عرض هذه البيانات على شاشات ذكية، ويمكن للمستخدمين التفاعل مع البيانات وإجراء التحليلات والاستنتاجات بسهولة؛ كما يمكن استخدام تقنية الواقع المعزز لتوضيح معلومات البيانات السياحية والخرائط الجغرافية بشكل أكثر تفاعلية وتعزيز فهم المعلومات؛

وعند استخدام العرض الذكي كإطار للتخطيط الذكي في المجال السياحي، يمكن تحقيق العديد من الفوائد، من بينها:

الفصل الثاني: قدرات تحقيق التنمية السياحية بدلالة التخطيط الذكي

- توفير وصول سهل للمعلومات: يمكن للعرض الذكي توفير وصول سهل وسريع للمعلومات المخزنة في قواعد البيانات والمصادر الأخرى، وتنظيمها بطريقة تسهل فهمها واستخدامها في تحليل وتخطيط المعلومات السياحية.
- تحليل البيانات بطريقة فعالة: يمكن للعرض الذكي تحليل البيانات بطريقة فعالة وإظهار النتائج بشكل سهل الفهم والتفسير.
- التعاون والتنسيق الفعال: يمكن للعرض الذكي أن يساعد في تحسين التعاون والتنسيق بين أعضاء فريق التخطيط السياحي، وتوفير آلية سهلة للمشاركة في العملية التخطيطية.
- تحسين التواصل والتفاعل: يمكن للعرض الذكي تحسين التواصل والتفاعل بين المشاركين في العملية التخطيطية، وتسهيل عرض الأفكار والمقترحات وتحويلها إلى إجراءات فعلية.
- الرصد والمتابعة: يمكن للعرض الذكي الرصد والمتابعة المستمرين للتقدم في العملية التخطيطية والتدخل عند الضرورة.
- تحسين إدارة الوقت والمهام.

الفصل الثاني: قدرات تحقيق التنمية السياحية بدلالة التخطيط الذكي

المبحث الثاني: ديناميكية التنمية السياحية ضمن اعتماد التخطيط الذكي:

المطلب الأول: التنمية السياحية المستدامة في ظل التوجه نحو التخطيط الذكي:

الفرع الأول: مفهوم التنمية السياحية المستدامة:

- التنمية لغة: الزيادة، والنماء، والكثرة، والوفرة، والمضاعفة.
- التنمية اصطلاحاً: اختلفت مفاهيم التنمية اصطلاحاً من شخص لآخر تبعاً للمضمون الذي يركز عليه، لكن يمكن إجمال التعاريف للتنمية بأنها عبارة عن التغيير الإرادي الذي يحدث في المجتمع سواءً اجتماعياً، أم اقتصادياً، أم سياسياً، بحيث ينتقل من خلاله من الوضع الحالي الذي هو عليه إلى الوضع الذي ينبغي أن يكون عليه، بهدف تطوير وتحسين أحوال الناس من خلال استغلال جميع الموارد والطاقات المتاحة حتى تستغل في مكانها الصحيح، ويعتمد هذا التغيير بشكل أساسي على مشاركة أفراد المجتمع نفسه؛ يفرق العلماء بين مفهوم النمو والتنمية، فالتنمية ترتبط دائماً بتغييرات جذرية في هيكل المؤسسة نفسها وليس فقط على النتيجة كما هو الحال في النمو.

■ مفهوم التنمية المستدامة:

تعرف التنمية المستدامة بشكلها العام: بأنها التنمية التي تمكن من إشباع حاجيات الأجيال الحالية وتحقيق رفاهيتهم دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على إشباع حاجياتهم، آخذة بعين الاعتبار تحديات الحفاظ على الأنظمة البيئية ومحدودية الموارد الطبيعية القابلة للتجدد¹.

تم اقتراح مصطلح "التنمية المستدامة" لأول مرة في منشور صادر عن الاتحاد الدولي لحماية البيئة في عام 1980، ولكن لم يحظ بانتشار واسع حتى استخدم مرة أخرى في تقرير "مستقبلنا المشترك" المعروف باسم "تقرير برونتلاند" الصادر عن اللجنة العالمية للبيئة والتنمية التابعة للأمم المتحدة عام 1987، تحت

¹ د. سعيد غني نوري الدراجي، التنمية المستدامة، جامعة ميسان، العمارة، جمهورية العراق، نوفمبر 2022، ص 04.

الفصل الثاني: قدرات تحقيق التنمية السياحية بدلالة التخطيط الذكي

رئاسة رئيسة وزراء النرويج آنذاك غرو هارلم برونتلاند. وقد قدم التقرير تعريفاً للتنمية المستدامة بأنها "التنمية التي تلبي حاجيات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تلبية حاجاتها". ويركز هذا التعريف على فكرتين محورتين: فكرة الحاجيات، وخصوصاً الحاجيات الأساسية للفئات الاجتماعية الأكثر فقراً، وفكرة محدودية قدرة البيئة على الاستجابة لحاجات البشرية الحالية والمستقبلية في ظل أنماط الإنتاج والاستهلاك السائدة والتقنيات المتاحة؛ ومن الملحوظ أنه قبل ذلك الحين، كان المصطلح المتداول هو "التنمية" بمعناها التقليدي، وقد برز هذا المفهوم بعد الحرب العالمية الثانية وحصول مجتمعات العالم الثالث على استقلالها السياسي، حيث بدأت الدول الرأسمالية الكبرى في تشجيع الفكر التنموي التقليدي الذي يؤكد على أن ما تعانيه دول العالم الثالث من فقر وجهل هو نتيجة لتخلفها وليس للاستعمار الذي عانت منه لسنوات طويلة. ومن ثم، طُرح مفهوم التنمية كأداة لتخطي حالة التخلف والالتحاق بالدول المتقدمة.

■ التنمية السياحية:

عرفت على أنها توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح، وتشمل كذلك بعض تأثيرات السياحة مثل: إيجاد فرص عمل جديدة ودخول جديدة، وتشمل التنمية السياحية جميع الجوانب المتعلقة بالأنماط المكانية للعرض والطلب السياحيين، التوزيع الجغرافي للمنتجات السياحية، التدفق والحركة السياحية، تأثيرات السياحة المختلفة؛ فالتنمية السياحية هي الارتقاء والتوسع بالخدمات السياحية واحتياجاتها؛ وتتطلب التنمية السياحية تدخل التخطيط السياحي باعتباره أسلوباً علمياً يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي بأقل تكلفة ممكنة وفي أقرب وقت مستطاع، ومن هنا فالتخطيط السياحي يعتبر ضرورة من ضرورات التنمية السياحية الرشيدة لمواجهة المنافسة في السوق السياحية الدولية.

الفصل الثاني: قدرات تحقيق التنمية السياحية بدلالة التخطيط الذكي

■ التنمية السياحية المستدامة:

عرفت التنمية السياحية المستدامة بأنها تنمية يبدأ تنفيذها بعد دراسة علمية كاملة ومخططة داخل إطار التخطيط المتكامل للتنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية داخل الدولة ككل أو داخل أي إقليم من الدولة تتجمع فيه مقومات التنمية السياحية من عناصر جذب طبيعية وحضارية أو أيهما. عرفها الاتحاد الأوروبي للبيئة والمتنزهات القومية سنة 1999 التنمية السياحية المستدامة على أنها نشاط يحافظ على البيئة ويحقق التكامل الاقتصادي والاجتماعي ويرتقي بالبيئة المعمارية، كما تعرف على أنها التنمية التي تقابل وتشبع احتياجات السياح والمجتمعات الضيفة الحالية وضمان استفادة الأجيال المستقبلية¹؛ ويذكر Cooper و Archer في عام 1998 " أن التنمية المستدامة هي المحور الأساسي في إعادة التقويم لدور السياحة في المجتمع"؛ وتعرف أيضا على أنها التنمية التي تقابل وتشبع احتياجات السياح والمجتمعات المضيفة الحالية وضمان استفادة الأجيال المستقبلية، كما انها التنمية التي تدير الموارد بأسلوب يحقق الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والجمالية مع الإبقاء على الوحدة الثقافية واستمرارية العمليات الأيكولوجية والتنوع البيولوجي ومقومات الحيات الأساسية.

الفرع الثاني: مبادئ التنمية السياحية المستدامة:

تتطلب السياحة المستدامة احتياجات السائحين بشكل كامل ومرضي، كما انها تحافظ على المناطق السياحية والتراثية للأجيال القادمة، وزيادة فرص العمل لسكان المجتمع المحلي، بجانب وجود عدد من المتغيرات

¹ محمد إبراهيم عراقي، وفاروق عبد النبي عطا الله، التنمية السياحية المستدامة في جمهورية مصر العربية: " دراسة تقييمية بالتطبيق على محافظة الإسكندرية"، المعهد العالي للسياحة والفنادق والحاسب الآلي - السيوف، الإسكندرية، ص4.

الفصل الثاني: قدرات تحقيق التنمية السياحية بدلالة التخطيط الذكي

تؤثر على السياحة المستدامة ويصعب التحكم فيها، والتعامل مع الأصول التراثية والثقافية بالإضافة إلى

ضرورة المحافظة على التوازن البيئي،¹ وللتنمية السياحية عدد من المبادئ والمنافع منها ما يلي:

- حماية البيئة، وزيادة الاهتمام بالموارد الطبيعية والتراث الثقافي للمقاصد السياحية؛
- تلبية الاحتياجات الأساسية للعنصر البشري والارتقاء بالمستويات المعيشية؛
- زيادة فرص الاستثمار العربي والأجنبي؛
- خلق فرص عمل في القطاع السياحي بشكل مباشر، وفرص عمل غير مباشر في جميع القطاعات المرتبطة بالنشاط السياحي؛
- زيادة إيرادات الدولة من خلال فرض الضرائب على الأنشطة السياحية المختلفة؛
- تطوير البنية التحتية والخدمات المقدمة للسائحين في المقاصد السياحية المضيفة للسائحين؛
- توفير العديد من التسهيلات الترفيهية للسائح، وإتاحتها كذلك للسكان المحليين؛
- زيادة الوعي البيئي لدى السائحين والعاملين في القطاع السياحي وكذلك لدى المواطنين المحليين؛
- إشراك المواطنين المحليين في اتخاذ قرارات التنمية السياحية، وبالتالي وجود تنمية سياحية قائمة على المشاركة الشعبية؛
- الاهتمام بدراسة الآثار المختلفة للسياحة سواء كانت بيئية، اقتصادية، اجتماعية، وثقافية داخل المقصد السياحي.

- الاستخدام الأمثل والفعال للأراضي بما يتناسب مع ظروف البيئة المحيطة²؛

¹ سالم، سالم وسلمان، طارق. الأصالة التفاعلية بين السياحة والبيئة المستدامة، المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، مجلد 1 عدد 2، 2009، ص 89-107.

² بنورة، إيناس، هلال، جين، دويك، فادي وساحوري، ندين، تعزيز مفهوم الممارسات الخضراء في القطاع الفندقي لضمان الاستهلاك الرشيد للمياه - حالة دراسية، معهد الأبحاث التطبيقية، القدس، محافظة بيت لحم، 2017.

الفصل الثاني: قدرات تحقيق التنمية السياحية بدلالة التخطيط الذكي

- وضع معايير دقيقة للرقابة والمتابعة لبيان الآثار السلبية للسياحة على البيئة، وتصحيح المسار أثناء تنفيذ خطط التنمية السياحية؛
 - تحديد الطاقة الاستيعابية للمواقع السياحية لتجنب الإضرار بهذه المواقع والضغط على المرافق والبنية التحتية؛
 - التبادل الثقافي والاجتماعيين السائحين وسكان المجتمع المحلي؛
 - حماية الثقافة المحلية وخصائصها البيئية والثقافية والاجتماعية؛
 - الاستغلال الأمثل للموارد الطبيعية والسياحية والثقافية المتاحة دون استنزافها أو تدميرها؛
 - العدالة في الاستفادة من الموارد السياحية والطبيعية والتراثية بين الأجيال الحالية والأجيال المستقبلية¹.
- المطلب الثاني: الأبعاد التنموية السياحية المستدامة بدلالة زيادة الطلب السياحي:**

الفرع الأول: أبعاد التنمية السياحية المستدامة:

أشار زين الدين صلاح (2016) إلى أن هناك عدد من الأبعاد أو الأهداف التي تسعى التنمية السياحية المستدامة لتحقيقها بدلالة الزيادة في النشاط السياحي، منها ما يلي²:

❖ الأبعاد الاقتصادية:

- القضاء على الفقر المطلق والجوع في العالم؛
- رفع كفاءة وإنتاجية العمل والنمو الاقتصادي؛
- تطوير الصناعة والتكنولوجيا الملائمة والبنية الأساسية؛

¹الزيني نفين، الرصد الحضري وصناعة القرار للتنمية المستدامة في قطاع غزة باستخدام نظام المعلومات الجغرافية GIS دراسة في جغرافية الحضر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، 2016، ص23.

²زين الدين صلاح، دراسة لفرص وتحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر، المؤتمر العلمي الدولي الثالث حول "القانون والسياحة"، كلية الحقوق، جامعة طنطا، جمهورية مصر العربية، 26-27 أبريل 2016.

الفصل الثاني: قدرات تحقيق التنمية السياحية بدلالة التخطيط الذكي

- ضمان تحقيق إطار عام للاستهلاك والإنتاج المستدام.

❖ الأبعاد الاجتماعية:

- رفع المستوى الصحي والشعور بالراحة النفسية؛
- القضاء على الأمية وتحسين منظومة التعليم؛
- منع التفرقة وتحقيق المساوات بين الجنسين؛
- تطوير المجتمع المحلي وإحداث التوازن الإقليمي؛
- خلق مؤسسات قوية للعمل من أجل السلام والعدالة الاجتماعية.

❖ الأبعاد البيئية:

- حماية الاحياء المائية في البحار والمحيطات؛
- توفير الصرف الصحي والامداد بالمياه النقية؛
- الاستخدام الكبير لمصادر الطاقة النظيفة؛
- انشاء مدن ومجتمعات مستدامة؛
- الحد من التغيرات المناخية؛
- المحافظة على الزراعة المستدامة والغطاء النباتي؛
- التعاون الدولي لتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

الفرع الثاني: نطاق ومنافع التخطيط الاستراتيجي للسياحة المستدامة:

يمكن تلخيصها فيما يلي¹:

¹ عبد الله حسون محمد، مهدي صالح داوي، إسراء عبد الرحمان خضير، التنمية المستدامة "المفهوم والعناصر والأبعاد، مجلة ديالى، العدد 67، العراق، بغداد، 2015.

الفصل الثاني: قدرات تحقيق التنمية السياحية بدلالة التخطيط الذكي

- تشجع السياحة المستدامة على فهم أفضل لواقع أثر السياحة على البيئة؛
- تسعى إلى إشراك كل شرائح المجتمع في اتخاذ القرارات، كما تدمج بين التخطيط وتقسيم المناطق مما يضمن تنمية سياحية وفق قدرة النظام البيئي على التحمل؛
- تعزز السياحة الثقافية التقدير الذاتي للجماعات المحلية وتسمح بفهم أكبر وتواصل أفضل بين شعوب من خلفيات مختلفة، ويمكن أن تساعد على الحفاظ على هذه الموارد. ولتحقيق التنمية السياحية فإن أهم متطلباتها: سن القوانين والتشريعات ذات العلاقة بحماية البيئة¹؛
- وجود مراكز دخول في المواقع السياحية لتنظيم حركة السياح وتسهيل المراقبة الحذرة لسلوكهم تجاه البيئة السياحية، وتوفير الأمن والحماية بدون إحداث أضرار بيئية؛
- تحديد الفترة الاستيعابية للمواقع السياحية بحيث يحدد أعداد السياح الوافدين حتى لا يؤثر ذلك على البيئة الطبيعية والثقافية ويعرضها للضرر؛
- نشر الوعي السياحي والثقافة البيئية بين السكان المحليين فغالبا ما يكون هؤلاء سببا في التخريب والتدمير البيئي لدواعي مادية مع الحرص على وجود اللافتات الإرشادية؛
- تشجيع إقامة المشاريع التي توفر الدخول للسكان المحليين؛
- تعاون كل القطاعات ذات العلاقة بالقطاع السياحي لإنجاح إقامة المحميات الطبيعية والتراثية لإدارتهم من قبل كموارد بشرية مؤهلة واعتماد السياحة البيئية كوسيلة ملائمة لتسويقها.

¹ ريدة ديب، سليمان مهنا، التخطيط من أجل التنمية المستدامة، جملة جامعة دمشق للعلوم الهندسية، المجلد 25، العدد 1، سوريا، 2009، ص.ص 487-520.

الفصل الثاني: قدرات تحقيق التنمية السياحية بدلالة التخطيط الذكي

المبحث الثالث: العامل التكنولوجي في إعلاء كفاءة التخطيط الذكي للأنشطة السياحية

يعد استخدام تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المجال السياحي أحد العوامل الأساسية لتطوير خدماتها السياحية المقدمة وبالتالي زيادة مداخيلها من خلال الوصول إلى أكبر عدد من الزبائن، فالسياحة تنتج جملة من المكاسب الحيوية للاقتصاد الوطني فهي تساهم في امتصاص جزء من البطالة كون النشاط السياحي يعتمد بدرجة كبيرة على العمل البشري في تمويل الاقتصاد الوطني من خلال الإيرادات التي تحققها بالعملة الصعبة ولقد أصبحت في آونة الأخيرة ذات أهمية كبيرة كونها تشكل قطاعا له أثر مهم على المستوى الاقتصادي والاجتماعي للعديد من الدول وهذا تبعا لحجم الموارد السياحية التي تتوفر عليها، والإمكانات المادية والبشرية المسخرة لاستغلال هذا القطاع من خلال استعمال واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتطوير وتحسين خدماتها.¹

المطلب الأول: دوافع ومعوقات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة السياحية:

توجد عدة دوافع ومعوقات تقف أمام استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة السياحية

الفرع الأول: دوافع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة السياحية:

أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال بمثابة القلب النابض في المؤسسة السياحية، حيث باتت تستعملها في المستوى الداخلي والخارجي وفيما يلي نبرز هذه النقاط:

• الاستعمال على الصعيد الداخلي: على المستوى الداخلي نستعمل ما يلي:

- ربط كل أجزاء المنظمة مع بعضها البعض.
- التوسع في استخدام التكنولوجيا يؤدي إلى ظهور احتياجات كامنة لم تكن موجودة من قبل، مما يدفع بالعاملين بالقطاع السياحي بتطوير هذه المنتجات من أجل تطوير هذه الاحتياجات.

¹ بركان زهية، أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير الخدمات السياحية، جامعة سعد دحلب، البلدة، 2012.

الفصل الثاني: قدرات تحقيق التنمية السياحية بدلالة التخطيط الذكي

- تقليص تكاليف طباعة المطبوعات والدوريات السياحية مما يؤدي إلى خفض في العمالة.
 - رفع قدرات العاملين وتدريبه على استخدام الانترنت وتطبيق مختلف البرامج
 - توصيف الوظائف وتحديد مهامها ومسئولياتها.
 - الانتقال السهل والسريع للمعلومات داخل المنظمة
 - **الاستعمال على الصعيد الخارجي:** على المستوى الخارجي نستعمل ما يلي
 - توسيع قاعدة الزبائن بنشر الإعلانات والإشهار لمختلف خدمات المؤسسة
 - الرفع من القدرة التنافسية للمؤسسة السياحية وتلميع علامتها التجارية
 - متابعة مدى تطور المنظمة مقارنة مع المنظمات الأخرى التي تعمل في نفس النشاط
 - جعل الاتصال أكثر سرعة وكفاءة وأقل كلفة مع المنظمات ومحيطها.
 - إضفاء حالة من المصداقية وجودة الخدمة، الأمر الذي ينعكس إيجاباً على القطاع السياحي
- الفرع الثاني: أسباب امتناع المؤسسة امتلاك تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة السياحية:**
- توجد ثلاثة أسباب تمنع المؤسسة السياحية من امتلاك تكنولوجيا المعلومات والاتصال:
- **عدم توفر الكفاءات:** هنالك بعض المؤسسات السياحية لا تتوفر على موارد بشرية ذات كفاءة وتأهيل لأنها تتطلب في الغالب تكاليف للتكوين ووضع استراتيجيات يراها أصحاب المؤسسة أنها أعباء لا يمكن تحملها
 - **تكلفة تطوير وصيانة النظام المعلوماتي للمؤسسة:** تعتبر تكلفة الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أكثر العوائق التي تتخوف منها المؤسسات كون تكلفة التكنولوجيا تتجاوز الأرباح المنجزة عنها إلى جانب الاهتمامات الأخرى كصيانة العتاد الذي يتطلب تكاليف إضافية.

الفصل الثاني: قدرات تحقيق التنمية السياحية بدلالة التخطيط الذكي

- **قدم البنية التحتية للاتصالات وعدم تماشيها مع التطورات الحاصلة:** حيث ينعكس هذا سلبيا على جودة وفعالية تكنولوجيا المعلومات والاتصال مثلا: الأعطاب، انقطاع الاتصالات.

المطلب الثاني: قدرات تجاوز المخاطر:

العامل التكنولوجي يمتلك العديد من القدرات للمساعدة في تجاوز المخاطر المرتبطة بالأنشطة السياحية. إليك بعض الأمثلة على كيفية استخدام التكنولوجيا للتعامل مع المخاطر:

1- الحجز والتخطيط المسبق: يمكن للتكنولوجيا أن تسهل عملية الحجز والتخطيط المسبق للرحلات السياحية، مما يسمح للمسافرين بتقدير المخاطر المحتملة واتخاذ الاحتياطات اللازمة. يمكن للتطبيقات والمواقع الإلكترونية أن توفر معلومات حول وجهات السفر، والأنشطة المتاحة، والتحذيرات الأمنية والصحية، والتوصيات الخاصة بالسلامة.

2- التواصل والتنبيهات المستمرة: يمكن استخدام التكنولوجيا للتواصل المستمر مع المسافرين وتقديم التنبيهات الفورية بشأن أي مخاطر طارئة؛ يمكن إرسال رسائل نصية أو تطبيقات الهاتف المحمول لتحذير المسافرين من الظروف الجوية السيئة، أو الأحداث الأمنية، أو التغييرات في الجدول الزمني للرحلة.

3- التقنيات الذكية للأمان: يمكن استخدام التكنولوجيا لتعزيز الأمان في الأماكن السياحية. على سبيل المثال، يمكن استخدام كاميرات المراقبة المتقدمة وتقنيات التعرف على الوجوه لمراقبة الأنشطة والتحقق من هوية الأفراد. كما يمكن استخدام أجهزة الاستشعار والتحكم الذكية للكشف عن المخاطر مثل حرائق الغابات أو الزلازل واتخاذ إجراءات احترازية فورية.

4- تقنية إنترنت الأشياء (IoT): يمكن استخدام (IoT) لتعزيز الأمان وتحسين الخدمات السياحية. على سبيل المثال، يمكن تثبيت أجهزة (IoT) في المباني والمرافق السياحية للكشف عن المشاكل الفنية مثل

الفصل الثاني: قدرات تحقيق التنمية السياحية بدلالة التخطيط الذكي

تسرب المياه والأضرار الهيكلية قبل حدوث أي أضرار جسيمة. كما يمكن استخدام (IoT) للتحكم في درجات الحرارة والإضاءة والتكييف في الفنادق والشقق الفندقية لتوفير بيئة مريحة وآمنة للزلاء.

5-الواقع الافتراضي والواقع المعزز: يمكن استخدام تقنيات الواقع الافتراضي والواقع المعزز لتحسين تجربة السياح وتقليل المخاطر. على سبيل المثال، يمكن استخدام الواقع المعزز لتوفير معلومات حول المواقع السياحية والتعريف بالثقافة المحلية واللغة، كما يمكن استخدام الواقع الافتراضي لتدريب المسافرين على كيفية التعامل مع المخاطر المحتملة في الوجهات السياحية؛ في الختام، توفر التكنولوجيا العديد من الفرص لتجاوز المخاطر في الأنشطة السياحية، ولكن من الضروري الاستخدام الصحيح والفعال لتلك التقنيات واتباع الإجراءات الأمنية والصحية المناسبة لضمان تجربة سياحية آمنة وممتعة.

المطلب الثالث: قدرات تعظيم المكاسب:

العامل التكنولوجي يمتلك القدرة على تعظيم المكاسب للأنشطة السياحية بطرق عديدة، وإليك بعض الأمثلة:

1-الترويج والتسويق: يمكن استخدام التكنولوجيا في الترويج والتسويق للأنشطة السياحية بطرق فعالة. من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، يمكن للشركات والوجهات السياحية التفاعل مع الجمهور المستهدف، وتقديم محتوى جذاب ومثير للاهتمام، وزيادة الوعي والترويج للخدمات والمناطق السياحية.

2-تجربة المستخدم والتفاعل: يمكن للتكنولوجيا تحسين تجربة المستخدم في الأنشطة السياحية. على سبيل المثال، يمكن استخدام التطبيقات المحمولة والأجهزة الذكية لتوفير معلومات دقيقة ومفصلة عن المواقع السياحية والمعالم السياحية، وتوفير خرائط تفاعلية ومسارات موصى بها، وتوفير تجارب افتراضية لاستكشاف المعالم السياحية قبل الزيارة الفعلية.

الفصل الثاني: قدرات تحقيق التنمية السياحية بدلالة التخطيط الذكي

- 3- التجربة الافتراضية والواقع المعزز:** يمكن استخدام التكنولوجيا لتوفير تجارب افتراضية واقع معزز في الأنشطة السياحية. يمكن للزوار استخدام النظارات الافتراضية أو التطبيقات المحمولة لاستكشاف وجهات سياحية بشكل واقعي ومثير، وتجربة أنشطة مثل الغوص تحت الماء أو التسلق بدون المخاطر الفعلية.
- 4- تحسين الإدارة والتشغيل:** يمكن للتكنولوجيا أن تسهم في تحسين إدارة وتشغيل الأنشطة السياحية من خلال أنظمة إدارة الحجوزات والموارد البشرية، والتحكم في المخزون، وتتبع الأداء وتحليل البيانات. يمكن أيضًا استخدام التكنولوجيا لتحسين عمليات الدفع وتسهيل عمليات التسويق والترويج.
- 5- التفاعل مع العملاء وتجربة الضيافة:** يمكن استخدام التكنولوجيا لتعزيز تفاعل العملاء وتجربة الضيافة في الأنشطة السياحية. يمكن توفير تطبيقات الهاتف المحمول للعملاء لتلقي المعلومات والتحديثات وتقديم المساعدة الفورية. كما يمكن استخدام الروبوتات والذكاء الاصطناعي لتوفير خدمة ذاتية وتجربة فريدة للضيوف.

الفصل الثالث:

رقمنة الأيقونات كإطار

للتخطيط السياحي الذكي

الفصل الثالث: رقمنة الأيقونات كإطار للتخطيط السياحي الذكي

الفصل الثالث: رقمنة الأيقونات كإطار للتخطيط السياحي الذكي

تعتبر الرقمنة (Digitization) على أنها عملية استتساخ راقية تكمن من تحويل الوثيقة مهما كان نوعها ووعاؤها إلى سلسلة رقمية (Numeral Chain)، يواكب هذا العمل التقني عمل فكري ومكتبي لتنظيم ما بعد المعلومات، من أجل فهرستها وجدولتها وتمثيل محتوى النص المرقم¹، وقد عرفها القاموس الموسوعي للمعلومات والتوثيق على أنها عملية الكترونية لإنتاج رموز الكترونية أو رقمية، سواء من خلال وثيقة أو أي شيء مادي، أو من خلال اشارات الكترونية تناظرية.

