





جامعة أحمد بن يحيى الونشريسي  
تيسمسيلت-

# المعيار

مجلة نصف سنوية متعددة التخصصات  
مصنفة " C "

في الآداب، الحقوق والعلوم السياسية، علوم وتقنيات  
النشاطات البدنية والرياضية، العلوم الاقتصادية، والعلوم الإنسانية  
والاجتماعية

المجلد السادس عشر العدد 01 جوان 2025

EISSN 2602-6376

ISSN 2170-0931

# المعيار

مجلة نصف سنوية متعددة التخصصات  
مصنفة " C "



---

جامعة أحمد بن يحيى الونشريسي، تيسمسيلت - الجزائر -

---

## شروط النشر وضوابطه

-المعيار مجلة علمية مصنفة تنشر البحوث الأكاديمية والدراسات الفكرية والعلمية والأدبية التي لم يسبق نشرها من قبل.

- دورية تصدر مرتين في السنة عن جامعة بتيسمسيلت. الجزائر.

- تُقبل البحوث باللغات العربية والفرنسية والانجليزية.

- ضرورة وجود مختصر أو تمهيد للمقال سواء باللغة العربية أو الأجنبية.

- تخضع البحوث والدراسات المقدمة للمجلة للشروط الأكاديمية المتعارف عليها.

- تخضع البحوث للتحكيم من طرف اللجنة العلمية للمجلة.

- تتم الكتابة بخط (Traditional Arabic) حجم (15)، وفي الهامش بالخط نفسه حجم (14).

- تتم كتابة البحوث كاملة أو الفقرات والمصطلحات والكلمات باللغة الأجنبية داخل البحوث المكتوبة باللغة

الفرنسية بخط (Times new roman) حجم (12)، وفي الهامش بالخط نفسه حجم (10).

- تكون الهوامش والإحالات على طريقة أسلوب APA

- لا يقل حجم البحث عن 08 صفحات ولا تتجاوز 15 صفحة.

- المواد المنشورة تعبر عن آراء أصحابها، والمجلة غير مسئولة عن آراء وأحكام الكتاب. كما أن ترتيب البحوث يخضع لاعتبارات تقنية وفنية.

المدير المسنول عن النشر

أ. د. عيساني امحمد.

# المعيار

المجلد السادس عشر العدد 1 جوان 2025

مجلة نصف سنوية متعددة التخصصات

مصنفة " C "

تصدر عن جامعة تيسمسيلت - الجزائر

توجه جميع المراسلات باسم رئيس التحرير

عن طريق البوابة الإلكترونية [www.asjp.cerist.dz](http://www.asjp.cerist.dz)

جامعة تيسمسيلت. الجزائر.

البريد الإلكتروني: [www.cuniv.tissemsilt.dz](http://www.cuniv.tissemsilt.dz)

EISSN 2602-6376

ISSN 2170-0931

رئيس المجلة:

أ. د. دهوم عبد المجيد

المدير المسؤول عن النشر:

أ. د. عيساني محمد

رئيس التحرير:

أ. د. مرسي رشيد.

نواب رئيس التحرير:

أ. د. واضح أحمد الأمين، أ. د. علاق عبد القادر، أ. د. العيداني الياس، أ. د. عطار خالد،

أ. د. لكحل فيصل، أ. د. قاسم قادة، د. دهقاني أيوب، أ. د. بوسكرة عمر.

## سكرتيرا المجلة:

عرجان نورة

عطار خالد

## هيئة التحرير:

أ.د. غربي بكاي، أ.د. قاسم قادة، أ. د. عطار خالد، د. صالح ربوح، أ.د. مصاييح محمد، د. بن رابح خير الدين، أ. د. بوسيف إسماعيل، أ.د. بوراس محمد، أ. د. شريط عابد، د. محي الدين محمود عمر، أ.د. روشو خالد، أ.د. العيداني إلياس، أ.د. فايد محمد

## الهيئة العلمية:

من جامعة تيسمسيلت: أ.د. بن فريجة الجلالي، أ.د. أحمد واضح أمين، أ.د. تواتي خالد، د. ربوح صالح، أ.د. غربي بكاي، أ.د. بوركة ختة، أ.د. طعام شامخة، أ.د. شريف سعاد، أ.د. يعقوبي قدوية، أ.د. مرسلبي مسعودة، أ.د. بن علي خلف الله، أ.د. رزايقية محمود، أ. د. بوغاري فاطمة، أ.د. قردان ميلود، أ.د. يونس محمد، أ.د. فتوح محمود، أ.د. عيسى حورية، د. بوضوار صورية، د. وسواس نجاة، أ. د. بوزيان أحمد، أ.د. بشير دردار، من جامعة صفاقس، تونس: أ. د. عبد الحميد عبد الواحد، د. بوبكر بن عبد الكريم، من جامعة المنصورة، مصر: د. محمد كمال سرحان، من جامعة طرابلس، ليبيا: د. أحمد رشاش، من الجامعة الأردنية، الأردن: أ. د صادق الحايك، من جامعة الجزائر 03، الجزائر: د. فتحي بلغول، من جامعة لمين دباغين، سطيف: أ. د بوطالي بن جدو، من جامعة وهران: أ. د. مخطار حبار، من جامعة سيدي بلعباس: أ. د. محمد بلوحي، من جامعة سعيدة: د. عبد القادر راجحي، من جامعة تلمسان: أ. د. محمد عباس، أ. د. عبد الجليل مرتاض، من جامعة تيزي وزو: أ. د. مصطفى درواش، من جامعة مستغانم: د. منصور بن لكحل، من جامعة زيان عاشور، الجلفة: د. حربي سليم، د. علة مختار، عروي مختار، من جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف: أ. د حفصاوي بن يوسف، أ. د موسى فريد، أ. د. بوراس محمد، أ. د. علاق عبد القادر، أ. د. روشو خالد، أ.د. مرسي مشري، د. لعروسي أحمد، د. قزران مصطفى، د. زرقين عبد القادر، د. محمودي قادة، أ.د. العيداني إلياس، د. عيسى سماعيل، د. بوزكري الجيلالي، د. ضويفي حمزة، د. كروش نور الدين ، د. بوكريدي عبد القادر، د. عادل رضوان. من جامعة ابن خلدون تيارت: أ. د. عليان بوزيان، أ. د. فتاك علي، أ. د. بو سماحة الشيخ، أ. د. بن داود إبراهيم، أ. د.

شريط عابد. UNIVERSITIE PAUL SABATIER TOULOUZE 03. FRANCE: CRISTINE

Mensson

## كلمة العدد

السلام عليكم،

بعد واجب التّحيّة تطل عليكم مجلة المعيار – كما عودتكم – بمجلد جديد وعدد متجدد هو المجلد السادس عشر، العدد الأول، حاملة في طيّاتها مجموعة ثرية ومتنوعة من المقالات العلميّة والبحوث الأكاديمية، التي تتناول طيفا واسعا من المواضيع والقضايا التي تهّم القارئ المتطلّع للمعرفة والفهم العميق.

وكالمتوقع، يتضمن هذا العدد نخبة من المقالات التي كتبت بأقلام نيرة، وبأفكار ناضجة، تجمع بين العمق العلمي والطّرح الجذّاب، وذلك في مجالات شتى، تشمل: الأدب، والقانون، والسياسة، والاقتصاد، والاجتماع، وغيرها وبلسان مختلف اللّغات منها الانكليزيّة، الفرنسية والألمانيّة، ومن الميادين التي تتجدّد أهميتها مع متغيرات الواقع وتحديات العصر.

وما يضيفي على هذا العدد طابعا خاصّا، هو ما يتضمنه من أعمال كتبت من داخل الوطن ومن خارجه، في دليل واضح على عمق الامتداد العلميّ للمجلة، وحرصها على جمع الآراء والأصوات العلميّة من كافة الأصقاع، فكلّ مقال يضيف بعدا ورؤية تساهم في بناء معرفة شاملة ورؤية متوازنة نتطلّع من خلالها إلى نيل رضى القارئ والفوز بإعجابه.

