



مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية



موقع المجلة: www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/313/

أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات الناشئة لتحسين تجربة السائح في ظل التحول الرقمي

The importance of using information technology in startups to improve the tourist experience in light of digital transformation

زهرة هوار، ¹ zohra houar، ¹ houar.zohra@univ-ouargla.dz

محسن بن الحبيب، Mohcene Benlahbib، ² benlahbib.mohcene@univ-ouargla.dz

¹ طالبة دكتوراه، مخبر متطلبات تأهيل وتنمية الاقتصاديات النامية في ظل الانفتاح الاقتصادي العالمي، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة - (الجزائر)

² أستاذ التعليم العالي، مخبر التطبيقات الكمية في العلوم الاقتصادية والمالية، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة - (الجزائر)

تاريخ النشر: 2025/05/28

تاريخ القبول: 2025/05/24

تاريخ الإرسال: 2025/01/06

الكلمات المفتاحية

ملخص

سعت هذه الدراسة إلى إبراز أثر تكنولوجيا المعلومات المعتمدة من طرف المؤسسات الناشئة في تحسين تجربة السائح في ظل التحول الرقمي، حيث تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لهذه الدراسة، من خلال توزيع الاستبانة على عينة عشوائية شملت (111) مفردة من السائح، وتم تحليل البيانات بعد جمعها ومعالجتها باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية SPSS 26، خلصت الدراسة بمجموعة من النتائج أبرزها: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين بعد العمليات التجارية وتحسين تجربة السائح عند مستوى الدلالة ($\alpha < 0.05$)، ساهمت أدوات تكنولوجيا المعلومات في توفير أفكار ساعدت المؤسسات الناشئة من تصميم الخدمات التي تلبي احتياجات العملاء وهذا من خلال توفير نظرة ثاقبة لتفضيلات السائحين وسلوكياتهم بعد جمع بيانات العملاء وتحليلها.

تصنيف JEL: L86؛ L83؛ M13؛ O33

Abstract

This study sought to highlight the impact of information technology adopted by startups in improving the tourist experience in light of digital transformation. The descriptive and analytical approach was relied upon, and the questionnaire form was used as the main tool for this study, by distributing the questionnaire to a random sample that included (111) individuals. Of tourists, it was done Analyzing the data after collecting and processing it using the SPSS 26 statistical package program, the study concluded with a set of results, the most important of which are: There is no statistically significant effect between the business operations dimension and improving the tourist experience at the significance level ($\alpha < 0.05$). Information technology tools contributed to providing ideas that helped startup from design Services that meet customer needs by providing insight into tourists' preferences and behaviors after collecting and analyzing customer data.

Keywords

Information Technology ;
Startups ;
Touris Experience ;
Digital transformation

JEL Classification Codes : L86 ; M13 ; L83 ; O33

* البريد الإلكتروني للباحث المرسل: hoular.zohra@univ-ouargla.dz

1. مقدمة:

مع التطور السريع الذي يشهده العالم أصبح دمج تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات الناشئة ضرورة حتمية خاصة في قطاع السياحة، فظهور التحول الرقمي الذي يعتبر كقوة محورية تعيد تشكيل الصناعات العالمية، مما يجعل المؤسسات الناشئة الناشطة في المجال السياحي والتي تبنت هذه التقنيات الرقمية تقديم تجارب شخصية ومبتكرة للمسافرين. وتساهم تكنولوجيا المعلومات في تبسيط العمليات وتحسين تجربة العملاء، وهذا بفضل تطبيقات الهاتف المحمول التي تسهل عمليات الحجز دون عناء وحتى روبوتات الدردشة المعتمدة على الذكاء الاصطناعي والتي توفر المساعدة في الوقت الفعلي، ومواقع الويب التي تزود الزائرين بمعلومات محدثة عن المعالم السياحية والأحداث والتوصيات المحلية، كما تمكن المؤسسات الناشئة من اتخاذ قرارات مستنيرة، والحفاظ على تنافسيتها، ومع اعتماد السائح المتزايد على التكنولوجيا للتخطيط وجمع المعلومات تصبح المؤسسات التي تتبنى هذه التقنيات أكثر قدرة على تلبية توقعات العملاء المتغيرة كما تمكنها من تحسين الكفاءة التشغيلية والقدرة التنافسية في سوق مزدحمة.

إشكالية الدراسة: بناء على ما تم عرضه سابقا نتلخص مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي التالي: إلى أي مدى تساهم تكنولوجيا المعلومات المعتمدة من طرف المؤسسات الناشئة في تحسين تجربة السائح في ظل التحول الرقمي؟
وعليه من خلال مشكلة البحث هذه يمكن أن نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ماهي التحديات المتعلقة بالتحول الرقمي التي تواجه المؤسسات الناشئة في قطاع السياحة؟
- كيف يمكن للمؤسسات الناشئة الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات لتعزيز تجربة السائح؟
- ما هو الدور الذي يلعبه التحول الرقمي في تسريع اعتماد تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات الناشئة التي تدعم خدمة السائح؟

فرضيات الدراسة: وللإجابة على إشكالية الدراسة والأسئلة الفرعية قمنا باختبار هذه الفرضيات:
يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات المعتمدة من قبل المؤسسات الناشئة في تحسين تجربة السائح في ظل التحول الرقمي عند مستوى الدلالة ($\alpha < 0.05$)

ويندرج تحت هذه الفرضية الرئيسية مجموعة من الفرضيات الفرعية التالية:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين بعد الأجهزة والبرمجيات وتحسين تجربة السائح عند مستوى الدلالة ($\alpha < 0.05$)
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين بعد شبكة الاتصالات وتحسين تجربة السائح عند مستوى الدلالة ($\alpha < 0.05$)
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين بعد البيانات وتحسين تجربة السائح عند مستوى الدلالة ($\alpha < 0.05$)
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين بعد العمليات التجارية وتحسين تجربة السائح عند مستوى الدلالة ($\alpha < 0.05$)
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين بعد إدارة المعلومات وتحسين تجربة السائح عند مستوى الدلالة ($\alpha < 0.05$)

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في الكشف عن دور تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات الناشئة من تحسين تجربة السائح، عبر تبني التحول الرقمي كأداة أساسية لتعزيز الكفاءة والابتكار في تقديم الخدمات السياحية، مما يساهم في تحقيق تنافسية مستدامة في عالم متسارع التغيير.

