توظيف التقنيات الرقمية في المؤسسات السياحية الجزائرية

دراسة حالة مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية عين الدفلى

The use of Digital Technologies in Algerian Tourism Institutions: A Case study of the Directorate of Tourism and Handicrafts of Ain Defla Province

ط.د . لبنى بن حاج جيلالي مقراوى [1*]، د. عبد الله حنادر [2]

[1] جامعة أحمد زبانة - غليزان، مخبر الدراسات الاجتماعية والنفسية و الأنثربولوجية (الجزائر)،

Loubna.benhadjdjilali@univ-relizane.dz

[2] جامعة أحمد زبانة - غليزان، مخبر الدراسات الاجتماعية والنفسية و الأنثربولوجية (الجزائر).

Abdellah.hanader@univ-relizane.dz

تاريخ الاستلام: 2026/03/15 تاريخ القبول: 2026/05/13 تاريخ النشر: 2026/06/05

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى فاعلية توظيف التقنيات الرقمية في تحسين الأداء وتطوير آليات التسويق الرقمي بالمؤسسات السياحية انطلاقا من طبيعتها كمؤسسات ذات أبعاد اتصالية يرتبط نجاحها أساسا بكفاءة الترويج السياحي، ولتحقيق أهداف الدراسة تم إجراء دراسة ميدانية بمديرية السياحة لولاية عين الدفلى حيث تم توظيف منهج دراسة حالة باعتباره المنهج الأنسب للتحليل المعمق للمؤسسة وأنشطتها الاتصالية .

اعتمدت الدراسة على أداتي المقابلة والملاحظة الميدانية لجمع البيانات ووصف الظاهرة الاتصالية وصفا كيفيا بما يضمن شمولية النتائج ودقتها التحليلية، وقد توصلت الدراسة إلى أن توظيف تقنيات الاتصال الرقمي داخل المديرية لا يزال استخدامه يتم في نطاق محدود، حيث يقتصر توظيف التقنيات الرقمية كأدوات مساندة للاتصال التقليدي مما يستوجب تبني إستراتيجية رقمية شاملة لضمان كفاءة التنفيذ.

الكلمات المفتاحية: التقنيات الرقمية، الاتصال الرقمي، المؤسسة السياحية، مديرية السياحة بعين الدفلى.

Abstract:

This study aims to evaluate the effectiveness of employing digital technologies improving performance and developing digital marketing in tourism institutions. A field study was conducted at the Tourism Directorate of Ain Defla province, utilizing a case study

approach for an in-depth analysis of communicative activities. The study relied on interviews and field observation to qualitatively examine the phenomenon, ensuring comprehensive results. Findings reveal that digital tool utilization remains limited, serving only as a supplement to traditional methods. Consequently, the study recommends adopting a comprehensive digital strategy to ensure executive efficiency and achieve the institution's communicative goals.

Keywords: Digital technologies, digital communication, tourism establishment, tourism directorate of Ain Defla.

*المؤلف المرسل

1. مقدمة:

شهد العالم في الوقت الراهن تحولات جذرية نتيجة للثورة المعلوماتية التي شملت مختلف المجالات والميادين، مما أسفر عن ظهور الواقع الرقمي كجزء لا يتجزأ من الحياة العصرية .

فقد أحدثت هذه النقلة النوعية ثورة في مستوى وصول المعلومة بفضل ظهور تقنيات الاتصال الرقمي الحديثة؛ ما جعل العالم أكثر ترابطا وتواصلا، وقد امتد تأثير هذه التطورات ليشمل قطاعات حيوية ومتنوعة أبرزها المجال السياحي الذي يعد من أهم القطاعات الاقتصادية القادرة على فتح آفاق جديدة للنهوض بالاقتصاديات النامية.

حظيت السياحة باهتمام لافت في الآونة الأخيرة على الصعيد العالمي عموما وفي الجزائر خصوصا لكونها قطاعا اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا حيويا، يتجلى ذلك من خلال مساهمتها الفعالة في الدخل الوطني على مستوى الاستثمارات المحلية، وفي هذا السياق سارعت الجزائر شأنها شأن الدول الأخرى إلى إطلاق سياسة سياحية متجددة تهدف إلى تنمية وترقية المنتج السياحي وإدماجه في السوق السياحية العالمية ضمن شروط التنمية المستدامة لتوسيع آفاق المشروع السياحي، فإن هذا الطموح بات لزاما على القائمين على القطاع اعتماد استراتجيات جديدة لمواكبة التطورات العصرية وضمان القدرة على المنافسة في بيئة متغيرة، فالسياحة بمفردها لا تستطيع تحقيق التنمية المرجوة إلا في ظل تخطيط إعلامي محكم

قائم على أسس علمية رصينة، قادر على النهوض بالقطاع السياحي إلى أعلى درجات التطور عبر الاستفادة القصوى من برمجيات التكنولوجيا الحديثة .

بناءا على التطورات التي فرضها العصر الرقمي أصبح توظيف تقنيات الاتصال الرقمي ضرورة حتمية للقطاع السياحي وجزء لا يتجزأ من نسيج إدارة المؤسسات السياحية، كون أن المعاملات الرقمية ليست مجرد خيار تكميلي، بل غدت شرطا أساسيا لتقديم خدمة سياحية تنافسية ترضي تطلعات الجمهور وتكسب ولاءه وتستقطب متعاملين جدد، ومن هذا المنطلق نصيغ إشكالية دراستنا على النحو التالي: **كيف تساهم تقنيات الاتصال الرقمي في تكوين الأداء الوظيفي و الترويجي لمديرية السياحة والصناعة التقليدية بولاية عين الدفلى ؟**

تتفرع عن هذه الإشكالية جملة من **التساؤلات** نوردها كما يلي:

- ما تقنيات الاتصال الرقمي التي تعتمدها مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية عين الدفلى في التواصل والترويج؟

- فيما تتمثل الإستراتيجية الرقمية التي تعتمدها المديرية في الترويج للمقومات الطبيعية بالمنطقة؟

- ما مستوى فعالية توظيف هذه التقنيات في التسويق السياحي المحلي من طرف المديرية ؟

- ما الفرص والتحديات المرتبطة بتطبيق التقنيات الرقمية في مديرية السياحة بولاية عين الدفلى؟

2- أهداف الدراسة:

- التعرف على تقنيات الاتصال الرقمي المعتمدة من طرف مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية عين الدفلى في مجال التواصل والترويج السياحي .