المدير المسؤول عن النشر

أ.د. عيساني محمد

## محتويات العدد

| الرقم | الموضوع                                                                                                                                                                                                           | الصفحة  |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
|       | كلمة العدد<br>أ. د. عيساني امحمد                                                                                                                                                                                  | هـ      |
| 01    | أثر السياق النحوي في إظهار معنى القراءات<br>ياسر بن محمد الخليل -جامعة القصيم، كلية اللغة العربية والدراسات الاجتماعية، السعودية                                                                                  | 16-1    |
| 02    | أعلام النزعة الأخلاقية للشعر الزباني وموضوعاته<br>د. مولاي البودخيلي سيدي عبد الرحيم -جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر.                                                                                      | 24-17   |
| 03    | الانسجام النصي في قصيدة" ترجمت الفوارس " للشاعر مسعد محمد زياد<br>بحري قويدر -جامعة أحمد بن يحيى الونشريسي، تيسمسيلت، الجزائر                                                                                     | 40-25   |
| 04    | التأويل النحوي عند علماء العربية القدامى<br>حاج مدني خديجة -جامعة محمد لمين دباغين سطيف2، الجزائر.                                                                                                                | 53-41   |
| 05    | التجريب السردى عند سمير قسيبي: بين مقتضيات البنية وتجليات الرؤية<br>علاك نصيرة-المركز الجامعي مرسلې عبد الله تيبازة، الجزائر.                                                                                     | 72-54   |
| 06    | الجناس وتقسيم المقسم<br>بن عطاء الله مليكة -جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر                                                                                                                                      | 85-73   |
| 07    | القضية الفلسطينية بين الإبداع الأدبي والإبداع السينمائي (روايات غسان كنفاني نموذجاً)<br>لخضر سعيد بلعربي -جامعة ابن خلدون تيارت، الجزائر                                                                          | 99-86   |
| 08    | المعتقدات الشعبية في منطقة الونشريس –الأصول والامتداد –<br>أ. د. غربي بكاي -جامعة تيسمسيلت أحمد بن يحيى الونشريسي، تيسمسيلت، الجزائر.                                                                             | 109-100 |
| 09    | النظرية الذهنية اللغوية – دراسة تحليلية لأراء "راي جاكندوف" حول البنية التصورية-<br>بودانة طه الأمين-المركز الجامعي أفلو، الجزائر                                                                                 | 119-110 |
| 10    | بلاغة الصورة بين البيان والتصوير عند سيد قطب<br>ط. د رايس نورية / أ. د بلمرسلي السبع -جامعة ابن خلدون، تيارت، الجزائر                                                                                             | 133-120 |
| 11    | تحولات الخطاب النقدي العربي المعاصر من النسق اللغوي إلى النسق الثقافي قراءة في نماذج<br>د. ناجي نادية -المركز الجامعي شريف بوشوشة أفلو، الجزائر                                                                   | 145-134 |
| 12    | تحولات الكتابة الشعرية ومحاولة التخطي دائماً بدر شاكر السياب أنموذجاً<br>ط. د. عيادي خالد / أ. د. محمودي بشير -جامعة ابن خلدون، تيارت، الجزائر                                                                    | 158-146 |
| 13    | جهود عبد الكريم الفكون الصرفية من خلال كتابه: فتح اللطيف<br>أ. د بلحسين محمد -جامعة ابن خلدون، تيارت، الجزائر                                                                                                     | 166-159 |
| 14    | حذف نون الفعل المضارع في القرآن الكريم بين القراءة والنحاة<br>أ. د. مسعودة مرسلې -جامعة أحمد بن يحيى الونشريسي، تيسمسيلت، الجزائر                                                                                 | 183-167 |
| 15    | فاعلية الخرائط الذهنية في تعليم النحو "السنة الأولى متوسط أنموذجاً"<br>كجعو طاطمة-المركز الجامعي مرسلې عبد الله، تيبازة، الجزائر                                                                                  | 197-184 |
| 16    | مستوى قصور الانتباه لدى تلاميذ المرحلة التحضيرية من وجهة نظر المعلمين<br>د. طوبال فطيمة-جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2-، الجزائر                                                                                   | 210-198 |
| 17    | مظاهر التجديد في الدرس البلاغي المعاصر عند صلاح فضل ومحمد عبد المطلب<br>مختيش شريفة -جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، الجزائر                                                                                            | 218-211 |
| 18    | من أساليب الحذف التركيبي في القرآن الكريم –الاحتباك-<br>ط. د. بومدين مصطفى لامين / أ. د. بوعرارة محمد -جامعة أحمد بن يحيى الونشريسي، تيسمسيلت، الجزائر                                                            | 231-219 |
| 19    | <b>Einfluss kultureller Aspekte auf den Fremdsprachenunterricht</b><br><b>Influence of cultural aspects on foreign language teaching</b><br><b>ZOUIRA Mohamed -Universität Oran2, Mohamed Ben Ahmed, algerien</b> | 243-232 |
| 20    | <b>Fostering Autonomy in Language Learning through Artificial Intelligence</b><br><b>Bensalah Hiba- Ibn Khaldoun University, Tiaret, Algeria</b>                                                                  | 257-244 |

|         |                                                                                                                                                                                                          |    |
|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 269-258 | Satirizing American Authoritarianism: Power and the Limits of Resistance in Kurt Vonnegut’s “Harrison Bergeron”<br>Ounis Chahrazad -University of Algiers 2, Algeria                                     | 21 |
| 285-270 | Suprasegmental phonemes in linguistic analysis<br>Messaoudi fadela -University center of Maghnia, Algeria                                                                                                | 22 |
| 299-286 | Traduire Le Roman Algerien D’expression Française : Entre Forme Hybride Et Questionnement Identitaire<br>Bousseboua Zeineb-Université des Frères Mentouri. Constantine 1. Algérie                        | 23 |
| 315-300 | Unraveling Reciprocal Intricacies in The Iceman Cometh and “Hughie”: Intertextual Misreadings<br>Dekkiche Mohamed Amine / Prof. Kaced Assia<br>University of Algiers , Abou El Kacem Saâdallah, Algeria  | 24 |
| 330-316 | الإكراه الاقتصادي في ميزان العلاقات الدولية: دراسة في فعالية البدائل غير العسكرية<br>بوجلال عمر -جامعة سيدي بلعباس، الجزائر.                                                                             | 25 |
| 346-331 | الاهتمام الدولي بالتعليم من أجل التنمية المستدامة<br>د. عتو أحمد -جامعة أحمد بن يحيى الونشريسي -تيسمسيلت-الجزائر                                                                                         | 26 |
| 362-347 | الحق في بيئة سليمة من منظور التشريع الجزائري والقانون الدولي<br>أبو القاسم عيسى -جامعة غرداية، الجزائر                                                                                                   | 27 |
| 376-363 | المواطنة الرقمية: إحياء للمثال الديمقراطي أو تكريس للهيمنة الليبرالية<br>د. بلعموري نعيم -جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة، الجزائر                                                                    | 28 |
| 391-377 | آليات دعم العمل والفكر المقاولاتي في الجزائر<br>قندوز أحمد / عبد المجيد بلغيث -جامعة أوبوكر بلقايد تلمسان، الجزائر                                                                                       | 29 |
| 408-392 | دراسة اتجاهات المستهلك الجزائري نحو تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي في اختيار الوجهات السياحية الخارجية: دراسة تحليلية استطلاعية<br>زرادنة محمد -جامعة تيسمسيلت، الجزائر.                                  | 30 |
| 425-409 | واقع ادارة المخاطر التشغيلية في البنوك الجزائرية<br>قلي سهام 1 / خلف الله حسام الدين -جامعة تونس المنار، تونس                                                                                            | 31 |
| 439-426 | Exploring the Impact of Blockchain Technology on Modern Financial Systems<br>Djerfi Abderahmane, University of jijel, Algeria /Chaalal cherif Abdelillah Ibn khaldoun university, Tiaret                 | 32 |
| 454-440 | The reality of the digital economy in Algeria through the study of the information technology sector during the period 2015-2024<br>Kebaili Abdenmour / Deghmoum Hichem, University of Algiers3, Algeria | 33 |
| 470-455 | متطلبات التوجيه المهني ودورها تحقيق الأداء المتميز لدى العاملين في المنشآت الرياضية<br>د بلقرش محمد / أ. د عمارة نور الدين -جامعة المسيلة، الجزائر                                                       | 34 |
| 480-471 | أسس البناء الحضاري في منهج مالك بن نبي بناء النهضة - أنموذجا-<br>د. بوعلام حمديدي / د. فريال طيبون- جامعة أحمد بوقرة بومرداس، الجزائر                                                                    | 35 |
| 496-481 | الإشراف العلمي في البحوث الأكاديمية (التأزر بين دور المشرف ودور الباحث في إنجاح البحوث العلمية)<br>حرزي السعيد / كتفي ياسمينه -جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر.                                       | 36 |
| 512-497 | التماسك الاجتماعي سرورة مفاهيمية وتعدد تصوراتي<br>ط. د معزوزي ناصر / أ. د بكاي رشيد-جامعة عمارثليجي الأغواط، الجزائر                                                                                     | 37 |
| 528-513 | الحدثة وما بعد الحدثة في الموروث السوسيولوجي<br>زهواني عمر -جامعة ابن خلدون، تيارت، الجزائر                                                                                                              | 38 |
| 537-529 | الخطاب الديني في الفكر العربي المعاصر محمد أركون نموذجا<br>د. سحوان رضوان، جامعة ابن خلدون، تيارت، الجزائر                                                                                               | 39 |
| 552-538 | الدرس الفلسفي وإمكانية التعليم الرقمي<br>بوحسين جلول / أ. د. بن ناصر حاجة -جامعة ابن خلدون، تيارت، الجزائر                                                                                               | 40 |
| 564-553 | جوانب من الحركة العلمية في مدينة مازونة ونواحيها من النصف الثاني للقرن 12هـ/م إلى القرن 13هـ/م<br>د. بوشامة أحمد-جامعة أحمد بن يحيى الزنشريسي تيسمسيلت، الجزائر                                          | 41 |
| 578-565 | دور التحول الرقمي في جودة الخدمة العمومية في الجزائر<br>ط. د بوشياخي عبد اللطيف/ ط. د بوشياخي عصام/ أ. دنقاز نجيبه - 2,1 كلية الحقوق، جامعة صفاقس، تونس/3كلية الحقوق، جامعة أريانا، تونس                 | 42 |