أهداف الدراسة:

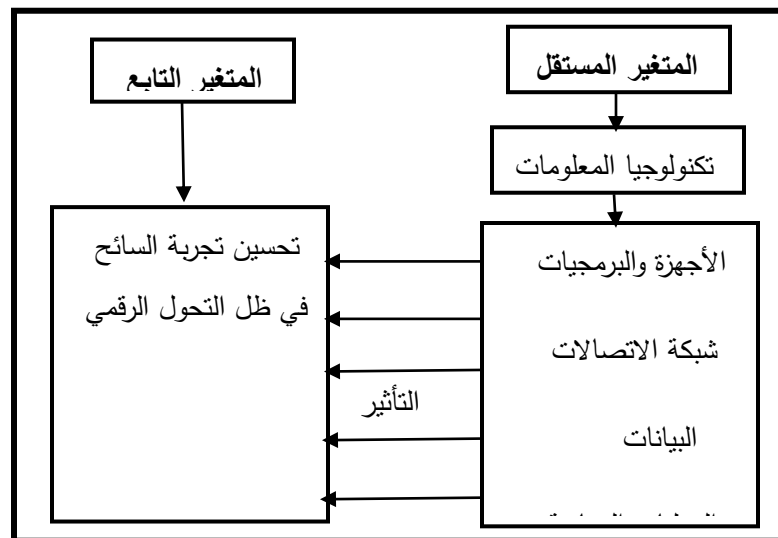
تسعى الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الآتية:

- إزالة الغموض، وتوضيح الرؤية حول موضوع تكنولوجيا المعلومات، وبعض المصطلحات التي لها علاقة بموضوع البحث.
- إعطاء صورة حول واقع تبني تكنولوجيا المعلومات من قبل المؤسسات الناشئة التي تنشط في المجال السياحي في ظل التحول الرقمي وكيف أثرت على تجربة السياح.
- تحليل تأثير التحول الرقمي على صناعة السياحة وكيف يمكن للمؤسسات الناشئة الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات لتظل قادرة على المنافسة.
- تقييم التحديات والعوائق التي قد تواجه المؤسسات الناشئة عند تبني تكنولوجيا المعلومات لتعزيز التجربة السياحية.

منهج الدراسة:

تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي وهذا لوصف متغيرات الدراسة من خلال إجراء مسح مكتبي بالاعتماد على مصادر البيانات الثانوية واستخدام المنهج التحليلي لقياس أثر تكنولوجيا المعلومات في تحسين تجربة السائح. بالإضافة إلى استخدام أسلوب دراسة حالة على عينة السياح وقد تم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات، ثم تم تحليل البيانات بعد معالجتها باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية (Spss).

نموذج الدراسة: الشكل رقم (01) يوضح النموذج المقترح للدراسة:



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الدراسات السابقة ذات الصلة

II. الإطار النظري والدراسات السابقة:

في هذا المحور سنحاول إعطاء نظرة حول المفاهيم المتعلقة بمتغيرات الدراسة وهذا من خلال عرض أهم الجوانب المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات، التحول الرقمي

1. تكنولوجيا المعلومات:

أ. مفهوم تكنولوجيا المعلومات:

يشير مصطلح تكنولوجيا المعلومات إلى استخدام الأنظمة الالكترونية بما في ذلك أجهزة الكمبيوتر والبرمجيات والأجهزة والشبكات، وهناك عدة تعاريف لتكنولوجيا المعلومات نذكر من أهمها:

عرفت منظمة اليونسكو تكنولوجيا المعلومات بأنها: استخدام التكنولوجيا الالكترونية، ومنها أجهزة الكمبيوتر والأقمار الصناعية وغيرها من التقنيات المتقدمة لإنتاج وتخزين واسترجاع وتوزيع ونقل المعلومات التناظرية والرقمية من مكان إلى آخر (جابر، 2019، صفحة 35).

بينما عرفها البنك الدولي على أنها: مجموعة من الأنشطة التي تسهل معالجة المعلومات ونقلها وعرضها بالوسائل الالكترونية، وتحسين تبادل المعلومات وتحديث المعرفة، وبالتالي فهي ضرورية لتنظيم وإعادة هيكلة أساليب العمل (هاجر، 2022، صفحة 59).

وعليه من خلال التعاريف السابقة الذكر يمكن تعريف تكنولوجيا المعلومات على أنها: الاعتماد على مجموعة من التقنيات التي تساهم في تنظيم وتخزين كميات هائلة من البيانات يسهل الوصول إليها بشكل قابل للتطوير، مع ضمان حمايتها من التهديدات السيبرانية، كما تعمل هذه التقنيات على تحفيز الابتكار من خلال أتمتة العمليات وتحسين الإنتاجية عبر مختلف القطاعات.

تتميز تكنولوجيا المعلومات بمجموعة من الخصائص أهمها: (Fatiha, 2021, pp. 441-454)

تقليل الوقت: لقد تجاوزت التكنولوجيا كل الأماكن الكترونياً.

تقليل المساحة: توفر هذه التقنية مرافق تخزين، وتستوعب كمية هائلة من المعلومات المخزنة ويمكن الوصول إليها بسهولة.

مشاركة المهام الفكرية مع الآلة: وهذا ناتج بفضل التفاعل بين كل من الباحث والنظام.

الذكاء الاصطناعي: من أهم سمات تكنولوجيا المعلومات هو تطوير المعرفة بنزاهة وخبرة عملية في التصنيع وتعزيز تدريب المستخدمين على الشمولية والتحكم في عملية التصنيع.

تكوين شبكات الاتصالات: مجموعة من الأجهزة تعتمد على المعلومات الوحدات التكنولوجية لتشكيل شبكات الاتصالات التي تعمل على زيادة تدفق البيانات بين المستخدمين والمصنعين وكذلك مصنعي الآلات، كما يسمح بتبادل المعلومات حول الأنشطة الأخرى.

عدم الدعاية: وتشير إلى إمكانية توجيه الرسالة الاتصالية إلى شخص واحد أو مجموعة محددة من الأشخاص بدلا من توجيهها إلى جمهور واسع.