- تقييم مستوى فعالية توظيف التقنيات الرقمية في عمليات التسويق السياحي المحلي من قبل المديرية.

- تحليل الفرص المتاحة التي توفرها التقنيات الرقمية لتعزيز الترويج للمقومات السياحية في الولاية.

- تحديد الصعوبات التي تواجه المؤسسة في تطبيق وتفعيل تقنيات الاتصال الرقمي .

3- أهمية الدراسة :

تستمد هذه الدراسة أهميتها من الموضوع الحيوي الذي تتناوله في كونها تتطرق لجانب مهم وهو توظيف تقنيات الاتصال الرقمي في المؤسسة السياحية، ليبرز جوهر الورقة البحثية من خلال تسليط الضوء على الكيفية التي يؤثر من خلالها التحول الرقمي على نشاط مديرية السياحة لولاية عين الدفلى، ومدى مساهمة الوسائل الرقمية في ترقية الخدمة السياحية والترويج المحلي مما يساعد صانعي القرار على تحسين استراتجياتهم الاتصالية التي تساهم بدورها في تحقيق التنمية المستدامة بالمنطقة.

4- الإجراءات المنهجية

4-1: مجتمع وعينة الدراسة

يعرف مجتمع البحث على أنه الدراسة الشاملة لجميع مفردات الدراسة ليتم تعميم نتائج البحث على كل الحالات المشابهة، إلا أنه يصعب الوصول إلى المجتمع المستهدف بضخامة حجمه فيتم التركيز على المجتمع المتاح (الحميد، 2000، صفحة 130) و من خلال الموضوع المطروح تبين لنا أن مجتمع بحثنا هم جميع موظفي وإطارات مديرية السياحة والذين قدر عددهم ب40 موظفا .

لجأ الباحث من خلال هذه الدراسة إلى أسلوب العينة باعتباره نموذج يشمل جزءا من مجموع وحدات البحث تكون ممثلة له وتشترك معه في الخصائص، حيث أنها تغني الباحث عن دراسة كل العناصر تحديدا في الحالات التي يصعب فيها الوصول إلى كل مجتمع الدراسة. (قنديلجي، 2014، صفحة 133)، وقد وقع اختيارنا لها قصديا باعتبارها الأنسب في الدراسات الكيفية التي تسمح بالحصول على معلومات دقيقة من الفاعلين أنفسهم، و لأن هدف الدراسة محدد في مدى توظيف التقنيات الرقمية بمديرية السياحة لولاية عين الدفلى

قصد التواصل والترويج السياحي، فقد بلغ عدد الحالات التي تم استجوابها 08 حالات من مجتمع البحث كعينة تمثيلية.

2-4: منهج و أدوات الدراسة

المنهج المناسب لدراستنا هو دراسة الحالة بوصفه المنهج الأكثر انسجاما مع أهداف الدراسة وإشكاليتها، إذ يقوم على جمع بيانات ومعلومات كثيرة وشاملة عن حالة فردية واحدة بهدف الوصول إلى فهم أعمق للظاهرة المدروسة والحالات المشابهة لها. (ربحي، 2001، صفحة 51)

تم اختيار منهج دراسة الحالة لأنه يسمح بتحليل معمق لتوظيف تقنيات الاتصال الرقمي داخل سياق محدد وهو المديرية محل الدراسة، مع رصد التفاعلات الداخلية والبيئة التنظيمية الفعلية، يوفر هذا المنهج جمع بيانات نوعية دقيقة من خلال المقابلات والملاحظة مما يعزز مصداقية النتائج .

لجمع البيانات اللازمة لهذه الدراسة التي تتبع منهج دراسة حالة، تم الاعتماد على أدوات متعددة لضمان شمولية النتائج، حيث شملت هذه الأدوات المقابلات كأداة أساسية مع إطارات وموظفي المديرية مما أتاح فهما عميقا للممارسات الفعلية للاتصال الرقمي بالإضافة إلى ذلك استخدمت الملاحظة كأداة مساعدة لجمع بيانات إضافية من مجتمع الدراسة بما يتناسب مع طبيعة البحث وأهدافه، حيث تعد أحد الأساليب الأولية في جمع البيانات عن السلوك الإنساني بصفة عامة والسلوك الاتصالي بصفة خاصة (حمدي وسوسطاح، 2019، صفحة 77)، إذ يتيح هذا الجمع بين الأدوات المختلفة بناء صورة شاملة ودقيقة عن واقع استخدام التقنيات الرقمية.