فالرقمنة هي "العملية التي يتم عن طريقها تحويل المعلومات من شكلها التقليدي الحالي إلى شكل رقمي سواء كانت هذه المعلومات صور، أو بيانات نصية، أو ملف صوتي أو أي شكل اخر.²

المبحث الأول: رقمنة الأيقونات في النشاط السياحي

المطلب الأول: مفهوم الأيقونات بدلالة النشاط السياحي

الفرع الأول: تعريف الأيقونات: الأيقونات هي رموز تُستخدم لتمثيل مفهوم أو عنصر أو فكرة معينة بصورة مبسطة وسهلة التعرف عليها. تعتبر الأيقونات جزءًا هامًا من واجهات المستخدم في البرامج والتطبيقات والمواقع الإلكترونية.

تستخدم الأيقونات لتحسين تجربة المستخدم وتسهيل التنقل والتفاعل مع واجهة المستخدم. فهي تساعد في تقليل الكلمات والشروحات المكتوبة، وبالتالي توفر مساحة وتحسن فهم المعلومات بشكل أسرع وأكثر فعالية.

¹ مهري سهيلة، المكتبة الرقمية في الجزائر: دراسة للواقع وتطلعات المستقبل، مقدمة لنيل درجة الماجستير في علم المكتبات، تخصص إعلام مهني وتقني، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006-2005.

² باشيوة سالم، الرقمنة في المكتبات الجزائرية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2007-2008.

الفصل الثالث: رقمنة الأيقونات كإطار للتخطيط السياحي الذكي

تتنوع الأيقونات في شكلها وتصميمها، ويمكن أن تكون عبارة عن رموز بسيطة أو رسومات معقدة. يتم اختيار الأيقونات بعناية لضمان أن تكون واضحة ومعبرة عن العناصر التي تمثلها. وتشمل الأيقونات الشائعة على سبيل المثال أيقونة المنزل التي تُستخدم للرجوع إلى الصفحة الرئيسية، أيقونة الهاتف للاتصال، وأيقونة المفك لتحرير المعلومات، وهكذا.

بصفة عامة، تهدف الأيقونات إلى تسهيل التفاعل بين المستخدم والواجهة وتحسين تجربة المستخدم من خلال توفير وسيلة سريعة وبديهية للتعامل مع المحتوى والوظائف المختلفة.

الفرع الثاني: رقمنة الأيقونات الثقافية:

رقمنة الأيقونات الثقافية تشير إلى تحويل العناصر الثقافية المادية أو الرمزية التاريخية والتراثية والثقافية والعمرائية... الخ، إلى تنسيق رقمي يمكن تخزينه ومشاركته عبر الوسائط الرقمية. يتم ذلك عن طريق تحويل الصور أو الرموز أو الرموز الثقافية أو النصوص إلى صيغة إلكترونية تستخدم في العالم الرقمي. هناك العديد من الأسباب التي تدفع إلى رقمنة الأيقونات الثقافية. قد يكون الهدف الرئيسي هو الحفاظ على الثقافة والتراث وإتاحتها للجمهور على نطاق أوسع وعبر الحدود. يمكن للرقمنة أن تساعد في الحفاظ على العناصر الثقافية التي قد تكون هشة أو عرضة للتلف، مثل المخطوطات التاريخية أو الأعمال الفنية القديمة.

علاوة على ذلك، يمكن أن تسهم الرقمنة في تعزيز التبادل الثقافي والتفاعل بين الثقافات المختلفة. عندما يكون لدينا إمكانية الوصول إلى الأيقونات الثقافية الرقمية، يمكن للأفراد من جميع أنحاء العالم استكشافها ودراستها ومشاركتها بسهولة، مما يعزز التفاهم والتعاون الثقافي. بالإضافة إلى ذلك، الرقمنة يمكن أن توفر فرصًا للإبداع والابتكار في استخدام الأيقونات الثقافية في سياقات جديدة. يمكن تحويل العناصر

الفصل الثالث: رقمنة الأيقونات كإطار للتخطيط السياحي الذكي

الثقافية التقليدية إلى أشكال رقمية متحركة أو تفاعلية أو استخدامها في الألعاب الإلكترونية أو التطبيقات الرقمية، مما يعطيها حياة جديدة وقدرة على التواصل مع جمهور جديد.

على الرغم من الفوائد العديدة للرقمنة، قد تواجه بعض التحديات والمسائل المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية والتوازن بين الاحتفاظ بالخصائص الثقافية الفريدة لكل مجتمع والتشجيع على المشاركة والتبادل الثقافي.

يجب مراعاة هذه الجوانب أثناء عملية الرقمنة لضمان الاحترام الثقافي والتوازن المناسب. 2- **المطلب**

الثاني: أهمية رقمنة الأيقونات للتخطيط السياحي الذكي

رقمنة الأيقونات يمكن استخدامها كإطار للتخطيط السياحي الذكي بطرق عديدة، منها:

1- توفير معلومات محدثة عن الوجهات السياحية: يمكن استخدام الأيقونات الرقمية لتوفير معلومات مفصلة ومحدثة عن الوجهات السياحية المختلفة، مثل المعالم السياحية والفنادق والمطاعم والأنشطة الترفيهية. وباستخدام التقنيات الذكية مثل الذكاء الاصطناعي، يمكن تحليل تلك المعلومات لتوفير توصيات شخصية للمسافرين بناءً على اهتماماتهم وتفضيلاتهم.

2- تسهيل عمليات الحجز: يمكن استخدام الأيقونات الرقمية لتسهيل عمليات الحجز للفنادق والرحلات الجوية والنقل والأنشطة الترفيهية، من خلال توفير واجهات سهلة الاستخدام للمستخدمين.

3- تحسين تجربة السفر: يمكن استخدام الأيقونات الرقمية لتحسين تجربة السفر للمسافرين، من خلال توفير خدمات مثل توصيات المسارات السياحية المثلى والإرشادات السياحية الصوتية والترجمة الفورية للغات المختلفة والتواصل مع خدمة العملاء بشكل فوري.

4- تعزيز التسويق السياحي: يمكن استخدام الأيقونات الرقمية لتعزيز التسويق السياحي للمناطق والمدن والوجهات السياحية المختلفة، من خلال إنشاء صفحات ويب وتطبيقات خاصة تضمن التفاعل السلس مع المستخدمين.

الفصل الثالث: رقمنة الأيقونات كإطار للتخطيط السياحي الذكي

باستخدام رقمنة الأيقونات كإطار للتخطيط السياحي الذكي، يمكن تحسين تجربة السفر للمسافرين وزيادة عدد السياح وتعزيز الاستدامة السياحية من خلال توفير معلومات دقيقة ومحدثة وخدمات سهلة الاستخدام. كما يمكن استخدام رقمنة الأيقونات لجمع البيانات عن عادات واهتمامات المسافرين وتحليلها لتحسين تجربة السفر لهم في المستقبل، بالإضافة إلى ذلك، يمكن استخدام الأيقونات الرقمية لتوفير خدمات إضافية للمسافرين مثل تقديم نصائح للسلامة والأمان وتوفير تحديثات للظروف الجوية والمرورية ومعلومات عن الثقافة والتاريخ المحلي.

يجب الاهتمام ببعض التحديات التي يمكن مواجهتها عند استخدام الأيقونات الرقمية في التخطيط السياحي الذكي، مثل الاعتماد على التكنولوجيا بدرجة كبيرة والتحديات الأمنية والخصوصية، ولكن يمكن تجاوز تلك التحديات بمنهجية مناسبة والتزام بمعايير الأمان والخصوصية. بشكل عام، يمكن أن تكون رقمنة الأيقونات إطاراً فعالاً للتخطيط السياحي الذكي، مما يساعد على تعزيز صناعة السفر والسياحة وتحسين تجربة السفر للمسافرين

المبحث الثاني: مستلزمات الإعداد واعتبارات التنفيذ

المطلب الأول: مستلزمات الإعداد

الفرع الأول: المستلزمات التقنية:

تحتاج رقمنة الأيقونات السياحية إلى عدد من المستلزمات التقنية لتحقيق أقصى استفادة منها، ومن بين هذه المستلزمات:

- **الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية:** حيث يمكن استخدام التطبيقات الخاصة برقمنة الأيقونات السياحية على الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية للحصول على المعلومات والخدمات المتعلقة بالمعالم السياحية والمناطق الجذابة.

الفصل الثالث: رقمنة الأيقونات كإطار للتخطيط السياحي الذكي

- الإنترنت وتقنيات الاتصال السلكي واللاسلكي: حيث تتطلب رقمنة الأيقونات السياحية وصولاً سريعاً وموثوقاً إلى الإنترنت وشبكات الاتصال السلكي واللاسلكي لتحديث المعلومات وتزويد المستخدمين بالخدمات.
- تقنيات الواقع المعزز والواقع الافتراضي: حيث يمكن استخدام تقنيات الواقع المعزز والواقع الافتراضي لتحسين تجربة السفر للمسافرين وتوفير معلومات وصور ثلاثية الأبعاد وجولات افتراضية داخل المعالم السياحية.
- أجهزة استشعار المواقع: حيث تتطلب رقمنة الأيقونات السياحية أجهزة استشعار المواقع لتحديد موقع المستخدم وتوفير المعلومات الدقيقة والمحدثة عن المعالم السياحية القريبة.
- الحواسيب السحابية وخدمات الويب: حيث تحتاج رقمنة الأيقونات السياحية إلى خدمات الحوسبة السحابية وخدمات الويب لتخزين البيانات وتحليلها وتزويد المستخدمين بالمعلومات والخدمات. بالإضافة إلى المستلزمات التقنية السابقة، يمكن أن تحتاج رقمنة الأيقونات السياحية إلى بعض الأجهزة والبرامج الخاصة بتصميم وإنشاء الأيقونات، مثل:
 - برامج تصميم الجرافيكس: حيث تحتاج رقمنة الأيقونات السياحية إلى أن تكون رسوماتها وتصاميمها جذابة ومثيرة للاهتمام، ويمكن استخدام برامج تصميم الجرافيكس مثل Adobe Illustrator أو Sketch لإنشاء تصاميم الأيقونات.
 - برامج النمذجة ثلاثية الأبعاد: حيث يمكن استخدام برامج النمذجة ثلاثية الأبعاد مثل 3D Max أو SketchUp لإنشاء نماذج ثلاثية الأبعاد للمعالم السياحية، مما يساعد على توفير تجربة واقعية ومثيرة للاهتمام للمستخدمين.

الفصل الثالث: رقمنة الأيقونات كإطار للتخطيط السياحي الذكي

- الأجهزة الحديثة مثل الطابعات ثلاثية الأبعاد: حيث يمكن استخدام الطابعات ثلاثية الأبعاد لإنتاج نماذج ملموسة للمعالم السياحية والأيقونات، مما يساعد على توفير تجربة ملموسة للمستخدمين.
- برامج التحرير الرقمية: حيث يمكن استخدام برامج التحرير الرقمية مثل Adobe Photoshop أو GIMP لتحرير الصور والتعديل عليها وإعدادها للاستخدام كأيقونات.
- التقنيات اللوحية والقلم الرقمي: حيث يمكن استخدام الأجهزة اللوحية والقلم الرقمي لرسم الأيقونات بدقة وسهولة وسرعة، وتحويل الرسومات المخطوطة إلى تصاميم رقمية.

الفرع الثاني: المورد البشري المؤهل:

تحتاج رقمنة الأيقونات السياحية إلى موارد بشرية متخصصة في تصميم وإنشاء الأيقونات وإدارة العمليات المتعلقة بها. من بين هذه الموارد البشرية:

- 1- **محترفو النمذجة ثلاثية الأبعاد:** حيث يمكن لهؤلاء المحترفين إنشاء نماذج ثلاثية الأبعاد للمعالم السياحية والأيقونات لإضفاء تجربة واقعية ومثيرة للاهتمام على المستخدمين.
- 2- **مصممو الجرافيكس:** حيث يمكن أن يقوم مصممو الجرافيكس بإنشاء تصاميم الأيقونات وتحرير الصور وإعدادها للاستخدام الرقمي.
- 3- **مبرمجو الحواسيب:** حيث يمكن أن يقوم مبرمجو الحواسيب بتطوير تطبيقات الأيقونات وبرامجها وتحديثها وصيانتها.
- 4- **مديري المشاريع:** حيث يمكن لمديري المشاريع إدارة عملية تطوير وإدارة تطبيقات الأيقونات، وتحديد الموارد اللازمة وإدارة الجدول الزمني والميزانية.
- 5- **خبراء التسويق والإعلان:** حيث يمكن لهؤلاء الخبراء المساهمة في تحسين استراتيجيات التسويق والإعلان لترويج تطبيقات الأيقونات وزيادة قاعدة المستخدمين.

الفصل الثالث: رقمنة الأيقونات كإطار للتخطيط السياحي الذكي

6- خبراء تجربة المستخدم: حيث يمكن لهؤلاء الخبراء المساهمة في تحسين تجربة المستخدم وتصميم واجهات مستخدم سهلة الاستخدام وجذابة للمستخدمين.

تحتاج رقمنة الأيقونات السياحية إلى هذه الموارد البشرية المتخصصة لضمان نجاح العملية والحصول على نتائج مرضية.

الفرع الثالث: المستلزمات المعلوماتية:

يمكن توضيح المستلزمات المعلوماتية المذكورة بشكل أكبر على النحو التالي:

1-قواعد البيانات: يتم استخدام قواعد البيانات لجمع وتخزين بيانات المعالم السياحية والخدمات المتاحة للسياح والأماكن الجذابة. وتتضمن برامج إدارة قواعد البيانات مثل MySQL و PostgreSQL و MongoDB وغيرها، ويمكن استخدام العديد من البرامج الأخرى لتحليل البيانات وتحويلها إلى معلومات قيمة.

2-برمجيات التصميم والتطوير: تتضمن برامج التصميم المتخصصة مثل Adobe Photoshop و Adobe Illustrator و برامج تطوير التطبيقات مثل Android Studio و Xcode وغيرها، وتستخدم هذه البرامج لإنشاء وتصميم وتطوير التطبيقات الرقمية بأسلوب متقدم وجذاب للمستخدمين.

3-البرمجيات الأساسية: تتضمن برامج النظام الأساسية المستخدمة في تشغيل التطبيقات الرقمية، مثل برامج نظام التشغيل وبرامج تشغيل الأجهزة وبرامج إدارة الشبكات.

4-شبكات الاتصال والإنترنت: تتطلب تقنية رقمنة الأيقونات السياحية شبكات اتصال سريعة وموثوقة ويمكن الوصول إليها من أي مكان لتمكين استخدام التطبيقات الرقمية بسلاسة.

5-أجهزة الحاسوب والأجهزة الذكية: يجب توفير أجهزة حاسوبية وأجهزة ذكية متوافقة مع التطبيقات الرقمية، مثل الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية وأجهزة الكمبيوتر المحمولة وأجهزة الكمبيوتر المكتبية.

الفصل الثالث: رقمنة الأيقونات كإطار للتخطيط السياحي الذكي

6- تقنية الواقع المعزز والواقع الافتراضي: تستخدم تقنيات الواقع المعزز والواقع الافتراضي لتوفير تجربة سياحية ممتعة ومثيرة للاهتمام، حيث يمكن استخدام هذه التقنيات لتوفير جولات سياحية افتراضية للأماكن السياحية والمعالم السياحية، ويمكن تحسين التجربة السياحية بتوفير مزيد من التفاصيل والمعلومات الإضافية باستخدام التقنيات المتقدمة للواقع المعزز.

7- الحوسبة السحابية: يتطلب تقنية رقمنة الأيقونات السياحية توفير السعة الكافية للتخزين ومعالجة البيانات المختلفة التي تستخدم في الأنظمة الرقمية، ويمكن استخدام الحوسبة السحابية لتوفير هذه السعة الإضافية.

8- تقنيات الذكاء الاصطناعي: يمكن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات المخزنة في قواعد البيانات وتقديم معلومات إضافية للسياح، كما يمكن استخدام التقنيات الذكية لتحليل سلوك المستخدمين وتحسين تجربة السياحة الرقمية.

9- برمجيات الترجمة: يمكن توفير برمجيات الترجمة لترجمة محتوى التطبيقات الرقمية للمستخدمين بلغات مختلفة، ويمكن استخدام البرمجيات المتخصصة في الترجمة الآلية لتقديم معلومات أكثر تفصيلاً للسياح الأجانب.

10- أمان البيانات: يجب توفير الحماية الكافية للبيانات المخزنة في قواعد البيانات والتطبيقات الرقمية، ويمكن استخدام البرامج الأمنية لضمان سرية وحماية البيانات المخزنة من الهجمات الخارجية والاختراقات. بالإضافة إلى ذلك، يتطلب تقنية رقمنة الأيقونات السياحية أيضاً التركيز على توفير تجربة مستخدم سلسة وسهلة الاستخدام، وذلك باستخدام واجهات المستخدم الحديثة والبسيطة، وتقديم خيارات تفاعلية وتجارب مخصصة للمستخدمين، وتحسين جودة الاتصال بالإنترنت وتحسين سرعة التحميل والاستجابة لتحسين تجربة السياحة الرقمية.

الفصل الثالث: رقمنة الأيقونات كإطار للتخطيط السياحي الذكي

وأخيراً، يتطلب تطوير تقنية رقمنة الأيقونات السياحية الاستفادة من خبرات الخبراء في مجال السياحة والتقنية لتوفير التكامل اللازم بين الجوانب السياحية والتكنولوجية، وتطوير الأدوات والتقنيات المناسبة لتحسين تجربة السياحة الرقمية وزيادة جاذبية المعالم السياحية والمناطق السياحية المختلفة.

المطلب الثاني: اعتبارات التنفيذ

الفرع الأول: اعتبارات التكلفة:

تعتمد تكلفة رقمنة الأيقونات كإطار للتخطيط السياحي الذكي على عدة عوامل، منها:

❖ **حجم المعلومات:** يعتمد سعر رقمنة الأيقونات السياحية على حجم المعلومات التي سيتم جمعها

وتحليلها وتحويلها إلى أيقونات رقمية. وكلما زاد حجم المعلومات، كلما ارتفعت تكلفة المشروع.

❖ **التقنيات المستخدمة:** تتطلب تقنية رقمنة الأيقونات السياحية استخدام تقنيات حديثة ومتطورة، مثل

الذكاء الاصطناعي وتقنيات تحليل البيانات، مما يؤدي إلى ارتفاع التكلفة.

❖ **العمل الإضافي:** تحتاج عملية رقمنة الأيقونات السياحية إلى الكثير من العمل الإضافي مثل تصميم

واجهة المستخدم، تطوير تطبيقات الهواتف الذكية، وتدريب العاملين على استخدام التقنية الجديدة.

وهذه العمليات تزيد من تكلفة المشروع.

توضيحاً للنقاط المذكورة أعلاه، يمكن القول إن تكلفة رقمنة الأيقونات السياحية تتضمن التكاليف اللازمة

لتحليل المعلومات المتاحة حول المواقع السياحية، وتحويل هذه المعلومات إلى أيقونات رقمية تسهل

عرضها واستخدامها للسياح والمسافرين.

وتشمل هذه التكاليف أيضاً تكاليف تصميم وبرمجة التطبيقات الخاصة بالأيقونات السياحية الرقمية،

وتطوير الواجهة الرسومية والمستخدمة للتطبيقات، بالإضافة إلى تكاليف التدريب والتعليم على استخدام

هذه التطبيقات.

الفصل الثالث: رقمنة الأيقونات كإطار للتخطيط السياحي الذكي

كما تتضمن تكلفة رقمنة الأيقونات السياحية التكاليف المتعلقة بالتحليل الإحصائي والرياضياتي، واستخدام التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات، وتحويل المعلومات إلى أشكال رسومية وأيقونات.

علاوة على ذلك، يمكن أن تزيد التكاليف في حالة الحاجة إلى استئجار مستشارين خبراء في التخطيط السياحي وتكنولوجيا المعلومات، وشراء المعدات والبرمجيات والأجهزة اللازمة لتنفيذ المشروع. بشكل عام، تتراوح تكلفة رقمنة الأيقونات السياحية بين الآلاف والملايين من الدولارات، وتختلف حسب حجم المشروع وتعقيده وتقنياته المستخدمة. ومن الأهمية بمكان التخطيط جيداً وتقييم الفوائد المتوقعة من المشروع لضمان تحقيق أقصى استفادة بأقل تكلفة ممكنة.

الفرع الثاني: اعتبار مورد الوقت:

عامل الوقت يعتبر أحد الجوانب المهمة في استخدام رقمنة الأيقونات في التخطيط السياحي؛ إليك بعض الطرق التي يؤثر فيها الوقت في استخدام رقمنة الأيقونات للتخطيط السياحي:

❖ **توفير الوقت في التخطيط:** باستخدام التطبيقات المحمولة والمواقع الإلكترونية المتخصصة، يمكن

للمسافرين تخطيط رحلاتهم السياحية بسهولة وسرعة. يمكنهم البحث عن المعالم السياحية المرغوبة،

وتنظيم الزيارات والحجوزات، وتحميل جدول زمني مفصل للرحلة، وذلك بدون الحاجة إلى الاعتماد

على وكالات السفر التقليدية أو قضاء الكثير من الوقت في التخطيط اليدوي.

❖ **تجنب الازدحام:** من خلال توفير معلومات حول أوقات الذروة والتوقعات المرورية، يمكن للمسافرين

تجنب الازدحامات والتقليل من وقت الانتظار في المعالم السياحية الشهيرة. يمكن للتطبيقات السياحية

أن توفر توصيات حول أفضل الأوقات لزيارة المعالم والتجاوز عن الأماكن المكتظة بالسياح.

الفصل الثالث: رقمنة الأيقونات كإطار للتخطيط السياحي الذكي

- ❖ **تحديثات الوقت الحقيقي:** يمكن لتقنيات الحوسبة السحابية والاتصال اللاسلكي توفير تحديثات الوقت الحقيقي للمسافرين. على سبيل المثال، يمكن للمسافرين تلقي إشعارات حول تغييرات في جدول الرحلات أو التأخيرات في الرحلات الجوية، وذلك لتعديل الخطط وتجنب المشاكل المحتملة.
- ❖ **الوصول السريع للمعلومات:** يمكن للمسافرين الوصول بسرعة إلى معلومات تفصيلية عن المعالم السياحية والأنشطة المتاحة في المنطقة المراد زيارتها. يمكنهم معرفة ساعات عمل المعالم السياحية، وأسعار التذاكر، وتوفر الجولات السياحية، والمطاعم والفعاليات المحلية، وغيرها من المعلومات المهمة. هذا يوفر الوقت والجهد الذي قد يتم إنفاقه على البحث والاستفسارات اليدوية.
- ❖ **تنظيم الجدول الزمني:** يمكن لتطبيقات التخطيط السياحي الذكي مساعدة المسافرين في تنظيم جدول زمني فعال للرحلة. يتم تحديد مدة الزيارة لكل معلم سياحي، وتحديد الوقت المناسب للتنقل بين المواقع المختلفة، وتحديد مواعيد الانتقال والراحة. هذا يساعد المسافرين في الاستفادة القصوى من الوقت المتاح وتحقيق أهدافهم السياحية بشكل فعال.
- ❖ **توفير وقت الدفع:** يعمل التخطيط السياحي الذكي على توفير وقت الدفع والتعاملات المالية. يمكن للمسافرين استخدام خدمات الدفع الإلكتروني لشراء تذاكر الدخول للمعالم السياحية والحجوزات الفندقية والنقل، دون الحاجة إلى استخدام النقود الورقية أو بطاقات الائتمان بشكل متكرر؛ هذا يوفر الوقت اللازم لإجراءات الدفع ويجعل التعاملات أسرع وأكثر سهولة.

الفرع الثالث: اعتبارات العوامل التقنية:

العامل التقني يلعب دورًا حاسمًا في رقمنة الأيقونات وتخطيط السفر السياحي الذكي. إليك بعض الجوانب التقنية التي تؤثر في تحسين تجربة التخطيط السياحي:

الفصل الثالث: رقمنة الأيقونات كإطار للتخطيط السياحي الذكي

❖ **التطبيقات المحمولة:** تطبيقات الهواتف المحمولة تعتبر واحدة من أهم الأدوات التقنية في رقمنة الأيقونات وتخطيط السفر السياحي. تسمح هذه التطبيقات للمسافرين بتصفح المعالم السياحية، وحجز الفنادق، وشراء التذاكر، والوصول إلى الخرائط والتوجيهات، والحصول على معلومات حول الأماكن السياحية بسهولة وفي أي وقت.

❖ **تقنية الاستشعار والموقع الجغرافي:** يمكن استخدام تقنية الاستشعار والموقع الجغرافي في تطبيقات التخطيط السياحي لتحديد موقع المسافر وتقديم معلومات مخصصة ومحددة جغرافياً. هذا يمكن أن يشمل توصيات الأماكن القريبة، وتنبيهات الأحداث المحلية، وتوفير معلومات حول المسافة والزمن المستغرق للوصول إلى الوجهات المختلفة.

❖ **التحليلات والذكاء الاصطناعي:** تعتمد رقمنة الأيقونات في التخطيط السياحي على تحليل البيانات والذكاء الاصطناعي لتوفير معلومات مخصصة وتوصيات فعالة. يتم جمع وتحليل البيانات المتعلقة بتفضيلات المسافرين ونمط سلوكهم، ويتم تقديم توصيات تلقائية مثل الأماكن المشابهة والأنشطة المماثلة والمطاعم الموصى بها.

❖ **التكامل والتوافق:** يعتبر التكامل بين مختلف الأنظمة والمنصات التقنية جوانب مهمة في رقمنة الأيقونات وتخطيط السفر السياحي الذكي. بفضل التكامل، يتم توفير تجربة سلسلة ومتكاملة للمسافرين. بعض أمثلة التكامل التقني تشمل¹:

✓ **التكامل مع مصادر البيانات الخارجية:** يمكن لتطبيقات التخطيط السياحي التكامل مع

مصادر البيانات الخارجية، مثل مواقع الحجوزات الفندقية ومزودي خدمات النقل وشركات

¹لبزة هشام، ضيف الله، محمد الهادي. واقع وتحديات وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، 2017.

الفصل الثالث: رقمنة الأيقونات كإطار للتخطيط السياحي الذكي

تأجير السيارات. ذلك يسمح للمسافرين بالوصول إلى مجموعة واسعة من الخيارات والحجوزات وإجراء مقارنات للأسعار والتوافر بشكل سهل وفعال.

✓ **التكامل مع وسائل النقل العام:** يمكن لتطبيقات التخطيط السياحي أن تتكامل مع أنظمة وسائل النقل العام، مثل جداول القطارات والحافلات والترامات. هذا يساعد المسافرين على تنظيم رحلاتهم والتنقل بسهولة بين المواقع المختلفة وفقاً للمواعيد المحددة.

✓ **التكامل مع وسائل الدفع الإلكتروني:** يمكن لتطبيقات التخطيط السياحي التكامل مع مزودي خدمات الدفع الإلكتروني، مثل محافظ الهاتف المحمول أو خدمات الدفع عبر الإنترنت. يمكن للمسافرين إجراء المدفوعات بسهولة وأمان، وذلك بدون الحاجة إلى استخدام النقود النقدية أو البطاقات الائتمانية.

✓ **التكامل مع وسائل الاتصال والتواصل:** يمكن لتطبيقات التخطيط السياحي أن تتكامل مع وسائل الاتصال والتواصل، مثل الرسائل القصيرة (SMS) والبريد الإلكتروني وتطبيقات المراسلة الفورية. يمكن للمسافرين تلقي تنبيهات وتحديثات حول حجوزاتهم، وتذكيرات بالأحداث المقررة، وتوصيات مخصصة، وذلك عن طريق الاتصال بوسائل الاتصال المفضلة لديهم.

✓ **التكامل مع الشبكات الاجتماعية:** يمكن لتطبيقات التخطيط السياحي أن تتكامل مع الشبكات الاجتماعية، مثل فيسبوك وإنستجرام وتويتر. يمكن للمسافرين مشاركة تجاربهم وصورهم، والتواصل مع أصدقائهم والحصول على توصيات من خلال هذه الشبكات الاجتماعية.