|         |                                                                                                                                                                                                                          |    |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 593-579 | دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من المنظور الإسلامي في تحقيق التنمية المستدامة<br>عاصمي نبيلة - أحمد بن يحيى الونشريسي، الجزائر/ موسى عيسى - جامعة مولود معمري - تيزي وزو، الجزائر.                                    | 43 |
| 606-594 | مبدأ مراعاة مقاصد المكلفين وأثره في فقه المعاملات المالية في المذهب المالكي<br>صرموم رايح - أحمد بن يحيى الونشريسي، الجزائر                                                                                              | 44 |
| 624-607 | مساهمة سي محمد ولد سي حمزة في مواجهة الاستعمار الفرنسي بالجنوب الغربي الجزائري (1865.1864)<br>ط. د. قايد عزالدين/ د. مايدي كمال - المركز الجامعي الشريف بوشوشة، أفلو، الجزائر                                            | 45 |
| 641-625 | معوقات البحث العلمي في الجزائر والحد من الناجمة<br>أ. د. العيمش محمد/ د. هاشم رايح - ملحقة قصر الشلالة. جامعة تيارت، الجزائر                                                                                             | 46 |
| 657-642 | Algerian Family Ben Djelal al-Tlemceni: One hundred years of scientific contribution in Fes (10th-11th Century Hijri / 16th -17th Century)<br>Dr. Saidani Mahfoudh- Djilali Bounaama University, Khemis Miliana, Algeria | 47 |
| 665-658 | Arab Christians and the writing of Ottoman history, the Lebanese historian Philip Hitti (1886- 1978) as a model<br>Abderrazak Toumiat- Yahia Fares University , Medea, Algeria                                           | 48 |
| 680-666 | Exploring Destructive Patriarchy and Subversive Ideological Forces in Sam Shepard's Curse of the Starving Class (1977) and Buried Child (1978)<br>Amina Mechta / Pr. Assia Kaced, University of Algiers, Algeria         | 49 |
| 696-681 | Rhetorical Techniques in the Treatise on Argumentation (1958) by Chaim Perelman (1912-1984) and Lucie Olbrechts (1899-1987)<br>Zhor Hameurlaine - Ibn khaldoun university of tiaret , Algeria                            | 50 |
| 711-697 | The Aesthetics of Time and Place in the Novel The Scent of a Woman by Amin Zaoui<br>Arioua Mounir - University of Boumerdes , Algeria                                                                                    | 51 |
| 726-712 | The Deconstructive Method in Philosophy and Its Applications in the Arab-Islamic Heritage: Mohamed Arkoun as a Model<br>LAKHEL Hamdi - Mohamed Kheider University, Biskra, Algeria                                       | 52 |
| 741-727 | The Reality of Household Food Waste Reduction Among Families in Chlef Province: An Analysis of Awareness, Behaviors, and Influencing Factors<br>Nacef Mohammed - Hassiba Benbouali University of Chlef, , Algeria        | 53 |

دراسة اتجاهات المستهلك الجزائري نحو تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي في اختيار الوجهات السياحية الخارجية: دراسة تحليلية استطلاعية

**Study of Algerian consumer trends towards adopting artificial intelligence applications in choosing foreign tourist destinations: an analytical exploratory study**



زرادنة محمد<sup>\*1</sup>

جامعة تيسمسيلت، مخبر الاقتصاد الحديث والتنمية المستدامة، الجزائر.

[mohamed.zeradna@univ-tissemsilt.dz](mailto:mohamed.zeradna@univ-tissemsilt.dz)

تاريخ الإرسال: 2025/02/11 تاريخ القبول: 2025/05/06

\*\*\*\*\*

**ملخص:**

تهدف الدراسة إلى معرفة مدى تبني السائح الجزائري لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في اختيار الوجهات السياحية الخارجية، وقد تم تطبيق الدراسة على عينة من الأساتذة الجامعيين المستفيدين من تربية خارج الوطن خلال الفترة الممتدة ما بين مارس وديسمبر 2024، حيث تم توزيع استمارة استبيان بحجم 56 مفردة وتحليلها باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss.v25. توصلت الدراسة إلى وجود تبني لدى المستهلك السياحي الجزائري لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في اختيار الوجهات السياحية الخارجية المرغوبة، غير أن هذا التبني تحكمه مجموعة من المخاوف والتحديات كالأمان والثقة نتيجة غياب التفاعل البشري في مثل هذه التطبيقات.

**الكلمات المفتاحية:** الذكاء الاصطناعي؛ السياحة؛ وجهات سياحية ذكية؛ تجارب سياحية.

**Abstract:**

The study aims to know the extent to which the Algerian tourist adopts artificial intelligence applications in choosing foreign tourist destinations. The study was conducted on a sample of university professors who benefited from internships abroad during the period between March and December 2024, where a 56-item survey was distributed and analyzed using the Statistical Package for the Social Sciences program (SPSS V25).

The study has revealed that the Algerian tourist consumer has adopted artificial intelligence applications where choosing desired foreign tourist destinations. However, this adoption is surrounded by a set of concerns and challenges, such as security and trust, due to the lack of human interaction in such applications.

**Key words:** Artificial Intelligence; Tourism; Smart Destinations; Tourism Experiences.

\* المؤلف المراسل : زرادنة محمد

## مقدمة:

في العصر الرقمي الذي نعيش فيه، يترك الذكاء الاصطناعي بصمة عميقة على جميع الصناعات، والسياحة ليست استثناءً، من تخصيص تجارب السفر إلى تحسين إدارة الوجهات السياحية وتحسين خدمة العملاء، يعمل الذكاء الاصطناعي على تحويل الطريقة التي يخطط بها السائح ويختبر وينتذكر بها مغامراته حول العالم بشكل جذري.

إن اختيار الوجهات السياحية يجب أن تكون مصممة بالكامل لتلائم التفضيلات الفردية والاحتياجات المحددة للمستهلك السياحي، وبفضل الخوارزميات التي تقدمها تطبيقات الذكاء الاصطناعي من تحليل أكبر قدر من البيانات، والبحث عبر الانترنت بالإضافة إلى التفاعلات على وسائل التواصل الاجتماعي إلى تجارب السفر السابقة، كلها تقدم توصيات مخصصة بشأن الوجهات المرغوبة والأنشطة والفنادق والمطاعم التي تتناسب مع ذوق المستهلك وميزانيته، مما يعزز تجربة المستهلك ويحسن جودة الخدمات السياحية المفضلة.