5- المدخل النظري للدراسة

1-5: الدراسات السابقة :

الدراسة الأولى: من الدراسات التي تناولت العلاقة بين السياحة والتنمية المستدامة دراسة ضيف الله نسرين المعنونة ب مساهمة الاتصال الرقمي في تنمية السياحة المستدامة

من جامعة 8 ماي 1945 – قالمة للموسم الجامعي 2202 -2023 ، بحيث هدفت الدراسة إلى بحث إشكالية الدور الذي يمكن أن تلعبه تقنيات الاتصال الرقمي في إطار دعم السياحة المستدامة لدى المنظمة الوطنية للسياحة؛ حيث اعتمدت الباحثة على تحليل المحتوى الرقمي للمواقع السياحية وأكدت النتائج أن الاستفادة من التكنولوجية الحديثة يعزز التواصل مع العملاء، تتقاطع هذه الدراسة مع بحثنا الحالي في الفكرة المحورية المتعلقة بأهمية الوسائل الرقمية الحديثة ودورها في تنمية الاتصال داخل المؤسسات السياحية، غير أن جوهرها يختلف عن دراستنا كونه ركز على مدى تبني العملاء لفكرة التنمية المستدامة ذاتها أكثر من تركيزه على الوسائل والتقنيات الرقمية المحددة التي تساهم بشكل مباشر في تسويق هذه الفكرة والترويج لمقومات السياحة المحلية، وهو ما تسعى دراستنا الراهنة إلى معالجته في سياق مديرية السياحة والصناعة التقليدية بولاية عين الدفلى .

الدراسة الثانية: تناولت الدراسة الثانية المعنونة ب"**دور الاتصال الرقمي في تنمية السياحة**"المنجزة من طرف إغالون خلال سنتي 2018-2019؛ تناولت مساهمة التقنيات الرقمية في تطوير القطاع السياحي، حيث تمحورت إشكاليتها حول مساهمة المواقع الالكترونية لوكالتي "فيزا ترافل" و "الطاسيلي" في تنمية السياحة الوطنية، هدفت الدراسة إلى تحديد الأشكال الترويجية والإعلانية التي تعتمدها هذه الوكالات، والخدمات التي تقدمها عبر منصاتها الالكترونية، وتتقاطع مع بحثنا في أهميتها الكبيرة للاتصال الرقمي في تنشيط السياحة، إلا أنها تختلف عنها في تركيزها الأساسي على فعالية المواقع الالكترونية لوكالات سياحية محددة مقابل إغفالها الإشارة إلى باقي التقنيات الحديثة التي تشملها دراستنا الحالية في سياق مديرية السياحة والصناعة التقليدية بولاية عين الدفلى .

الدراسة الثالثة : هدفت الدراسة الواردة بعنوان :" **دور تكنولوجيا الاتصال الرقمي في عصرنة المؤسسات الخدماتية- دراسة حالة لمؤسسة الصندوق الوطني لتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء(cnas) عين الدفلى" في عام 2023**، من إعداد الباحث جبار أحمد إلى تحديد أهم التقنيات الرقمية المستخدمة في المؤسسة وقياس فعاليتها في تحسين

جودة الخدمات المقدمة للزبائن من جهة ورفع مستوى أداء الموظفين من جهة أخرى، تمحورت الإشكالية الرئيسة للدراسة حول دور تكنولوجيا الاتصال الرقمي في تحسين أداء المؤسسات الخدماتية الجزائرية، اعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة من خلال أداتي الاستبيان والملاحظة في جمع البيانات، وقد خلصت إلى نتائج أبرزها أن أكثر من 50% من عينة الدراسة لا توافق على كفاءة استخدام تكنولوجيا الاتصال الرقمي، ويعزى ذلك إلى قصور في تنمية المهارات التقنية لديهم، تتقاطع هذه الدراسة مع بحثنا الحالي في تناولها تكنولوجيا الاتصال الرقمي والدور الذي تلعبه في تحسين الأداء العام للمؤسسات، بيد أنها تختلف في تركيزها على الاتصال الداخلي وعصرنة الأداء الوظيفي داخل المؤسسة الخدماتية (cnas)، بينما تركز دراستنا الحالية على دور هذه التقنيات في تحسين أداء الموظفين على المستوى الداخلي وأيضا المستوى الخارجي الذي يتمثل في الترويج للخدمة السياحية في المديرية مما يبرز الفجوة البحثية التي تسعى دراستنا إلى سدها.

2-5: مفاهيم الدراسة:

الاتصال اصطلاحا: هو شبكة الاتصالات التي تؤكد على أهمية التفاعل والعلاقات الإنسانية بين البشر من خلال نقل وتبادل المعلومات و الأفكار من شخص لآخر قصد تحقيق التأثير في البيئة الإنسانية (عبد الله، 2006، صفحة 27).

إجرائيا: يتجلى مفهوم الاتصال في دراستنا بأنه العملية التي يتم من خلالها نقل المعلومات والخبرات المتنوعة داخل المؤسسات بين جمهورها المستهدف، سواء أكان داخلي أو خارجي بهدف تحقيق الأهداف الإستراتجية والاستثمار الأمثل في المورد البشري عبر الاستغلال الفعال للموارد المتاحة.

الاتصال الرقمي اصطلاحا: يرى الدكتور محمد عبد الحميد بأنه اتصال يتم عبر نظم رقمية يعتمد على تقنيات إلكترونية بأسلوب رقمي. (اغالون، 2019، صفحة 6)

إجرائيا: يمثل الاتصال الرقمي مجموع الوسائل والتقنيات الرقمية الموظفة في مديرية السياحة والصناعة التقليدية بولاية عين الدفلى، لتنفيذ المهام التنظيمية بكفاءة وفعالية وتحسين الخدمة السياحية المحلية عن طريق نموذج اتصالي فعال.