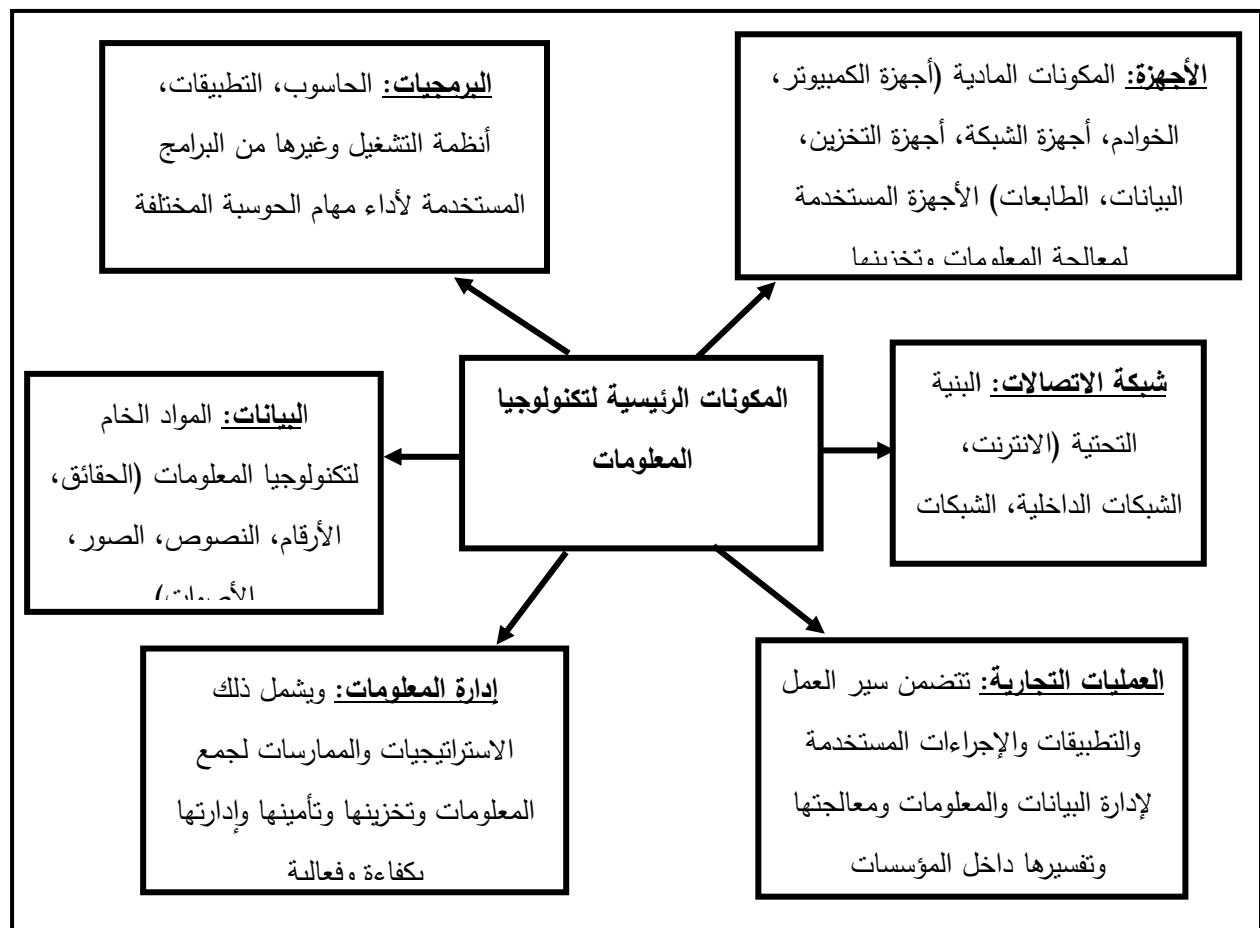
الشيوع والانتشار: هو قدرة هذه الشبكة على التوسع لتشمل المزيد والمزيد من المناطق غير المحددة من العالم بحيث تستمد قوتها من هذا الانتشار المنهجي لنموذجها المرن.

عالمية: البيئة التي تنشط فيها هذه التقنيات، حيث تتبع المعلومات مسارات مختلفة ومعقدة وتنتشر عبر مناطق مختلفة من العالم، وتسمح بتدفق رأس المال إلكترونيا.

ب. المكونات الرئيسية لتكنولوجيا المعلومات:

يمكن تلخيص أهم مكونات تكنولوجيا المعلومات في المخطط التالي: (HM & Andi, 2023, pp. 112-121)

الشكل رقم (02): المكونات الرئيسية لتكنولوجيا المعلومات



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على (HM & Andi, 2023, pp. 112-121)

2. مفهوم المؤسسات الناشئة:

شركات الناشئة حسب Steve blank هي: "مؤسسات تم تصميمها لإنشاء منتجات أو خدمات جديدة في ظل ظروف عدم اليقين، والتي تسعى إلى تحقيق نمو سريع وقابل للتكرار ومربح وقابل للتطوير." (Camara, Marcelo, 2020, p. 1_20)

Suzana, & Saulo, 2020, p. 1_20)

في حين يقدم خبراء آخرون تعريفات للشركات الناشئة، والتي تشبه عمل بلانك، بالنسبة لديم مكلور الشركة الناشئة هي: شركة ليس لديها نموذج عمل ثابت يستكشف إمكانيات مختلفة بمعنى آخر لم تقم الشركة الناشئة بتطوير منتجها بشكل واضح، ولم تحدد عملائها بعد، ولا تعرف بعد كيف تصبح مربحة. (Siuraya & Haraoubia, 2021)

3. التحول الرقمي:

أ. مفهوم التحول الرقمي:

يتم تعريف التحول الرقمي على أنه: استجابة المنظمة للتغيرات البيئية التغير كمزيج من الموارد التكنولوجية والتقنية وينطوي على تغييرات للعمليات والثقافة لزيادة الكفاءة عن طريق أتمة العمل. (Nanda, Ida, & Ahmad, 2023, pp. 1-24)

في حين أشارت (هيريت 2017) في كتابها التحول الرقمي بأنه: قدرة الشركة للرد واستخدام التقنيات والإجراءات الجديدة بنجاح الآن وفي المستقبل. (ADNANI & Nadia, 2020, pp. 138-155)

من خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف التحول الرقمي على أنه: هو عملية استجابة المؤسسة للتغيرات البيئية من خلال دمج الموارد التكنولوجية والتقنية، بهدف تحسين الكفاءة وتعزيز الأداء عبر أتمة العمليات وإعادة صياغة الثقافة المؤسسية. ويتيح هذا التحول للمؤسسات القدرة على التكيف مع الابتكارات التكنولوجية وتطبيقها بنجاح، سواء في الحاضر أو المستقبل، لضمان استمرارية التميز التشغيلي والابتكار.

ب. مساهمة استخدام تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات الناشئة لتحسين تجربة السائح في ظل التحول الرقمي:

أولاً: دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين قطاع السياحة: (حنان، 2022، الصفحات 91-107)

- يتأثر النشاط السياحي بشكل كبير بتكنولوجيا المعلومات وتشكل تكنولوجيا المعلومات الآن أساس صناعة السياحة، حيث يعتمد توفر المعلومات على اتخاذ قرار السفر. ورغم توافر المعلومات الكافية عن الوجهات السياحية والخدمات والمرافق المتوفرة، إلا أننا نرى أن الحركة السياحية ارتفعت إلى هذا المستوى، ولذلك دخلت تكنولوجيا المعلومات العديد من القطاعات السياحية منها: - الشركات السياحية - الفنادق - شركات الطيران
- لفهم العلاقة الوثيقة بين وكالة السياحة والسفر والتكنولوجيا الحديثة لا بد من التأكيد على النقاط التالية:
- تعتمد صناعة السياحة على توافر كميات هائلة من البيانات والمعلومات، بغض النظر عما إذا كانت هذه البيانات والمعلومات تتعلق بأسواق السياحة، أو قطاعات السوق المختلفة، أو العملاء، أو مقدمي الخدمات السياحية، أو المنافسين. المنتج السياحي ومناطق الجذب السياحي وما إلى ذلك.
- إن التطور السريع لتكنولوجيا المعلومات يسهل عملية تخزين البيانات والمعلومات وتصنيفها وتبويبها وتحليلها وتوزيعها واسترجاعها.

ومن هنا نتضح لنا العلاقة الوثيقة بين تكنولوجيا المعلومات والسياحة وهذا من خلال الدور الذي تلعبه هذه التقنيات من توفير مختلف التسهيلات للسائحين سواء من خلال تعزيز تجربة العملاء وتبسيط عمليات التواصل بين المؤسسات والزوار وبالتالي تحقيق سرعة الاستجابة للاحتياجات، أو من خلال توفير الأمان وهذا بحفظ البيانات والمعلومات المتعلقة بالمسافرين، بالإضافة إلى تمكين المؤسسات من تحليل البيانات ومعرفة متطلبات الزبائن المتنوعة وتحقيقها، وتسهيل تطبيقات التكنولوجيا على المؤسسات تسويق منتجاتها رقمياً.