✓ **التكامل مع تقنيات الواقع المعزز والواقع الافتراضي:** يمكن لتطبيقات التخطيط السياحي أن تتكامل مع تقنيات الواقع المعزز والواقع الافتراضي لتوفير تجارب سياحية محسنة. يمكن

الفصل الثالث: رقمنة الأيقونات كإطار للتخطيط السياحي الذكي

للمسافرين استكشاف المعالم السياحية والأماكن المختلفة من خلال جولات افتراضية، والحصول على معلومات إضافية وتفاعلية عن المواقع التي يزورونها.

باستخدام التكامل التقني المذكور أعلاه، يتم تعزيز تجربة التخطيط السياحي الذكي وتوفير الوقت والجهد للمسافرين، مما يساهم في تحسين رحلاتهم السياحية وزيادة الاستفادة من وقتهم الثمين.

المبحث الثالث: المتابعة وقدرات التصحيح

المطلب الأول: الجدوى والعوائد والاستشراف

عند النظر إلى جدوى وعوائد رقمنة أيقونات النشاط السياحي، يمكن أن تكون هناك عدة عوامل تؤثر في تقييمها؛ وفيما يلي بعض النقاط التي يجب مراعاتها:

- **الكلفة:** يجب أن يتم تحليل التكاليف المرتبطة بعملية الرقمنة، بما في ذلك تكاليف تصميم وتطوير الأيقونات، وتكاليف استخدام التقنيات والأدوات المطلوبة. يتعين أيضاً أخذ في الاعتبار تكاليف التحديث والصيانة المستقبلية.
- **الفوائد المتوقعة:** يجب تحديد الفوائد المتوقعة من رقمنة الأيقونات السياحية، مثل تحسين تجربة المستخدم وتوفير وقت وجهد في عملية التخطيط السياحي، وتعزيز التفاعل والمشاركة المجتمعية في وسائل التواصل الاجتماعي.
- **تقييم السوق:** يجب دراسة السوق المستهدفة وتحديد قيمة الطلب على خدمات التخطيط السياحي الذكي واستخدام الأيقونات الرقمية. يمكن إجراء بحوث السوق والتحليل لتقييم حجم السوق وتحديد الفرص المحتملة.

الفصل الثالث: رقمنة الأيقونات كإطار للتخطيط السياحي الذكي

- **التنافسية:** يجب أن يتم دراسة المنافسة في السوق وتقييم كيفية تميز رقمنة الأيقونات السياحية عن المنافسين الآخرين. يمكن أن تتضمن العوائق المحتملة التي يمكن أن تواجهها، والميزات التنافسية التي يمكن أن تقدمها الرقمنة.
 - **التقييم المالي:** يمكن استخدام أدوات التقييم المالي مثل أسلوب تحليل التكلفة مقابل المنفعة للتعرف على الجدوى الاقتصادية للمشروعات السياحية، وذلك بخصم نفقات المشروع من عوائده، وناتج هذه العملية يمكن أن يكون إيجابيا عندها يكون المشروع مجدي اقتصاديا، أو سلبيا عندما يكون المشروع غير مجدي اقتصاديا.¹
- عند النظر إلى رقمنة أيقونات النشاط السياحي، يمكن أن تنتج بعض الثغرات والنقائص أو السلبيات التي يجب أخذها في الاعتبار. وفيما يلي بعض الأمثلة على ذلك:
- ❖ **فقدان التفاصيل والعمق:** قد تفقد الأيقونات الرقمية بعض التفاصيل والعمق الموجود في الأيقونات الأصلية. يمكن أن تكون هذه الأيقونات مبسطة لتناسب الحجم الصغير وتحسين القابلية للتمييز، ولكن ذلك قد يؤدي إلى فقدان بعض العناصر المهمة.
 - ❖ **الاعتماد على التكنولوجيا:** تعتمد رقمنة الأيقونات على التكنولوجيا والبرمجيات المستخدمة لإنشائها وعرضها. قد تواجه مشاكل تقنية أو اعتمادية في حالة وجود عطل في الأجهزة أو تحديثات في البرمجيات. قد يؤثر ذلك على تجربة المستخدم وقدرته على الوصول إلى الأيقونات.

¹بوعكريف زهير، بوحبيبة إلهام، السياحة البيئية كآلية لدعم تحقيق تنمية سياحية مستدامة، جامعة محمد صديق بن يحيى، جيجل، 2016، ص45.

الفصل الثالث: رقمنة الأيقونات كإطار للتخطيط السياحي الذكي

- ❖ **تفسير غير دقيق:** قد يواجه بعض المستخدمين صعوبة في تفسير الأيقونات الرقمية بشكل صحيح. قد يكون هناك اعتماد على رموز ورموز معينة للتعبير عن النشاط السياحي، وقد يتسبب ذلك في الخلط أو الفهم الخاطئ من قبل بعض المستخدمين.
- ❖ **عدم التجاوب والتفاعل:** قد يفترق الأيقونات الرقمية إلى التفاعل والتجاوب مع المستخدمين بنفس الطريقة التي يوفرها الاتصال الشخصي؛ قد يفترق الجانب الرقمي إلى القدرة على توفير التوجيهات الفورية أو الردود التلقائية على استفسارات المستخدمين.
- ❖ **القيود في التعبير والتنوع الثقافي:** قد تواجه الأيقونات الرقمية قيودًا في التعبير وتنوعها الثقافي. قد يكون هناك صعوبة في تمثيل جميع النشاطات السياحية المختلفة بأيقونات قليلة، مما يؤدي إلى انتقائية وتحيز في التمثيل. يمكن أن يسبب هذا عدم القدرة على تلبية احتياجات وتوقعات جميع المستخدمين المختلفين.
- ❖ **قضايا الخصوصية والأمان:** قد يواجه النظام الرقمي الذي يستخدم أيقونات النشاط السياحي قضايا الخصوصية والأمان. قد تتطلب عملية الرقمنة جمع وتخزين معلومات المستخدمين، وهذا يتطلب سلسلة من إجراءات الأمان لحماية هذه المعلومات من الاختراق والاستخدام غير المصرح به.
- ❖ **الاعتمادية على الاتصال بالإنترنت:** قد يعتمد استخدام الأيقونات الرقمية في النشاط السياحي على الاتصال بالإنترنت. قد تواجه مناطق أو دول بعينها قضايا توافر الاتصال بالإنترنت، مما يعني أن بعض المستخدمين قد لا يتمكنون من الوصول إلى الأيقونات أو الاستفادة منها في حالة عدم توافر الاتصال.
- ❖ **التبعية التكنولوجية:** يتطلب استخدام الأيقونات الرقمية والتكنولوجيا المرتبطة بها من المستخدمين أن يكونوا ملمين بالتقنيات وقادرين على استخدامها بفعالية. قد تواجه بعض الفئات العمرية أو الثقافية

الفصل الثالث: رقمنة الأيقونات كإطار للتخطيط السياحي الذكي

صعوبة في التكيف مع هذه التقنيات، مما يؤثر على قدرتهم على استخدام الأيقونات الرقمية بشكل كامل.

المطلب الثاني: الحلول، التطوير ورضى العملاء

الفرع الأول: الثغرات والحلول:

يجب أخذ هذه الثغرات والسلبيات في الاعتبار عند تقييم جدوى واستخدام أيقونات النشاط السياحي المرقمة. قد يتطلب ذلك اتخاذ إجراءات محددة للتغلب على هذه السلبيات وتحسين الأداء وتجربة المستخدم. بعض الخطوات المحتملة تشمل:

- ❖ تصميم أيقونات رقمنة مفهومية وبسيطة تسهل فهمها وتفسيرها للمستخدمين المختلفين؛
- ❖ الوصول بالخدمة إلى مستوى متميز، وتقليل احتمالية الخطأ¹؛
- ❖ توفير التدريب والتثقيف للمستخدمين عن كيفية استخدام أيقونات النشاط السياحي بشكل صحيح وفعال. قد توفر دليل استخدام مفصل أو فيديوهات توضيحية لتوضيح الخطوات والوظائف المختلفة للأيقونات.
- ❖ العمل على تعزيز التنوع الثقافي وتمثيل النشاطات السياحية المختلفة من خلال توفير مجموعة متنوعة من الأيقونات المناسبة.
- ❖ تطوير واجهة مستخدم سهلة الاستخدام وتفاعلية توفر توجيهات وتوضيحات واضحة للمستخدمين.
- ❖ الاهتمام بالخصوصية والأمان من خلال اتباع أفضل الممارسات وتوفير نظام أمن لجمع وتخزين معلومات المستخدمين.

¹بوزيان راضية، إدارة الجودة الشاملة ومؤسسات التعليم العالي، الطبعة الأولى، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، الأردن، 2015.

الفصل الثالث: رقمنة الأيقونات كإطار للتخطيط السياحي الذكي

❖ توفير إمكانية الوصول البديلة للمستخدمين الذين يواجهون صعوبة في استخدام الأيقونات الرقمية، مثل خيارات نصية أو تفسير صوتي.

❖ ضمان توافر الاتصال بالإنترنت وتحسين التغطية في المناطق التي تواجه صعوبة في الوصول إلى الاتصال بالشبكة.

❖ تعزيز التفاعل والمشاركة للمستخدمين. قد تسمح لهم بتقييم ومراجعة الأنشطة ومشاركة تجاربهم مع الآخرين.

من خلال توخي الحذر والاهتمام بتلك الثغرات والسلبيات، يمكن تعزيز جودة وفعالية رقمنة أيقونات النشاط السياحي وتحسين تجربة المستخدم في القطاع السياحي.

الفرع الثاني: الآفاق والتعديل وإمكانية التطوير

فيما يتعلق بالآفاق والتعديل وإمكانية التطوير لرقمنة أيقونات النشاط السياحي، هنا بعض النقاط المهمة:

❖ **تحسين التكنولوجيا:** يمكن استكشاف تحسينات التكنولوجيا المستخدمة في رقمنة أيقونات النشاط السياحي. قد تتضمن ذلك استخدام تقنيات متقدمة مثل الواقع الافتراضي، الواقع المعزز، أو تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين التفاعل وتجربة المستخدم.

❖ **التوسع في الخدمات والأنشطة:** يمكن توسيع نطاق الخدمات والأنشطة المتاحة من خلال رقمنة أيقونات النشاط السياحي. قد يكون ذلك عن طريق إضافة مزيد من الخيارات والأنشطة المتنوعة التي يمكن للمستخدمين اختيارها والاستمتاع بها.

❖ **التوسع الجغرافي:** يمكن توسيع نطاق تطبيق رقمنة أيقونات النشاط السياحي ليشمل مجموعة أوسع من المناطق الجغرافية. هذا يتيح للمزيد من الناس الاستفادة من الخدمات السياحية المقدمة وزيادة الوصلية لعدد أكبر من الزوار.

الفصل الثالث: رقمنة الأيقونات كإطار للتخطيط السياحي الذكي

❖ **التحسين المستمر:** يجب أن يكون التحسين المستمر جزءًا من عملية تطوير رقمنة أيقونات النشاط السياحي. استنادًا إلى تعلم المستخدمين وملاحظاتهم وتوجيهات السوق، يمكن تحديث وتحسين الأيقونات بانتظام لتلبية الاحتياجات المتغيرة وتطلعات العملاء.

❖ **الابتكار والتكيف:** يجب أن يكون هناك التركيز على الابتكار والتكيف مع التغيرات التكنولوجية والسوقية. قد تستفيد من إجراء البحوث والتطوير ومتابعة التوجهات الصناعية والاستماع إلى ردود فعل العملاء وملاحظاتهم لتحديد الاحتياجات المستقبلية وتطوير رقمنة أيقونات النشاط السياحي بشكل مستمر. يمكن استكشاف تقنيات جديدة وحلول مبتكرة لتحسين تجربة المستخدم وتوفير قيمة مضافة للعملاء.

❖ **التواصل مع الشركاء والموردين:** يمكن تعزيز التعاون مع الشركاء والموردين للبحث عن حلول مشتركة ومبتكرة لتطوير رقمنة أيقونات النشاط السياحي. يمكن أن يكون لديهم أفكار وخبرات قيمة في هذا المجال، ويمكن أن يساهموا في تقديم تحسينات وتعديلات مستقبلية.

❖ **تحليل البيانات والاستفادة من الذكاء الاصطناعي:** يمكن استخدام تقنيات تحليل البيانات والذكاء الاصطناعي لفهم سلوك المستخدمين وتحليل تفاعلهم مع أيقونات النشاط السياحي. هذا يمكن أن يساعد في اكتشاف الاتجاهات والاحتياجات وتحديد المناطق التي يمكن تحسينها وتطويرها.

باستخدام هذه الآفاق والتعديلات والتحسينات، يمكن تحقيق تطور مستدام لرقمنة أيقونات النشاط السياحي وتلبية توقعات العملاء وتوفير تجربة مميزة ومرضية للمستخدمين. يجب أن يتم التركيز على الابتكار والتكيف المستمر لمواكبة التغيرات في صناعة السياحة وتلبية احتياجات العملاء المتغيرة.

الفرع الثالث: الاستدامة

تعتبر الاستدامة أحد الجوانب الحيوية في رقمنة أيقونات النشاط السياحي؛ يمكن اتخاذ عدة إجراءات لتعزيز الاستدامة في هذا السياق:

الفصل الثالث: رقمنة الأيقونات كإطار للتخطيط السياحي الذكي

- ❖ **الحفاظ على الموارد الطبيعية:** يجب العمل على تقليل تأثير أيقونات النشاط السياحي الرقمية على الموارد الطبيعية. على سبيل المثال، يمكن تحسين كفاءة استخدام الطاقة والمياه في البنية التحتية التكنولوجية المستخدمة للتطبيقات السياحية الرقمية.
- ❖ **التوعية البيئية:** يمكن أن تلعب أيقونات النشاط السياحي الرقمية دوراً هاماً في تعزيز التوعية البيئية بين الزوار. يمكن توفير معلومات حول الممارسات السياحية المستدامة والمحافظة على البيئة، وتجهيز مواد تثقيفية وتوعوية عبر التطبيقات السياحية الرقمية. يمكن أن تتضمن هذه المعلومات توجيهات حول إعادة التدوير، وتقليل استخدام المواد البلاستيكية غير القابلة للتحلل، وحماية الحياة البرية المحلية.
- ❖ **التفاعل المجتمعي:** يمكن لتطبيقات السياحة الرقمية أن تعزز التفاعل المجتمعي والمشاركة المجتمعية في عمليات الحفاظ على البيئة والتنمية المستدامة. يمكن أن تتيح هذه التطبيقات للمستخدمين التعرف على المشاريع المستدامة المحلية والمشاركة فيها من خلال التبرعات أو المشاركة في الأنشطة المجتمعية.
- ❖ **التنمية الاقتصادية المستدامة:** يمكن لتطبيقات السياحة الرقمية أن تدعم التنمية الاقتصادية المستدامة للمجتمعات المحلية. من خلال تشجيع الزوار على الاستخدام المحلي للموارد والمنتجات والخدمات، يمكن تعزيز الاقتصاد المحلي وخلق فرص عمل مستدامة للسكان المحليين.
- ❖ **قياس الأثر البيئي:** يجب أن تسعى التطبيقات السياحية الرقمية إلى قياس ومراقبة أثرها البيئي. يمكن استخدام أدوات ومعايير قياس الأثر البيئي لتحديد النتائج البيئية لتلك التطبيقات وتحسينها على المدى الطويل.

الفصل الثالث: رقمنة الأيقونات كإطار للتخطيط السياحي الذكي

باختصار، يمكن تحقيق الاستدامة في تطبيقات السياحة الرقمية من خلال الحفاظ على الموارد الطبيعية، وتعزيز التوعية البيئية، وتعزيز التفاعل المجتمعي، ودعم التنمية الاقتصادية المستدامة، وقياس الأثر البيئي.

الفصل الرابع

يتم استخدام التخطيط الذكي لتحفيز العروض السياحية كوسيلة حيوية لتعزيز جاذبية الوجهات السياحية وتحسين تجربة الزوار. يُعتبر التخطيط الذكي لتحفيز العروض السياحية مفهوماً حديثاً يستند إلى استخدام التكنولوجيا والأنظمة الذكية لتحسين جودة العروض السياحية وتعزيز التفاعل مع الزوار. في هذا السياق، أجرينا دراسة بحثية باستخدام طريقة استبيان متنوعة (مغلقة ونصف مغلقة) لاستطلاع آراء عمال مديرية الثقافة والفنون والمؤسسات المرتبطة بها، مثل دار الثقافة والمسرح الروماني في ولاية قالمة. هدف الدراسة كان تقييم مستوى التخطيط الذكي لتحفيز العروض السياحية في المنطقة ودورها في تحقيق التنمية السياحية المستدامة. تم توزيع الاستبيان على 50 عاملاً يعملون في مجال السياحة والثقافة.

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

المبحث الأول: وصف منطقة الدراسة

المطلب الأول: لمحة تاريخية عن مناطق الدراسة

الفرع الأول: مديرية الثقافة والفنون لولاية قالمة:

أنشئت مديريات الثقافة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 94-414 المؤرخ في 23 نوفمبر 1994 المتضمن إحداث مديريات الثقافة في الولايات وتنظيمها في عهد رئيس الحكومة السابق مقداد سيفي. وحسب المرسوم المتضمن إنشاء مديرية الثقافة لولاية قالمة فقد فتحت مديرية الثقافة لولاية قالمة أبوابها في 21 مارس 1995، فهي مؤسسة ذات طابع إداري ثقافي تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المادي (خزينة الدولة أو جزئيا عن طريق الجمهور المستهلك لنشاطاتها) وهي بمثابة المؤسسة اللامركزية التي تمثل وزارة الثقافة للدولة الجزائرية عبر ولايات الوطن، وتقع مديرية الثقافة والفنون لولاية قالمة شمال غرب الولاية بجي قهدور الطاهر طريق كلية الآداب واللغات جامعة قالمة.



الملحق رقم (2): صورة توضح موقع مديرية الثقافة والفنون لولاية قالمة

▪ الهيكل التنظيمي لمديريات الثقافة والفنون:¹

توجد أربعة مصالح تحت سلطة المدير (والذي له سلطة التسيير والتعيين) وهي:

1. مصلحة التراث الثقافي: تتكون من:

- مكتب المعالم والمواقع التاريخية؛
- مكتب المتاحف والفنون التقليدية؛
- مكتب ترقية التراث.

2. مصلحة الفنون والآداب: تتكون من:

- مكتب المطالعة العمومية والكتاب؛
- مكتب ترقية المسرح والفنون الإيقاعية؛
- مكتب دعم الإبداع والفنون الثقافية.

3. مصلحة النشاطات الثقافية:² تتكون من:

- مكتب الجمعيات والمؤسسات الثقافية؛
- مكتب ترقية السمعي البصري؛
- مكتب النشاطات والتظاهرات الثقافية.

4. مصلحة الإدارة والتكوين والتخطيط: تتكون من:

- مكتب الإدارة والوسائل؛
- مكتب التخطيط والتكوين.

¹ مرسوم التنفيذي رقم 94-414، من الجريدة الرسمية رقم 77 المؤرخ في 23 نوفمبر 1994، المتضمن إحدات مديريات الثقافة في الولايات وتنظيمها، تم الاطلاع عليه في 22/04/2023.

² موقع وزارة الثقافة الجزائرية: [http:// www.m-culture.gov.dz](http://www.m-culture.gov.dz)

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

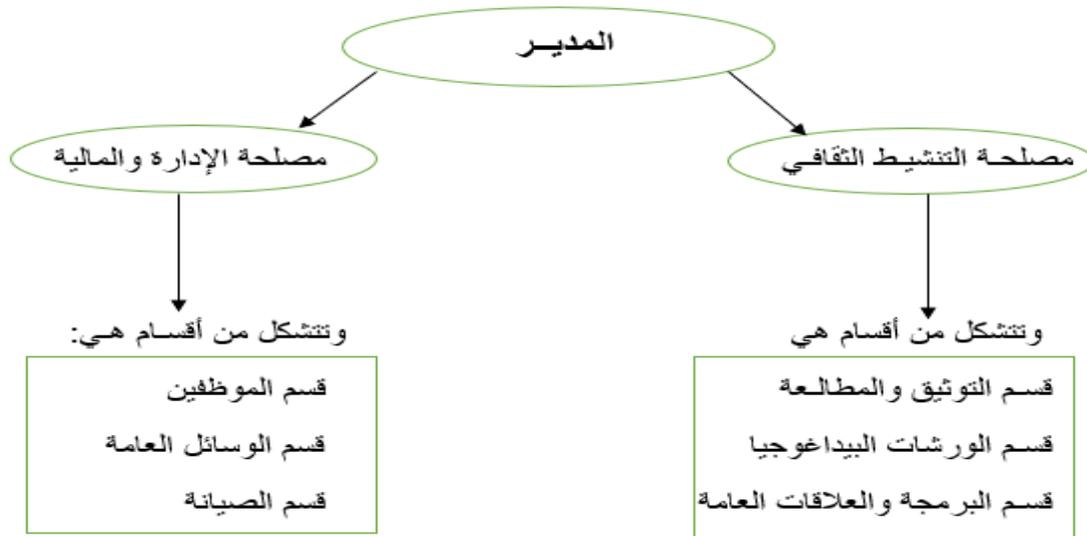
تضم كل مصلحة 03 مكاتب على الأكثر تبعا لجسامة المهام التي تضطلع بها، على ان يضم كل مكتب على موظفين حسب الحالة وفي حدود المناصب المفتوحة (يبلغ عدد موظفين المصلحة محل التبرص 08 موظفين). تراعي المديرية مختلف الأسلاك والرتب حسب كل مصلحة واحتياجاتها وتوفر المناصب المالية لدى المديرية (مصلحة التراث الثقافي: مفتشي التراث الثقافي، محافظي التراث الثقافي، تقنيي الحفظ، الأعمى وان التقنيين للحفظ والحراسة والمراقبة، مرممي التراث الثقافي، تقنيي الترميم، المهندسين المعماريين للممتلكات الثقافية العقارية).

الفرع الثاني: دار الثقافة عبد المجيد الشافعي:

فضاء ثقافي له دوره في التطبيق الفعلي لما يتم إعداده وتحضيره من أنشطة ثقافية فنية متنوعة، واحتضان التظاهرات والفعاليات الثقافية والفنية، إلى جانب الإسهام في استيعاب الطاقات والمواهب المبدعة من خلال ما تحتوي عليه من ورشات ونوادي وقاعات ومكتبة.

▪ الهيكل التنظيمي لدار الثقافة عبد المجيد شافعي:

يسير كل دار للثقافة مدير، ويديرها مجلس توجيهي ولجنة تنسيق تقنية؛ وتتكون هذه المؤسسة من مصلحتين هما:



الملحق رقم (3): مخطط يمثل التقسيم الداخلي لدار الثقافة

يحدد التنظيم الداخلي لدور الثقافة بقرار مشترك بين كل من الوزير المكلف بالثقافة والوزير المكلف بالمالية والسلطة المكلفة بالوظيفة العمومي.

الفرع الثالث: المسرح الروماني:

بني هذا المسرح في نهاية النصف الثاني من القرن الثاني، وبداية النصف الأول من القرن الثالث وتحديدا في فترة العائلة السفييرية، وهو معلم تاريخي ومتحف مصنف ضمن التراث الثقافي للأمم في قائمة 1900. ومن أندر الآثار التي تشهد على وجود كالما الرومانية، ومن أهم المسارح الأثرية، لحفاظه على طابعه القديم ومكوناته من أسوار ومدرجات والخشبة، وبه متحف قديم ملحق بالآثار يعود للفترة الرومانية والبونيقية، فيه مجموعة تماثيل لحكام رومان وآلهة يونانية وهو تابع للوكالة الوطنية للآثار وحماية المعالم والنصب التاريخية التي عرفت تغييرا بمقتضى المرسوم التنفيذي، رقم 488/05 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005 تغير الطبيعة القانونية إلى ديوان حظي باستغلال وتسيير الممتلكات الثقافية المحمية.

كما يعد نقطة جذب سياحي وتاريخي للمهتمين وفضاء لاحتضان الأنشطة الثقافية الفنية.

المطلب الثاني: أدوات وطرق الدراسة الميدانية

الفرع الأول: مجالات الدراسة

▪ البعد الزمني:

امتدت الدراسة ابتداء من يوم الاحد بتاريخ 2023/04/02 إلى غاية يوم الخميس بتاريخ 2023/04/20.

▪ البعد المكاني:

مديرية الثقافة لولاية قالمة بشوارع قهدور الطاهر (الباتني) بوسط المدينة بمحاذاة مقر البريد والمواصلات ومديرية الأمن وبيجوار دار الثقافة عبد المجيد الشافعي؛

تتكون من 4 طوابق ومكاتب صغيرة وكبيرة حيث تشغل مديرية الثقافة أكثر من 15 مكتب.

■ الجانب البشري:

ويشمل كل من المدير والموظفين وخاصة رؤساء المصالح بالإضافة الى جميع الموظفين القائمين على مختلف المصالح الخاصة بمديرية الثقافة والذين قد قمنا بالاقتراب منهم لتدوين كل صغيرة وكبيرة لرؤية مدى قيامهم بمختلف الاعمال الموكلة لهم بطرق احترافية ومهنية على اتم وجه وقد كانت الظروف التي جرى فيها التربص جد ملائمة حيث اننا لم نحس بأننا لم نتلقى جميع المعلومات التي تخص المديرية فقد قمنا بطرح الكثير من الاسئلة التي ساعدتنا في الكثير من التساؤلات التي كانت تشغل بالنا وقد تم الوصول الى اننا قد خرجنا بمعلومات اخرى اضافية ستساهم بلا شك في ما نطمح له مستقبلا خاصة في مجال التخطيط والتسيير لمختلف الموارد.

الفرع الثاني: أدوات الدراسة:

- **تقنية الدراسة المختارة:** استخدمنا خلال دراستنا الميدانية تقنية الإستبيان: هي أداة مهمة خاصة عندما يكون مجتمع الدراسة كبير وهي تستخدم لقياس أداء اتجاهات الأفراد الذين لا يستطيعون إبرازها مباشرة وهي أداة تستخدم للتأكد من صدق واختبار الفرضيات.
- **طريقة الدراسة:** تأتي أهمية التخطيط الذكي لتحفيز العروض السياحية كوسيلة حيوية لتعزيز قدرة الجهات السياحية على جذب الزوار وتحسين تجربتهم. يعد التخطيط الذكي لتحفيز العروض السياحية مفهوماً حديثاً يعتمد على استخدام التكنولوجيا والأنظمة الذكية لتحسين جودة العروض السياحية وتعزيز التفاعل مع الزوار. وفي هذا السياق، قمنا بإتباع طريقة الإستبانة المتنوعة (المغلقة والمفتوحة) في بحثنا هذا حيث قمنا بتصميم إستبيان يسعى إلى استطلاع رأي عمال مديرية الثقافة والفنون والمؤسسات تحت الوصاية التابعة لها دار الثقافة والمسرح الروماني في ولاية قلمة حول مستوى

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

التخطيط الذكي لتحفيز العروض السياحية في المنطقة ودورها في تحقيق التنمية السياحية المستدامة،

وقمنا بتوزيعه على 50 عامل من ممارسي النشاط السياحي والثقافي.

المبحث الثاني: نتائج البحث الميداني

المطلب الأول: تحليل بيانات الاستبيان

قمنا بتوزيع 50 نسخة استبيان مكونة من 26 سؤال على 50 عامل بمديرية الثقافة والفنون والمؤسسات

تحت الوصاية التابعة لها لولاية قالمة المسرح الروماني ودار الثقافة، حول مستوى التخطيط الذكي لتحفيز

العروض السياحية في المنطقة ودورها في تحقيق التنمية السياحية المستدامة، وقد تم استرجاع النسخ

واعتماد 35 نسخة التي وجدناها مستوفية لشروط الدراسة.