إشكالية الدراسة: مع بروز مفاهيم جديدة وتوجهات حديثة في صناعة السياحة، أصبح من الضروري مواكبة التطورات التقنية الحديثة، والذكاء الاصطناعي أبرزها، وبالتالي فالدراسة الحالية تبحث في تحليل سلوك المستهلك السياحي الجزائري نحو اعتماد تطبيقات الذكاء الاصطناعي في اختيار الوجهات السياحية الخارجية المرغوبة، وقد تم صياغة الإشكالية الرئيسية على النحو التالي:

- ما مدى تبني المستهلك السياحي الجزائري لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في اختيار الوجهات السياحية المرغوبة؟

تساؤلات الدراسة: تندرج ضمن الإشكالية الرئيسية مجموعة التساؤلات كما يلي:

- فيما تكمن أهمية الذكاء الاصطناعي في قطاع السياحة؟
- ما مدى تبني المستهلك السياحي الجزائري لتطبيقات الذكاء الاصطناعي؟
- هل لتطبيقات الذكاء الاصطناعي دور في اختيار الوجهة السياحية الخارجية المرغوبة لدى المستهلك الجزائري؟

- ما هي أهم التحديات والمشاكل التي تواجه تطبيق الذكاء الاصطناعي في قطاع السياحة..

فرضيات الدراسة: تختبر الدراسة مجموعة من الفرضيات تم صياغتها على النحو التالي:

1. لدى المستهلك الجزائري دراية بمختلف تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في قطاع السياحة؛
2. يتبنى السائح الجزائري تطبيقات الذكاء الاصطناعي عند اختياره للوجهات السياحية المرغوبة؛
3. لدى المستهلك الجزائري مخاوف تحول دون الاعتماد بشكل كبير وكلي على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في اختيار الوجهات السياحية.

أهداف الدراسة: تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- تقديم إطار نظري يجمع بين الذكاء الاصطناعي والسياحة؛
- تحليل مدى تبني المستهلك السياحي الجزائري لتطبيقات الذكاء الاصطناعي؛
- إبراز دور الذكاء الاصطناعي كتوجه تكنولوجي جديد لدى المستهلك الجزائري في قطاع السياحة؛

- تحديد أهم التحديات والعراقيل التي تواجه تطبيق الذكاء الاصطناعي في صناعة الوجهات السياحية. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في تحديد دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مساعدة السائح الجزائري في اختيار الوجهات السياحية المرغوبة، من خلال تحديد أهم البدائل والخيارات السياحية المتاحة، وكذلك تسليط الضوء بشكل أساسي على مختلف التحديات والمخاوف التي تحول دون اعتماده بشكل أساسي على هذه التطبيقات وبالتالي محاولة معالجتها وتقديم بعض الحلول للتغلب عليها بما يحقق كفاءة في الاستخدام وفعالية في النتائج.

### المبحث الأول

#### الذكاء الاصطناعي واختيار الوجهات السياحية: الأسس النظرية

يقدم المبحث الأول من الدراسة الجانب النظري، حيث تم التطرق إلى مفهوم الذكاء الاصطناعي وأهميته في اختيار الوجهات السياحية الخارجية.

#### المطلب الأول: مفهوم الذكاء الاصطناعي

تم صياغة مصطلح الذكاء الاصطناعي في عام 1956، لكن مفهوم الذكاء الاصطناعي أصبح أكثر شعبية اليوم بفضل زيادة أحجام البيانات والخوارزميات المتقدمة والتحسينات في قوة الحوسبة والتخزين. هذا العمل المبكر مهد الطريق للأتمتة والمنق الرسمي الذي نراه في أجهزة الكمبيوتر اليوم، بما في ذلك أنظمة دعم القرار وأنظمة البحث الكمية التي يمكن تصميمها لتكملة وتعزيز القدرات البشرية.

#### الفرع الأول: تعريف الذكاء الاصطناعي

بغية تحديد مفهوم الذكاء الاصطناعي، نستعرض مجموعة من التعريفات التي تعكس وجهات نظر مختلفة حول المصطلح كما يلي:

- قدم الاتحاد الدولي للاتصالات (ITU) مفهوما للذكاء الاصطناعي بالقول أن "الذكاء الاصطناعي يشير إلى الآلات، أي الأنظمة الحاسوبية التي يمكنها محاكاة عملية الذكاء الطبيعي التي يعرضها البشر، مثل التعلم والاستدلال والتصحيح الذاتي". (التنمية، 2021، صفحة 5)
- الذكاء الاصطناعي (AI): هو المجال الذي يسعى إلى فهم طبيعة الذكاء البشري عن طريق تكوين برامج على الحواسيب التي تقلد الأفعال أو الأعمال أو التصرفات الذكية". (عاصي، 2015)
- الذكاء الاصطناعي هو دراسة كيفية توجيه الحاسب لأداء أشياء يؤديها الإنسان بطريقة أفضل". (Popenici & Kerr, S, 2017)
- يعرف كل من Barr, Feigenbum الذكاء الاصطناعي على أنه العلم الذي يركز على الحاسوب في تصميم نظم ذكية تعرض خصائص الذكاء الاصطناعي في سلوك الإنسان. (ناكيت، 2024، صفحة 46)
- أما جون مكارثي Jhon M. Carthy فيصف الذكاء الاصطناعي بالعلم والهندسة التي ساهمت بتطوير آلات وبرامج ذكية مخصصة بالحاسوب. (بومعرف، 2024، صفحة 70)
- وقد عبر عنه (حسن مظفر الرزو) بأنه عبارة عن محاكاة Simulation الآلة للذكاء البشري، بحيث يسمح لها ذلك بتمييز وتوظيف أجزاء من المعرفة عن محاولة حل مشكلة أو معالجة أمر ما معالجة موضوعية من خلال تشكيل نماذج محوسبة Computational Models لها القدرة على التفكير بشكل عقلائي. (الرزو، 2007، صفحة 27)

من خلال استعراض التعريفات السابقة حول الذكاء الاصطناعي، يمكن القول أن الذكاء الاصطناعي (AI) هو التكنولوجيا التي تمكن أجهزة الكمبيوتر والآلات من محاكاة التعلم البشري. الذكاء الاصطناعي هو نظرية وتطوير أنظمة الحاسوب القادرة على أداء المهام التي تتطلب الذكاء البشري مثل اتخاذ القرارات وتحديد الأنماط، فهو هذا المفهوم يشمل مجموعة واسعة من التقنيات بما في ذلك التعلم الآلي ومعالجة اللغات وغيرها من الأنظمة الذكية.

هذا ويمكن إضافة إلى ما سبق أن الذكاء الاصطناعي لم يعد سمة من سمات الخيال العلمي، بل هو حقيقة موجودة وسيبقى، ففي الوقت الذي يحاول فيه العالم فهم تداعيات التكنولوجيا في إصداراتها الحالية، يستمر الذكاء الاصطناعي في التطور بوتيرة مذهلة، وعلى الرغم من أن التأثيرات بعيدة المدى للذكاء الاصطناعي لم يتم تحديدها بعد إلا أنه يؤثر فعلاً.

### المطلب الثاني: خصائص الذكاء الاصطناعي

لقد برز الذكاء الاصطناعي (AI) كقوة تحويلية أدت إلى تغيير جذري في مختلف القطاعات وتجاربنا اليومية. وبينما نقف على عتبة مستقبل يعتمد على الذكاء الاصطناعي. إن قدرة الذكاء الاصطناعي على التعلم وحل المشكلات المعقدة وفهم اللغة واتخاذ قرارات مستقلة هي في صميم تأثيره.