المؤسسات السياحية اصطلاحا: هي تلك المنشآت المخصصة لاستقبال السياح وتقديم الخدمات المختلفة الموجهة للاستهلاك، وتتوفر على معدات لإفادة النزلاء السياح. (العياشي، 2022، صفحة 1356)

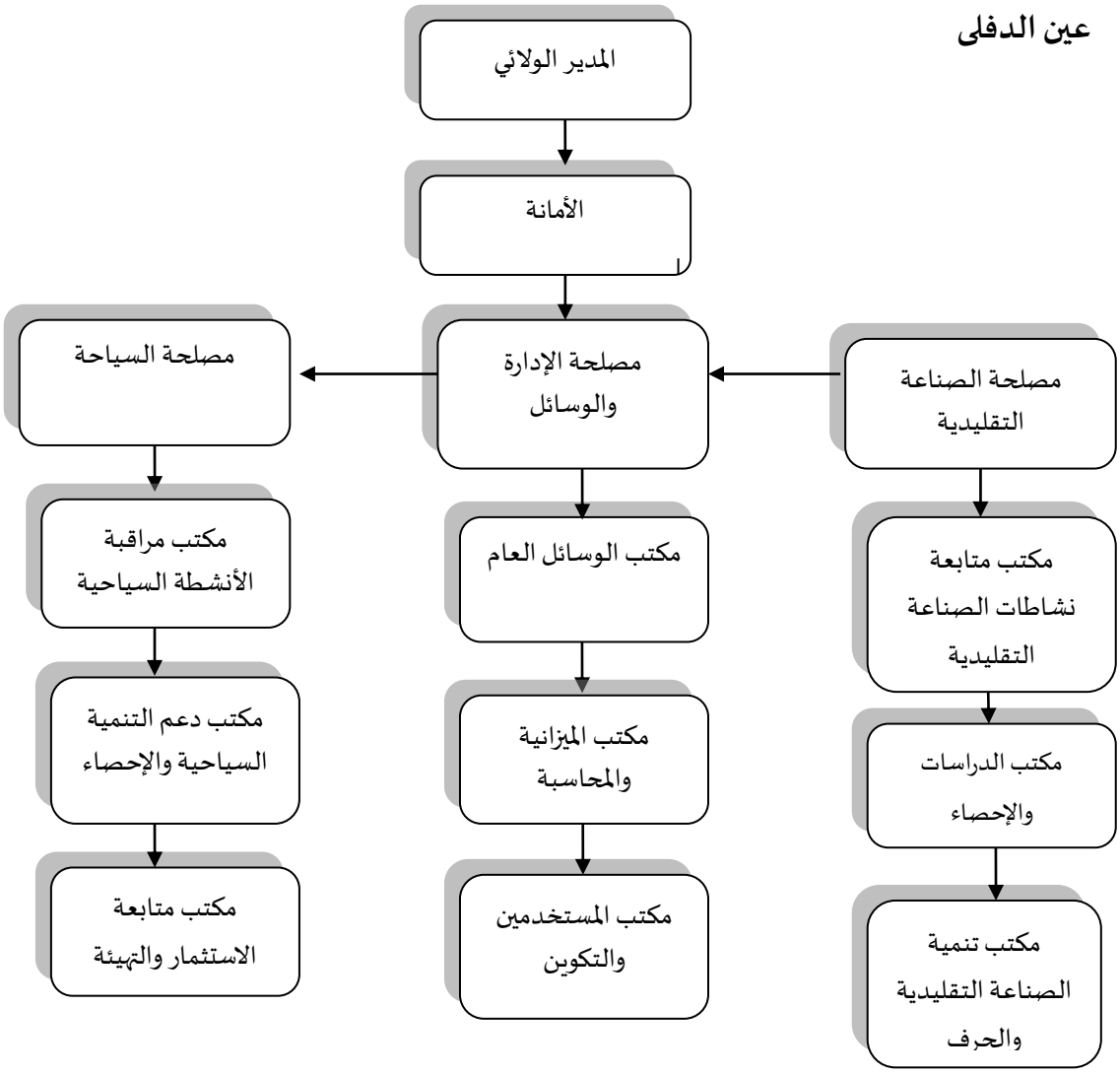
إجرائيا: في هذا السياق يمكن اعتبارها هيئة رسمية معتمدة تضطلع بمسؤولية تطوير وتنظيم الأنشطة السياحية، يتم ذلك عبر آليات متعددة تشمل التسويق الفعال للمقومات السياحية المحلية بإضافة إلى تطوير البنية التحتية اللازمة لدعم وتشجيع الاستثمارات في القطاع السياحي الحيوي؛ وتتجلى في دراستنا في مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية عين الدفلى.

6- مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية عين الدفلى:

تصنف المديرية ضمن الهيئات العمومية المكلفة بتنفيذ السياسة الوطنية للسياحة والصناعة التقليدية على المستوى المحلي بموجب المرسوم التنفيذي رقم 10-257 المؤرخ في 20 أكتوبر 2010، حيث تضطلع بمجموعة من المهام التنظيمية والترويجية ويتجسد دورها أساسا في :

- التهيئة الإقليمية التي من شأنها تنمية النشاطات السياحية.
- استقطاب الاستثمارات السياحية ومتابعة الاتصال مع الهيئات المعنية.
- تطوير الأدوات التقنية و تثمين مناطق ومواقع التوسع السياحي.
- المشاركة في وضع التصورات والخطط السنوية والإستراتجية الهادفة إلى تطوير النشاط السياحي على مستوى الولاية مع مختلف الفاعلين المحليين. (www.ain-defla.mta.gov.dz، 2026)

الشكل رقم (01) : يوضح الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية عين الدفلى



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على وثائق رسمية مقدمة من مديرية السياحة والصناعة التقليدية بولاية عين الدفلى.

6- دور الإستراتيجية الرقمية في تنمية الخدمات بالمؤسسات السياحية:

تطورت فعالية التقنيات الرقمية كإحدى الركائز الإستراتجية التي تقوم عليها أهداف المؤسسات، من خلال ما توفره من خصائص ومزايا تشغيلية متطورة يمكن إيجازها فيما يلي:

- يلعب التسويق الإلكتروني دورا أساسيا في تشكيل الهوية الرقمية للمؤسسة، مما يمنحها القدرة على المنافسة بفعالية عبر المنصات الرقمية ويقلص الفجوة التنافسية مع المؤسسات الكبرى من خلال استراتجيات التميز والظهور الرقمي.