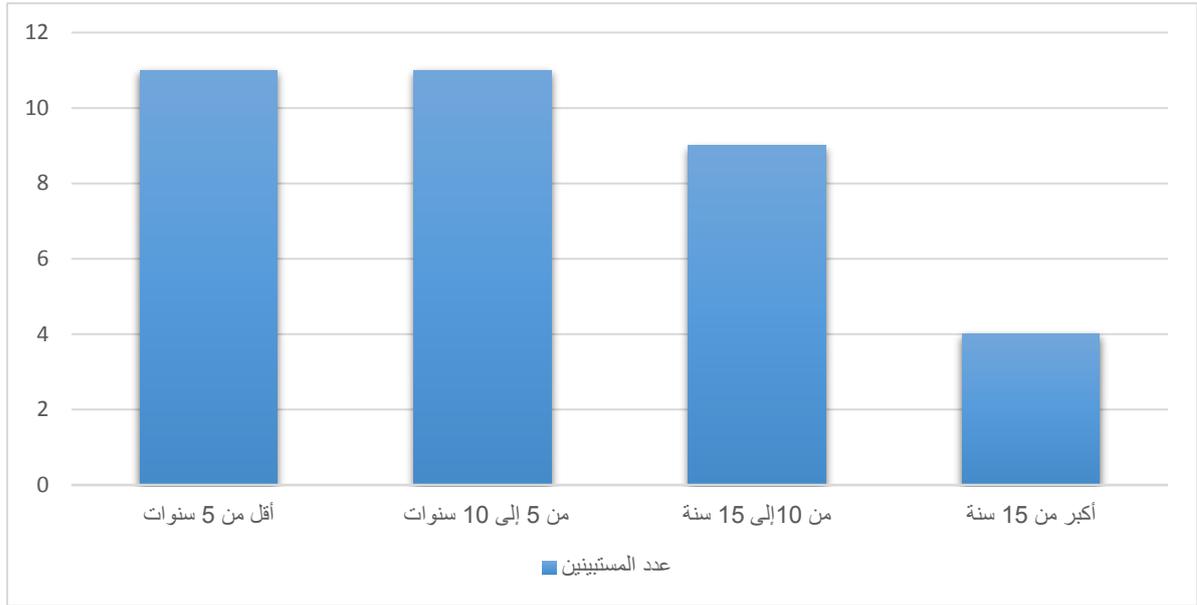
1-1- جدول (1-4) يوضح سنوات خبرة العمال المستبيين

| سنوات الخبرة | عدد المستبيين | النسبة المئوية |
|--------------------|---------------|----------------|
| -أقل من 5 سنوات | 11 | 31.43 % |
| -من 5 إلى 10 سنوات | 11 | 31.43 % |
| -من 10 إلى 15 سنة | 09 | 25.71 % |
| -أكثر من 15 سنة | 04 | 11.43 % |
| إجمالي عدد العمال | 35 | 100 % |

كم تقدر سنوات خبرتك في مجال الثقافة والفنون

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

شكل (1-4) يوضح سنوات خبرة العمال المستبنيين



كم تقدر سنوات خبرتك في مجال الثقافة والفنون

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

يتضح من الجدول (1-4) والشكل (1-4) أن عدد المستبنيين الذين خبرتهم أقل من 5 سنوات ومن 5 إلى 10 سنوات يمثلون النسبة الأكبر حيث تقدر بـ 31.43% وتقدر النسبة المئوية للمستبنيين ذوي خبرة إلى 15 سنة بـ 25.71% أما بالنسبة للمستبنيين الأقل نسبة 11.43% فهم الذين تتجاوز خبرتهم 15 سنة. ونلاحظ أن المستبنيين يغطون شرائح عمرية وسنوات خبرة متباينة من قلبي الخبرة إلى متوسطي الخبرة إلى ذوي الخبرة الكبيرة.

2-1- جدول (2-4) يوضح أهمية الزيادة في النشاط السياحي لتطور المجتمع المحلي بالنسبة

للمستبئين في المنطقة.

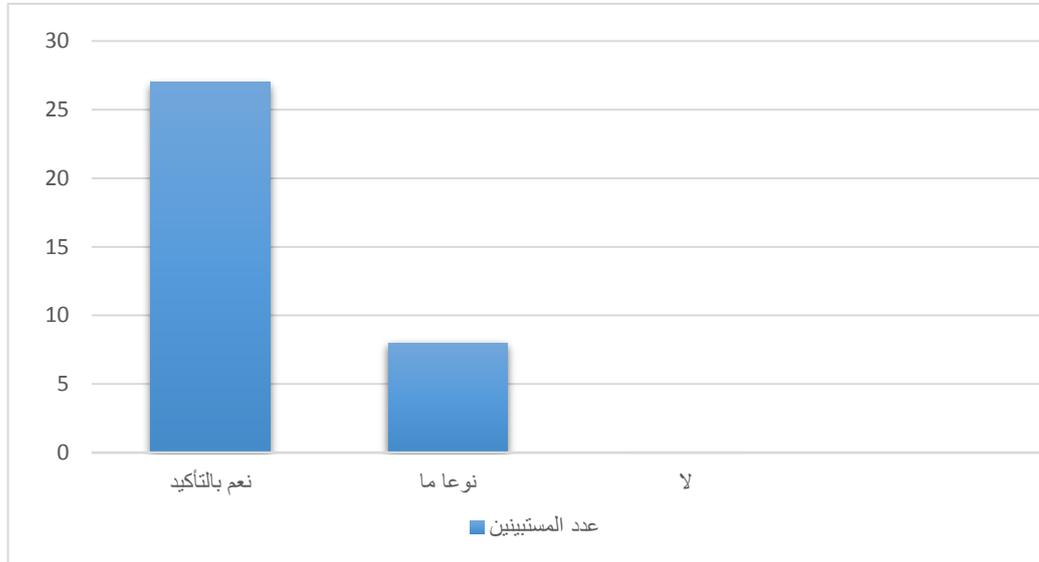
| الإجابة | عدد المستبئين | النسبة المئوية |
|----------------------|---------------|----------------|
| نعم بالتأكيد | 27 | 77.14 % |
| نوعا ما | 08 | 22.86 % |
| لا | 00 | 00 % |
| إجمالي عدد المستبئين | 35 | 100 % |

هل تعتبر الزيادة في النشاط السياحي مهماً لتطور المجتمع المحلي في منطقتك؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

■ شكل (2-4) يوضح الزيادة في النشاط السياحي وأهميتها في تطور المجتمع المحلي بالنسبة

للمستبئين في المنطقة.



هل تعتبر الزيادة في النشاط السياحي مهماً لتطور المجتمع المحلي في منطقتك؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

يتضح من الجدول (2-4) والشكل (2-4) أهمية الزيادة في النشاط السياحي في تطور المجتمع المحلي

حيث قام بالتأكيد على هذا الرأي أغلبية المستبئين بنسبة 77.14 % و 22.86 % أجابوا نوعا ما.

حيث يرى أغلب المستبئين أن لزيادة النشاط السياحي في المنطقة أثر على تطور المجتمع المحلي.

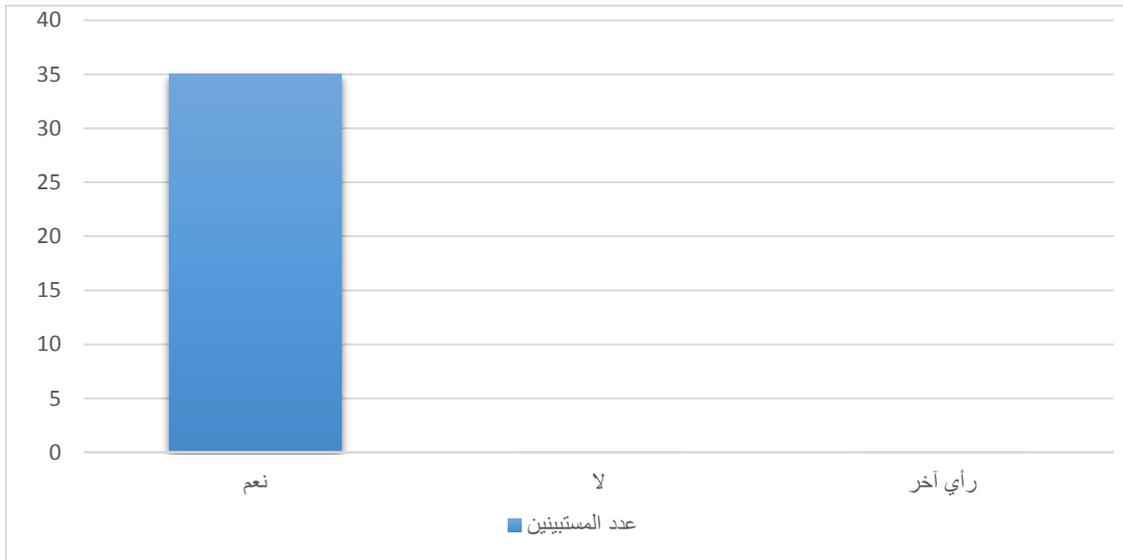
1-3- جدول (3-4) يوضح رأي المستبئين حول وجود فوائد اجتماعية للنشاط السياحي في المنطقة

| الاجابة | عدد المستبئين | النسبة المئوية |
|---------|---------------|----------------|
| نعم | 35 | 100% |
| لا | 00 | 00% |
| رأي آخر | 00 | 00% |

حسب رأيك هل توجد فوائد اجتماعية للنشاط السياحي في منطقتك؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

■ شكل (3-4) يوضح رأي المستبئين حول وجود فوائد اجتماعية للنشاط السياحي في المنطقة



حسب رأيك هل توجد فوائد اجتماعية للنشاط السياحي في منطقتك؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

يتضح من الجدول (3-4) والشكل (3-4) أن جميع العمال المستبنيين اتفقوا على وجود فوائد اجتماعية للنشاط السياحي وذلك بنسبة 100%

ويرجع ذلك إلى الفوائد الكثيرة للنشاط السياحي في شتى مجالات الحياة اليومية لأفراد المجتمع من زيادة الانفتاح ونقص البطالة وغيرها.

4-1- جدول (4-4) يوضح نسبة وجود علاقة بين الزيادة في الفرص الوظيفية وزيادة النشاط

السياحي بالنسبة للمستبنيين

| الإجابة | عدد المستبنيين | النسبة المئوية |
|-----------|----------------|----------------|
| نعم | 18 | %51.43 |
| الى حد ما | 14 | %40 |
| لا | 03 | %8.57 |

هل لاحظت وجود علاقة بين الزيادة في الفرص الوظيفية وزيادة النشاط السياحي؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

شكل (4-4) يوضح نسبة وجود علاقة بين الزيادة في الفرص الوظيفية وزيادة النشاط السياحي

بالنسبة للمستبنيين



هل لاحظت وجود علاقة بين الزيادة في الفرص الوظيفية وزيادة النشاط السياحي؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

يتضح من الجدول (4-4) والشكل (4-4) وجود علاقة بين الزيادة في الفرص الوظيفية وزيادة النشاط السياحي بنسبة 51.43% حيث أن نصف المستبئين كانت إجابتهم نعم، بينما 40% أجابوا بـ إلى حد ما ونسبة 8.57% أجابوا بـ لا.

ويرى أغلبية المستبئين أن للنشاط السياحي أثر حقيقي في خلق فرص شغل متجددة، في حين يرى البقية أن للنشاط السياحي أثر محدود نوعا ما لكنه يبقى موجودا، وترى قلة من المستبئين أنه ليس لزيادة النشاط السياحي أثر حقيقي في زيادة الفرص الوظيفية في المنطقة.

1-5- جدول (4-5) يوضح نسبة موافقة المستبئين على أن النشاط السياحي يؤثر على تطوير

المرافق المحلية والبنية التحتية

| الاجابة | عدد المستبئين | النسبة المئوية |
|----------------|---------------|----------------|
| موافق بشدة | 12 | 37.29% |
| موافق | 16 | 45.71% |
| حيادي | 07 | 20% |
| غير موافق | 00 | 00% |
| غير موافق بشدة | 00 | 00% |

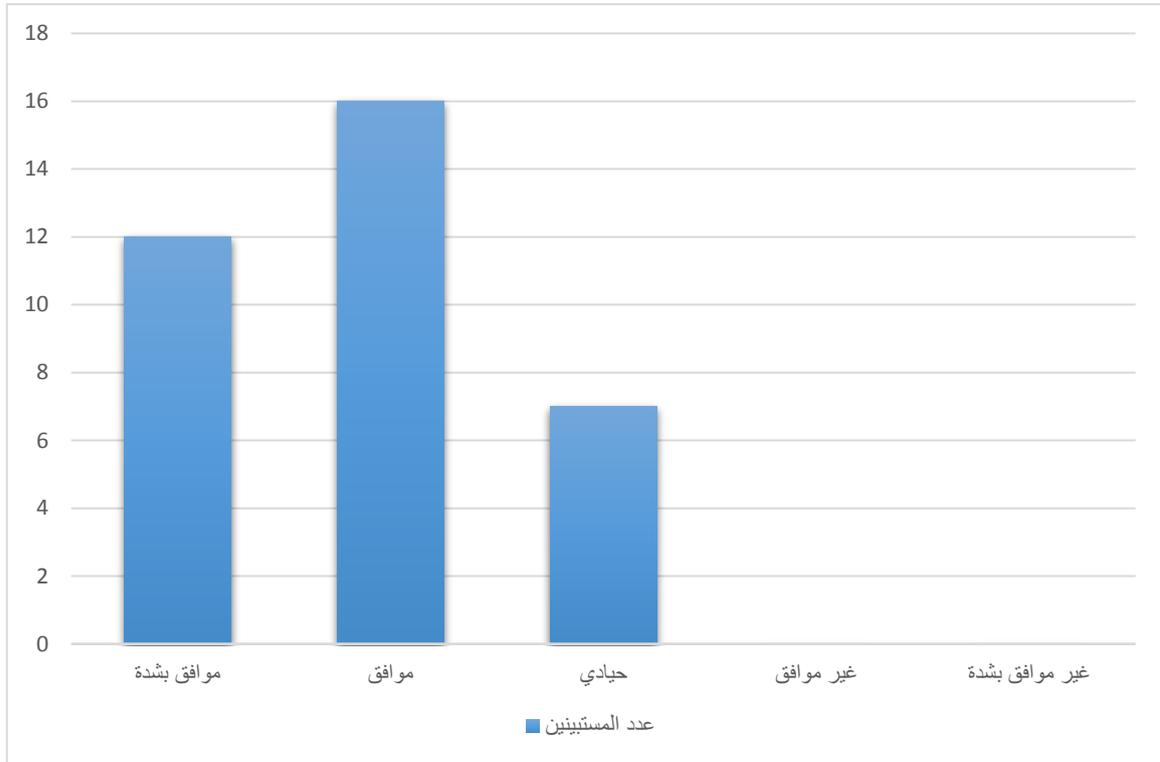
هل توافق على أن النشاط السياحي يؤثر على تطوير المرافق المحلية والبنية التحتية؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

شكل (4-5) يوضح نسبة موافقة المستبنيين على أن النشاط السياحي يؤثر على تطوير المرافق المحلية

والبنية التحتية



هل توافق على أن النشاط السياحي يؤثر على تطوير المرافق المحلية والبنية التحتية؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

يتضح من الجدول (4-5) والشكل (4-5) أن أغلبية المستبنيين وافقوا على أن النشاط السياحي يؤثر على تطوير المرافق المحلية والبنية التحتية وذلك بنسبة 37.29% لموافق بشدة و 45.71% لموافق وكان 20% منهم حيادياً.

ويرجع ذلك الى فهم المستبنيين باعتبارهم ممارسين للنشاط السياحي أن النشاط السياحي لابد أن يتم دعمه ببنية تحتية ملائمة لاستقبال واستقطاب السياح.

6-1- جدول (4-6) يوضح رأي المستبنيين في إمكانية زيادة الطلب السياحي بدلالة الأطر التقنية

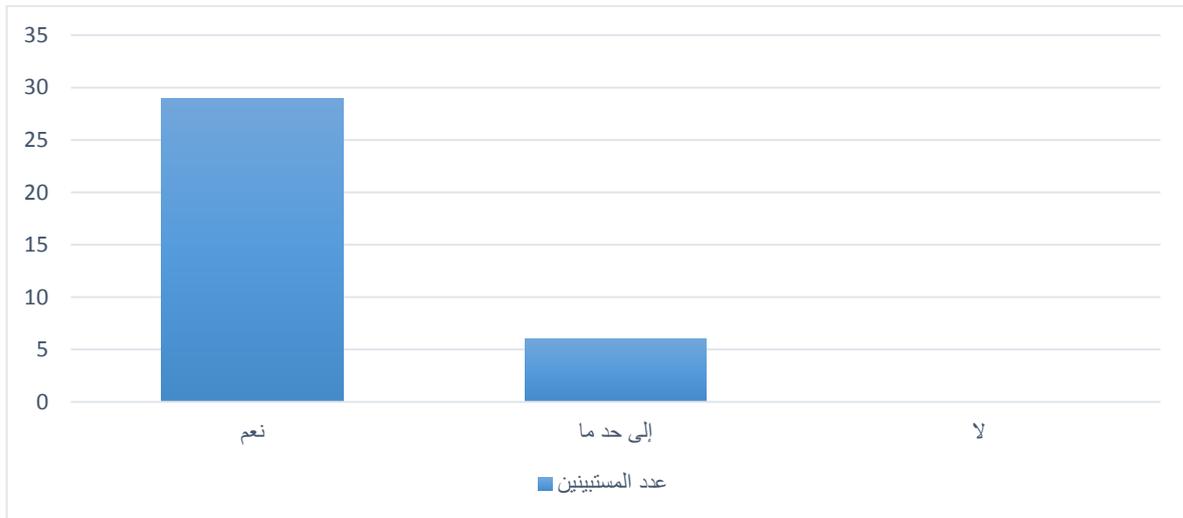
والبشرية

| الإجابة | عدد المستبنيين | النسبة المئوية |
|-----------|----------------|----------------|
| نعم | 29 | 82.86% |
| على حد ما | 06 | 17.14% |
| لا | 00 | 00% |

هل إضافة الأطر التقنية والبشرية كفيلة بزيادة الطلب السياحي بالمنطقة؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

شكل (4-6) يوضح رأي المستبنيين في إمكانية زيادة الطلب السياحي بدلالة الأطر التقنية والبشرية



هل إضافة الأطر التقنية والبشرية كفيلة بزيادة الطلب السياحي بالمنطقة؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

يتضح من الجدول (4-6) والشكل (4-6) أن إضافة الأطر التقنية والبشرية كفيلة بزيادة الطلب السياحي بالمنطقة وذلك لإجابة أغلبية المستبنيين بـ نعم 82.86% وباقي العمال بـ على حد ما 17.14% فيما

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

انعدمت نسبة من يعترض على هذا، فكل المستبئين حتى ولو بنسب مختلفة يدركون أهمية الأطر البشرية والتقنية لتحقيق الزيادة في الطلب السياحي.

7-1- جدول (4-7) يوضح الصعوبات التي تواجه المجتمع المحلي في استغلال النشاط السياحي

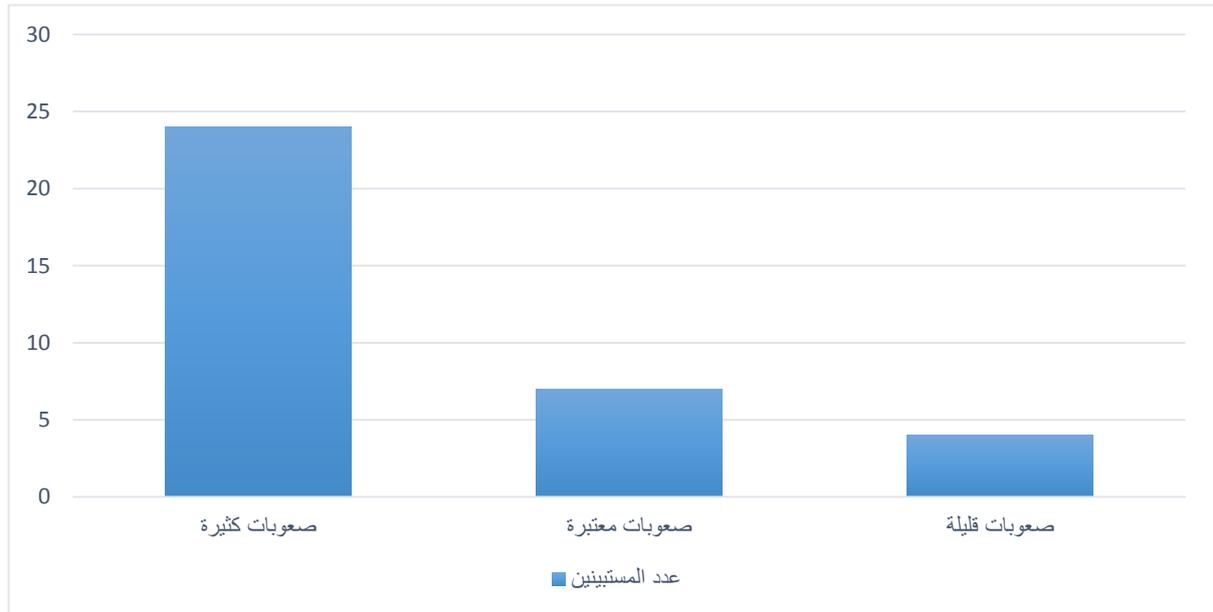
بشكل أفضل

| الإجابة | عدد المستبئين | النسبة المئوية |
|---------------|---------------|----------------|
| صعوبات كثيرة | 24 | 68.57% |
| صعوبات معتبرة | 07 | 20% |
| صعوبات قليلة | 04 | 11.43% |

هل تواجه المجتمع المحلي صعوبات في استغلال النشاط السياحي بشكل أفضل؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

شكل (4-7) يوضح الصعوبات التي تواجه المجتمع المحلي في استغلال النشاط السياحي بشكل أفضل



هل تواجه المجتمع المحلي صعوبات في استغلال النشاط السياحي بشكل أفضل؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

يتضح من الجدول (7-4) والشكل (7-4) أن المجتمع المحلي يواجه صعوبات كثيرة في استغلال النشاط السياحي بشكل أفضل وذلك بنسبة كبيرة تقدر بـ 68.57% في حين 20% من المستبنيين أجابوا أن الصعوبات التي تواجهها صعوبات معتبرة، و 11.43% أجابوا بأنها صعوبات قليلة. حيث يرى الأغلبية أن المجتمع المحلي تواجهه عوائق لتحقيق العوائد المرجوة التي تتوافق مع الإمكانيات السياحية الكامنة للمنطقة واستغلالها كما ينبغي.

8-1- جدول (8-4) يوضح نسبة التركيز على التخطيط الذكي في تطوير القطاع السياحي في

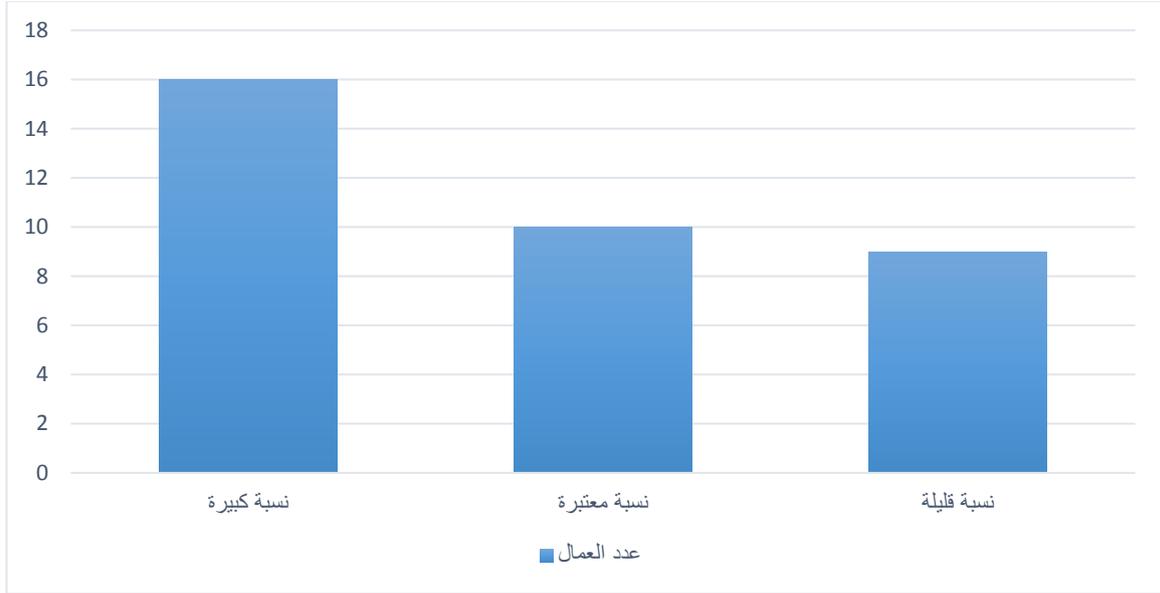
المنطقة

| الإجابة | عدد المستبنيين | النسبة المئوية |
|-------------|----------------|----------------|
| نسبة كبيرة | 16 | 45.71% |
| نسبة معتبرة | 10 | 28.57% |
| نسبة قليلة | 09 | 25.71% |

إلى أي نسبة يتم التركيز على التخطيط الذكي في تطوير القطاع السياحي في منطقتك؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

شكل (4-8) يوضح نسبة التركيز على التخطيط الذكي في تطوير القطاع السياحي في المنطقة



إلى أي نسبة يتم التركيز على التخطيط الذكي في تطوير القطاع السياحي في منطقتك؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

يتضح من الجدول (4-8) والشكل (4-8) ان التركيز على التخطيط الذكي في تطوير القطاع السياحي في المنطقة يكون بنسبة كبيرة وذلك حسب إجابة أغلب المستبنيين 45.71% بينما انقسم رأي البقية الى الإجابة بنسبة معتبرة 28.57% من المستبنيين والاجابة بنسبة قليلة 25.71%.

حيث يري أغلبية المستبنيين أن هناك نية حقيقية من ممارسي التخطيط للتركيز على التخطيط الذكي والاستراتيجي لتطوير القطاع.

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

9-1- جدول (4-9) يوضح نسبة تطبيق استراتيجيات التنمية السياحية المستدامة في عمليات

التخطيط للفعاليات والتظاهرات السياحية

| الإجابة | عدد المستبئين | النسبة المئوية |
|-----------|---------------|----------------|
| نعم | 25 | 71.43% |
| إلى حد ما | 09 | 25.71% |
| لا | 01 | 2.9% |
| رأي آخر | 00 | 00% |

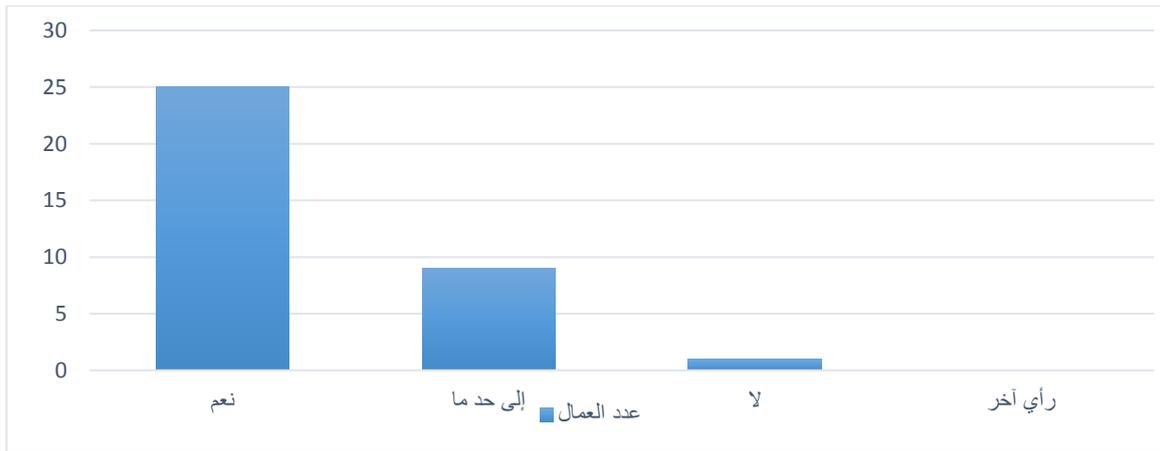
هل يتم تطبيق استراتيجيات التنمية السياحية المستدامة في عمليات التخطيط للفعاليات والتظاهرات

السياحية؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

شكل (4-9) يوضح نسبة تطبيق استراتيجيات التنمية السياحية المستدامة في عمليات التخطيط للفعاليات

والتظاهرات السياحية



هل يتم تطبيق استراتيجيات التنمية السياحية المستدامة في عمليات التخطيط للفعاليات والتظاهرات

السياحية؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

يتضح من الجدول (4-9) والشكل (4-9) أن تطبيق استراتيجيات التنمية السياحية المستدامة في عمليات التخطيط للفعاليات والتظاهرات السياحية يكون بنسبة كبيرة وذلك لإجابة 71.43% من المستبنيين بـ نعم و 25.7% من المستبنيين بـ إلى حد ما بينما كانت الإجابة بـ لا شبه معدومة 2.9%.