ثانياً: أهمية التحول الرقمي في قطاع السياحة:

لتسليط الضوء على التطورات الرئيسية حول التحول الرقمي في قطاع السياحة، يجب فهم كيف يمكن لصناعة السياحة والمؤسسات والمسافرين الاستفادة من التكنولوجيا وتحديد الفرص التي تقدمها.

يتميز التحول الرقمي بالقدرة على دفع الابتكار، وتعزيز نمو السياحة، وتشجيع التنمية المستدامة كما يساهم في خلق فرص العمل. بالإضافة إلى العمليات السابقة يساهم التقدم التكنولوجي والتحول الرقمي في الشركات السياحية، من تمكين المؤسسات من تحقيق ميزة تنافسية طويلة المدى في ظل ازدهار المنافسة وهذا من خلال الابتكار وكسب رضا العملاء. وفي هذا السياق نجد العديد من الدراسات التي تركز على السياحة الرقمية وهذا لمعرفة المزايا والفوائد التي يحققها التحول الرقمي وفي المقابل نجد دراسات أخرى تناقش العوائق والتحديات التي تجعل الشركات لا تعتمد على التكنولوجيا الرقمية ولا تطبقها في نشاطها. (Kindzule-Millere & Sandija, 2022, pp. 476-486)

يلخص الجدول رقم (01) الفرص والفوائد، فضلاً عن العوائق والتحديات المتعلقة بالتحول الرقمي للمؤسسات السياحية

الجدول رقم (01): الفرص والفوائد/ العوائق والتحديات المتعلقة بالتحول الرقمي للمؤسسات السياحية

الفرص/الفوائد	العوائق/التحديات
- يمكن أن يساعد في زيادة الإنتاجية، وتوفير الوقت والموارد، وإتاحة الفرصة للتركيز على الأهداف الإستراتيجية لريادة الأعمال، وزيادة القدرة على تطوير نماذج جديدة لريادة الأعمال - يمكن من الوصول، ويوسع الوصول الدولي، المساهمة في فتح أسواق جديدة وتدويل العمليات التجارية. - تنويع ريادة الأعمال، ويساهم في زيادة الإبداع والابتكار، يحسن جودة الخدمة، ويوفر خدمات أكثر تخصيصاً للعملاء. - سرعة وسهولة تبادل المعلومات مع أصحاب المصلحة. - يزيد من ظهور العلامة التجارية عبر الانترنت، والقدرة على جذب العملاء، ويساهم في زيادة المبيعات. - يعزز سمعة الشركة، ويكسب ثقة العملاء وولاءهم. - يحافظ على القدرة التنافسية، ويساهم في تحقيق ميزة تنافسية طويلة المدى، تمكن ممارسات الإستراتيجية المرنة من الاستجابة لتغيرات السوق.	- عدم فهم الفرص وكيفية الاستفادة منها لتحقيق الفوائد. - نقص أو عدم كفاية المعرفة التقنية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والمهارات الرقمية والتدريب على التقنيات الرقمية الجديدة. - قلة رأس المال لأن الرقمنة تتطلب تكاليف عالية، وعوائد غير مؤكدة. - عدم توفر المنتجات التي تتناسب والميزانية، والعملية معقدة وطويلة. - محدودية البنية الرقمية والبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، خاصة في المناطق الريفية.

المصدر: (Kindzule-Millere & Sandija, 2022)

4. الدراسات السابقة:

❖ دراسة أحمد عبد الله الرشيد سنة (2020) مقال بعنوان: أثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات في رفع كفاءة

الخدمات السياحية في الكويت، المجلة الدولية لنشر الدراسات العلمية

سعت الدراسة إلى التعرف على أثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات في المجال السياحي في الكويت، اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي التحليلي كما اعتمد أيضا على استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات وجهت إلى المواطنين والمقيمين في دولة الكويت، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها: تأخر القطاع السياحي الكويتي عن نظرائه في الخليج وبقية العالم، وبالتالي ضياع فرص الاستثمار والجذب السياحي وخسارة كبيرة لأحد مصادر الدخل القومي قلة المنتجات والفعاليات السياحية التي يمكن أن تجذب الزوار إلى الكويت.

❖ دراسة انعام علي توفيق & محمد سلمان داود سنة (2016) مقال بعنوان: استخدام تكنولوجيا المعلومات في

تحسين خدمات الإيواء بمدينة بابل الاثرية السياحية، مجلة المنارة للاستثمارات

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على دور المعلومات السياحية الإلكترونية في تحسين خدمات الإيواء من خلال تقليل التكاليف والوقت والجهد. كما تناولت كيفية تعزيز الأداء السياحي عن طريق زيادة كفاءة وفاعلية المؤسسات السياحية، بالإضافة إلى تعزيز وعي العاملين بأهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات في هذا المجال، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والأسلوب التحليلي، مستخدمة أساليب كمية ونوعية. وخلصت بمجموعة من النتائج أبرزها: أن تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الخدمات السياحية في مدينة بابل تواجه تحديات في تلبية احتياجات المستفيدين.

❖ دراسة Iwona Baak & Emilia Barej-Kaczmarek & piotr Sulikowski سنة (2022)

مقال بعنوان: Impact of Information and Communication Technologies on the Tourism Sector , European Research studies Journal

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بشأن قطاع السياحة، حيث تم الاعتماد في هذه الدراسة على طريقة البحث المكتبي، والتي تتضمن التحقق من البيانات التي تم الحصول عليها من المصادر المتاحة للجمهور (الأدب المهني، الانترنت، أبحاث الويب). توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: التطور المستمر لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات خلال العقد الماضي أدى إلى تغيير جذري في السياحة، بالإضافة إلى ذلك تساهم تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في توفير مجموعة واسعة من الحلول التي تؤثر على صناعة السياحة بأكملها، بما في ذلك النقل والسفر والضيافة والترفيه، وتزيد كفاءة العمليات الاقتصادية في قطاع السياحة.

❖ دراسة SAMIA BELADJERAF سنة (2020) مقال بعنوان: The role of the information technology

upgrading the services provided by the travel and the tourism companies, Journal of Rights and Freedoms

هدفت الدراسة إلى إبراز الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات في ترقية الخدمات المقدمة من قبل شركات السياحة والسفر، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي من خلال إجراء مسح مكتبي. خلصت الدراسة بمجموعة من النتائج أهمها: استخدام تكنولوجيا المعلومات له تأثير كبير على جودة الخدمات السياحية المقدمة إذا كانت هذه الشركات تمتلك الكوادر البشرية المختصة بتقنيات الكمبيوتر والتي تساهم في تصميم أحدث العروض وتقديم أفضل الخدمات للسياح.

مناقشة الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة:

من خلال عرض مجموعة من الدراسات السابقة والتي لها علاقة بموضوع دراستنا، نجد أن جميع الدراسات تتفق مع دراستنا في مجموعة من النقاط أهمها التركيز على دور تكنولوجيا المعلومات في تنمية قطاع السياحة، سواء من خلال الكفاءة التشغيلية أو تحسين جودة الخدمات، أو من خلال تحسين التجربة السياحية، أو خلق فرص جديدة للمشاركة حيث حاولت جميع الدراسات السابقة بما في ذلك دراستنا الوقوف على أهم التحديات التي تواجهها المؤسسات من جراء تطبيقها لتكنولوجيا المعلومات في السياحة ومناقشة الفوائد المتوقعة تحقيقها في هذا القطاع، بالإضافة إلى ذلك نجد أن أغلب الدراسات بما في ذلك الدراسة الرئيسية تم الاعتماد فيها على الأساليب الوصفية والتحليلية لتقييم تأثير تكنولوجيا المعلومات على قطاع السياحة.