- تساهم التقنيات الرقمية في إدارة المهام التشغيلية بمستوى عال من الكفاءة مما يؤدي إلى ترشيد الإنفاق وخفض التكاليف الإجمالية، إلى جانب خلق فرصة للسائح لنشر تجاربه السياحية عبر المنصات الرقمية. (كافي، 2019)

- يتجاوز التسويق الرقمي حدود البيع التقليدي ليحقق تكاملا مستداما مع الزبون، إذ تمنح التقنيات الرقمية المؤسسات السياحية القدرة على مرافقة السائح في مرحلة " ما بعد الاقتناء" مما يحول العلاقة إلى تجربة تفاعلية مستدامة تدعم الصورة الذهنية للمؤسسة. (براهيمي و العايب، 2019)

يمثل تبني المؤسسات السياحية للأدوات الرقمية فرصة إستراتجية لابتكار خدمات الجديدة للسياح، لاسيما المتعلقة منها بتيسير الوصول إلى المعلومات وتعزيز قنوات الاتصال بين مقدمي الخدمات وعملائهم الحاليين والمحتملين.

7- التجربة الجزائرية في التسويق الرقمي للقطاع السياحي:

عكفت الجزائر على صياغة مخططا اتصاليا متكاملا يهدف إلى التسويق للوجهة السياحية الوطنية، ذلك في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، وقد اعتمد هذا البرنامج بالدرجة الأولى على تكنولوجيا الاتصال الحديثة، بحيث تم عقد اتفاق بين وزارة السياحة والصناعات التقليدية ووزارة البريد والموصلات للإنجاح هذا المشروع، والمتمثل في إطلاق البوابة الإلكترونية للسياحة في الجزائر؛ والذي ساهم في التسويق للوجهة الجزائرية إلى

الأسواق الأجنبية من جهة وللسوق المحلي من جهة أخرى (بوسالم، قدري، و ذهب، 2017، صفحة 409)، وقد شهدت إستراتيجية رقمنة القطاع السياحي في الجزائر ثلاث مراحل أساسية استهدفت إرساء قواعد التسويق الإلكتروني للخدمات السياحية، حيث تمثل الهدف من **المرحلة الأولى** في عرض المعلومات إلكترونيا للسائح كنمط تسويق جديد، وتمت من خلالها عمليات الربط والتنسيق بين مختلف المؤسسات الوطنية في المجال السياحي، أما **المرحلة الثانية** فقد تمثل الهدف منها في تمكين السائح من شراء العروض السياحية المتوفرة ودفع قيمتها إلكترونيا، وذلك من خلال إيجاد البنية التي تمكن الإدارات التابعة للمؤسسات السياحية من إنهاء الصفقات وتسوية المبالغ، أما **المرحلة الأخيرة** فتم من خلالها ربط السياحة الإلكترونية مع بقية المؤسسات التجارية في مختلف الدول وذلك بعد تطبيق التسويق الإلكتروني المتكامل، حيث يستطيع بعد ذلك القطاع السياحي الاستفادة من الخدمات الإلكترونية وكذا إتمام المعاملات المالية إلكترونيا (عيسى و بوراوي، 2014، الصفحات 18-19).

8.الجانب التطبيقي

1.8 عرض وتفسير النتائج:

اشتملت المقابلات التي أجريت على جملة من الاسئلة نوردها بالتحليل كما يلي:

السؤال الأول: كيف يتم توصيف النشاط الاتصالي داخل مديرية السياحة والصناعات التقليدية من خلال دمج تقنيات الاتصال الرقمي في تسيير العمل الإداري؟

تتفق آراء المبحوثين مع ما ذهب إليه رئيس مصلحة السياحة بأن الاتصال يلعب دورا محوريا باعتباره محركا أساسيا لمهام المديرية مع الإقرار بهيمنة النمط التقليدي، بحيث تحتل المراسلات الورقية وكذا التعليمات المباشرة أولوية الاستخدام باعتبارها أداة أساسية لضمان حسن تسير وتنسيق الجهود بين مختلف الأقسام بكفاءة وفعالية، كما أشار إلى أن توظيف تقنيات الاتصال الرقمي كالبريد الإلكتروني، الشبكة الداخلية وبوابة الخدمة

الإلكترونية وغيرها من التطبيقات الرقمية التي تعتبر ركائز ميدانية لا غنى عنها لمواكبة متطلبات الإدارة الحديثة (المكي، 2026) .

تتفق هذه النتائج مع ما ذهبت الدراسة العلمية للباحث أحمد جبار (جبار و السلامي، 2023) الذي يؤكد على ضرورة توظيف التقنيات الرقمية نظرا لأهميتها في تسيير المهام الإدارية وزيادة التدفقات المعلوماتية وتفعيل التنسيق بين الفاعلين، غير أن واقع الاتصال في المديرية يشير إلى أن تبني التكنولوجيا لا يزال في مراحله الأولى حيث تقتصر وظائفها على تبسيط المهام الروتينية دون إحداث نقلة نوعية في أنماط الاتصال .

ويمكن تفسير هذا المعطى بالبنية الكلاسيكية لتسيير المؤسسات العمومية، بحيث يمثل الاتصال التقليدي جزءا من الثقافة التنظيمية نظرا لما توفره من مشروعية قانونية وصفة رسمية في تداول الوثائق بما يتوافق مع طبيعة التنظيم الهرمي وضبط المسؤوليات، في المقابل ترجع محدودية الاتصال الرقمي إلى غياب الرؤية الإستراتجية بالإضافة إلى فجوة التخصص المهني في المجال الاتصالي، مما يجعل توظيف التكنولوجية الحديثة يغلب عليه الطابع الوظيفي بدلا من الإستراتيجي و بذلك لا يزال الاتصال الرقمي ينظر إليه كأداة مساندة للنمط التقليدي في ظل غياب منظومة شاملة تهدف إلى رفع الكفاءة والفعالية الاتصالية.