أغلبية المستبنيين تقول بأنه يتم تطبيق استراتيجيات التنمية السياحية المستدامة في عمليات التخطيط للفعاليات والتظاهرات السياحية وذلك بسبب الارتباط الوثيق بين فكرة السياحة والنشاطات السياحية من جهة والاستدامة والتنمية من جهة أخرى.

10-1- جدول (4-10) يوضح تغطية الخطط السياحية المستعملة من ممارسي التخطيط السياحي

على استراتيجيات محددة لتعزيز الاستدامة البيئية والاجتماعية

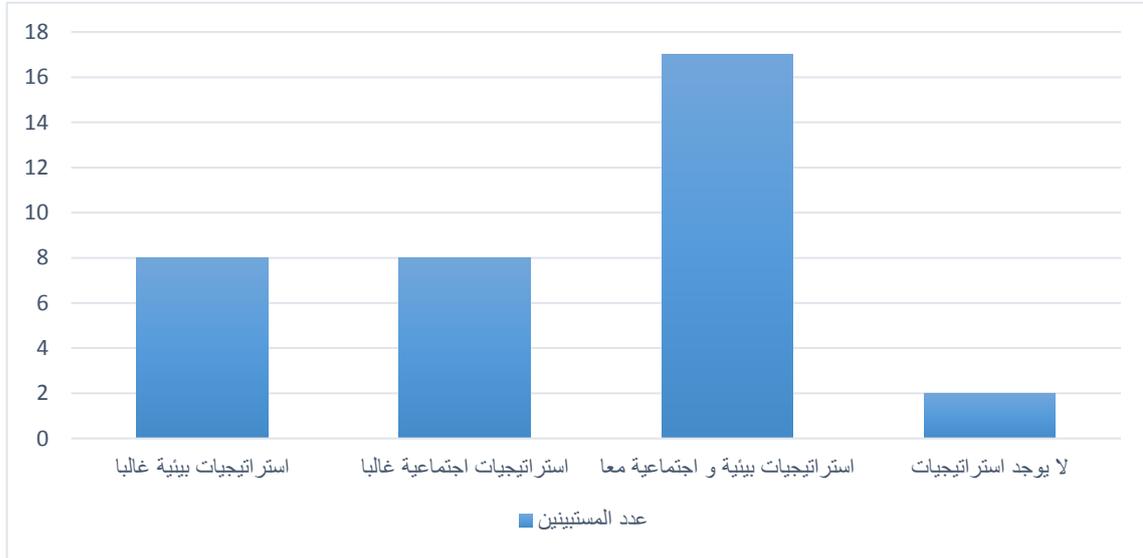
| الإجابة | عدد المستبنيين | النسبة المئوية |
|---------------------------------|----------------|----------------|
| استراتيجيات بيئية غالبا | 08 | 22.86% |
| استراتيجيات اجتماعية غالبا | 08 | 22.86% |
| استراتيجيات بيئية واجتماعية معا | 17 | 48.57% |
| لا يوجد استراتيجيات فعلية | 02 | 5.71% |

هل تشمل الخطط السياحية في منطقتك استراتيجيات محددة لتعزيز الاستدامة البيئية والاجتماعية؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

شكل (4-10) يوضح شمولية الخطط السياحية على استراتيجيات محددة لتعزيز الاستدامة البيئية والاجتماعية



هل تشمل الخطط السياحية في منطقتك استراتيجيات محددة لتعزيز الاستدامة البيئية والاجتماعية؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

يتضح من الجدول (4-10) والشكل (4-10) أن الخطط السياحية تشمل على استراتيجيات لتعزيز الاستدامة البيئية والاجتماعية معا بنسبة تقدر بـ 48.57% وذلك حسب إجابة المستبينين، بينما من 22.86%

من المستبينين كانت اجابتهم استراتيجيات بيئية غالبا أو استراتيجيات اجتماعية غالبا بينما 5.71% من المستبينين رأوا أنه لا يوجد استراتيجيات فعلية.

ويرجع ذلك إما لكونهم من ممارسي التخطيط أو باحثاڪهم الدائم بممارسي التخطيط السياحي فنجد أنه في الغالب توجد استراتيجيات متبعة بيئية واجتماعية بغض النظر عن نجاعتها أو سلاسة تطبيقها في المنطقة.

11-1- جدول (4-11) يوضح مدى أهمية التنسيق والتعاون بين الجهات المعنية في عمليات

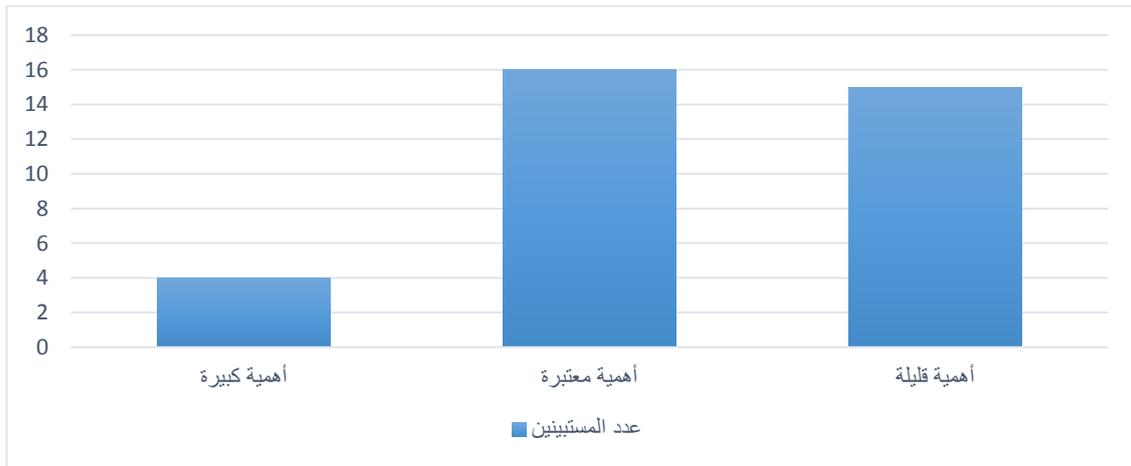
التخطيط السياحي.

| الإجابة | عدد المستبئين | النسبة المئوية |
|--------------|---------------|----------------|
| أهمية كبيرة | 04 | 11.43% |
| أهمية معتبرة | 16 | 45.71% |
| أهمية قليلة | 15 | 42.86% |

إلى أي مدى تُعطى أهمية للتنسيق والتعاون بين الجهات المعنية في عمليات التخطيط السياحي؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

شكل (4-11) يوضح مدى أهمية التنسيق والتعاون بين الجهات المعنية في عمليات التخطيط السياحي



إلى أي مدى تُعطى أهمية للتنسيق والتعاون بين الجهات المعنية في عمليات التخطيط السياحي؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

يتضح من الجدول (4-11) والشكل (4-11) أنه تُعطى أهمية معتبرة للتنسيق والتعاون بين الجهات

المعنية في عمليات التخطيط السياحي بنسبة 45.71% حسب رأي المستبئين وهي نسبة متقاربة جدا مع

من كانت إجابتهم أنه تعطى أهمية قليلة 42.86% بينما كانت إجابة البقية بـ 11.43% لـ أهمية كبيرة.

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

ويرجع ذلك إلى كون التنسيق خطوة أساسية في التخطيط السياحي، لذلك فإن الأغلبية ترى أنه يجب التركيز عليه بنسبة أكبر.

12-1- جدول (4-12) يوضح نسب اعتبار الدراسات والأبحاث السياحية مدخلاً هاماً للمساعدة في

عملية التخطيط الذكي للتنمية السياحية

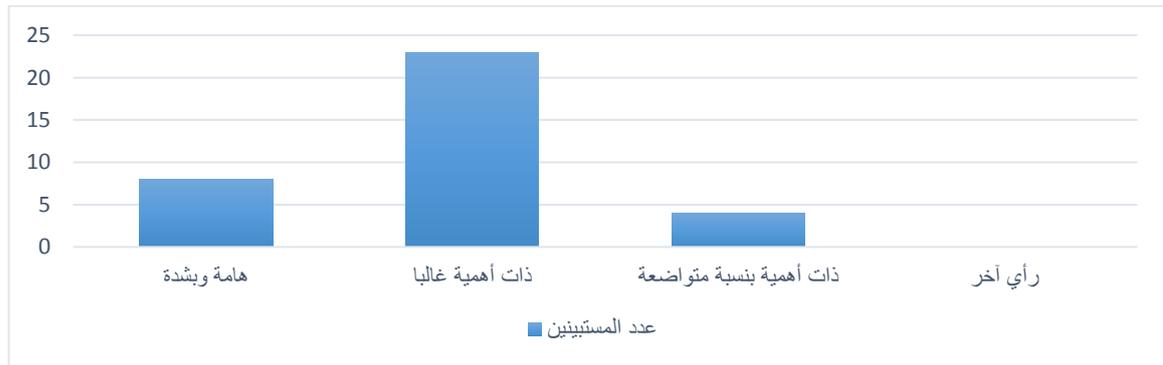
| الإجابة | عدد العمال | النسبة المئوية |
|-------------------------|------------|----------------|
| هامة وبشدة | 08 | 22.86% |
| ذات أهمية غالباً | 23 | 65.71% |
| ذات أهمية بنسبة متواضعة | 04 | 11.43% |
| رأي آخر | 00 | 00% |

هل تُعتبر الدراسات والأبحاث السياحية مدخلاً هاماً للمساعدة في عملية التخطيط الذكي للتنمية السياحية؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

شكل (4-12) يوضح نسبة اعتبار الدراسات والأبحاث السياحية مدخلاً هاماً للمساعدة في عملية التخطيط

الذكي للتنمية السياحية



هل تُعتبر الدراسات والأبحاث السياحية مدخلاً هاماً للمساعدة في عملية التخطيط الذكي للتنمية السياحية؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

يتضح من الجدول (4-12) والشكل (4-12) أن الدراسات والأبحاث السياحية تعتبر مدخلاً ذا أهمية غالباً للمساعدة في عملية التخطيط الذكي للتنمية السياحية حسب رأي 65.71% من المستبنيين بينما أجاب البعض — هامة وبشدة بنسبة 22.86%، أما البقية وبنسبة 11.43% أجابوا بأن هذه الدراسات والأبحاث السياحية تعتبر ذات أهمية بنسبة متواضعة للمساعدة في عملية التخطيط الذكي للتنمية السياحية.

حيث يرى أغلبية المستبنيين أن هاته الأبحاث ذات أهمية للتخطيط السياحي لأنها توفر مصدراً للمعلومة المدروسة والمنقحة التي تساعد في عملية اتخاذ القرار والتطوير.

13-1- الجدول (4-13) يوضح نسبة توفر الخطط السياحية على آليات فعالة للتعامل مع التحديات

والمشكلات المحتملة التي تواجه عملية التنمية السياحية

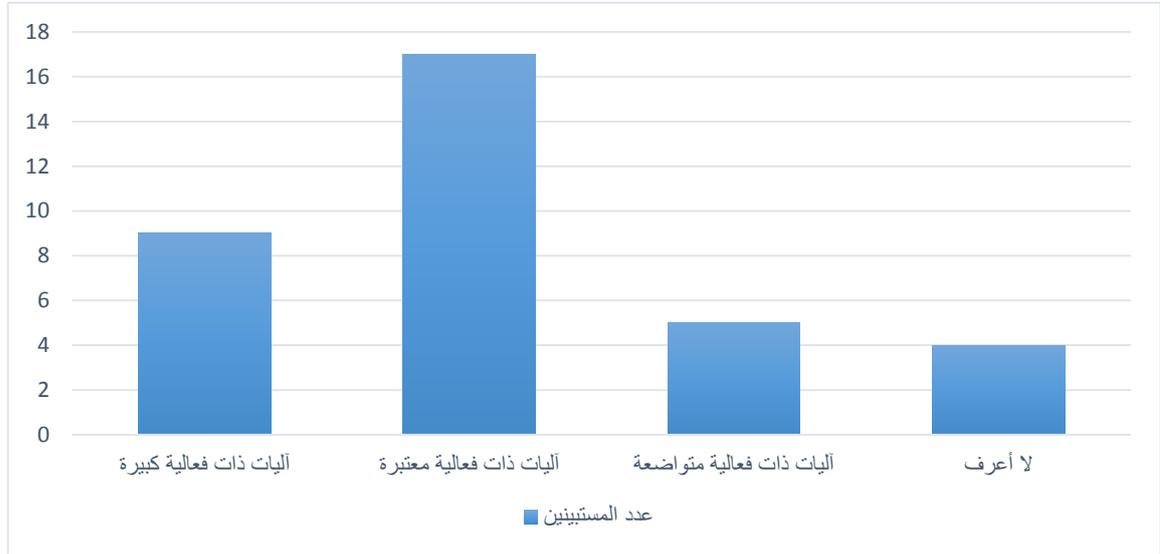
| الإجابة | عدد المستبنيين | النسبة المئوية |
|--------------------------|----------------|----------------|
| آليات ذات فعالية كبيرة | 09 | 25.71% |
| آليات ذات فعالية معتبرة | 17 | 48.57% |
| آليات ذات فعالية متواضعة | 05 | 12.28% |
| لا أعرف | 04 | 11.43% |

هل تتضمن الخطط السياحية آليات فعالة للتعامل مع التحديات والمشكلات المحتملة التي تواجه عملية التنمية السياحية؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

الشكل (4-13) يوضح نسبة تضمن الخطط السياحية آليات فعالة للتعامل مع التحديات والمشكلات

المحتملة التي تواجه عملية التنمية السياحية



هل تتضمن الخطط السياحية آليات فعالة للتعامل مع التحديات والمشكلات المحتملة التي تواجه عملية

التنمية السياحية؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

يتضح من الجدول (4-13) والشكل (4-13) أن الخطط السياحية تتضمن آليات ذات فعالية معتبرة

للتعامل مع التحديات والمشكلات المحتملة التي تواجه عملية التنمية السياحية وذلك بنسبة 48.57%

وآليات ذات فعالية كبيرة بنسبة 25.71% ووصفها بعض المستجيبين بأنها آليات ذات فعالية متواضعة بنسبة

12.28%.

حيث ركزت الأغلبية على فعالية هاته الخطط خاصة إذا تم تطبيقها كما ينبغي وأجابت فئة قليلة بعدم

فعالية هاته الخطط إما لضعفها أو صعوبة تطبيقها.

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

14-1- الجدول (4-14) يوضح اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عمليات التخطيط السياحي

لتحقيق التنمية الذكية

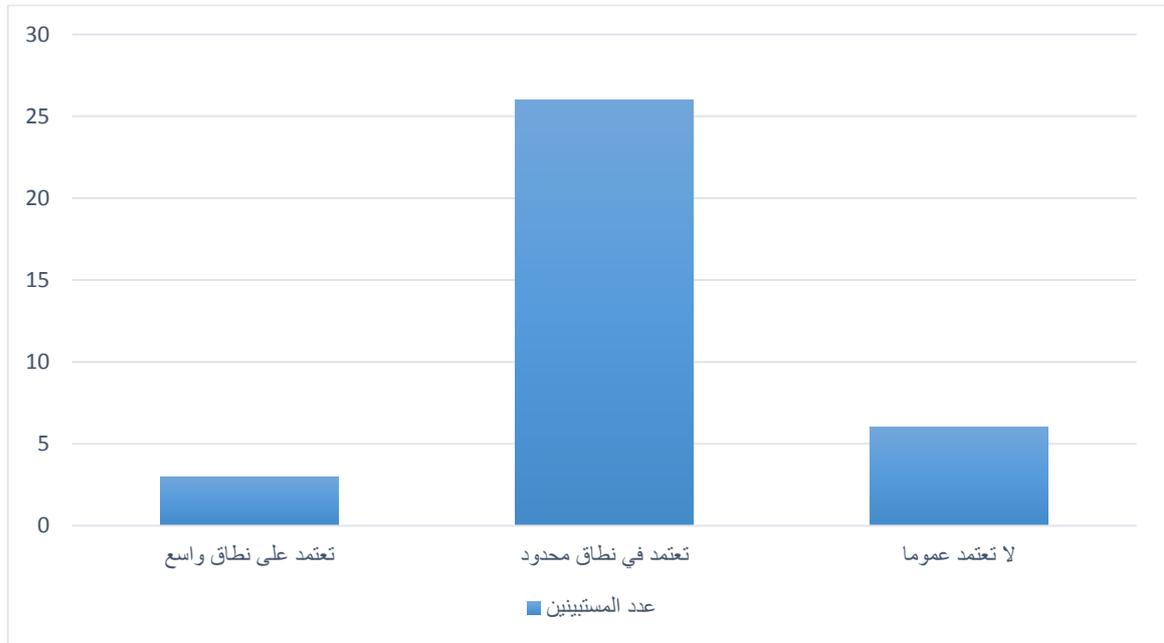
| الإجابة | عدد المستبنيين | النسبة المئوية |
|---------------------|----------------|----------------|
| تعتمد على نطاق واسع | 03 | %8.57 |
| تعتمد في نطاق محدود | 26 | %74.29 |
| لا تعتمد عموما | 06 | %17.14 |

هل تُعتمد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عمليات التخطيط السياحي لتحقيق التنمية الذكية؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

الشكل (4-14) يوضح مساحة اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عمليات التخطيط السياحي

لتحقيق التنمية الذكية



هل تُعتمد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عمليات التخطيط السياحي لتحقيق التنمية الذكية؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

يتضح من الجدول (4-14) والشكل (4-14) أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عمليات التخطيط السياحي لتحقيق التنمية الذكية تعتمد في نطاق محدود وذلك بنسبة 74.29% بينما انقسم رأي المستبئين المتبقين إلى لا تعتمد عموماً بنسبة 17.14% وتعتمد على نطاق واسع بنسبة أقل 8.57%. أجابت الأغلبية بأن تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عمليات التخطيط السياحي تستعمل في نطاق محدود ولا تؤدي الغرض المرجو منها بشكل كامل.

15-1-جدول (4-15) يوضح توفر الموارد المادية والبشرية اللازمة لتنفيذ الخطط السياحية بشكل

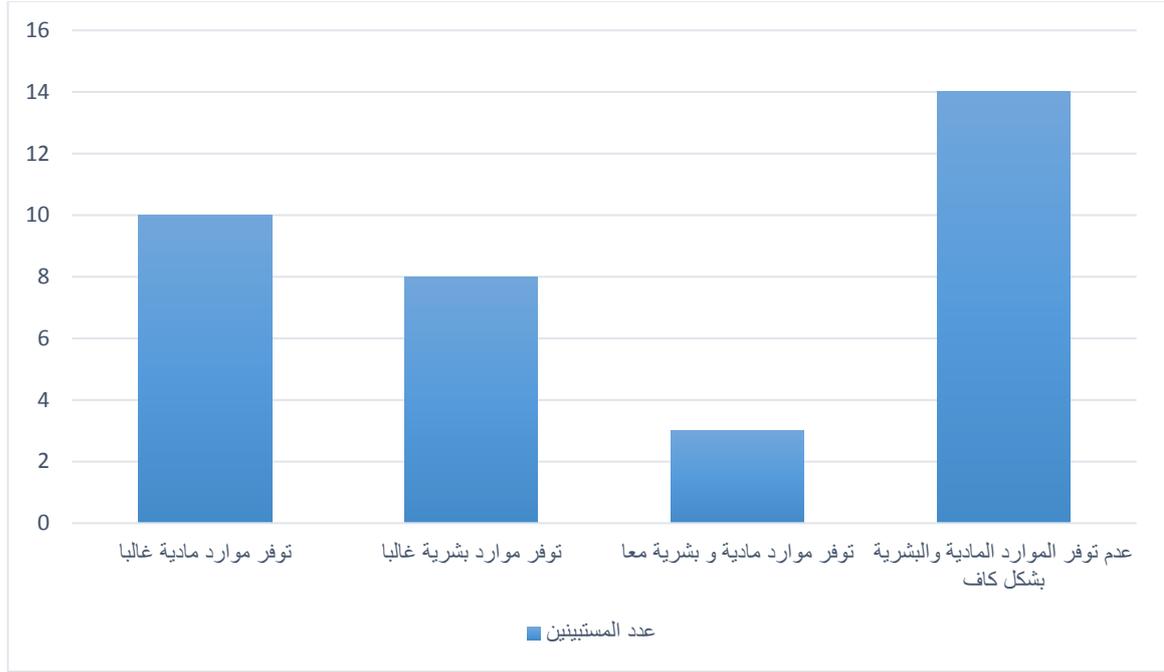
صحيح وفعال

| الإجابة | عدد المستبئين | النسبة المئوية |
|--------------------------------------------|---------------|----------------|
| توفر موارد مادية غالباً | 10 | 28.57% |
| توفر موارد بشرية غالباً | 08 | 22.86% |
| توفر موارد مادية وبشرية معاً | 03 | 8.57% |
| عدم توفر الموارد المادية والبشرية بشكل كاف | 14 | 40% |

هل تتوفر الموارد المادية والبشرية اللازمة لتنفيذ الخطط السياحية بشكل صحيح وفعال؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

شكل (4-15) يوضح توفر الموارد المادية والبشرية اللازمة لتنفيذ الخطط السياحية بشكل صحيح وفعال



هل تتوفر الموارد المادية والبشرية اللازمة لتنفيذ الخطط السياحية بشكل صحيح وفعال؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

يتضح من الجدول (4-15) والشكل (4-15) عدم توفر الموارد المادية والبشرية اللازمة بشكل كاف لتنفيذ الخطط السياحية بشكل صحيح وفعال وذلك حسب إجابة 40% من المستبئين بينما أجاب البعض بتوفر الموارد المادية غالبا بنسبة 28.57% من المستبئين وتوفر الموارد البشرية غالبا بنسبة 22.86% وتوفرهما معا بنسبة 8.57%.

أجابت الأغلبية بعدم توفر كل من الموارد البشرية والمادية معا بشكل كاف مما يعوق تطبيق الخطط السياحية المبرمجة بشكل صحيح وفعال.

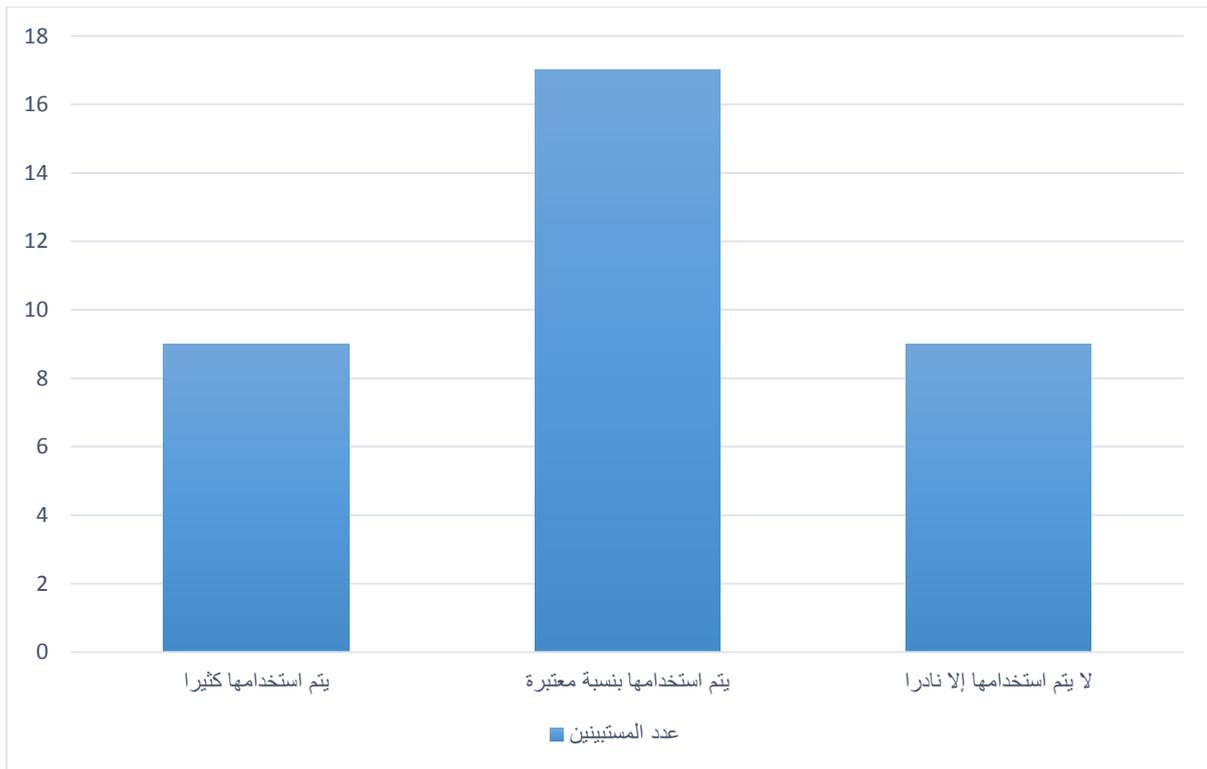
16-1- جدول (4-16) يوضح استخدام الأيقونات الرقمية كإطار لتخطيط السياحة الذكية في المنطقة.

| الإجابة | عدد المستبينين | النسبة المئوية |
|----------------------------|----------------|----------------|
| يتم استخدامها كثيرا | 09 | 25.71% |
| يتم استخدامها بنسبة معتبرة | 17 | 48.57% |
| لا يتم استخدامها إلا نادرا | 09 | 25.71% |

هل يتم استخدام الأيقونات الرقمية كإطار لتخطيط السياحة الذكية في منطقتك؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

شكل (4-16) يوضح استخدام الأيقونات الرقمية كإطار لتخطيط السياحة الذكية في المنطقة



هل يتم استخدام الأيقونات الرقمية كإطار لتخطيط السياحة الذكية في منطقتك؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

يتضح من الجدول (4-16) والشكل (4-16) أن الايقونات الرقمية يتم استخدامها بنسبة معتبرة كإطار لتخطيط السياحة الذكية في المنطقة بنسبة 48.57% بينما تساوت نسبة المستبنيين الذين أجابوا بأنه يتم استخدامها كثيرا ولا يتم استخدامها إلا نادرا بنسبة 25.71%.

وأشارت أغلبية المستبنيين أنه يتم استخدام الأيقونات الرقمية كإطار للتخطيط السياحي خاصة وأن المنطقة تزخر بالأيقونات السياحية الطبيعية والثقافية وغيرها، فيما أشارت قلة منهم إلى أنها لا تستعمل كما ينبغي.