الذكاء الاصطناعي هو مجال الدراسة الذي يهدف إلى تطوير كيانات أو أنظمة ذكية لديها القدرة على تكرار الإدراك والأفعال الشبيهة بالإنسان. تمتلك أنظمة الذكاء الاصطناعي مجموعة من الخصائص الأساسية التي تحدد قدراتها ووظائفها الموضحة أدناه: (ساهل وأسامة سنوسي، 2024، صفحة 607)

- يعد الذكاء الاصطناعي علم تطبيقي وليس نظري، يهدف إلى تقديم حلول لمشكلات تواجه الإنسان وتسهيل نمط حياته مع تدنية التكاليف وترشيد استخدام الانفاق وهذا كله باستخدام الآلة؛
- يتصف الذكاء الاصطناعي بخاصية القدرة على الاستجابة في أسرع وقت، وفهم وتحليل التجارب السابقة لاستكشاف الأخطاء وتقديم حلول وأجوبة موضوعية؛
- يمكن للذكاء الاصطناعي اكتساب المعرفة وتطبيقها في مختلف الميادين، كما يتميز بالإبداع والقدرة على تقليد الإدراك البشري في فهم الأمور المرئية واستيعابها بشكل جيد؛
- هذا ويمكن للذكاء الاصطناعي التعامل مع المعلومات الغامضة وغير التامة، مع القدرة على فهم اللغات والتعامل مع الحالات العسيرة والمعقدة أو تلك الحالات غير المرنة. (سويلم ومحمد، 2024، الصفحات 70-10)
- يشكل الذكاء الاصطناعي أداة قوية تعمل على تغيير نمط الحياة بطرق مثيرة، إذ يلعب الذكاء الاصطناعي دوراً هاماً في العديد من جوانب الحياة مما يجعل الأمور أسهل ويفتح إمكانيات جديدة نحو المستقبل، فرحلة الذكاء الاصطناعي في عالم البشر قد بدأت للتو وهي طريق مليء بفرص لا حصر لها للابتكار والتحسين.

### المطلب الثالث: أهمية الذكاء الاصطناعي

اليوم، يصف مصطلح "الذكاء الاصطناعي" مجموعة واسعة من التقنيات التي تدعم العديد من الخدمات والسلع التي نستخدمها كل يوم؛ إذ يعمل الذكاء الاصطناعي على أتمتة التعلم والاكتشاف المتكرر من خلال البيانات. فبدلاً من أتمتة المهام اليدوية، يقوم الذكاء الاصطناعي بأداء مهام حاسوبية متكررة وكبيرة الحجم، ويفعل ذلك

بشكل موثوق ودون تعب. بالطبع، لا يزال البشر ضروريين لإعداد النظام وطرح الأسئلة الصحيحة، وتكمن أهمية

الذكاء الاصطناعي في: (الغامدي، 2024، الصفحات 21-24)

- المحافظة على الخبرات البشرية المتراكمة من خلال تحويلها إلى الآلات الذكية؛
- من خلال خاصية المحاكاة للعقل البشري، يمكن للذكاء الاصطناعي القدرة على حل المشكلات المعقدة واتخاذ قرارات سريعة بأسلوب منطقي؛
- تنمية وتطوير الذات البشرية من خلال تقنيات الذكاء الاصطناعي كآلات التعلم والمنطق والتصحيح الذاتي؛
- يتيح الذكاء الاصطناعي إمكانية استخدام لغة الإنسان بدلا من لغة الحاسوب مما يجعل مختلف تطبيقات الذكاء الاصطناعي متاحة للجميع؛
- تتمتع القرارات الناتجة عن تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي بالاستقلالية والدقة والموضوعية بعيدا عن الخطأ والانحياز أو أي تدخلات خارجية أو شخصية قد تؤثر في جودتها؛
- تعمل تقنيات الذكاء الاصطناعي على المشاركة في تحمل المخاطر والضغطات على الإنسان، أيضا قيامها بالأعمال الشاقة أو تلك الأعمال التي ترافقها مخاطرة كبيرة عند استكشاف أماكن مجهولة أو في حالة الكوارث الطبيعية؛

- تحقيق الكفاءة والفعالية في أداء المهام والأنشطة من حيث تقليل الوقت والجهد والتكلفة؛
  - تبسيط البيانات الإحصائية وسهولة تخزينها وتبويبها وإمكانية الرجوع إليها عند الحاجة؛
  - سهولة أداء المهام الإدارية ومتابعتها بين جميع الأقسام والوحدات الإدارية.
- في واقع الأمر، يعد الذكاء الاصطناعي أحد المكونات الرئيسية لثورة الصناعة 4.0. تثبت حالات استخدام الذكاء الاصطناعي في مختلف الصناعات، مثل التعليم والرعاية الصحية والتصنيع والضيافة، تأثيره على العالم. يساعد الذكاء الاصطناعي المؤسسات في خفض التكاليف وتحسين تجارب المستخدم وتحقيق كفاءة أفضل. وتزداد أهمية الذكاء الاصطناعي بشكل واضح ومتزايد، فهو ليس مجرد تقدم تكنولوجي بل هو قوة تحويلية تعمل على إعادة تشكيل الصناعات، وتحسين الحياة، وفتح آفاق جديدة للابتكار. إن احتضان وفهم التأثير العميق للذكاء الاصطناعي أمر ضروري للأفراد والشركات والمجتمعات على حد سواء ونحن نشعر في مستقبل حيث سيستمر التآزر بين الذكاء البشري والذكاء الاصطناعي في إعادة تحديد الإمكانيات المتاحة في عالمنا.

#### المطلب الرابع: دور الذكاء الاصطناعي في اختيار الوجهات السياحية الخارجية

تتمثل الوجهة السياحية في مختلف الأماكن من العالم التي تتوفر على مجموعة كبيرة ومتنوعة من الموارد الطبيعية، التراثية، البنى التحتية ومختلف الخدمات ذات الجاذبية للسياح من مختلف المناطق. فحسب المنظمة العالمية للسياحة فإن الوجهة السياحية هي "فضاء مادي حقيقي، يقضي فيه الزائر أو السائح ليلة واحدة على الأقل، يحتوي على المنتجات السياحية كخدمات الدعم، مناطق الجذب السياحي والموارد السياحية، له حدود جغرافية مادية وإدارية تحدد آلية إدارته، وصور ومدرجات تحدد تنافسيته في السوق".

(صحراوي، 2017، صفحة 16)

وفي تعريف آخر يقصد بالوجهة السياحية مواقع تجذب السياح للإقامة مؤقتا، وبصفة خاصة تلك الميزات التي تساهم جوهريا في هذا الجذب، وهنا يمكن اعتبار الجذب بمثابة توقع السائح لبعض الخصائص النوعية التي يرغب في تجربتها شخصيا والتي تفتقر إليها منطقته الأصلية. (Aleksanyan, 2021, p. 204)

وبهذا، فالوجهة السياحية عبارة عن مزيج من المنتجات السياحية والتجارب والعناصر الملموسة وغير الملموسة التي يتم الترويج لها للمستهلك، فهي تمثل كيانات محددة جغرافيا مثل مجموعة من البلدان، أو بلد أو حتى منطقة من البلد، فهي عبارة عن الإمكانيات المتاحة والقدرة على الوصول إليها وأهم الخدمات المساعدة.

مع ظهور ذكاء السفر الاصطناعي، أصبح من السهل إجراء ترتيبات السفر. يقدم الذكاء الاصطناعي خدمات سفر مؤتمتة ومخصصة ومفيدة. يتيح الذكاء الاصطناعي للمسافرين التعرف على سلوكياتهم واهتماماتهم وميولهم وتقديم تجربة شخصية. لقد ولت أيام استشارة وكيل السفر والالتقاء به جسديًا والانغماس في سلسلة لا نهاية لها من المكالمات الهاتفية المزعجة للاستفسار عن ترتيبات السفر.

واحدة من أهم التطورات التي سيجلبها الذكاء الاصطناعي في صناعة السفر هي القدرة على تخصيص تخطيط السفر بشكل مفرط. من المهم أن نلاحظ أن الذكاء الاصطناعي لديه القدرة على تحليل كميات كبيرة من البيانات والسلوكيات والتفضيلات لأنواع مختلفة من المسافرين في وقت واحد، بالإضافة إلى تجميع سجل السفر لكل واحد منهم.