بينما تختلف دراستنا عن الدراسات السابقة من حيث تركيزها الجغرافي فمثلا نجد دراسة أحمد عبد الله رشيد تركيز بشكل خاص على الكويت وسلطت الضوء على تأخرها في المجال السياحي ودراسة أنعام على توفيق ومحمد سلمان داود ركزت على التحديات التي تواجهها منطقة بابل تحديدا في حين دراستنا تركز على تحسين تجربة السائح في الجزائر، بالإضافة إلى الاختلاف في الهدف من الدراسة فدراستنا

تربط جميع العناصر في سياق التحول الرقمي، بهدف الوصول إلى فهم شامل لتكنولوجيا المعلومات في المجال السياحي.

ومن بين الإضافات التي قدمتها دراستنا هي مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تقديم تسهيلات لتوفير الاحتياجات المتغيرة لخدمة العملاء والعمل على تحقيق رضاهم وكسب ولائهم للمؤسسة وتقديم مختلف التسهيلات من خلال اعتماد تقنيات التحول الرقمي والتي تساهم في تحقيق الاستجابة السريعة لطلبات العملاء المتنوعة وتمكينهم من الوصول إلى العديد من الخدمات الالكترونية واختيار ما يتوافق ورغباتهم.

III. الطريقة والإجراءات:

-الجانب العملي

سنحاول في هذا الجانب إبراز الجانب النظري ميدانيا وهذا لإبراز العلاقة بين المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات الناشئة) والمتغير التابع (تحسين تجربة السائح في ظل التحول الرقمي)، حيث كانت الدراسة على واقع السياح في المؤسسات الناشئة.

-منهجية الدراسة:

-مجتمع وعينة الدراسة:

-مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من السياح الذين يتعاملون مع المؤسسات الناشئة التي تعتمد على تكنولوجيا المعلومات في ظل التحول الرقمي وتمثلت في:

السياح الذين يتعاملون مع مؤسسات التي تقدم خدمات النقل: In drive, Tem Tem, wasseln, Yassir

السياح الذين يتعاملون مع مؤسسات الحجز الفندقي: Booking, Namlati

السياح الذين يستخدمون تطبيق تحويل العملات: Square Alger

السياح الذين يتعاملون مع المؤسسات المتخصصة في الأنشطة السياحية الغامرة: Nboujiw

-عينة الدراسة: اعتمدنا على العينة العشوائية، بعد نشر الاستبانة الالكترونية قدرت الإجابات ب (128)، وبعد استبعاد الاستبانات الغير صالحة للدراسة، بلغ عدد الاستبانات الصالحة (111) استبانة وهي ما تمثل عينة البحث.

-أداة الدراسة:

تم الاعتماد على استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لتحقيق الهدف من الدراسة، حيث تكونت من 3 أقسام رئيسية: القسم الأول: يتعلق بالبيانات الشخصية للمبحوثين.

القسم الثاني: ويتعلق بمحاور الاستبيان

المحور الأول: بالأبعاد الخاصة بتكنولوجيا المعلومات، ويتكون من 35 فقرة موزعة على النحو التالي:

- بعد الأجهزة والبرمجيات: يتكون من 05 فقرات
- بعد شبكات الاتصالات: يتكون من 05 فقرات
- بعد البيانات: يتكون من 05 فقرات
- بعد العمليات التجارية: يتكون من 05 فقرات
- بعد إدارة المعلومات: يتكون من 05 فقرات

المحور الثاني: يتعلق بتحسين تجربة السائح في ظل التحول الرقمي يتكون من 10 فقرة.

تم استخدام مقياس سلم ليكرت الخماسي لقياس استجابات المستجيبين لفقرات الاستبيان كالتالي:

الجدول رقم (02): مستويات الإجابة وفق مقياس ليكرت الخماسي

الدرجات	01	02	03	04	05
الرأي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
المستوى	منخفض جدا	منخفض	متوسط	مرتفع	مرتفع جدا
مجالات الإجابة	{1.8-1}	{2.6-1.8}	{3.4-2.6}	{4.2-3.4}	{5-4.2}

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على دراسة (رابحي، 2024، الصفحات 367-386)

متوسط الإجابات هو: $3=5 | (1+2+3+4+5)$

وهذا يعني أن الإجابات التي تقل قيمتها عن 3 تعبر عن موافقة سلبية، بينما الإجابات التي تكون قيمتها أكثر من 3 موافقة إجابيه.

-اختبار صحة وثبات أداة الدراسة:

من أجل ضمان موثوقية واستقرار العناصر المكونة لكل متغير في الدراسة تم حساب مهامل الثبات (ألفا كرونباخ) وهو أحد المقاييس الأكثر استخداما لاختبار الموثوقية.

تتراوح قيمة معامل ألفا كرونباخ بين 0 و 1، والقيم التي تزيد عن 0.7 تعبر عن معامل ثبات عالي، وأقل قيمة مقبولة هي 0.6. (Abo-Elvoud & Jala, 2022, pp. 821-855)

الجدول رقم (03): نتائج صدق وثبات أداة الدراسة

البعد	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
الأجهزة والبرمجيات	05	0.878
شبكة الاتصالات	05	0.886
البيانات	05	0.845
العمليات التجارية	05	0.864
أنظمة المعلومات	05	0.848
تحسين تجربة السائح	10	0.846
كل العناصر	35	0.882

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات (spss,vev,26) n=111

يتضح من النتائج الموضحة في الجدول السابق ان قيمة معامل كرونباخ ألفا مرتفعة لكل بعد، حيث تتراوح بين (84.5%-88.6%)، بينما بلغت جميع فقرات الاستبيان (88.2%) وهي تفوق القيمة الدنيا بالنسبة للعلوم الإدارية والاقتصادية المحددة ب (60%)، وهذا يعني أن الثبات مرتفع وذا دلالة إحصائية. وبذلك تكون الاستبانة في صورتها النهائية قابلة للتوزيع، وعليه أكد الباحثان صحة وثبات الدراسة مما يجعلنا على ثقة تامة من صدق الاستبيان والإجابة على أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها.