17-1- جدول (4-17) يوضح مدى تضمن الخطط السياحية الذكية استخدام التكنولوجيا الرقمية والأنظمة الذكية لتحسين تجربة السياحة.

| الإجابة | عدد المستبنيين | النسبة المئوية |
|----------------|----------------|----------------|
| موافق بشدة | 01 | 2.86% |
| موافق | 07 | 20% |
| حيادي | 11 | 31.43% |
| غير موافق | 14 | 40% |
| غير موافق بشدة | 02 | 5.71% |

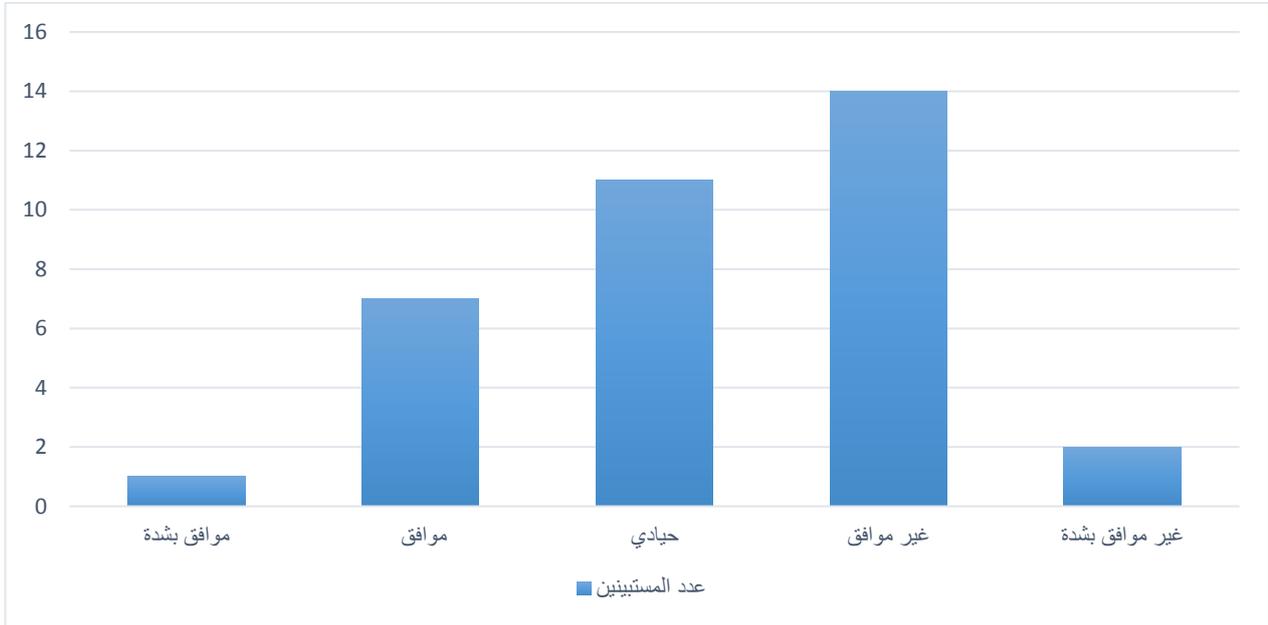
حسب رأيك، الى أي مدى ترى أن الخطط السياحية الذكية في منطقتك تتضمن استخدام التكنولوجيا الرقمية والأنظمة

الذكية لتحسين تجربة السياحة؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

شكل (4-17) يوضح مدى احتواء الخطط السياحية الذكية استخدام التكنولوجيا الرقمية والأنظمة الذكية لتحسين تجربة السياحة.



حسب رأيك، الى أي مدى ترى أن الخطط السياحية الذكية في منطقتك تتضمن استخدام التكنولوجيا الرقمية والأنظمة الذكية لتحسين تجربة السياحة؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

يتضح من الجدول (4-17) والشكل (4-17) أن نسبة كبيرة من المستجيبين تقدر بـ 40% أجابت ب غير موافق حول احتواء الخطط السياحية الذكية استخدام التكنولوجيا الرقمية والأنظمة الذكية لتحسين تجربة السياحة بينما التزمت نسبة 31.43% الحياد ونسبة 20% أجابت ب موافق ونسبة 5.71% أجابت غير موافق ونسبة 2.86% بموافق بشدة.

النسبة الأكبر من المستجيبين لا توافق على أن الخطط السياحية تستخدم التكنولوجيا الرقمية والأنظمة الذكية في تحسين تجربة السائح، كما تحفظت نسبة كبيرة عن الإجابة واختارت الحياد ويرجع هذا لخصوصية مناصب المستجيبين وحسب نسبة اطلاعهم.

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

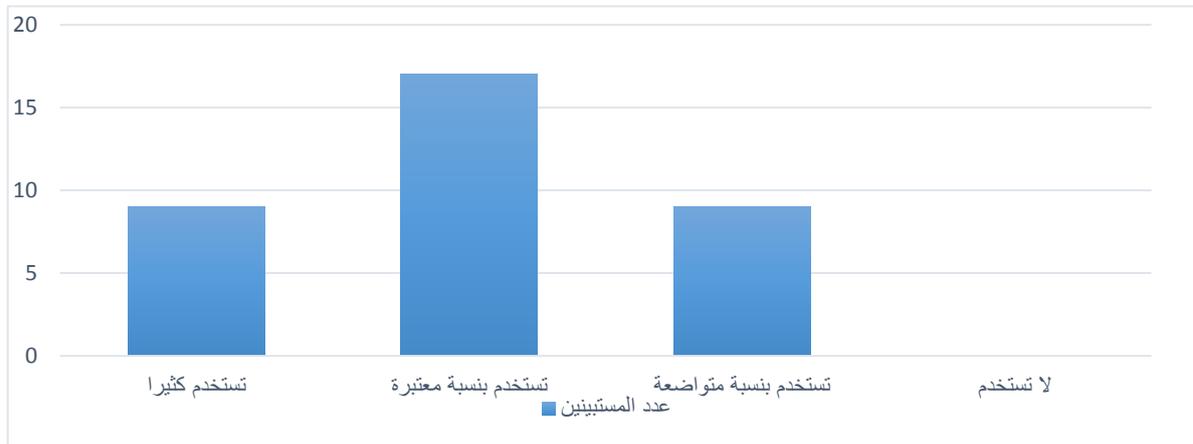
18-1- جدول (4-18) يوضح استخدام الأيقونات الرقمية لتعزيز التفاعل والتواصل بين السياح والوجهات السياحية في المنطقة.

| الإجابة | عدد المستبئين | النسبة المئوية |
|----------------------|---------------|----------------|
| تستخدم كثيرا | 09 | %25.71 |
| تستخدم بنسبة معتبرة | 17 | %48.57 |
| تستخدم بنسبة متواضعة | 09 | %25.71 |
| لا تستخدم | 00 | %00 |

هل تتم استخدام الأيقونات الرقمية لتعزيز التفاعل والتواصل بين السياح والوجهات السياحية في منطقتك؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

شكل (4-18) يوضح استخدام الأيقونات الرقمية لتعزيز التفاعل والتواصل بين السياح والوجهات السياحية في المنطقة.



هل تتم استخدام الأيقونات الرقمية لتعزيز التفاعل والتواصل بين السياح والوجهات السياحية في منطقتك؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

يتضح من الجدول (4-18) والشكل (4-18) أن الأيقونات الرقمية يتم استخدامها لتعزيز التفاعل والتواصل بين السياح والوجهات السياحية في المنطقة بنسبة معتبرة تقدر بـ 48.57% بينما تساوت نسبة المستبئين الذين أجابوا أنها تستخدم كثيرا وتستخدم بنسبة متواضعة بنسبة 25.71% وانعدمت نسبة المستبئين الذين أجابوا أنها لا تستخدم.

ورأت الأغلبية أن الأيقونات تستخدم بنسبة معتبرة إلى قليلة في تعزيز التواصل بين السائح والوجهة مع أنها أداة مهمة ترسخ الصورة وتعزز التصور في ذهن السائح.

1-19- جدول (4-19) يوضح نسبة توفير تطبيقات الهاتف المحمول والمواقع الإلكترونية المخصصة لتقديم المعلومات السياحية والخدمات الإلكترونية في المنطقة.

| الإجابة | عدد المستبئين | النسبة المئوية |
|---------------------|---------------|----------------|
| متوفرة بغزارة | 00 | 00% |
| متوفرة قليلا | 16 | 45.71% |
| غير متوفرة أو نادرة | 19 | 54.29% |

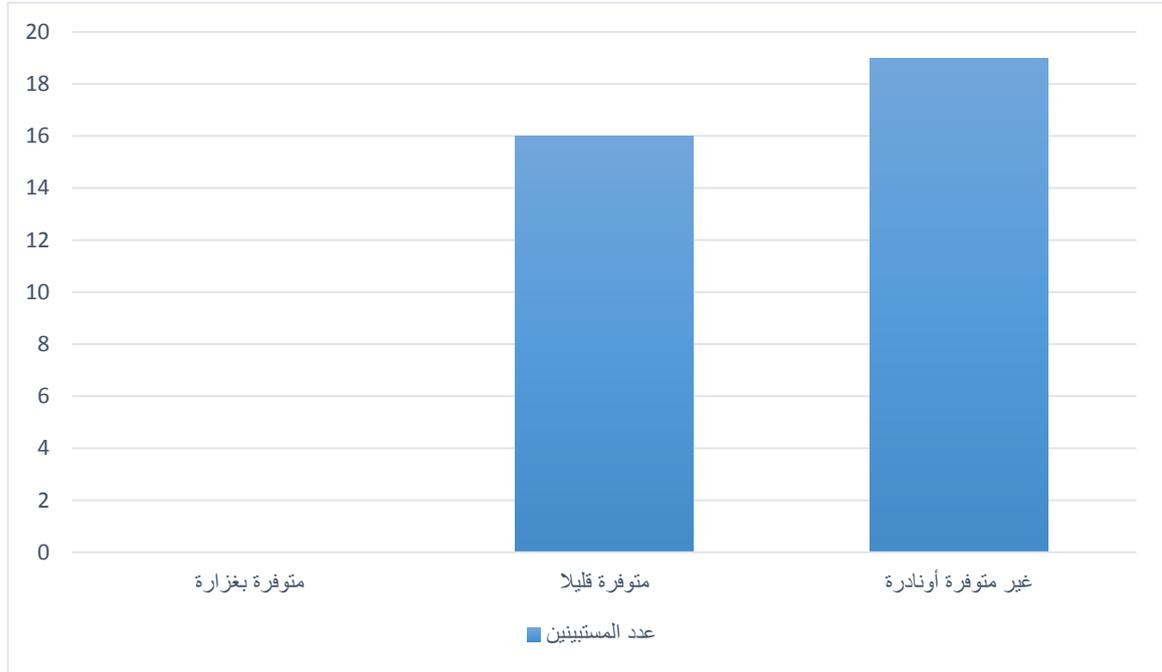
هل يتم توفير تطبيقات الهاتف المحمول والمواقع الإلكترونية المخصصة لتقديم معلومات سياحية

وخدمات إلكترونية في منطقتك؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

شكل (4-19) يوضح نسبة توفير تطبيقات الهاتف المحمول والمواقع الإلكترونية المخصصة لتقديم المعلومات السياحية والخدمات الإلكترونية في المنطقة.



هل يتم توفير تطبيقات الهاتف المحمول والمواقع الإلكترونية المخصصة لتقديم معلومات سياحية

وخدمات إلكترونية في منطقتك؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

يتضح من الجدول (4-19) والشكل (4-19) أن نسبة توفير تطبيقات الهاتف المحمول والمواقع الإلكترونية المخصصة لتقديم المعلومات السياحية والخدمات الإلكترونية في المنطقة غير متوفرة أو تكاد تكون نادرة وذلك بنسبة 54.29% بينما أجاب بقية المستجيبين بأنها متوفرة قليلا بنسبة 45.71% وانعدمت نسبة توفرها بغزارة.

تباينت الإجابات بين عدم توفر أو ندرة هاته التطبيقات والمواقع، لكن مما لا شك فيه أن الطلب والحاجة إليها في تزايد حسب المتطلبات الحالية.

20-1-جدول (4-20) يوضح مدى توفير المناطق السياحية في المنطقة لخدمات التوجيه والتنقل

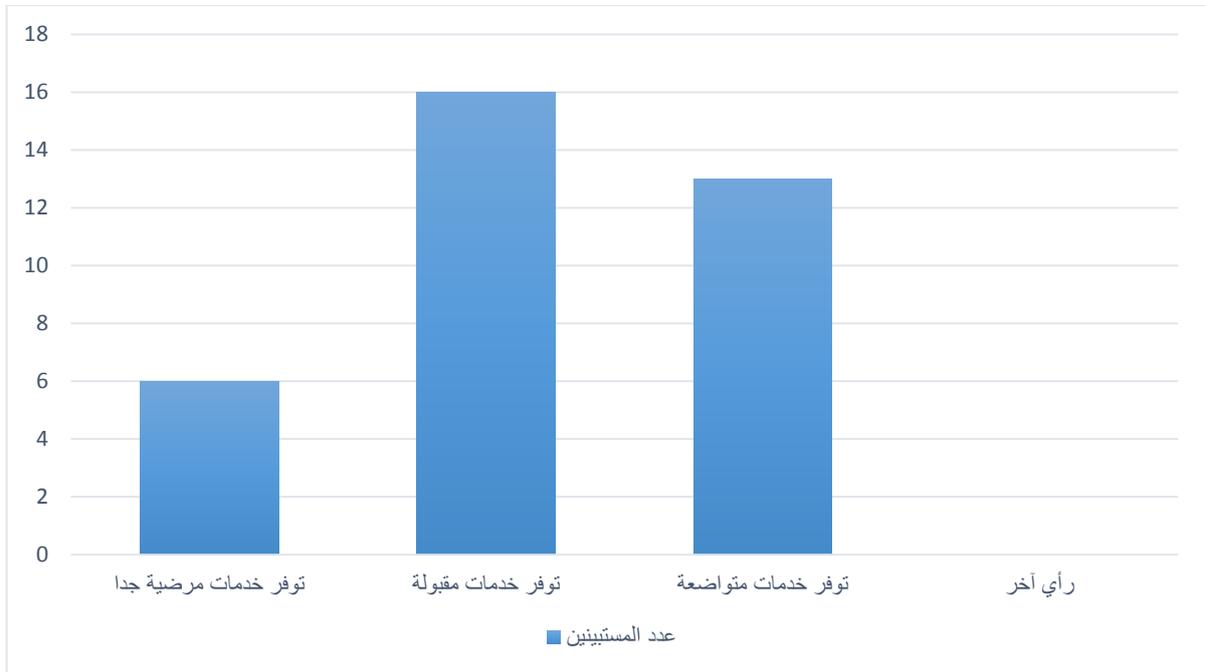
الذكي للزوار.

| الإجابة | عدد المستبئين | النسبة المئوية |
|----------------------|---------------|----------------|
| توفر خدمات مرضية جدا | 06 | 17.14% |
| توفر خدمات مقبولة | 16 | 45.71% |
| خدمات متواضعة | 13 | 37.14% |
| رأي آخر | 00 | 00% |

هل توفر المناطق السياحية في منطقتك خدمات التوجيه والتنقل الذكي للزوار؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023.

شكل (4-20) يوضح مدى توفير المناطق السياحية في المنطقة لخدمات التوجيه والتنقل الذكي للزوار.



هل توفر المناطق السياحية في منطقتك خدمات التوجيه والتنقل الذكي للزوار؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023.

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

يتضح من الجدول (20-4) والشكل (4-20) أن خدمات التوجيه والتنقل الذكي للزوار التي توفرها المناطق السياحية هي خدمات مقبولة وذلك بنسبة 45.71% بينما أجاب بعض المستبنيين بأنها توفر خدمات متواضعة بنسبة 37.14% أما المستبنيين المتبقين فأجابوا بأنها توفر خدمات مرضية جدا بنسبة 17.14% بينما انعدمت نسبة من لديهم رأي آخر.

ترجح أغلب الإجابات توفر خدمات متواضعة إلى مقبولة ونادرا ما تكون مرضية وذلك لكونها غير عملية ولا يتم تطويرها بشكل فعلي يخدم النشاط السياحي.

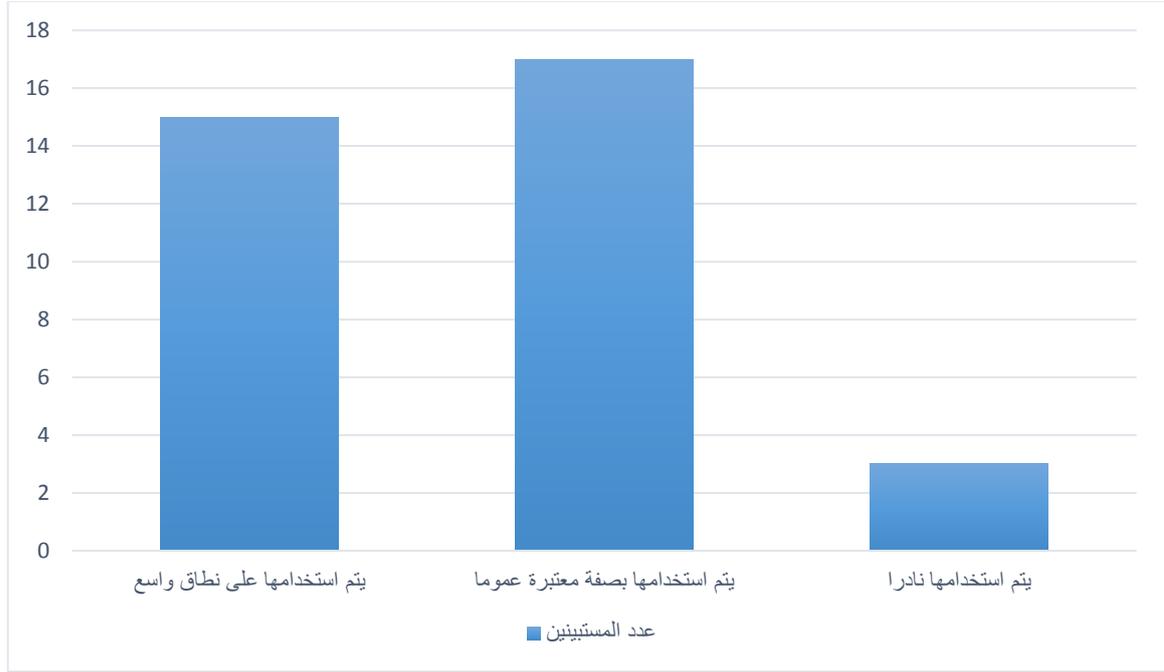
1-21- جدول (4-21) يوضح استخدام الأنظمة الذكية لإدارة الحجوزات والتسهيلات السياحية في المنطقة.

| الإجابة | عدد المستبنيين | النسبة المئوية |
|---------------------------------|----------------|----------------|
| يتم استخدامها على نطاق واسع | 15 | 42.86% |
| يتم استخدامها بصفة معتبرة عموما | 17 | 48.57% |
| يتم استخدامها نادرا | 3 | 8.57% |

هل يتم استخدام الأنظمة الذكية لإدارة الحجوزات والتسهيلات السياحية في منطقتك؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023.

شكل (4-21) يوضح استخدام الأنظمة الذكية لإدارة الحجوزات والتسهيلات السياحية في المنطقة.



هل يتم استخدام الأنظمة الذكية لإدارة الحجوزات والتسهيلات السياحية في منطقتك؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023.

يتضح من الجدول (4-21) والشكل (4-21) أن استخدام الأنظمة الذكية لإدارة الحجوزات والتسهيلات السياحية في المنطقة يتم بصفة معتبرة عموما وذلك بنسبة 48.57% وأجاب المستبئين عن استخدامها على نطاق واسع بنسبة 42.86% أما البقية أجابوا أنه يتم استخدامها نادرا بنسبة 8.57%. نلاحظ أن الإجابات ترجح استخدام أنظمة الحجز الذكية على نطاق معتبر عموما ويبدو ذلك جليا في وكالات السياحة والأسفار وأنظمة الحجوزات الجوية والحجز الفندقي.

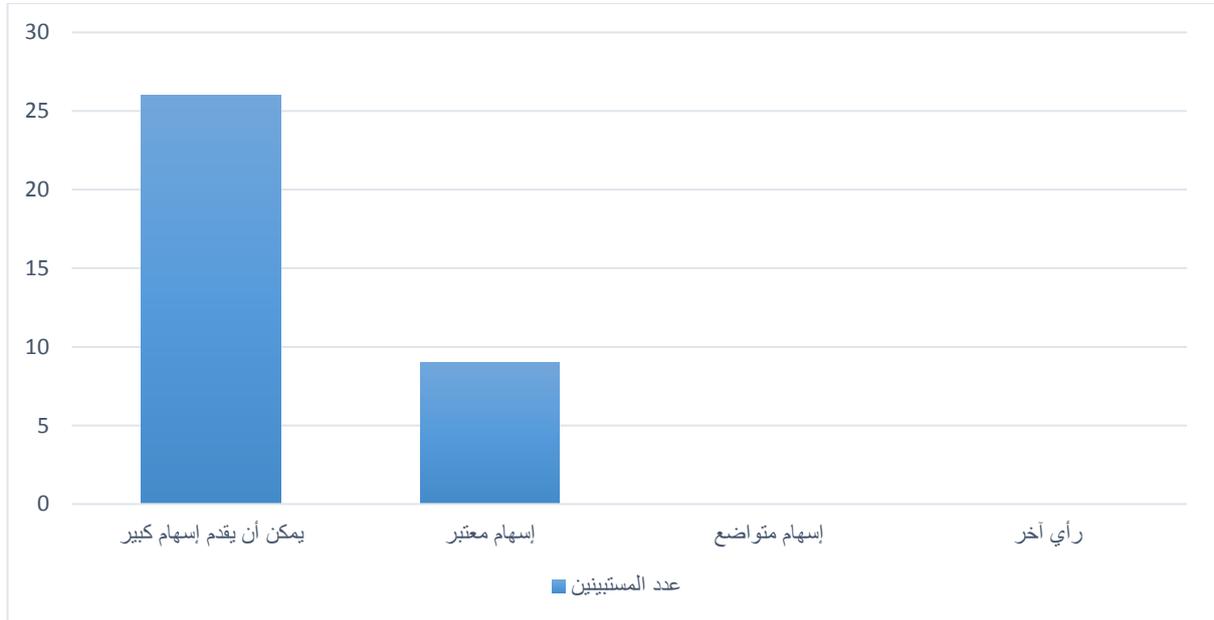
1-22- جدول (4-22) يوضح إمكانية إسهام التخطيط الذكي في تحسين جودة العروض السياحية في ولاية قالمة.

| الإجابة | عدد المستبئين | النسبة المئوية |
|-------------------------|---------------|----------------|
| يمكن أن يقدم إسهام كبير | 26 | 74.29% |
| إسهام معتبر | 09 | 25.71% |
| إسهام متواضع | 00 | 00% |
| رأي آخر | 00 | 00% |

هل تعتقد أن التخطيط الذكي يمكن أن يسهم في تحسين جودة العروض السياحية في ولاية قالمة؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023

شكل (4-22) يوضح إمكانية إسهام التخطيط الذكي في تحسين جودة العروض السياحية في ولاية قالمة



هل تعتقد أن التخطيط الذكي يمكن أن يسهم في تحسين جودة العروض السياحية في ولاية قالمة؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023.

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

يتضح من الجدول (4-22) والشكل (4-22) أن التخطيط الذكي يمكن أن يقدم إسهام كبير في تحسين جودة العروض السياحية في ولاية قالمة وذلك بنسبة تقدر بـ 74.29% أما بقية المستبنيين كانت إجاباتهم أن التخطيط الذكي يمكن أن يقدم إسهام معتبر وذلك بنسبة 25.71% وكانت نسبة من لديهم رأي آخر معدومة.

تعتقد النسبة الأكبر من المستبنيين أن التخطيط الذكي يمكن أن يقدم إسهام كبير في تحسين جودة العروض السياحية وتطوير الأساليب والإمكانيات اقتصاد الجهود والموارد.

1-23-جدول (4-23) يوضح مدى قدرة توفير معلومات سياحية دقيقة ومحدثة على المساعدة في جذب المزيد من الزوار إلى ولاية قالمة.

| الإجابة | عدد المستبنيين | النسبة المئوية |
|----------------|----------------|----------------|
| نعم بالتأكيد | 29 | 82.86% |
| إلى حد ما | 06 | 17.14% |
| لا يساعد كثيرا | 00 | 00% |

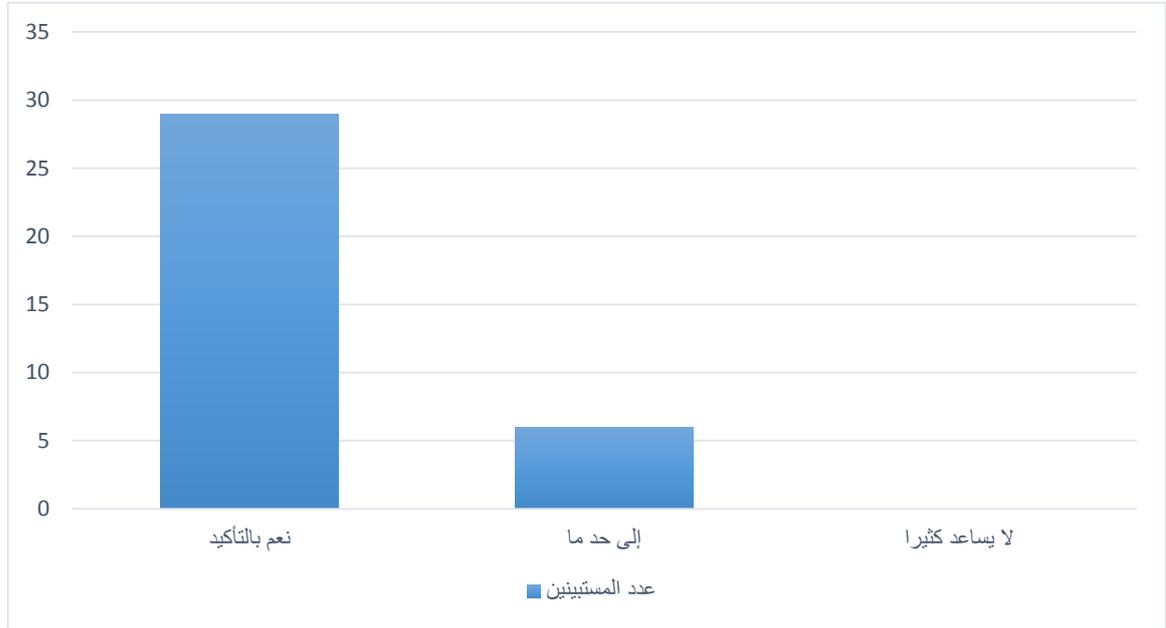
هل تعتقد أن توفير معلومات سياحية دقيقة ومحدثة يمكن أن يساعد في جذب المزيد من الزوار إلى

ولاية قالمة؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023.

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

شكل (4-23) يوضح مدى قدرة توفير معلومات سياحية دقيقة ومحدثة على المساعدة في جذب المزيد من الزوار إلى ولاية قالمة.



هل تعتقد أن توفير معلومات سياحية دقيقة ومحدثة يمكن أن يساعد في جذب المزيد من الزوار إلى ولاية قالمة؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023.

يتضح من الجدول (4-23) والشكل (4-23) أن توفير معلومات سياحية دقيقة ومحدثة يمكن أن يساعد في جذب المزيد من الزوار إلى ولاية قالمة وذلك لإجابة 82.86% من المستبئين بنعم وأجاب البقية بـ إلى حد ما بنسبة 17.14%.

تشير الأغلبية بأن المعلومات السياحية الدقيقة عن المنطقة مهمة في جذب الزوار لأنها تساعد على تدارك النقائص ومعالجتها بكفاءة وفعالية.