ويتم توظيف التقنيات المتقدمة والمبتكرة لتشغيل وظائف مختلفة للوجهات السياحية وكذلك لتحسين جودة تجربة السائح، وتعزيز مشاركتهم، وتخصيص رحلاتهم، وتظهر مساهمة الذكاء الاصطناعي في اختيار الوجهات السياحية الخارجية من خلال: (Saumendra & Rabinarayan Patnai, 2024, p. 1088)

1. تطبيقات السفر القائمة على الذكاء الاصطناعي: إن الهدف من دمج الذكاء الاصطناعي في تطبيقات السفر هو الارتقاء بتجارب المستخدم من خلال تقديم توصيات شخصية في الوقت الفعلي، ورؤى سفر، ومسارات ديناميكية مصممة خصيصًا للتفضيلات والسلوكيات الفردية؛
2. مساعدون افتراضيون متطورون: من المتوقع أن يصبح المساعدون الافتراضيون، الذين يستفيدون من معالجة اللغة الطبيعية والتعلم الآلي، أكثر تطورًا. تم تصور قدرات محادثة محسنة، مما يسمح للمسافرين بالتفاعل بسلاسة لاسترجاع المعلومات والحجوزات والتوجيه الشخصي؛
3. التحليلات التنبؤية للتسعير الديناميكي: تهدف التطورات المتوقعة في التحليلات التنبؤية القائمة على الذكاء الاصطناعي إلى تحسين استراتيجيات التسعير بشكل أكبر للإقامات والرحلات الجوية والأنشطة، يضمن هذا النهج التكيفي تسعيرًا تنافسيًا يستجيب ديناميكيًا لتقلبات الطلب؛
4. إدارة الوجهات الذكية: تلعب تطبيقات الذكاء الاصطناعي دورًا محوريًا في إدارة الوجهات السياحية من خلال التحليلات التنبؤية التي تساعد في إدارة الحشود وتخصيص الموارد وتخطيط البنية التحتية، الأمر الذي يعزز قدرة الوجهة على توقع التحديات ومعالجتها من أجل تجربة سياحية أكثر سلاسة؛

5. تدابير السلامة المعززة بالذكاء الاصطناعي: تعمل التطورات في الذكاء الاصطناعي على تعزيز تدابير السلامة والأمن من خلال التحليل في الوقت الفعلي للبيانات من مصادر مختلفة، حيث مكنت هذه القدرة السلطات من الاستجابة بسرعة للتهديدات الأمنية، وضمان سلامة كل من السياح والسكان المحليين؛
  6. حملات التسويق المخصصة: ركز دور الذكاء الاصطناعي في تحسين جهود تسويق الوجهة على تحليل مجموعات البيانات الواسعة لاستهداف التركيبة السكانية المحددة. كان التركيز على إنشاء حملات تسويقية مخصصة مصممة للتفاعل مع شرائح الجمهور المتنوعة، وجذب مجموعة متنوعة من السياح إلى وجهة ما.
- هذا ويساهم الذكاء الاصطناعي في تعزيز تجربة السائح واختيار الوجهات السياحية المرغوبة من خلال: (El-Kafy, Takwa M. Eissawy, & Ahmed M. Hasanein, 2022, p. 7)
- اعتماد تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل الأجهزة الصوتية أو الواقع الافتراضي أو رموز الاستجابة السريعة أو الروبوتات كمرشدين سياحيين، مما سيوفر بشكل كبير الموارد البشرية والمادية والمالية؛ .
  - يمكن للذكاء الاصطناعي أن يوفر للسائحين خطط سفر مثيرة للاهتمام ومتنوعة، اعتمادًا على الكمية الهائلة من البيانات التي يخزنونها فيما يتعلق بمواقع السفر؛
  - يمكن للسائحين أيضًا استخدام نظام تحديد المواقع العالمي (GPS) للحصول على معلومات حول الأماكن ذات المناظر الخلابة التي تستحق الزيارة في شكل صور ونصوص ومقاطع صوتية وما إلى ذلك؛ وبالتالي، يمكن أن يكون لديهم العديد من خيارات السفر وفقًا لتفضيلاتهم؛ .
  - يمكن للسائحين استخدام هواتفهم الذكية لمسح رمز الاستجابة السريعة في المناطق السياحية، سوف يسمعون على الفور صوتًا دافئًا ومسموعًا يشرح المواقع ذات المناظر الخلابة بلغات السياح من مختلف دول العالم؛ وهذا يوضح أن الذكاء الاصطناعي يتمتع بميزة لا يتمتع بها المرشدون البشريون أبدًا. إن استخدام الواقع الافتراضي في مناطق الجذب السياحي الثقافية يوفر للزوار تجربة بصرية فريدة تجعلهم يشعرون وكأنهم يعيشون في تاريخ الموقع الأثري؛ .
  - يمكن استخدام الروبوتات لتوجيه السياح أثناء زيارة الوجهات السياحية؛ إذ يمكن للروبوتات تفسير وشرح المواقع السياحية والتاريخية في منطقة ما من خلال برامج معدة مسبقًا يقدمها عدد كبير من المترجمين الصوتيين.

## المبحث الثاني

### الدراسة التطبيقية

يخصص المبحث الثاني للدراسة التطبيقية، حيث يتضمن تقديم لمنهجية الدراسة التطبيقية، وأيضًا التحليل الوصفي لإجابات أفراد العينة حول متغيرات الدراسة المعتمدة بالإضافة إلى اختبار الفرضيات المقدمة.

#### المطلب الأول: منهجية الدراسة التطبيقية

يقدم المطلب الموالي التعريف بمجتمع وعينة الدراسة، إلى جانب أهم الأدوات المستخدمة في التحليل الإحصائي، ونتائج اختبار صدق وثبات أداة الدراسة.

#### الفرع الأول: مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في المستهلك السياحي الجزائري الخارجي، أما عينة الدراسة فهي عينة قصدية تم اختيارها بحجم 56 مفردة، وهي تشمل الأساتذة الجامعيين الذين استفادوا من تربصات نحو الخارج من مؤسسات جامعية

مختلفة عبر ربوع الوطن، وقد تم اعتماد الاستبيان كأداة لجمع البيانات وتحليلها باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss.v25.

#### الفرع الثاني: أدوات التحليل الإحصائي المستخدمة في الدراسة

يهدف اختبار الفرضيات المعتمدة في الدراسة، تم تبويب البيانات ومعالجتها إحصائيا باستخدام برنامج Spss.v25، بالإضافة إلى الأدوات التالية:

- التكرارات والنسب المئوية لخصائص أفراد العينة؛
- معامل ألفا- كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة؛
- مقاييس الإحصاء الوصفية لقياس إدراكات أفراد العينة لمتغيرات الدراسة.

#### الفرع الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة

تم قياس صدق وثبات أداة الدراسة من خلال:

أولاً: الصدق الظاهري: حيث تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين للتأكد من مطابقتها لإشكالية وفرضيات الدراسة؛

ثانياً: ثبات الاستبانة: تم استعمال معامل ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach) ونتائجه تظهر في الجدول الموالي.

الجدول رقم (01): متغيرات الدراسة الواردة في استبانة ونتائج معامل  $\alpha$  كرونباخ

| المحور | المتغيرات الرئيسية                                                              | عدد الفقرات | معامل $\alpha$ كرونباخ |
|--------|---------------------------------------------------------------------------------|-------------|------------------------|
| الأول  | بيانات عامة                                                                     | 05          |                        |
| الثاني | المعرفة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في السياحة                          | 06          | 0.914                  |
| الثالث | الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في اختيار الوجهات السياحية الخارجية       | 06          | 0.780                  |
| الرابع | المخاوف من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في اختيار الوجهات السياحية الخارجية | 06          | 0.913                  |

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج Spss.V25

من الجدول نلاحظ أن جميع قيم معامل الثبات عالية، حيث بلغت أعلى قيمة لبعد كمية المشتريات 0.874 وأدنى قيمة لبعد تكلفة المشتريات 0.842، كما أن معامل الثبات بالنسبة لمحور أبعاد الشراء الدولي مجتمعة قد بلغ 0.919، في حين كان معامل الثبات للمحور الثاني أداء العملية الإنتاجية 0.713 وهي معاملات ثبات مرتفعة ودالة إحصائيا (أكبر من الحد الأدنى 60%).

#### المطلب الثاني: التحليل الوصفي لخصائص العينة

يتضمن التحليل الوصفي لخصائص العينة تحليلها وفق المتغيرات الواردة في استبانة الاستبيان من حيث الجنس والدخل وعدد مرات السفر إلى الخارج، إضافة إلى أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تم اعتمادها وأيضا أماكن استخدام هذه التطبيقات.