السؤال الثاني: ما مستوى وعي إطارات المديرية بخصوص فعالية التقنيات الرقمية في تسيير المهام ؟

أكد غالبية المبحوثين بوجود وعي مؤسسي حول ضرورة توظيف التقنيات الاتصال الرقمي التي تفرضها طبيعة النشاط السياحي والتحولات العالمية المتلاحقة، غير أن هذا الوعي بحاجة إلى ضبط الممارسة وفق قواعد تنظيمية دقيقة، ففي الحالات التي تستوجب الأداء عن بعد يؤدي غياب نظام اتصالي متكامل إلى شلل جزئي أو كلي، مما يكشف عن فجوة عميقة بين الإدراك النظري والقدرة على التنفيذ. (شطي، 2026).

تعزى هذه النتائج حسب اعتقاد الباحث في أن الوعي الرقمي لدى الموظفين مرتبط بضغوط المهام اليومية والاحتياجات الظرفية أكثر من ارتباطه بسياسات مؤسسية

مرسومة، ما ينعكس في توظيف العشوائي والجزئي للأدوات الرقمية واستمرار تفوق الوسائل التقليدية في بعض العمليات، ثم إن اعتمادهم في بعض الأحيان على الاجتهادات وخبراتهم الفردية في التعامل مع التقنيات الرقمي يضعف التكامل المؤسسي، وبهذا تبرز حاجة المؤسسة إلى إستراتجية اتصالية شاملة و متكاملة لضمان فعالية الأداء.

السؤال الثالث: أهم تقنيات الاتصال الرقمي المعتمدة في المؤسسة؟

أفاد بعض الإطارات بالمديرية على أن الإستراتجية الرقمية داخل المؤسسة ترتكز بشكل أساسي على الشبكات الاجتماعية، لاسيما موقع فيسبوك كقناة رئيسية للترويج والتعريف بالأنشطة و التظاهرات السياحية نتيجة الأداء الفعال لهذه التقنيات. (بن شكيكن، 2026)

هذا مرده لاعتبارات اتصالية إستراتجية كونها أدوات جاهزة للاستخدام تتيح الوصول السريع إلى فئات متنوعة، كما توفر فضاء للتفاعل المباشر مع العملاء ولا تحتاج للكثير من التجهيزات، بالإضافة إلى أنها منخفضة التكاليف وعالية الانتشار، هذا ما ساهم بفعالية في تعزيز الهوية الرقمية للمؤسسة مستفيدة من تنوع الخصائص الاتصالية لهذه التقنيات كالنص، الصورة والبث المباشر ما يجعلها الخيار الأنسب للمؤسسات ذات الموارد المحدودة .

السؤال الرابع: كيف يتم توظيف تقنيات الاتصال الرقمي داخل المديرية لتنظيم التدفقات الاتصالية على المستويين الداخلي والخارجي ؟

تذهب آراء بعض المبحوثين إلى أن توظيف تقنيات الاتصال الرقمي داخل المديرية يتم بدرجات متفاوتة، بحيث يقوم الاتصال الداخلي أساسا على استخدم البريد الإلكتروني والشبكة الداخلية لتبادل المراسلات الإدارية وتنسيق العمل بين مختلف المصالح بإضافة إلى نقل وتبادل المعلومات والتعليمات الإدارية، بما يساهم في تحسين انسيابية سير العمل داخل المؤسسة، أما على مستوى التواصل الخارجي فتستخدم الصفحة الرسمية لموقع فيسبوك كأداة رئيسية التي يتم من خلالها نشر الأخبار والإعلانات المتعلقة بالنشاط السياحي والتعريف بالمبادرات التي تنظمها المديرية، كما يتم اللجوء إلى بوابة الخدمة

الإلكترونية لقطاع السياحة لتقديم بعض الخدمات والمعلومات لفائدة المتعاملين وإتاحة الفرصة للمستثمرين و المهنيين في المجال السياح. (عقون و بوعقاد، 2026)

كما تشير نتائج الملاحظة الميدانية للممارسات الاتصالية بالمديرية أن توظيف التقنيات الرقمية ينحصر في إطار الإعلام والتعريف بالأنشطة أكثر من كونه تواصلا تفاعليا قائما على الحوار وبناء علاقة مستمرة مع الجمهور، مما يدل على أن الاتصال الرقمي يمارس داخل المديرية بوصفه أداة داعمة للاتصال التقليدي وليس بديلا عنه، وعليه يمكن تفسير هذا الوضع بأن غياب الإستراتجية الاتصالية وضعف التأهيل المهني للقائمين عليه يحد من قدرته على تحقيق الاتصال الفعال وتعزيز صورة المؤسسة في السوق الذي يعتبر في حد ذاته استثمار .

السؤال الخامس: إلى أي مدى تعتبرون أن المحتوى الرقمي الذي تنتجه المديرية عبر تقنيات الاتصال الرقمي ساهم فعليا في زيادة الوعي بالمقومات السياحة المحلية و إبرازها لدى الجمهور؟