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

1-24-جدول (4-24) يوضح نسبة الموافقة على وجود حاجة لزيادة الاستثمار في التخطيط الذكي

للعروض السياحية في ولاية قالمة.

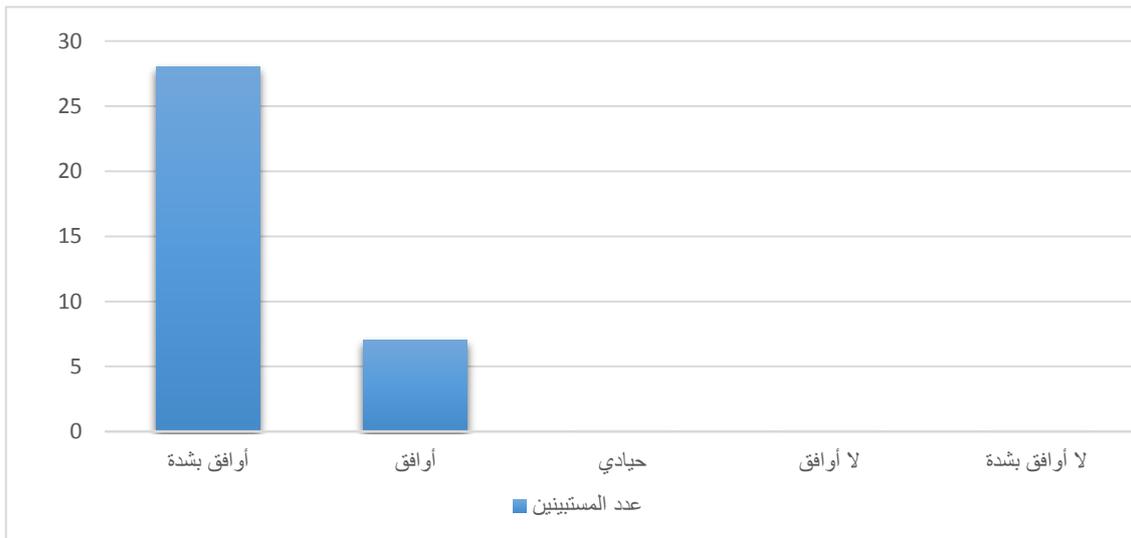
| الاجابة | عدد العمال | النسبة المئوية |
|---------------|------------|----------------|
| أوافق بشدة | 28 | %80 |
| أوافق | 7 | %20 |
| حيادي | 00 | %00 |
| لا أوافق | 00 | %00 |
| لا أوافق بشدة | 00 | %00 |

هل توافق أن هناك حاجة لزيادة الاستثمار في التخطيط الذكي للعروض السياحية في ولاية قالمة؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023.

شكل(4-24) يوضح نسبة الموافقة على وجود حاجة لزيادة الاستثمار في التخطيط الذكي للعروض

السياحية في ولاية قالمة



هل توافق أن هناك حاجة لزيادة الاستثمار في التخطيط الذكي للعروض السياحية في ولاية قالمة؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023.

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

يتضح من الجدول (4-24) والشكل (4-24) أن هناك حاجة لزيادة الاستثمار في التخطيط الذكي للعروض السياحية في ولاية قالمة حيث أجاب 80% من المستبنيين بـ أوافق بشدة و 20% المتبقية بـ أوافق.

ويرى أغلبية المستبنيين أن نسبة الاستثمار السياحي في المنطقة متواضع نسبة للطاقت الكامنة التي تتوفر عليها.

1-25- جدول (4-25) يوضح مدى حاجة ممارسي التخطيط في قطاع السياحة للتكوين في مجال الرقمنة من أجل تطوير القطاع.

| الإجابة | عدد المستبنيين | النسبة المئوية |
|-----------------------|----------------|----------------|
| في حاجة ملحة | 21 | 60% |
| في حاجة | 14 | 40% |
| ليسوا في حاجة للتكوين | 00 | 00% |

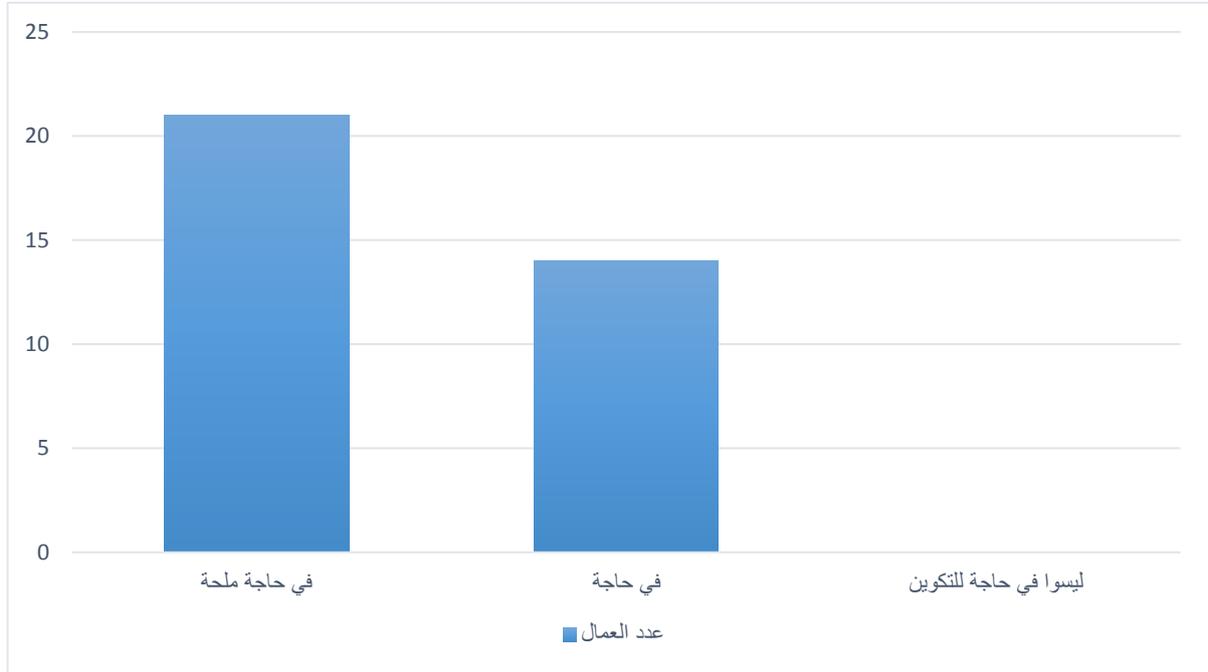
هل تظن أن ممارسي التخطيط في قطاع السياحة في حاجة للتكوين في مجال الرقمنة من أجل تطوير

القطاع؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023.

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

شكل (4-25) يوضح مدى حاجة ممارسي التخطيط في قطاع السياحة للتكوين في مجال الرقمنة من أجل تطوير القطاع.



هل تظن أن ممارسي التخطيط في قطاع السياحة في حاجة للتكوين في مجال الرقمنة من أجل تطوير القطاع؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023.

يتضح من الجدول (4-25) والشكل (4-25) أن ممارسي التخطيط في قطاع السياحة في حاجة ملحة للتكوين في مجال الرقمنة من أجل تطوير القطاع وذلك بنسبة 60%، أما 40% من المستبنيين أجابوا أنهم في حاجة للتكوين.

أغلبية المستبنيين تؤيد ضرورة التكوين في مجال الرقمنة، ويرجع ذلك إلى الحاجة إلى مواكبة متطلبات العصر والتدريب على التكنولوجيات الرقمية الحديثة.

1-26- جدول (4-26) يوضح مدى دعم واستعداد العمال لتوجه الدولة الرامي إلى رقمنة قطاع

السياحة في الآونة الأخيرة.

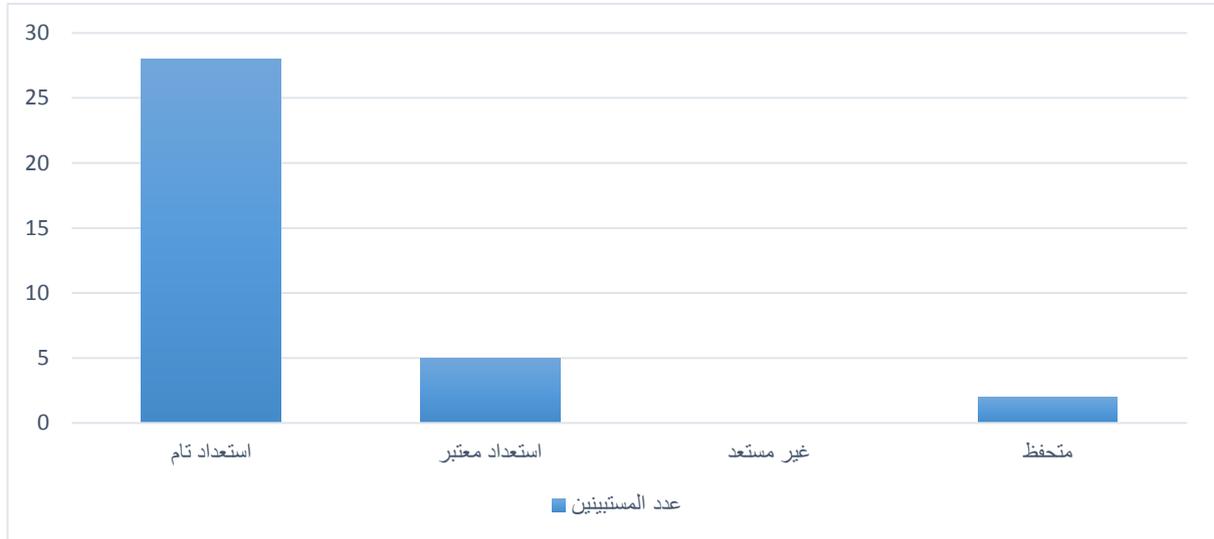
| الإجابة | عدد العمال | النسبة المئوية |
|---------------|------------|----------------|
| استعداد تام | 28 | 80% |
| استعداد معتبر | 05 | 14.29% |
| غير مستعد | 00 | 00% |
| متحفظ | 02 | 5.71% |

ما مدى دعمكم واستعدادكم لتوجه الدولة الرامي إلى رقمنة قطاع السياحة في الآونة الأخيرة؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023.

شكل (4-26) يوضح مدى دعم واستعداد العمال لتوجه الدولة الرامي إلى رقمنة قطاع السياحة في الآونة

الأخيرة



ما مدى دعمكم واستعدادكم لتوجه الدولة الرامي إلى رقمنة قطاع السياحة في الآونة الأخيرة؟

المصدر: الدراسة الميدانية للباحثين 2023.

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

يتضح من الجدول (4-26) والشكل (4-26) أن دعم واستعداد المستبنيين لتوجه الدولة الرامي إلى رقمنة قطاع السياحة في الآونة الأخيرة استعداد تام بنسبة 80% من العمال بينما أجاب البعض باستعداد معتبر 14.29% وتحفظ الباقي 5.71%.

أغلب المستبنيين مستعدون ويدعمون قرار الدولة لرقمنة قطاع السياحة ويرجع ذلك إلى رغبة صانعي القرار في تطوير القطاع وجعله من القطاعات الأساسية لدعم الاقتصاد الوطني.

2- المطب الثاني: تحقيق فرضية البحث

الفرضية: التخطيط الذكي يساعد على تحسين العروض السياحية وتحفيز الطلب السياحي:

لقد اتضح من خلال الدراسة النظرية والميدانية أن التخطيط الذكي يلعب دورا حاسما في تحسين وتحفيز الطلب على العروض السياحية عن طريق توجيه الجهود وتطبيق الاستراتيجيات المناسبة لاستهداف الجمهور وتقديم تجارب سفر مميزة وشخصية حيث أوضحت ذلك الدراسة الميدانية وعملية التحليل الاحصائي الخاصة بقائمة الاستبيان الموجهة إلى عمال مديرية الثقافة والفنون والمؤسسات تحت الوصاية التابعة لها وذلك من خلال الجداول التالية:

يتضح من خلال:

- الجدول رقم (4-2) يوضح أهمية الزيادة في النشاط السياحي لتطور المجتمع المحلي بالنسبة للمستبنيين في المنطقة؛

- جدول (4-3) يوضح رأي المستبنيين حول وجود فوائد اجتماعية للنشاط السياحي في المنطقة؛

- جدول (4-4) يوضح نسبة وجود علاقة بين الزيادة في الفرص الوظيفية وزيادة النشاط السياحي بالنسبة للمستبنيين؛

- جدول (4-5) يوضح نسبة موافقة المستبنيين على أن النشاط السياحي يؤثر على تطوير المرافق المحلية والبنية التحتية؛

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

- جدول (4-6) يوضح رأي المستبنيين في إمكانية زيادة الطلب السياحي بدلالة الأطر التقنية والبشرية؛
- جدول (4-8) يوضح نسبة التركيز على التخطيط الذكي في تطوير القطاع السياحي في المنطقة؛
- جدول (4-9) يوضح نسبة تطبيق استراتيجيات التنمية السياحية المستدامة في عمليات التخطيط للفعاليات والتظاهرات السياحية؛
- جدول (4-12) يوضح نسب اعتبار الدراسات والأبحاث السياحية مدخلاً هاماً للمساعدة في عملية التخطيط الذكي للتنمية السياحية؛
- الجدول (4-14) يوضح اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عمليات التخطيط السياحي لتحقيق التنمية الذكية؛
- جدول (4-16) يوضح استخدام الأيقونات الرقمية كإطار لتخطيط السياحة الذكية في المنطقة؛
- جدول (4-18) يوضح استخدام الأيقونات الرقمية لتعزيز التفاعل والتواصل بين السياح والجهات السياحية في المنطقة؛
- جدول (4-21) يوضح استخدام الأنظمة الذكية لإدارة الحجوزات والتسهيلات السياحية في المنطقة؛
- جدول (4-22) يوضح إمكانية إسهام التخطيط الذكي في تحسين جودة العروض السياحية في ولاية قالمة؛
- جدول (4-23) يوضح مدى قدرة توفير معلومات سياحية دقيقة ومحدثة على المساعدة في جذب المزيد من الزوار إلى ولاية قالمة؛
- جدول (4-24) يوضح نسبة الموافقة على وجود حاجة لزيادة الاستثمار في التخطيط الذكي للعروض السياحية في ولاية قالمة.

3- المطلب الثالث: نتائج وتوصيات الدراسة

3-1- نتائج الدراسة:

- من الملاحظ أن المستبنيين يغطون شرائح عمرية وسنوات خبرة متباينة من قليلي الخبرة إلى متوسطي الخبرة إلى ذوي الخبرة الكبيرة؛
- أغلب المستبنيين يروا أن لزيادة النشاط السياحي في المنطقة أثر على تطور المجتمع المحلي؛
- جميع العمال المستبنيين اتفقوا على وجود فوائد اجتماعية للنشاط السياحي وذلك راجع إلى فوائده الكثيرة في شتى مجالات الحياة اليومية لأفراد المجتمع من زيادة الانفتاح ونقص البطالة وغيرها؛
- أغلبية المستبنيين يروا أن للنشاط السياحي أثر حقيقي في خلق فرص شغل متجددة والتقليل من البطالة؛
- لا بد أن يتم دعم النشاط السياحي ببنية تحتية ملائمة لاستقبال واستقطاب السياح؛
- إدراك أهمية الأطر البشرية والتقنية لتحقيق الزيادة في الطلب السياحي؛
- تواجه المجتمع المحلي عوائق لتحقيق العوائد المرجوة التي تتوافق مع الإمكانيات السياحية الكامنة للمنطقة واستغلالها كما ينبغي؛
- وجود نية حقيقية من ممارسي التخطيط للتركيز على التخطيط الذكي والاستراتيجي لتطوير القطاع؛
- تطبيق استراتيجيات التنمية السياحية المستدامة في عمليات التخطيط للفعاليات والتظاهرات السياحية نتيجة الارتباط الوثيق بين فكرة السياحة والنشاطات السياحية من جهة والاستدامة والتنمية من جهة ؛
- وجود استراتيجيات متبعة بيئية واجتماعية بغض النظر عن نجاعتها أو سلاسة تطبيقها في المنطقة؛
- التنسيق والتعاون بين الجهات المعنية يعتبر خطوة أساسية في عمليات التخطيط السياحي؛
- أهمية الدراسات والأبحاث السياحية في المساعدة في عملية التخطيط الذكي للتنمية السياحية لأنها توفر مصدرا للمعلومة المدروسة والمنقحة التي تساعد في عملية اتخاذ القرار والتطوير؛

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

- تضمن الخطط السياحية آليات ذات فعالية معتبرة للتعامل مع التحديات والمشكلات المحتملة التي تواجه عملية التنمية السياحية؛
- تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عمليات التخطيط السياحي تستعمل في نطاق محدود ولا تؤدي الغرض المرجو منها بشكل كامل؛
- عدم توفر كل من الموارد البشرية والمادية معا بشكل كاف مما يعوق تطبيق الخطط السياحية المبرمجة بشكل صحيح وفعال وذلك حسب رأي الأغلبية؛
- استخدام الأيقونات الرقمية كإطار للتخطيط السياحي خاصة وأن المنطقة تزخر بالأيقونات السياحية الطبيعية والثقافية وغيرها؛
- استخدام التكنولوجيا الرقمية والأنظمة الذكية لتحسين تجربة السياحة؛
- استخدام الأيقونات بنسبة تبقى أقل من كافية في تعزيز التواصل بين السائح والوجهة لأنها أداة ترسخ الصورة وتعزز التصور في ذهن السائح؛
- ندرة تطبيقات الهاتف المحمول والمواقع الإلكترونية، لكن مما لا شك فيه أن الطلب والحاجة إليها في تزايد حسب المتطلبات الحالية؛
- توفر خدمات توجيه والتنقل الذكي للزوار بصفة متواضعة إلى مقبولة ونادرا ما تكون مرضية وذلك لكونها غير عملية ولا يتم تطويرها بشكل فعلي يخدم النشاط السياحي؛
- استخدام أنظمة الحجز الذكية على نطاق معتبر عموما ويبدو ذلك جليا في وكالات السياحة والأسفار وأنظمة الحجزات الجوية والحجز الفندقية؛
- يمكن للتخطيط الذكي أن يقدم إسهام كبير في تحسين جودة العروض السياحية وتطوير الأساليب والإمكانيات اقتصاد الجهود والموارد وذلك حسب رأي أغلبية المستبنيين؛

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

- المعلومات السياحية الدقيقة عن المنطقة مهمة في جذب الزوار لأنها تساعد على تدارك النقائص ومعالجتها بكفاءة وفعالية؛
- نسبة الاستثمار السياحي في المنطقة متواضع نسبة للطاقات الكامنة التي تتوفر عليها؛
- الحاجة إلى مواكبة متطلبات العصر والتدريب على التكنولوجيات الرقمية الحديثة؛
- رغبة صانعي القرار في تطور ورقمنة قطاع السياحة وجعله من القطاعات الأساسية لدعم الاقتصاد الوطني.

3-2- توصيات الدراسة:

بناءً على نتائج الدراسة المذكورة، يمكن تقديم التوصيات التالية:

1. **تطوير الخبرة:** ينبغي توفير فرص لتطوير الخبرة وتوسيع معرفة العاملين في قطاع السياحة، بدءًا من القليلي الخبرة إلى المتوسطين وحتى الذين لديهم خبرة كبيرة. يمكن تحقيق ذلك من خلال تدريبات وبرامج تعليمية وورش عمل متخصصة.
2. **تعزيز التأثير الإيجابي للسياحة على المجتمع المحلي:** ينبغي تعزيز فوائد النشاط السياحي على المجتمع المحلي، بما في ذلك زيادة فرص العمل وتقليل معدلات البطالة. يجب أن يتم التركيز على توجيه الاستثمارات السياحية نحو تطوير المجتمع المحلي وتحسين جودة حياة سكان المنطقة.
3. **تعزيز البنية التحتية السياحية:** يجب تطوير البنية التحتية المناسبة لاستقبال وجذب السياح، بما في ذلك الطرق والمرافق والفنادق والمطاعم ووسائل النقل العام. ينبغي توجيه الاستثمارات نحو تحسين وتطوير هذه البنية التحتية.
4. **تعزيز التخطيط الذكي والاستراتيجي:** يجب أن يتم توجيه الجهود نحو التخطيط الذكي والاستراتيجي لتطوير القطاع السياحي، وضمان أن الخطط تستهدف بشكل فعال تحسين الجودة وتلبية احتياجات السوق والمستهلكين.

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

5. التركيز على التنمية السياحية المستدامة: ينبغي أن تكون الخطط السياحية مستدامة وتأخذ في الاعتبار العوامل البيئية والاجتماعية والاقتصادية. يمكن تحقيق ذلك من خلال تطبيق مبادئ التنمية المستدامة وتعزيز الحفاظ على الموارد الطبيعية والثقافية.

6. تعزيز التعاون والتنسيق: ينبغي تعزيز التعاون والتنسيق بين جميع الجهات المعنية، بما في ذلك الحكومة والقطاع الخاص والمجتمع المحلي والمنظمات غير الحكومية. يتعين على هذه الجهات العمل معاً لتحقيق التنمية المستدامة للسياحة.

7. تعزيز البحوث والدراسات السياحية: يجب دعم البحوث والدراسات السياحية لتزويد صانعي القرار بالمعلومات المدروسة والمحدثة التي تساعد في اتخاذ القرارات الاستراتيجية وتعزيز التطوير في قطاع السياحة.

8. استخدام التكنولوجيا الرقمية: يجب استخدام التكنولوجيا الرقمية والأنظمة الذكية في تحسين تجربة السياحة وتطوير الخدمات السياحية، بما في ذلك استخدام تطبيقات الهاتف المحمول ومواقع الويب وأنظمة الحجز الذكية.

9. تحسين إدارة الوجهات السياحية: يجب توفير معلومات سياحية دقيقة وشاملة عن المنطقة لجذب الزوار وتحسين جودة العروض السياحية. ينبغي تطوير استراتيجيات تسويقية فعالة واستخدام الأيقونات السياحية لتعزيز الاتصال بين السياح والوجهة.

10. تطوير القدرات والتدريب: يجب تعزيز التدريب على التكنولوجيات الرقمية الحديثة وتأهيل الكوادر البشرية في قطاع السياحة لمواكبة التطورات الحديثة وتحقيق تطلعات القطاع.

11. زيادة الاستثمار السياحي: ينبغي تشجيع زيادة الاستثمار في قطاع السياحة وتوفير التسهيلات والمزايا الضريبية لجذب المستثمرين وتعزيز تطوير البنية التحتية السياحية.

12. التركيز على التخطيط الذكي: ينبغي تطوير خطط سياحية ذكية واستراتيجيات فعالة للتنمية

السياحية، تأخذ في الاعتبار العوائق والتحديات المحتملة وتوفر آليات فعالة للتعامل معها.

13. التوجيه والتنقل الذكي: يجب تحسين خدمات التوجيه والتنقل الذكي للزوار، بما في ذلك استخدام

تقنيات الاتصال الحديثة وتطوير أنظمة النقل العام والخدمات اللوجستية.

14. تعزيز الاستدامة البيئية والاجتماعية: يجب تبني استراتيجيات وأنظمة مستدامة في تطوير القطاع

السياحي، مع التركيز على حماية الموارد الطبيعية وتعزيز التوازن بين التنمية السياحية والمحافظة على

الثقافة والتراث المحلي.

15. الاستفادة الكاملة من الإمكانيات السياحية: ينبغي استغلال الإمكانيات السياحية الكامنة للمنطقة

وتطويرها بشكل كاف، بما في ذلك تطوير البنية التحتية وتحسين الخدمات السياحية وتنويع العروض

السياحية.

إن تطبيق هذه التوصيات سيساعد بشكل أكيد في تعزيز قطاع السياحة، تحقيق التنمية المستدامة وتحسين

العائد الاجتماعي والاقتصادي للنشاط السياحي في المنطقة.

الخاتمة

يمثل التخطيط الذكي أداة قوية وضرورية للمساعدة في تطوير وتعزيز القطاع السياحي، خاصة في ظل التطور التكنولوجي والتحول الرقمي الذي أحدث تغييرًا جذريًا في صناعة السياحة.

يتيح التخطيط الذكي للعروض السياحية استخدام التكنولوجيا المتقدمة مثل الذكاء الاصطناعي والتحليلات الضخمة وإنترنت الأشياء لتحقيق تجارب سياحية فريدة ومبتكرة. وقد أدى هذا النهج الذكي إلى تحسين تواصل المسافرين وتجربتهم الشخصية، وتحسين كفاءة العمليات السياحية وتخفيض التكاليف.

أكدنا أهمية التحفيز السياحي كاستراتيجية في التخطيط الذكي، حيث يتم توجيه الجهود نحو تعزيز الجوانب المغرية والجاذبة للوجهات السياحية. وقد أدى التحفيز السياحي الذكي إلى زيادة عدد الزوار وتحقيق الاستفادة الاقتصادية للمناطق السياحية.

مكنت الابتكارات التقنية من تحويل العروض السياحية التقليدية إلى تجارب متطورة ومخصصة. وتعتبر الرقمنة أداة قوية لتحسين التسويق والتواصل مع الجمهور وتوفير خدمات فعالة وسهلة الاستخدام.

وأخيرًا، تطرقنا إلى أهمية اعتبار التنمية السياحية المستدامة في التخطيط الذكي للعروض السياحية. فالتنمية السياحية المستدامة تعمل على المحافظة على الموارد الطبيعية والثقافية وتعزيز التوازن بين التنمية الاقتصادية والحفاظ على البيئة والمجتمعات المحلية. ويمكن تحقيق التنمية السياحية المستدامة من خلال الاستفادة من التخطيط الذكي واستخدام التكنولوجيا لتعزيز الممارسات السياحية المستدامة.

باختصار، يمكن القول إن التخطيط الذكي للعروض السياحية يعد أساسًا لتحقيق تجارب سياحية مبتكرة ومستدامة. ويساهم الاستخدام الذكي للتكنولوجيا والبيانات في تعزيز القطاع السياحي وتحسين تنميته. ومن خلال مواصلة الاستثمار في التخطيط الذكي والابتكار في صناعة السياحة، يمكننا تحقيق نمو مستدام وتعزيز الريادة في القطاع السياحي.

الملاحق

1-ملحق رقم 01: الإستبيان

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

قسم العلوم السياسية

جامعة 8 ماي 1945

التخصص: إدارة الأعمال السياحية

كلية الحقوق والعلوم السياسية

السلام عليكم ورحمة الله

استبيان: عن التخطيط الذكي لتحفيز العروض السياحية في قالمة.

الهدف من الاستبيان: استطلاع رأي عمال مديرية الثقافة والفنون والمؤسسات تحت الوصاية التابعة لها

دار الثقافة والمسرح الروماني في ولاية قالمة حول مستوى التخطيط الذكي لتحفيز لعروض السياحية في

المنطقة ودورها في تحقيق التنمية السياحية المستدامة.

الفئة المستهدفة: بعض من عمال مديرية الثقافة والفنون والمؤسسات تحت الوصاية التابعة لها "دار

الثقافة والمسرح الروماني" لولاية قالمة.

مقدمة البحث:

هذا البحث بعنوان: التخطيط الذكي لتحفيز العروض السياحية، ويهدف الي الخروج بنتائج حقيقية حول

مستوى التخطيط الذكي لتحفيز العروض السياحية في المنطقة لتحقيق التنمية السياحية المستدامة، لذا

نرجو من سيادتكم الإجابة بكل موضوعية وشفافية على الأسئلة والعبارات التي يتضمنها الاستبيان مع

العلم ان هذا الاستبيان يحفظ خصوصية وهوية المستبينين.