الجدول رقم (02): الخصائص الديمغرافية لأفراد العينة باستخدام التكرارات والنسب المئوية

| خصائص العينة .                              | متغيرات الدراسة                                              | التكرارات | النسب المئوية % |
|---------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-----------|-----------------|
| الجنس                                       | ذكر                                                          | 32        | 57.1            |
|                                             | أنثى                                                         | 24        | 42.9            |
| الدخل الفردي                                | من 50000 إلى 79000 دج                                        | 9         | 16.1            |
|                                             | من 80000 إلى 11000 دج                                        | 21        | 37.5            |
|                                             | أكثر من 11000 دج                                             | 26        | 46.4            |
| تجربة السفر                                 | أول مرة                                                      | 34        | 60.7            |
|                                             | مرة واحدة فأكثر                                              | 22        | 39.3            |
| تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في السفر | روبوتات الدردشة                                              | 7         | 12.5            |
|                                             | الأكشاك الرقمية                                              | 6         | 10.7            |
|                                             | الواقع الافتراضي                                             | 6         | 10.7            |
|                                             | المساعدة الصوتية الرقمية                                     | 11        | 19.6            |
|                                             | منصات البحث والمواقع الإلكترونية التي تعمل بالذكاء الاصطناعي | 16        | 28.6            |
|                                             | دليل الرحلات السياحية                                        | 10        | 17.9            |
| أهم أماكن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي  | الفنادق                                                      | 17        | 30.4            |
|                                             | المطاعم .                                                    | 16        | 28.6            |
|                                             | المطارات                                                     | 12        | 21.4            |
|                                             | وكالات السياحة والسفر                                        | 11        | 19.6            |

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج Spss.V25

كشف التحليل الديموغرافي للدراسة عن توزيع متوازن نسبياً بين الجنسين، حيث يشكل الذكور نسبة 57.1% مقابل 42.9% للإناث، مما يعطي تمثيلاً جيداً لكلا الجنسين في العينة. ومن الملاحظ أن الغالبية العظمى من المشاركين يتمتعون بمستوى دخل جيد، حيث أن 46.4% منهم يتجاوز دخلهم 11000 دج، و37.5% يتراوح دخلهم بين 8000 و11000 دج، مما يشير إلى أن معظم المستجيبين ينتمون إلى الطبقة المتوسطة والعليا، وهو أمر منطقي نظراً لارتباط السياحة الخارجية بالقدرة المالية.

وفيما يتعلق بتجربة السفر، يتضح أن 60.7% من المشاركين هم مسافرون لأول مرة، بينما 39.3% لديهم خبرة سابقة في السفر. أما في مجال استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، فتصدر الفنادق قائمة الأماكن الأكثر استخداماً لهذه التقنيات بنسبة 30.4%، تليها المطاعم ومنصات البحث بنسبة 28.6% لكل منهما. وتظهر البيانات أن المساعدة الصوتية الرقمية تحظى بنسبة استخدام تبلغ 19.6%، في حين تتساوى نسب استخدام الأكشاك الرقمية والواقع الافتراضي عند 10.7%. هذه النتائج تشير إلى تنوع في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في القطاع السياحي، مع تركيز واضح على الخدمات الأساسية مثل الفنادق والمطاعم.

### المطلب الثالث: التحليل الإحصائي لإجابات أفراد العينة حول متغيرات الدراسة واختبار الفرضيات

فيما يلي تحليل إجابات أفراد العينة حول مدى معرفتهم بتطبيقات الذكاء الاصطناعي، استخدامها، والمخاوف التي تواجههم عن تبنيهم لها، وذلك من خلال المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة وترتيبها وفق درجة الموافقة. الفرع الأول: التحليل الإحصائي لإجابات أفراد العينة حول مدى معرفتهم بتطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في قطاع السياحة

فيما يلي تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى معرفتهم بأهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يتم استخدامها في قطاع السياحة، وتلك التي يتم الاعتماد عليها عند اختيار وجهات سياحية خارجية، وذلك وفق الجدول الموالي:

الجدول رقم (03): نتائج التحليل الإحصائي لإجابات أفراد العينة حول مدى معرفتهم بتطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في قطاع السياحة

| الرقم | الفقرة                                                                    | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | درجة الموافقة | الترتيب |
|-------|---------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|---------------|---------|
| 01    | أنا على علم بتطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في السياحة                | 4.30            | 1.060             | مرتفعة        | 1       |
| 02    | أعلم أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي توفر أنظمة حجز ودفع ذكية                 | 4.05            | 0.862             | مرتفعة        | 4       |
| 03    | أدرك دور المساعدين الافتراضيين في توفير خدمات سياحية                      | 4.13            | 0.916             | مرتفعة        | 3       |
| 04    | سمعت عن استخدام الواقع الافتراضي في تعزيز تجارب السفر                     | 3.93            | 1.024             | مرتفعة        | 6       |
| 05    | أعتقد أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي توفر معلومات دقيقة حول الوجهات السياحية | 4.00            | 1.009             | مرتفعة        | 5       |
| 06    | أعلم أن هناك تطبيقات تستخدم الذكاء الاصطناعي لتحسين تجربة السفر           | 4.25            | 0.899             | مرتفعة        | 2       |
|       | المعرفة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في قطاع السياحة               | 4.11            | 0.808             | مرتفعة        |         |

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج Spss.V25

يظهر الجدول أعلاه النتائج الإحصائية المتعلقة بمدى معرفة أفراد العينة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في قطاع السياحة، حيث يتضح أن غالبية أفراد العينة يتمتعون بمعرفة جيدة حول هذه التطبيقات.

جاء السؤال الأول "أنا على علم بتطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في السياحة" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (4.30) وانحراف معياري قدره (1.060)، مما يشير إلى مستوى عالٍ من الاتفاق مع وجود تباين معتدل في الإجابات. أما المرتبة الثانية فقد جاء السؤال "أعلم أن هناك تطبيقات تستخدم الذكاء الاصطناعي لتحسين تجربة السفر" بمتوسط حسابي 4.25 عند انحراف معياري (0,899) ما يؤكد اتفاق أفراد العينة حول أن هناك تطبيقات للذكاء الاصطناعي تساهم في تحسين تجربة السفر، في حين جاء السؤال "أدرك دور المساعدين الافتراضيين في توفير خدمات سياحية" في المرتبة الثالثة محققاً متوسطاً حسابياً قدره (4.13) مع انحراف معياري (0.916)، مما يشير إلى مستوى إيجابي من الاتفاق مع تباين متوسط.

المرتبة الرابعة كانت من نصيب السؤال "أعلم أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي توفر أنظمة حجز ودفع ذكية" بمتوسط حسابي (4.05) وانحراف معياري قدره (0.862) مما يشير إلى مستوى عالٍ من إدراكات أفراد العينة حول

تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الحجز والدفع الإلكتروني، أما المرتبة الخامسة، فقد جاء السؤال "أعتقد أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي توفر معلومات دقيقة حول الوجهات السياحية" بمتوسط حسابي (4.00) وانحراف معياري (1.009) مما يعكس استقراراً أكبر في إجابات أفراد العينة، على الجانب الآخر، جاء السؤال "سمعت عن استخدام الواقع الافتراضي في تعزيز تجارب السفر" بأقل متوسط حسابي في هذا المحور بلغ (3.93) مع انحراف معياري (1.024)، مما يعكس مستوى اتفاق أقل وتبايناً أكبر في إدراك المشاركين لدور الواقع الافتراضي. بصفة عامة؛ يمكن القول أن هذه النتائج تعكس إدراكاً متفاوتاً بين أفراد العينة حول معرفتهم بتطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في القطاع السياحي، ويمكن أن تعزى النتائج المتحصل عليها إلى التطور التكنولوجي المتنامي في الآونة الأخيرة خاصة في تطبيقات الذكاء الاصطناعي، حيث باتت محور اهتمام كبير لدى مختلف شرائح المجتمع وفي جميع القطاعات بما فيها السياحة بهدف البحث عن المعلومات والمقارنة بين الخيارات المتاحة. اختبار الفرضية الأولى:

تتعلق الفرضية الأولى بمدى معرفة المستهلك السياحي الجزائري لتطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في السياحة وقد تم صياغة الفرضية احصائياً كما يلي:

H0: لا توجد لدى المستهلك السياحي الجزائري معرفة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في قطاع السياحة عند مستوى دلالة  $\alpha = 0,05$ ؛

H1: توجد لدى المستهلك السياحي الجزائري معرفة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في قطاع السياحة عند مستوى دلالة  $\alpha = 0,05$

الجدول رقم (04): نتائج اختبار (T) الأحادي العينة لدرجات إجابة أفراد العينة عن معرفتهم بتطبيقات الذكاء الاصطناعي

المستخدمة في قطاع السياحة

| المحور                                                 | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة T المحسوبة | قيمة T الجدولية | درجة الحرية | القيمة الاحتمالية (sig) |
|--------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|-----------------|-----------------|-------------|-------------------------|
| المعرفة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في السياحة | 4.11            | 0.808             | 38.038          | 2.02            | 55          | 0.001                   |

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج Spss.V25

من خلال الجدول نلاحظ أن المتوسط الحسابي لمتغير المعرفة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في قطاع السياحة قد بلغ 4.11 عند انحراف معياري 0.80، كما أن قيمة T المحسوبة بلغت 38.038 وهي أعلى من قيمتها الجدولية 2.02، وهنا يمكن رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة والتي تنص على أن لدى المستهلك السياحي الجزائري معرفة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في قطاع السياحة وهو ما يؤكد مستوى الدلالة المحسوب Sig=0.001 وهو أقل من 0.05 المستوى المعتمد في الدراسة.