-تحليل البيانات وفرضيات الدراسة ومناقشتها:

-الوصف الإحصائي لعينة الدراسة بناء على البيانات الشخصية:

الجدول رقم (04): البيانات العامة حول عينة الدراسة

المتغيرات	البيانات	التكرار	%
الجنس	ذكر	57	51.35%
	أنثى	54	48.65%
العمر	18-25 سنة	24	21.62%
	26-35 سنة	63	56.76%

10.81%	12	36-45 سنة	المؤسسات التي تم التعامل معها
10.81%	12	أكثر من 45 سنة	
13.51%	15	Namlatic	
5.41%	06	In Drive	
2.70%	03	Tem Tem	
64.86%	72	Yassir	
5.41%	06	Booking	
8.11%	09	Squar Alger	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات (spss,vev,26) n=111

من خلال نتائج الجدول رقم 03، نجد أن عدد الاستجابات بلغت 111 مفردة، تظهر المشاركة حسب العمر أن أكبر عدد من المستجوبين هم من 26 إلى 35 عام علما أنها شكلت 56.76% من عدد عينة الدراسة حيث بلغ 63 سائح، يليه الفئة العمرية من 18-25 سنة التي مثلت 21.62% حيث بلغ عدد السياح من هذه الفئة 24 سائح، أما أدنى مشاركة نجد أن الفئة العمرية من 36-45 سنة تساوت مع الفئة العمرية الأكثر من 45 سنة حيث بلغت نسبتهم 10.81% لكل منها وكان عدد السياح في كل فئة 12 سائح. أما فيما يتعلق بجنس المستجوبين كانت المشاركة الأكبر من جنس الذكور حيث شكلت 51.35% بينما شكلت عدد الإناث 48.65% من العينة المستجوبة. كما يظهر البحث أيضا أن أغلب المشاركين تعاملوا مع مؤسسة Yassir التي استحوذت على 64.86%، يليها مؤسسة Namlatic التي احتلت نسبة المرتبة الثانية نسبة 13.51%، ثم تليها مؤسسة squar Alger نسبة 8.11%، في حين كانت نسبة التعامل مع مؤسسة In Drive و Booking متساوية بلغت 5.41% وأدنى نسبة كانت لمؤسسة Tem Tem بلغت 2.70%.

-التحليل الوصفي لمحاور الدراسة:

من أجل الإجابة على تساؤلات الدراسة قمنا بتحليل محاور الاستبيان، حيث قمنا باستخدام مقاييس الإحصاء الوصفي المتمثلة في الانحرافات المعيارية والمتوسطات الحسابية لمعرفة أهمية كل محور من محاور الاستبيان.

الجدول رقم (05): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاور الاستبيان

الرقم	البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية	درجة الأهمية
01	الأجهزة والبرمجيات	4.40	0.37	01	مرتفع
02	شبكة الاتصالات	4.06	0.51	05	مرتفع

03	البيانات	4.34	0.46	03	مرتفع
04	العمليات التجارية	4.37	0.48	02	مرتفع
05	أنظمة المعلومات	4.18	0.50	04	مرتفع
	المتوسط الحسابي الكلي لأبعاد متغيرات تكنولوجيا المعلومات	4.27	0.46	-	مرتفع
	تحسين تجربة السائح في ظل التحول الرقمي	4.14	0.44	-	مرتفع

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات (spss,vev,26) n=111

تشير نتائج الجدول أعلاه أن قيمة المتوسط الحسابي العام لمتغيرات تكنولوجيا المعلومات قدرت ب (4.27)، حيث بلغ المتوسط الحسابي لبعد الأجهزة والبرمجيات (4.40)، ثم بعد العمليات التجارية ب (4.37)، يليه بعد البيانات (4.34)، ثم بعد أنظمة المعلومات (4.18)، وأخيرا بعد شبكة الاتصالات قدر ب (4.06)، أما فيما يخص المتغير التابع تجربة السائح في ظل التحول الرقمي قدر ب (4.14)

من خلال هذه النتائج المتوصل إليها كانت كل المتوسطات الحسابية لكل المتغيرات مرتفعة، وهذا يدل مساهمة كل أبعاد تكنولوجيا المعلومات المعتمدة من طرف المؤسسات الناشئة في تعزيز تجربة السائح في ظل التحول الرقمي.

-اختبار فرضيات الدراسة:

-اختبار الفرضيات الفرعية: من أجل اختبار فرضيات الدراسة، اعتمدنا على الانحدار الخطي البسيط والانحدار المتعدد، لقياس تأثير أبعاد تكنولوجيا المعلومات على تحسين تجربة السائح في ظل التحول الرقمي كما يلي:

الجدول رقم (06): نتائج الانحدار البسيط لتأثير أبعاد تكنولوجيا المعلومات على تحسين تجربة السائح

الفرضية	معامل التحديد R ²	معامل الارتباط R	F	Béta	مستوى الدلالة (Sig)	الثبات	B1
الأولى	0.291	0.539**	44.708	0.539	0.000	2.496	0.461
الثانية	0.283	0.532**	42.934	0.532	0.000	1.507	0.618
الثالثة	0.617	0.785**	175.561	0.617	0.000	0.899	0.832
الرابعة	0.282	0.531**	42.735	0.282	0.000	1.970	0.580
الخامسة	0.536	0.732**	125.674	0.536	0.000	0.716	0.838

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات (spss,vev,26) n=111

توضح نتائج الجدول السابق معنوية النموذج بحيث لاحظنا ان مستوى الدلالة المحسوب ($\text{sig} < 0.05$) وهذا يؤكد وجود علاقة بين متغيرات تكنولوجيا المعلومات وتعزيز تجربة السائح في ظل التحول الرقمي.

كما أشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباط طردية متوسطة لكل متغيرات الأجهزة والبرامج (53.9%)، شبكة الاتصالات (53.2%)، العمليات التجارية (53.1%) وتحسين تجربة السائح في ظل التحول الرقمي للسياح محل الدراسة، بالإضافة

إلى وجود علاقة ارتباط طردية قوية لكل متغيرات البيانات حيث بلغت (78.5%) وأنظمة المعلومات التي بلغت (73.2%) وتحسين تجربة السائح في ظل التحول الرقمي. كما نجد أن ما قيمته (29.1%) من التباين في المتغير التابع (تحسين تجربة السائح في ظل التحول الرقمي) يفسره بعد الأجهزة والبرامج وهي نسبة ضعيفة. وأن ما قيمته (28.3%) من التباين في المتغير التابع يفسره بعد شبكة الاتصالات وهي الأخرى نسبة ضعيفة وتدل على أن جودة التوفيق ضعيفة جداً، وأن ما قيمته (61.7%) من التباين في المتغير التابع يفسره بعد البيانات وهي نسبة مرتفعة وتدل على جودة توفيق جيدة، وأن ما قيمته (28.2%) من التباين في المتغير التابع يفسره بعد العمليات التجارية وهي نسبة ضعيفة، وأن ما قيمته (53.6%) من التباين في المتغير التابع يفسره بعد أنظمة المعلومات وهي نسبة متوسطة.

أما فيما يتعلق b_1 قدرت ب (0.461، 0.580، 0.618، 0.832، 0.838) بالترتيب توضح قوة تأثير المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات الناشئة) على المتغير التابع (تحسين تجربة السائح في ظل التحول الرقمي) على سبيل المثال كلما ارتفع عنصر الأجهزة والبرامج بوحدة واحدة تحسنت تجربة السائح ب 0.461، وكلما ارتفع عنصر شبكة الاتصالات بوحدة واحدة تحسنت تجربة السائح ب 0.618، وكلما ارتفع عنصر البيانات بوحدة واحدة ارتفعت قيمة تحسين تجربة السائح ب 0.832، وكلما ارتفع عنصر العمليات التجارية بوحدة واحدة زادت قيمة تحسين تجربة السائح ب 0.580.