الملاحق

الأسئلة:

1 كم تقدر سنوات خبرتك في مجال الثقافة والفنون؟

- أقل من 5 سنوات
- من 5 إلى 10 سنوات
- من 10 إلى 15 سنة
- أكثر من 15 سنة

2 هل تعتبر الزيادة في النشاط السياحي مهمًا لتطور المجتمع المحلي في منطقتك؟

- نعم بالتأكيد ؛ نوعا ما ؛ لا

3 حسب رأيك هل توجد فوائد اجتماعية للنشاط السياحي في منطقتك؟

- نعم ؛ لا

رأي آخر.....

4 هل لاحظت وجود علاقة بين الزيادة في الفرص الوظيفية وزيادة النشاط السياحي؟

- نعم ؛ إلى حد ما ؛ لا

5 هل توافق على أن النشاط السياحي يؤثر على تطوير المرافق المحلية والبنية التحتية؟

- موافق بشدة
- موافق
- حيادي
- غير موافق
- غير موافق بشدة

الملاحق

- 6 هل إضافة الأطر التقنية والبشرية كفيلة بزيادة الطلب السياحي بالمنطقة؟
نعم ؛ إلى حد ما ؛ لا
- 7 هل تواجه المجتمع المحلي صعوبات في استغلال النشاط السياحي بشكل أفضل؟
صعوبات قليلة ؛ صعوبات معتبرة ؛ صعوبات كثيرة
- 8 إلى أي نسبة يتم التركيز على التخطيط الذكي في تطوير القطاع السياحي في منطقتك؟
بنسبة قليلة ؛ بنسبة معتبرة ؛ بنسبة كثيرة
- 9 هل يتم تطبيق استراتيجيات التنمية السياحية المستدامة في عمليات التخطيط للفعاليات والتظاهرات السياحية؟
نعم ؛ إلى حد ما ؛ لا
- رأي آخر.....
- 10 هل تشمل الخطط السياحية في منطقتك استراتيجيات محددة لتعزيز الاستدامة البيئية والاجتماعية؟
-استراتيجية بيئية غالبا
-استراتيجية اجتماعية غالبا
-استراتيجية بيئية واجتماعية معا
-لا يوجد استراتيجية فعلية
- 11 إلى أي مدى تُعطى أهمية للتنسيق والتعاون بين الجهات المعنية في عمليات التخطيط السياحي؟
أهمية كبيرة ؛ أهمية معتبرة ؛ أهمية قليلة

الملاحق

12 هل تُعتبر الدراسات والأبحاث السياحية مدخلاً هاماً للمساعدة في عملية التخطيط الذكي للتنمية

السياحية؟

هامة وبشدة ؛ ذات أهمية غالباً ؛ ذات أهمية بنسبة متواضعة

رأي آخر.....

13 هل تتضمن الخطط السياحية آليات فعالة للتعامل مع التحديات والمشكلات المحتملة التي

تواجه عملية التنمية السياحية؟

- آليات ذات فعالية كبيرة

- آليات ذات فعالية معتبرة

- آليات ذات فعالية متواضعة

- لا اعرف

14 هل تُعتمد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عمليات التخطيط السياحي لتحقيق التنمية

الذكية؟

تعتمد على نطاق ؛ واسع تعتمد في نطاق محدود ؛ لا تعتمد عموماً

15 هل تتوفر الموارد المادية والبشرية اللازمة لتنفيذ الخطط السياحية بشكل صحيح وفعال؟

- توفر موارد مادية غالباً

- توفر موارد بشرية غالباً

- توفر موارد مادية وبشرية معاً

- عدم توفر الموارد المادية والبشرية بشكل كاف

16 هل يتم استخدام الأيقونات الرقمية كإطار لتخطيط السياحة الذكية في منطقتك؟

يتم استخدامها كثيراً ؛ يتم استخدامها بنسبة معتبرة ؛ لا يتم استخدامها الا نادراً

الملاحق

17 حسب رأيك، الى أي مدى ترى أن الخطط السياحية الذكية في منطقتك تتضمن استخدام

التكنولوجيا الرقمية والأنظمة الذكية لتحسين تجربة السياحة؟

- موافق بشدة
- موافق
- حيادي
- غير موافق
- غير موافق بشدة

18 هل تتم استخدام الأيقونات الرقمية لتعزيز التفاعل والتواصل بين السياح والوجهات السياحية في منطقتك؟

تستخدم كثيرا ؛ تستخدم بنسبة معتبرة ؛ تستخدم بنسبة متواضعة ؛ لا تستخدم

19 هل يتم توفير تطبيقات الهاتف المحمول والمواقع الإلكترونية المخصصة لتقديم معلومات سياحية وخدمات إلكترونية في منطقتك؟

متوفرة بغزارة ؛ متوفرة قليلا ؛ غير متوفرة او نادرة

20 هل توفر المناطق السياحية في منطقتك خدمات التوجيه والتنقل الذكي للزوار؟

توفر خدمات مرضية ؛ توفر خدمات مقبولة ؛ توفر خدمات متواضعة

رأي آخر.....

21 هل يتم استخدام الأنظمة الذكية لإدارة الحجوزات والتسهيلات السياحية في منطقتك؟

- يتم استخدامها على نطاق واسع
- يتم استخدامها بصفة معتبرة عموما
- يتم استخدامها نادرا

الملاحق

22 هل تعتقد أن التخطيط الذكي يمكن أن يسهم في تحسين جودة العروض السياحية في ولاية قالمة؟

يمكن أن يقدم اسهام كبير ؛ اسهام معتبر ؛ اسهام متواضع
رأي آخر.....

23 هل تعتقد أن توفير معلومات سياحية دقيقة ومحدثة يمكن أن يساعد في جذب المزيد من الزوار إلى ولاية قالمة؟

نعم بالتأكيد ؛ إلى حد ما ؛ لا يساعد كثيرا

24 هل توافق أن هناك حاجة لزيادة الاستثمار في التخطيط الذكي للعروض السياحية في ولاية قالمة؟

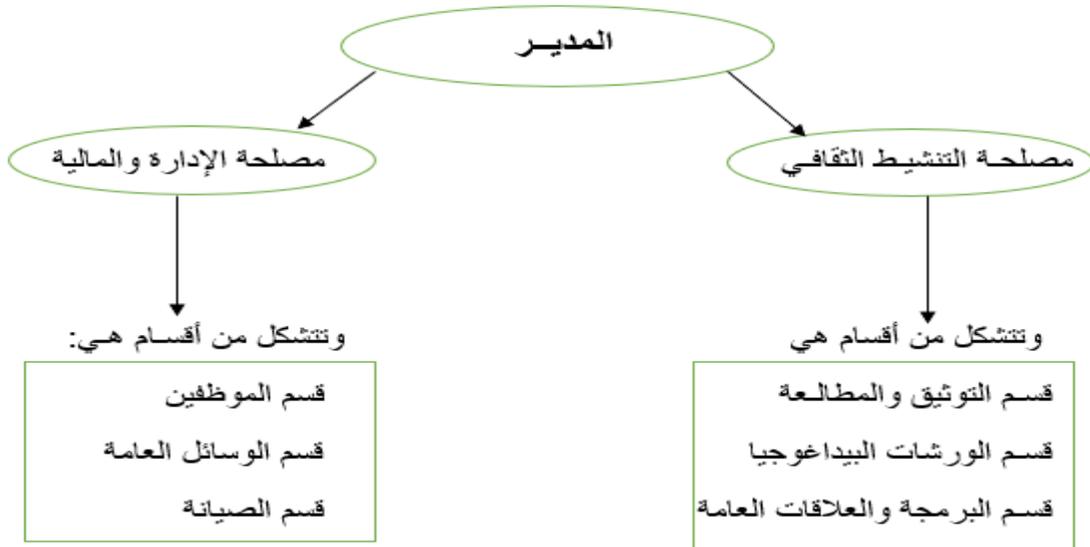
-أوافق بشدة
 -أوافق
 -حيادي
 -لا أوافق
 -لا أوافق بشدة

25 هل تظن أن ممارسي التخطيط في قطاع السياحة في حاجة للتكوين في مجال الرقمنة من أجل تطوير القطاع؟

في حاجة ملحة ؛ في حاجة ؛ ليسوا في حاجة للتكوين

26 ما مدى دعمكم واستعدادكم لتوجه الدولة الرامي إلى رقمنة قطاع السياحة في الآونة الأخيرة؟

استعداد تام ؛ استعداد معتبر ؛ غير مستعد ؛ متحفظ



مخطط يمثل التقسيم الداخلي لدار الثقافة

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

- القرآن الكريم.

I. المصادر:

1- الديوان الوطني للإحصائيات، مجموعة الإحصائيات السنوية رقم 18، نشرة 2000.

2- المنظمة العالمية للسياحة، مدخل للسياحة العالمية (مفاهيم عامة)، الدورة العامة للمنظمة، مدريد، إسبانيا، 1981.

II. المراجع:

أولاً-المراجع باللغة العربية

أ-النصوص القانونية:

- مرسوم التنفيذي رقم 94-414، من الجريدة الرسمية رقم 77 المؤرخ في 23 نوفمبر 1994، المتضمن إحداث مديريات الثقافة في الولايات وتنظيمها.

ب-الكتب:

- الجلاد(أحمد)، التخطيط السياحي والبيئي بين النظرية والتطبيق، (مصر: القاهرة، عالم الكتاب، 1988).

- الدباسة(نزيه)، إدارة القرى السياحية، (الأردن: عمان، دار الحامد، 2009).

- الدراجي(سعيد غني نوري)، التنمية المستدامة، (جمهورية العراق: العمارة، منشورات جامعة ميسان، 2022).

- الديماسي (محمود) وآخرون، تخطيط البرامج السياحية، (الأردن: عمان، دار المسيرة، 2002).

- الروبي (نبيل)، التخطيط السياحي، (مصر: الإسكندرية، مؤسسة الثقافة الجامعية، 1987).

- السكر(مروان محسن)، السياحة مضمونها وأهدافها، سلسلة الاقتصاد السياحي: الجزء الأول، (الأردن: عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 1994).

- الصعيدي(عصام حسن)، التسويق والترويج السياحي والفندقي: دراسة للتسويق السياحي والفندقي في الدول العربية، (الأردن: عمان، دار الراجحة للنشر والتوزيع، 2009).

- الصيرفي(محمد)، التخطيط السياحي، (مصر: الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2006).

قائمة المصادر والمراجع

- المساعد (زكي خليل)، تسويق الخدمات وتطبيقاته، (الأردن: عمان، دار المناهج، 2005).
- بظاظو (إبراهيم خليل)، الجغرافية السياحية، (الأردن: عمان، مؤسسة الورق للنشر والتوزيع، 2009).
- بن غضبان (فؤاد) السياحة البيئية المستدامة، (الأردن: عمان، دار صفاء، 2015).
- بوزيان (راضية)، إدارة الجودة الشاملة ومؤسسات التعليم العالي، (الأردن: عمان، مركز الكتاب الأكاديمي، 2015).
- حسنين (جليلة حسن)، اقتصاديات السياحة، (مصر: منشورات جامعة الإسكندرية، 2003).
- خربوطلي (صلاح الدين)، السياحة المستدامة، (سوريا: دمشق، دار رضا، 2004).
- شمسين (نديم)، مبادئ السياحة، (سوريا: دمشق، الجمعية الجغرافية السياحية، 2001).
- عبد القادر (مصطفى)، دور الإعلان في التسويق السياحي، (لبنان: بيروت، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، 2003).
- كواش (خالد)، السياحة: مفهومها، أركانها، أنواعها، (الجزائر: دار التتوير، 2007).
- محمد عثمان (غنيم)، التخطيط السياحي والتنمية، (الأردن: عمان، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2004).
- مسعد (محي محمد)، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي، (مصر: الإسكندرية، المكتب العربي الحديث، 1998).

ج-الدوريات:

1. بوعكريف (زهير)، بوحبيلة (إلهام)، السياحة البيئية كآلية لدعم تحقيق تنمية سياحية مستدامة، مجلة التنمية الاقتصادية، العدد 01، الجزائر، 2016، ص ص 37-55.
2. ديب (ريدة)، سليمان مهنا، التخطيط من أجل التنمية المستدامة، مجلة جامعة دمشق للعلوم الهندسية، المجلد 25، العدد 1، سوريا، 2009، ص ص 487-520.
3. طارق (سالم) الأصالة التفاعلية بين السياحة والبيئة المستدامة، المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، مجلد 1 عدد 2، العراق، 2009، ص ص 86-107.

قائمة المصادر والمراجع

4. محمد(عبد الله حسون)، داوي(مهدي صالح)، خضير(إسراء عبد الرحمان)، التنمية المستدامة "المفهوم والعناصر والأبعاد، مجلة ديالى للبحوث الإنسانية، العدد 67، العراق، 2015، ص ص 338-356.

د- الرسائل الجامعية:

د-1- رسائل الدكتوراه:

-بركان(زهية)، أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير الخدمات السياحية: رسالة دكتوراه جامعة سعد دحلب، البليدة، 2012.

د-2- مذكرات الماجستير:

- الزيني(نفين)، الرصد الحضري وصناعة القرار للتنمية المستدامة في قطاع غزة باستخدام نظام المعلومات الجغرافية GIS دراسة في جغرافية الحضر: رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية غزة، 2016.

- باشيو(سالم)، الرقمنة في المكتبات الجزائرية: مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، (2007-2008).

- مهري(سهيلة)، المكتبة الرقمية في الجزائر: دراسة للواقع وتطلعات المستقبل مقدمة لنيل درجة الماجستير في علم المكتبات، تخصص إعلام مهني وتقني. جامعة منتوري، قسنطينة، 2005-2006.

د-3- مذكرات التخرج:

- بنورة(إيناس)، جين(هلال)، دويك(فادي)، ساحوري(ندين)، تعزيز مفهوم الممارسات الخضراء في القطاع الفندقي لضمان الاستهلاك الرشيد للمياه، حالة دراسية محافظة بيت لحم، مذكرة تخرج، معهد الأبحاث التطبيقية، القدس، 2017.

- عراقي(محمد إبراهيم)، عطا الله(فاروق عبد النبي)، التنمية السياحية المستدامة في جمهورية مصر العربية: المعهد العالي للسياحة والفنادق والحاسب الآلي-السيوف، مذكرة تخرج الإسكندرية، 2007.

هـ - الملتقيات العلمية

قائمة المصادر والمراجع

- زايد(مراد)، السياحة كصناعة في الاقتصاد الوطني:حالة الجزائر، الملتقى الدولي حول "اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، يومي 10/9 مارس 2010.

- زين الدين(صلاح)، دراسة لفرص وتحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر، المؤتمر العلمي الدولي الثالث حول "القانون والسياحة"، كلية الحقوق، جامعة طنطا، 26-27 أبريل 2016.

و - المواقع الالكترونية:

1. صفحة الفايسبوك الرسمية لقطاع الثقافة والفنون لولاية قالمة:

<http://web.facebook.com/cultureWilayaGuelma>

2. موقع وزارة الثقافة الجزائرية: [http:// www.m-culture.gov.dz](http://www.m-culture.gov.dz)

ي- المراجع الأجنبية:

ي-1 مراجع باللغة انجليزية:

1. Smart Tourism Destinations: Evolution, ICTs and Challenges, Lorenzo Canton, Zheng Xiang, , 2017.
2. "Smart Tourism: Concepts and Applications" Zheng Xiang and Daniel R. Fesenmaier, 2017.
3. "Smart Tourism Destinations: Management, Marketing, and Development" Rodolfo Baggio and Carlos Costa, 2014.
4. The geography of tourism and recreation, C. Michael Hall and Stephen J.

ي-2 مراجع باللغة فرنسية:

1. Tissa Ahmed, Economie et aménagement du territoire, OPU, Alger, 1993.

قائمة الجداول

والأشكال

قائمة الجداول والأشكال

قائمة الجداول:

| الرقم | الجدول | الصفحة |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| (1-4) | يوضح سنوات خبرة العمال المستبنيين | 81 |
| (2-4) | يوضح أهمية الزيادة في النشاط السياحي لتطور المجتمع المحلي بالنسبة للمستبنيين في المنطقة. | 83 |
| (3-4) | يوضح رأي المستبنيين حول وجود فوائد اجتماعية للنشاط السياحي في المنطقة | 84 |
| (4-4) | يوضح نسبة وجود علاقة بين الزيادة في الفرص الوظيفية وزيادة النشاط السياحي بالنسبة للمستبنيين | 85 |
| (5-4) | يوضح نسبة موافقة المستبنيين على أن النشاط السياحي يؤثر على تطوير المرافق المحلية والبنية التحتية | 86 |
| (6-4) | يوضح رأي المستبنيين في إمكانية زيادة الطلب السياحي بدلالة الأطر التقنية والبشرية | 88 |
| (7-4) | يوضح الصعوبات التي تواجه المجتمع المحلي في استغلال النشاط السياحي بشكل أفضل | 89 |
| (8-4) | يوضح نسبة التركيز على التخطيط الذكي في تطوير القطاع السياحي في المنطقة | 90 |
| (9-4) | يوضح نسبة تطبيق استراتيجيات التنمية السياحية المستدامة في عمليات التخطيط للفعاليات والتظاهرات السياحية | 92 |
| (10-4) | يوضح تغطية الخطط السياحية المستعملة من ممارسي التخطيط السياحي على استراتيجيات محددة لتعزيز الاستدامة البيئية والاجتماعية | 93 |

قائمة الجداول والأشكال

| | | |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 95 | يوضح مدى أهمية التنسيق والتعاون بين الجهات المعنية في عمليات التخطيط السياحي | (11-4) |
| 96 | يوضح نسب اعتبار الدراسات والأبحاث السياحية مدخلاً هاماً للمساعدة في عملية التخطيط الذكي للتنمية السياحية | (12-4) |
| 97 | يوضح نسبة توفر الخطط السياحية على آليات فعالة للتعامل مع التحديات والمشكلات المحتملة التي تواجه عملية التنمية السياحية | (13-4) |
| 99 | يوضح اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عمليات التخطيط السياحي لتحقيق التنمية الذكية | (14-4) |
| 100 | يوضح توفر الموارد المادية والبشرية اللازمة لتنفيذ الخطط السياحية بشكل صحيح وفعال | (15-4) |
| 102 | يوضح استخدام الأيقونات الرقمية كإطار لتخطيط السياحة الذكية في المنطقة | (16-4) |
| 103 | يوضح مدى تضمن الخطط السياحية الذكية استخدام التكنولوجيا الرقمية والأنظمة الذكية لتحسين تجربة السياحة | (17-4) |
| 105 | يوضح استخدام الأيقونات الرقمية لتعزيز التفاعل والتواصل بين السياح والوجهات السياحية في المنطقة | (18-4) |
| 106 | يوضح نسبة توفير تطبيقات الهاتف المحمول والمواقع الإلكترونية المخصصة لتقديم المعلومات السياحية والخدمات الإلكترونية في المنطقة | (19-4) |
| 108 | يوضح مدى توفير المناطق السياحية في المنطقة لخدمات التوجيه والتنقل الذكي للزوار | (20-4) |
| 109 | يوضح استخدام الأنظمة الذكية لإدارة الحجوزات والتسهيلات السياحية في المنطقة | (21-4) |

قائمة الجداول والأشكال

| | | |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 111 | يوضح إمكانية إسهام التخطيط الذكي في تحسين جودة العروض السياحية في ولاية قائمة | (22-4) |
| 112 | يوضح مدى قدرة توفير معلومات سياحية دقيقة ومحدثة على المساعدة في جذب المزيد من الزوار إلى ولاية قائمة | (23-4) |
| 114 | يوضح نسبة الموافقة على وجود حاجة لزيادة الاستثمار في التخطيط الذكي للعروض السياحية في ولاية قائمة | (24-4) |
| 115 | يوضح مدى حاجة ممارسي التخطيط في قطاع السياحة للتكوين في مجال الرقمنة من أجل تطوير القطاع | (25-4) |
| 117 | يوضح مدى دعم واستعداد العمال لتوجه الدولة الرامي إلى رقمنة قطاع السياحة في الآونة الأخيرة | (26-4) |

قائمة الجداول والأشكال

قائمة الأشكال:

| الرقم | الشكل | الصفحة |
|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| (1-4) | يوضح سنوات خبرة العمال المستبنيين | 82 |
| (2-4) | يوضح أهمية الزيادة في النشاط السياحي لتطور المجتمع المحلي بالنسبة للمستبنيين في المنطقة. | 83 |
| (3-4) | يوضح رأي المستبنيين حول وجود فوائد اجتماعية للنشاط السياحي في المنطقة | 84 |
| (4-4) | يوضح نسبة وجود علاقة بين الزيادة في الفرص الوظيفية وزيادة النشاط السياحي بالنسبة للمستبنيين | 85 |
| (5-4) | يوضح نسبة موافقة المستبنيين على أن النشاط السياحي يؤثر على تطوير المرافق المحلية والبنية التحتية | 87 |
| (6-4) | يوضح رأي المستبنيين في إمكانية زيادة الطلب السياحي بدلالة الأطر التقنية والبشرية | 88 |
| (7-4) | يوضح الصعوبات التي تواجه المجتمع المحلي في استغلال النشاط السياحي بشكل أفضل | 89 |
| (8-4) | يوضح نسبة التركيز على التخطيط الذكي في تطوير القطاع السياحي في المنطقة | 91 |
| (9-4) | يوضح نسبة تطبيق استراتيجيات التنمية السياحية المستدامة في عمليات التخطيط للفعاليات والتظاهرات السياحية | 92 |
| (10-4) | () يوضح تغطية الخطط السياحية المستعملة من ممارسي التخطيط السياحي على استراتيجيات محددة لتعزيز الاستدامة البيئية والاجتماعية | 94 |

قائمة الجداول والأشكال

| | | |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 95 | يوضح مدى أهمية التنسيق والتعاون بين الجهات المعنية في عمليات التخطيط السياحي | (11-4) |
| 96 | يوضح نسب اعتبار الدراسات والأبحاث السياحية مدخلاً هاماً للمساعدة في عملية التخطيط الذكي للتنمية السياحية | (12-4) |
| 98 | يوضح نسبة توفر الخطط السياحية على آليات فعالة للتعامل مع التحديات والمشكلات المحتملة التي تواجه عملية التنمية السياحية | (13-4) |
| 99 | يوضح اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عمليات التخطيط السياحي لتحقيق التنمية الذكية | (14-4) |
| 101 | يوضح توفر الموارد المادية والبشرية اللازمة لتنفيذ الخطط السياحية بشكل صحيح وفعال | (15-4) |
| 102 | يوضح استخدام الأيقونات الرقمية كإطار لتخطيط السياحة الذكية في المنطقة | (16-4) |
| 104 | يوضح مدى تضمن الخطط السياحية الذكية استخدام التكنولوجيا الرقمية والأنظمة الذكية لتحسين تجربة السياحة | (17-4) |
| 105 | يوضح استخدام الأيقونات الرقمية لتعزيز التفاعل والتواصل بين السياح والوجهات السياحية في المنطقة | (18-4) |
| 107 | يوضح نسبة توفير تطبيقات الهاتف المحمول والمواقع الإلكترونية المخصصة لتقديم المعلومات السياحية والخدمات الإلكترونية في المنطقة | (19-4) |
| 108 | يوضح مدى توفير المناطق السياحية في المنطقة لخدمات التوجيه والتنقل الذكي للزوار | (20-4) |

قائمة الجداول والأشكال

| | | |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 110 | يوضح استخدام الأنظمة الذكية لإدارة الحجوزات والتسهيلات السياحية في المنطقة | (21-4) |
| 111 | يوضح إمكانية إسهام التخطيط الذكي في تحسين جودة العروض السياحية في ولاية قالمة | (22-4) |
| 113 | يوضح مدى قدرة توفير معلومات سياحية دقيقة ومحدثة على المساعدة في جذب المزيد من الزوار إلى ولاية قالمة | (23-4) |
| 114 | يوضح نسبة الموافقة على وجود حاجة لزيادة الاستثمار في التخطيط الذكي للعروض السياحية في ولاية قالمة | (24-4) |
| 116 | يوضح مدى حاجة ممارسي التخطيط في قطاع السياحة للتكوين في مجال الرقمنة من أجل تطوير القطاع | (25-4) |
| 117 | يوضح مدى دعم واستعداد العمال لتوجه الدولة الرامي إلى رقمنة قطاع السياحة في الآونة الأخيرة | (26-4) |

الفهرس

| | |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 06..... | - مقدمة..... |
| 12..... | الفصل الأول: النشاط السياحي: المضمون والفوائد والعمليات..... |
| 13..... | المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للنشاط السياحي..... |
| 13..... | المطلب الأول: تعريف السياحة..... |
| 17..... | المطلب الثاني: خصائص السياحة..... |
| 18..... | المطلب الثالث: أنواع السياحة وعناصرها..... |
| 24..... | المبحث الثاني: مضمون النشاط السياحي بدلالة التخطيط..... |
| 24..... | المطلب الأول: الفواعل الأساسية في النشاط سياحي..... |
| 25..... | المطلب الثاني: آلية التخطيط في تحسين النشاط السياحي..... |
| 34..... | الفصل الثاني: قدرات تحقيق التنمية السياحية بدلالة التخطيط الذكي..... |
| 35..... | المبحث الأول: أطر تجسيد التخطيط الذكي في المجال السياحي..... |
| 35..... | المطلب الأول: مضامين التخطيط الذكي في المجال السياحي..... |
| 38..... | المطلب الثاني: العرض الذكي كإطار لمباشرة التخطيط..... |
| 40..... | المبحث الثاني: ديناميكية التنمية السياحية ضمن اعتماد التخطيط الذكي:..... |
| 40..... | المطلب الأول: التنمية السياحية المستدامة في ظل التوجه نحو التخطيط الذكي:..... |
| 44..... | المطلب الثاني: الأبعاد التنمية السياحية المستدامة بدلالة زيادة الطلب السياحي:..... |
| 47..... | المبحث الثالث: العامل التكنولوجي في إعلاء كفاءة التخطيط الذكي للأنشطة السياحية..... |
| 47..... | المطلب الأول: دوافع ومعوقات استخدام تكنولوجيا المعلومات في المؤسسة السياحية..... |
| 49..... | المطلب الثاني: قدرات تجاوز المخاطر..... |
| 50..... | المطلب الثالث: قدرات تعظيم المكاسب..... |

| | |
|----------|------------------------------------------------------------|
| 53..... | الفصل الثالث: رقمنا الأيقونات كإطار للتخطيط السياحي الذكي |
| 54..... | المبحث الأول: رقمنا الأيقونات في النشاط السياحي |
| 54..... | المطلب الأول: مفهوم الأيقونات بدلالة النشاط السياحي |
| 55..... | المطلب الثاني: أهمية رقمنا الأيقونات للتخطيط السياحي الذكي |
| 57..... | المبحث الثاني: مستلزمات الإعداد واعتبارات التنفيذ |
| 57..... | المطلب الأول: مستلزمات الإعداد |
| 61..... | المطلب الثاني: إعتبارات التنفيذ |
| 67 | المبحث الثالث: المتابعة وقدرات التصحيح |
| 67..... | المطلب الأول: الجدوى والعوائد والإستشراق |
| 69..... | المطلب الثاني: الحلول، التطوير ورضى العملاء |
| 75..... | الفصل الرابع: الدراسة الميدانية |
| 76..... | المبحث الأول: وصف منطقة الدراسة |
| 76..... | المطلب الأول: لمحة تاريخية عن مناطق الدراسة |
| 79..... | المطلب الثاني: أدوات وطرق الدراسة الميدانية |
| 81..... | المبحث الثاني: نتائج البحث الميداني |
| 81..... | المطلب الأول: تحليل بيانات الاستبيان |
| 118..... | المطلب الثاني: تحقيق فرضية البحث |
| 120..... | المطلب الثالث: نتائج وتوصيات الدراسة |
| 126..... | - الخاتمة |
| 128..... | - قائمة الملاحق |
| 137..... | - قائمة المصادر والمراجع |

-
- قائمة الجداول والأشكال.....142
 - الفهرس.....149