أفادت إجابات المفتشين بمصلحة السياحة (عقون و بوعقاد، 2026) أن توظيف تقنيات الاتصال الرقمي من خلال المحتوى الذي تنتجه المديرية ساهم بشكل لامس في زيادة الجذب والوعي بالمقومات السياحية التي تزخر بها الولاية، فقد تم جعل الصفحة الرسمية للمؤسسة عبر موقع فيسبوك منبرا لنشر المعلومات حول الأنشطة والتظاهرات السياحية على سبيل المثال لا الحصر: مشاركة تظاهرات اليوم الوطني للسياحة ما مكن الجمهور من الإطلاع على مختلف الخدمات والمرافق السياحية، بالإضافة إلى المبادرات الرقمية الإبداعية مثل مسابقة صناع المحتوى لأفضل فيديو ترويجي سياحي، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة ضيف الله نسرين وهادية براهيمي (براهيمي و العايب، 2019، صفحة 12)، في أن التقنيات الرقمية تؤثر وبشكل فعال على الجمهور المستهدف عن طريق قراراتهم المتعلقة باختيار الوجهة السياحية، مما يبرهن على فعالية التقنيات الرقمية في تعزيز الوعي العام بالمقومات الطبيعية، الثقافية والتاريخية وجلب الاستثمارات للمنطقة، بذلك أصبح

المحتوى الرقمي أداة فعالة في تعزيز مكانة المؤسسة والترويج لمقوماتها السياحية كما أنها أسهمت وبشكل لافت في دفع عجلة التنمية وتنشيط الحركة الاقتصادية رغم محدودية الموارد الرقمية المتاحة.

السؤال السادس: ما هي أبرز التحديات التقنية و التنظيمية التي تواجه الموظفين في توظيف تقنيات الاتصال الرقمي؟

تتقاطع آراء غالبية المبحوثين حول جملة من التحديات التي تعترض مسار التحول الرقمي للإدارة، ففي الجانب التقني يصطدم بمحدودية البرمجيات المعتمدة وافتقار البنية التحتية للمرونة مما يجعلها منفصلة عن التحولات التكنولوجية الجديدة، إذ أن هذا الضعف البنيوي لا يعيق سير الأداء فحسب بل يحول دون بلوغ معدلات الكفاءة؛ أما على الصعيد التنظيمي فيبرز ضعف التخصص المهني في الإدارة الحديثة كتحدي أمام تحقيق الأهداف، حيث يظل تسيير الاتصالات الرقمية مرهونة بالاجتهاد الفردي للموظفين بعيدا عن الخبرة العلمية ثم إن هذا التداخل بين ضعف البنية التحتية وعشوائية التسيير من شأنه أن يجسد واقعا رقميا يفتقر إلى الاستدامة والكفاءة لمواكبة متطلبات القطاع السياحي.

تنسجم هذه المعطيات مع ما توصلت إليه الباحثة اغالون نورة (اغالون، 2019) في دراستها حول مسببات التحديات التقنية، حيث يرجع ذلك إلى ضعف الخبرة المعرفية حول تشغيل الشبكات الرقمية، كما يتجلى عائق جوهري في غياب الوعي بأهمية التحول التكنولوجي الذي ترافق مع ضعف التخطيط الإستراتيجي أمام التسارع التكنولوجي المطرد ما حول هذه التقنيات من فرص لتعزيز التفوق المؤسساتي إلى عقبات تعيق بلوغ الأهداف .

السؤال السابع: إلى أي مدى يساهم ضعف التكوين الرقمي في كبح كفاءة الأداء الإداري ؟

إن نقص التكوين الرقمي لدى الإطارات يعتبر عاملا مؤثرا بشكل مباشر على الأداء الوظيفي داخل المديرية، وأوضحوا أن عدم توفر برامج تكوينية منتظمة وغياب التدريب والخبرة الرقمية يحد من قدرة الموظفين على استخدام التقنيات الرقمية، وبالتالي يؤدي إلى

صعوبات في إدارة المهام اليومية وخاصة تلك التي تتطلب مهارات تقنية وإنجازها يتوقف على استخدام الأدوات الرقمية. (لونيس، 2026)

وهو ما يثبت أن ضعف التكوين الرقمي يقلل من القدرة على إنتاج محتوى رقمي فعال يؤثر على جودة الخدمات المقدمة والصورة الرقمية للمديرية، ما يعكس الحاجة الماسة إلى تعزيز الموارد البشرية عبر برامج تكوينية مهيكلة لضمان توظيف أمثل لتقنيات الاتصال الرقمي في العمل الإداري، وبناء على ذلك يمكن القول أن نقص التكوين الرقمي يشكل عائقا رئيسيا أمام تحقيق الأداء الوظيفي الفعال ويحد من قدرة المديرية على استغلال أدوات الرقمية داخليا و خارجيا بشكل إستراتيجي.

2-8: النتائج العامة للدراسة:

- تعتمد المديرية على مختلف الأدوات الرقمية لتدفق المعلومات وتداول المهام والمسؤوليات الإدارية داخليا والإعلام خارجيا، غير أن هذا التوظيف بحاجة إلى تنظيم محكم بقواعد علمية نظرا لضعف التخطيط الاتصالي الذي يضبط التفاعلات ويعزز الهوية المؤسسية.

- ترتكز الإستراتيجية الرقمية للمؤسسة بشكل أساسي على الشبكات الاجتماعية لاسيما موقع الفيسبوك كقناة رئيسية للترويج لمختلف التظاهرات والأنشطة السياحية عبر الفضاء الرقمي لكونها أداة سهلة الاستخدام، بإضافة إلى تميزها عن باقي التقنيات الرقمية من خلال قلة التكلفة و عدم الحاجة إلى مهارات فائقة ما جعلها الخيار الأنسب للمؤسسة.

- ساهمت تقنيات الاتصال الرقمي بدور حيوي فعال في إبراز المقومات السياحية للمنطقة مما ساعد في تعزيز الوعي المجتمعي والإعلامي، بحيث تجسدت هذه الجهود في تحقيق التنمية الاقتصادية لاسيما عند المقارنة بمحدودية الموارد المتاحة.

- إن توظيف التقنيات الرقمية يواجه تحديات تقنية وتنظيمية، وهذا راجع إلى غياب الرؤية الإستراتجية، إذ أدى غياب التخطيط للتطورات الرقمية إلى بروز فجوات حالت دون الاستثمار الأمثل لهذه التقنيات .