من خلال ما توصلنا إليه في نتائج الانحدار الخطي البسيط نقبل الفرضيات الفرعية السابقة أي يوجد أثر ذو دلالة إحصائية ل: (الأجهزة والبرمجيات، شبكة الاتصالات، البيانات، العمليات التجارية، أنظمة المعلومات) على تحسين تجربة السائح في ظل التحول الرقمي

-اختبار الفرضية الرئيسية:

الجدول رقم (07): نتائج الانحدار المتعدد لأثر تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات الناشئة وتحسين تجربة السائح في ظل

التحول الرقمي

المتغيرات	المعلومات المقدرة		T	Béta	مستوى الدلالة	الدلالة
	قيمة المعلمة	الخطأ المعياري				
الثابت	0.152	0.293	0.517	-	0.606	-
الأجهزة والبرمجيات	0.178	0.079	2.261	0.152	0.026	جوهري
شبكة الاتصالات	0.509	0.088	5.810	0.540	0.000	جوهري
البيانات	0.159	0.057	2.789	0.185	0.006	جوهري

العمليات التجارية	-0.120	0.069	-1.727	-0.131	0.087	غير جوهري
أنظمة المعلومات	0.207	0.079	2.636	0.237	0.010	جوهري

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات (spss,vev,26) n=111

وفقا لمعطيات نتائج الانحدار المتعدد لأثر تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات الناشئة على تحسين تجربة السائح في ظل التحول الرقمي نجد:

✓ **الفرضية الفرعية الأولى:** تبين النتائج أن قيمة مستوى الدلالة 0.026 أقل من 0.05 وهذا يعني أنه غير دال إحصائيا، وقدرت قيمة t المحسوبة (2.261) وهي أكبر من قيمة t الجدولية (2.000) وهذا يعني أنا تأثيرهما جوهري لبعد الأجهزة والبرمجيات، أما معامل الانحدار B قدر ب 0.178 وهذا يعني أن التغير في بعد الأجهزة والبرمجيات بوحدة واحدة يساهم في تحسين تجربة السائح ب 0.178. وعليه نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية التي مفادها: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين بعد الأجهزة والبرمجيات وتحسين تجربة السائح عند مستوى الدلالة ($\alpha < 0.05$)

✓ **الفرضية الفرعية الثانية:** بناء على معطيات الجدول 06 كانت قيمة مستوى الدلالة 0.000 أقل من 0.05 أما قيمة t المحسوبة قدرت ب (5.810) وهي أكبر من قيمة t الجدولية وهذا يدل على أن التأثير جوهري لبعد شبكة الاتصالات على تحسين تجربة السائح، وقدر معامل الانحدار B ب 0.509 وهذا يدل على أن التغير بوحدة واحدة في بعد شبكة الاتصالات يساهم في تعزيز تجربة السائح ب 0.509 وبناء على هذه النتائج نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية القائلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين بعد شبكة الاتصالات وتحسين تجربة السائح عند مستوى الدلالة ($\alpha < 0.05$)

✓ **الفرضية الفرعية الثالثة:** قدرت قيمة مستوى الدلالة هنا 0.006 وهي أقل من 0.05 أي دال إحصائيا، وبلغت قيمة t المحسوبة 2.789 أكبر من القيمة الجدولية (2.000) هنا تأثير جوهري لبعد البيانات في تحسين التجربة السياحية، وقدر معامل الانحدار 0.159 وفقا لهذه النتائج نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضيات الصفرية التي مفادها: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين بعد البيانات وتحسين تجربة السائح عند مستوى الدلالة (0.05) ($\alpha <$

✓ **الفرضية الفرعية الرابعة:** توضح النتائج أن قيمة مستوى الدلالة قدر ب 0.087 أكبر من 0.05 أي دال إحصائيا، وأن قيمة t المحسوبة سالبة (-1.727) أقل من قيمة t الجدولية (2.000) أي أنا هنا التأثير غير جوهري بين بعد العمليات التجارية وتجربة السائح، أما معامل الانحدار هنا سالب (-0.120) أي أن التغير بوحدة واحدة في بعد العمليات التجارية يؤثر سلبا على تجربة السائح ب (0.120). وعليه نقبل الفرضية البديلة التي مفادها:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين بعد العمليات التجارية وتحسين تجربة السائح عند مستوى الدلالة ($\alpha < 0.05$)

✓ **الفرضية الفرعية الخامسة:** بلغت قيمة مستوى الدلالة 0.010 > 0.05 أي دال إحصائيا، وقدرت قيمة t المحسوبة (2.636) وهي أقل من قيمة t الجدولية المقطرة ب (2.000) وهذا يدل على أن تأثير بعد أنظمة

المعلومات على تحسين تجربة السائح جوهريا، أما معامل الانحدار B قدر ب (0.207) أي أن التغير في بعد أنظمة المعلومات بوحدة واحدة يساهم في تحسين تجربة السائح ب 0.207 ، بناء على هذه النتائج نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية التي مفادها: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات المعتمدة من قبل المؤسسات الناشئة في تحسين تجربة السائح في ظل التحول الرقمي عند مستوى الدلالة ($\alpha < 0.05$)

وبناء على هذه النتائج المتوصل إليها نقبل الفرضية الرئيسية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات المعتمدة من قبل المؤسسات الناشئة في تحسين تجربة السائح في ظل التحول الرقمي عند مستوى الدلالة ($\alpha < 0.05$). ونكتب المعادلة بالشكل التالي:

تحسين تجربة السائح في ظل التحول الرقمي = 0.178 الأجهزة والبرمجيات + 0.509 شبكة الاتصالات + 0.159 البيانات - 0.120 العمليات التجارية + 0.207 لأنظمة المعلومات + 0.152

IV. الخلاصة:

في عصر التحول الرقمي أصبح تبني تقنيات تكنولوجيا المعلومات ضرورة ملحة للمؤسسات الناشئة حتى تتمكن من البقاء والنمو، فاعتماد التقنيات المتطورة يساعد المؤسسة على تقديم خدمات سياحية مبتكرة تحقق الرغبات المتنوعة والمتطورة للعملاء، علاوة على ذلك فإن تعزيز نظام الحماية والتشفير من خلال دمج تقنيات الأمن السيبراني يمكن المؤسسات من كسب ثقة الزبائن وولائهم وهذا من خلال الحفاظ على سرية المعلومات الشخصية، فالتنفيذ الاستراتيجي لتكنولوجيا المعلومات يعد عنصرا حيويا يعزز القدرة التنافسية للمؤسسات الناشئة التي تقدم خدمات سياحية في أسواق عالمية متطورة ويقد قيمة استثنائية للسياح . ومع استمرار تقدم التحول الرقمي سيظل دور تكنولوجيا المعلومات محوريا في تشكيل مستقبل قطاع السياحة.

نتائج الدراسة:

النتائج النظرية للدراسة:

انتهت الدراسة النظرية بمجموعة من النتائج أهمها:

- تبني تكنولوجيا المعلومات من قبل المؤسسات الناشئة سهلت على السياح الوصول إلى المعلومات حول الوجهات السياحية، وأتاحت لهم فرصة التخطيط لرحلاتهم وحجز أماكن الإقامة بسلاسة.
- دمج المنصات الرقمية مكنت المؤسسات من إدارة الموارد وتبسيط العمليات التشغيلية، وبالتالي تعزيز تقديم الخدمات للسياح.

- ساهمت أدوات تكنولوجيا المعلومات في توفير أفكار ساعدت المؤسسات الناشئة من تصميم الخدمات التي تلبي احتياجات العملاء وهذا من خلال توفير نظرة ثاقبة لتفضيلات السائحين وسلوكياتهم بعد جمع بيانات العملاء وتحليلها.
- استخدام المؤسسات الناشئة لتقنيات التسويق الرقمي يمكنها من الوصول إلى جمهور واسع من العملاء، كما يقدم للسائحين رؤية أفضل للوجهات والخدمات السياحية وبالتالي القدرة على اتخاذ قراراتهم.
- تمكن أدوات تكنولوجيا المعلومات ومنصات الاتصال في الوقت الفعلي المؤسسات الناشئة من الاستجابة السريعة للآزمات والقدرة على التفاعل مع العملاء أثناء الأوبئة والكوارث الطبيعية وغيرها وهذا يعزز ثقة العملاء بالمؤسسة ويضمن سلامتهم.

النتائج التطبيقية للدراسة:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين بعد الأجهزة والبرمجيات وتحسين تجربة السائح عند مستوى الدلالة (0.05) ($\alpha <$
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين بعد شبكة الاتصالات وتحسين تجربة السائح عند مستوى الدلالة (0.05) ($\alpha <$
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين بعد البيانات وتحسين تجربة السائح عند مستوى الدلالة (0.05) ($\alpha <$
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين بعد العمليات التجارية وتحسين تجربة السائح عند مستوى الدلالة (0.05) ($\alpha <$
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين بعد إدارة المعلومات وتحسين تجربة السائح عند مستوى الدلالة (0.05) ($\alpha <$
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات المعتمدة من قبل المؤسسات الناشئة في تحسين تجربة السائح في ظل التحول الرقمي عند مستوى الدلالة (0.05) ($\alpha <$

التوصيات:

وفقا لجملة من النتائج نورد التوصيات التالية:

- يتعين على المؤسسات الناشئة اتخاذ الإجراءات اللازمة التي تساهم في كسب رضا السائح وتسهيل عملية تقديم الخدمات وهذا من خلال تبني التقنيات الرقمية المتطورة ومواكبتها.
- يتطلب من المؤسسات الناشئة العمل على تعزيز رفاية السياح وهذا من خلال تبسيط عمليات الحجز وتسهيل التنقل باستغلال تكنولوجيا المعلومات ومنصات الاتصال الفوري.
- يجب على المؤسسات الناشئة إعطاء أولوية لبناء وصيانة بنية تحتية رقمية عالية الجودة، وهذا نظرا لكونها تقلل من التكاليف التشغيلية للمؤسسات الناشئة وتعزز قابلية التوسع، وتزود السائحين بمعلومات حول الخدمات المقدمة بصفة متواصلة.
- اعتماد تقنيات التكنولوجيا الرقمية مثل: تحليلات البيانات، أنترنت الأشياء، الذكاء الاصطناعي لضمان تحسين مستويات الإنتاجية والكفاءة في العمليات الإدارية والتشغيلية وبالتالي جعل المؤسسات الناشئة أكثر جاذبية للسياح المحليين والأجانب الذين يبحثون عن خدمات مريحة وذات جودة.

- على المؤسسات الناشئة القيام بدورات تثقيفية للسائح حول كيفية استخدام أدوات تكنولوجيا المعلومات بشكل فعال وهذا لتحقيق فوائد أكبر وتعزيز التفاعلات الرقمية بين المؤسسة والسائحين.
- يجب على المؤسسات الناشئة وضع منصة خاصة باقتراحات السائح وانتقاداتهم حول الخدمات المقدمة حتى تتمكن من إجراء التعديلات اللازمة بناء على آراء وتعليقات الجمهور.
- على المؤسسات الأخذ بعين الاعتبار تعدد اللغات بين السائحين والعمل على وضع منصات تكنولوجيا المعلومات تدعم مختلف اللغات لتلبية احتياجات قاعدة سياحية متنوعة، تضمن التفاعل والمشاركة بشكل أفضل.

V. الهوامش والإحالات:

Bibliographie

1. Abo-Elsoud, E., & Jala, M. (2022). The role of Artificial Intelligence in improving service and strengthening tourist experience in Egypt. *Research journal of the faculty of tourism and hotels*, 02(11), pp. 821-855.
2. ADNANI, D. N., & Nadia, H. (2020). State of play digital marketing and digital transformation. *Strategy and Development Review*, 10(0&), pp. 138-155.
3. Camara, R. d., Marcelo, M., Suzana, S., & Saulo, C. (2020). How de Agile Software Startups deal With uncertainties by Covid_19 pandemic? *International Journal of Software Engineering & Applications*, 11(4), p. 1_20.
4. Fatiha, A. (2021). The role of information technology in improving service quality. *Journal of Economic Papers*, 12(02), pp. 441-454.
5. HM, M., & Andi, Z. A. (2023). The Role of Leadership in Managing information Technology Change and its Impact on Organisational Human. *Technology and Society Perspectives*, 1(3), pp. 112-121.
6. Kindzule-Millere, I., & Sandija, Z.-R. (2022). Digital Transformation in tourism: opportunities and challenges. *Proceedings of the 2022 International Conference "Economic science for rural development"*, (pp. 476-486). jelgava. doi:10.22616
7. Nanda, W. D., Ida, W., & Ahmad, Z. M. (2023). The Linkage of Digital Transformation and Tourism Development Policies in Indonesia from 1879-2022: Implications for the Future. *Sustainability*, 15(13), pp. 1-24.
8. Siuraya, I., & Haraoubia, I. (2021). LES STARTUPS EN TANT QUE COMPOSANTE DU SYSTEME NATIONAL D'INNOVATION: CAS DES STARTUPS ALGERIENNES. *Revue des Reformes Economiques et Integration En Economie Mondiale*, 15(2), p. 440_450.
9. بوخاري فاطمة حنان. (2022). واقع تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ودورها في تفعيل النشاط السياحي بالجزائر دراسة تحليلية. *مجلة التنمية الاقتصادية*، 07(02)، الصفحات 91-107.
10. زيد جابر. (2019). دور إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات في تحقيق ميزة تنافسية - دراسة حالة بعض وكالات بنوك بسكرة. *أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير في إطار مدرسة الدكتوراه في الاقتصاد التطبيقي وإدارة المنظمات تخصص: تخصص اقتصاد وإدارة المعرفة والمعارف. جامعة بسكرة، علوم التسيير، الجزائر.*
11. سمير رابحي. (2024). أثر إدارة علاقات الزبائن الإلكترونية في زيادة الحصة السوقية للفنادق - دراسة ميدانية لبعض فنادق ولاية سطيف وبرج بوعريش. *مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية*، 09(01)، الصفحات 367-386.
12. محبوب هاجر. (26 جوان، 2022). دور تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التسيير الاستراتيجي بالاعتماد على نموذج COBIT. *أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الدكتوراه، الطور الثالث تخصص الإدارة الاستراتيجية للمؤسسات. جامعة ورقلة، علوم التسيير، الجزائر.*