- يؤدي ضعف التكوين الرقمي للمورد البشري إلى ضعف تحقيق الفعالية في المهام الاتصالية المتعلقة بإنتاج المحتويات الرقمية وإدارة الموارد، مما يعيق تحقيق الأهداف ويضعف الصورة الذهنية والهوية الرقمية للمؤسسة .

9. خاتمة:

نستنتج من خلال ما تقدم أن توظيف تقنيات الاتصال الرقمي يعد دعامة إستراتجية وآلية فعالة لرفع كفاءة الأداء الوظيفي وتعزيز الروابط مع الجمهور، حيث تتعدى قيمته الوظيفية مجرد نقل للمعلومات إلى كونه تقنية جوهرية لترسيخ قيم التفاعلية والمصداقية، وتزداد أهمية هذا النوع الاتصالي في القطاعات الحيوية ذات بعد خدماتي في مقدمتها قطاع السياحة الذي يقوم جوهريا على جودة الاتصال و تموقع المؤسسة في السوق .

بالإضافة إلى ذلك يعتبر توظيف تقنيات الاتصال الرقمي داخل مديرية السياحة لولاية عين الدفلى ضرورة حتمية تفرضها متطلبات الثورة المعلوماتية والتطور الرقمي، إذ لم تعد الوسائل التقليدية قادرة بمفردها على تحقيق كفاءة الأداء في بيئة اتصالية متغيرة ،حيث أكدت النتائج أن النجاح في هذا المسار لا يحدد بتوفير الموارد المادية بل يستلزم تبني رؤية واضحة قائمة على إستراتجية اتصالية وإعادة هيكلة البنية التقنية بما يتفق ومتطلبات الواقع الرقمي، وفي هذا السياق يبرز الدور الحيوي لتقنيات الاتصال الرقمي في ترسيخ صورة وهوية المؤسسة لدى عملائها وإبراز المقومات السياحة المحلية كسبيل لتحقيق التنمية المستدامة بالمنطقة والقطاع نفسه مما يجعل من هذا التحول بهذه المنظومة خيارا تفرضه حتمية التغيرات الرقمية المعاصرة .

10. قائمة المراجع:

1- اغالون نورة. (2019). دور الإتصال الرقمي في تنمية السياحة بالجزائر - قراءة تحليلية لموقعي الوكالتين السياحيتين فيزاترافل و الطاسيلي. *6* (1)، 6.

2- العبد الله مي. (2006). *نظريات الإتصال*. بيروت، لبنان: دار النهضة العربية للطباعة و النشر والتوزيع.

3- العياشي عبد الله. (2022). دور المؤسسات السياحية في الترويج للمنتج السياحي في المناطق الصحراوية: دراسة لعينة من المؤسسات السياحية بولاية الوادي. *مجلة الإقتصاد والتنمية المستدامة ، 5* (1)، 1356.

4- المكي عبد الله. (4 1, 2026).(2026) . مكتب مصلحة مفتشية الصناعة التقليدية والحرف.سا. 11:15. عين الدفلى، الجزائر.

5- براهيمي هادية، العايب بوبكر. (2019). التسويق الرقمي ومساهمته في تنشيط السياحة في الجزائر : دراسة عينة من السياح المحليين عبر مواقع التواصل الإجتماعي. *Revue des reformes Economiques et integration en economie National ، 12* (13).

6 - بن شكيكن زهية.(2026)مكتب مصلحة الصناعة التقليدية والحرف.سا11:45 عين الدفلى، الجزائر.

7- بوسالم محمد، قدري أبو بكر، وذهب صلاح الدين. (2017). خصوصية تسويق الوجهة السياحية عبر الويب في ظل التقسيم الجديد للسوق السياحي الإلكتروني. *مجلة البحوث الإقتصادية والمالية ، 4*، 409.

8- جبار أحمد، السلامي دلال. (2023). دور تكنولوجيا الإتصال الرقمي في عصرنة المؤسسات الخدماتية :دراسة حالة لمؤسسة الصندوق الوطني لتأمينات الإجتماعية عين الدفلى. *مجلة المعيار ، 14* (12).

9- حمدي محمد الفاتح، سوسطاح سميرة. (2019). مناهج البحث في علوم الإعلام والإتصال وطريقة إعداد البحوث. دار حامد للنشر والتوزيع.

10- شطي بلقاسم. (2026). مكتب مصلحة السياحة سا.09:45.عين الدفلى، الجزائر.

11- عبد الحميد محمد. (2000). *البحث العلمي في الدراسات الإعلامية*. القاهرة، مصر: عالم الكتب.

12- عقون وفاء، بوعقاد عبد القادر. (2026) .(2026). .مكتب مصلحة مفتشية السياحة.11:50عين الدفلى، الجزائر.

13- عليان ربحي مصطفى. (2001). *البحث العلمي أسسه ومناهجه وأساليبه*. عمان: بيت الأفكار الدولية.

14- عيساني عيسى، بوراوي عامر. (2014). التسويق الإلكتروني كآلية لتفعيل وترقية خدمات المؤسسات السياحية. *مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية ، 18* (19).

15- قنديلجي عامر ابراهيم. (2014). *منهجية البحث العلمي*. عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع.

16- كافي مصطفى يوسف. (2019). التسويق السياحي الإلكتروني و أثر الإتصالات التسويقية الإلكترونية في استقطاب السياح. *الوراق للنشر والتوزيع ، 1* (1).

17- لونيس فريد. (2026). *مكتب مصلحة مفتشية السياحة*. سا 12:00. عين الدفلى، الجزائر.

18- www.ain-defla.mta.gov.dz .(2026). تاريخ الاسترداد 19 02, 2026، من مديرية السياحة والصناعة التقليدية ولاية عين الدفلى.