## الفرع الثاني: التحليل الإحصائي لإجابات أفراد العينة حول مدى تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي في اختيار الوجهات السياحية الخارجية

العنصر الموالي يتضمن تحليل إجابات أفراد العينة حول مدى استخدامهم لأهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تشتهر بتقديم خدمات في مجال السياحة كالتعريف بالوجهات السياحية، وأهم الخصائص والمميزات التي تتضمنها كل وجهة وغيرها من الخدمات، والنتائج موضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (05): نتائج التحليل الإحصائي لإجابات أفراد العينة حول مدى تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي في اختيار الوجهات السياحية الخارجية

| الرقم | الفقرة                                                                      | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | درجة الموافقة | الترتيب |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|---------------|---------|
| 01    | استخدم تطبيقات الذكاء الاصطناعي للبحث عن الفنادق والإقامة في وجهتي السياحة  | 4.09            | 1.116             | مرتفعة        | 3       |
| 02    | استخدم المنصات الذكية للاستعلام عن الأسعار والتكاليف .                      | 3.93            | 0.988             | مرتفعة        | 4       |
| 03    | قمت بتحميل تطبيق المساعدة الصوتية الرقمية للترجمة والتواصل في البلد الوجهة  | 3.80            | 0.942             | مرتفعة        | 5       |
| 04    | أقوم بالمقارنة بين الوجهات السياحية من خلال تطبيقات الذكاء الاصطناعي        | 3.79            | 1.004             | مرتفعة        | 6       |
| 05    | أستفيد من خاصية الدردشة الذكية في الحصول على معلومات حول الوجهات السياحية . | 4.13            | 0.698             | مرتفعة        | 1       |
| 06    | أستخدم تطبيقات الواقع المعزز في التعرف على المعالم السياحية في البلد المقصد | 4.11            | 0.755             | مرتفعة        | 2       |
|       | تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي في اختيار الوجهة السياحية الخارجية            | 3.98            | 0.595             | مرتفعة        |         |

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج Spss.V25

يوضح الجدول السابق النتائج الإحصائية المتعلقة بإجابات أفراد العينة حول مدى تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي في اختيار الوجهات السياحية الخارجية. تشير النتائج إلى مستوى مرتفع من الموافقة على مختلف الفقرات المتعلقة بهذا المحور، مع تفاوت بسيط في درجات المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

جاءت الفقرة "أستفيد من خاصية الدردشة الذكية في الحصول على معلومات حول الوجهات السياحية" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.13) وانحراف معياري منخفض نسبياً (0.698)، مما يعكس مستوى عالٍ من الاتفاق واستقراراً في الآراء. تلتها الفقرة "أستخدم تطبيقات الواقع المعزز في التعرف على المعالم السياحية في البلد المقصد" بمتوسط حسابي بلغ (4.11) وانحراف معياري قدره (0.755)، مما يشير إلى قبول مرتفع أيضاً مع تباين معتدل.

أما الفقرة المتعلقة باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي "للبحث عن الفنادق والإقامة وتجهيز السياحة"، فقد حققت متوسط حسابي (4.09) مع انحراف معياري مرتفع نسبياً (1.116)، مما يدل على أن غالبية المشاركين يتفقون على أهمية هذه التطبيقات، رغم وجود تباين واضح في الإجابات.

فيما يتعلق باستخدام التطبيقات "للاستعلام عن الأسعار والتكاليف"، فقد بلغ متوسطها الحسابي (3.93) مع انحراف معياري (0.988)، مما يعكس مستوى اتفاق مرتفع مع وجود تباين نسبي. أما المرتبة الخامسة فقد جاءت عبارة "قمت بتحميل تطبيق المساعدة الصوتية الرقمية للترجمة والتواصل في البلد الوجهة" بمتوسط حسابي (3.80) وانحراف معياري (0.942) مما يؤكد استخدام أفراد العينة لتقنيات الذكاء الاصطناعي في التواصل داخل البلد المقصد، أما الفقرة الأخيرة "أقوم بالمقارنة بين الوجهات السياحية من خلال تطبيقات الذكاء الاصطناعي" سجلت أدنى متوسط حسابي (3.79) وانحراف معياري (1.004)، مما يشير إلى أن هذه الخاصية قد تكون أقل شيوعاً أو تتطلب تحسيناً في تجربة المستخدم.

بناءً على هذه النتائج، يمكن استنتاج أن الأفراد لديهم مستوى عالٍ من التبنى لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في السياحة، مع تباين في استخدام التطبيقات حسب نوع الخدمة المقدمة ومدى الاعتماد عليها، ويمكن تفسير ذلك بالقول أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تستخدم بشكل واسع لكنها تواجه تحديات متعلقة بالمخاطر وإمكانية توفير تجربة أكثر تفاعلية، وهذا قد يكون من الجيد تحسين التصميم لتقليل المخاوف وزيادة الكفاءة..

#### اختبار الفرضية الثانية:

تتعلق الفرضية الثانية بمدى تبني المستهلك السياحي الجزائري لتطبيقات الذكاء الاصطناعي عند اختيار الوجهات السياحية الخارجية وقد تم صياغة الفرضية احصائياً كما يلي:

H0: لا يتبنى المستهلك السياحي الجزائري تطبيقات الذكاء الاصطناعي عند اختيار وجهات سياحية خارجية عند مستوى دلالة  $\alpha=0,05$ ؛

H1: يتبنى المستهلك السياحي الجزائري تطبيقات الذكاء الاصطناعي عند اختيار وجهات سياحية خارجية عند مستوى دلالة  $\alpha=0,05$

الجدول رقم (06): نتائج اختبار (T) الأحادي العينة لدرجات إجابة أفراد العينة عن تبنيهم لتطبيقات الذكاء الاصطناعي عند

#### اختيار وجهات سياحية خارجية

| المحور                                                            | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة T المحسوبة | قيمة T الجدولية | درجة الحرية | القيمة الاحتمالية (sig) |
|-------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|-----------------|-----------------|-------------|-------------------------|
| تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي في اختيار الوجهات السياحية الخارجية | 3.98            | 0.595             | 50.137          | 2.02            | 55          | 0.001                   |

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج Spss.V25

من خلال الجدول نلاحظ أن المتوسط الحسابي لمتغير تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي في اختيار الوجهات السياحية الخارجية قد بلغ 3.98 عند انحراف معياري 0.595، كما أن قيمة T المحسوبة بلغت 50.137 وهي أعلى من قيمتها الجدولية 2.02، وهنا يمكن رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة والتي تنص على أن

المستهلك السياحي الجزائري يتبنى تطبيقات الذكاء الاصطناعي عند اختيار وجهة سياحية خارجية وهو ما يؤكد مستوى الدلالة المحسوب  $\text{Sig}=0.001$  وهو أقل من 0.05 المستوى المعتمد في الدراسة.

الفرع الثالث: التحليل الإحصائي لإجابات أفراد العينة حول أهم التحديات والمخاوف التي قد تنشأ نتيجة اعتمادهم لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في اختيار الوجهات السياحية الخارجية.

يوضح الجدول الموالي التحليل الإحصائي لإجابات أفراد العينة حول أهم المخاوف والتحديات التي تواجههم نتيجة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في اختيار وجهات سياحية خارجية.

الجدول رقم (07): نتائج التحليل الإحصائي لإجابات أفراد العينة حول أهم التحديات والمخاوف المرتبطة باعتمادهم لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في اختيار الوجهات السياحية الخارجية

| الرقم | الفقرة                                                                                     | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | درجة الموافقة | الترتيب |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|---------------|---------|
| 01    | هناك مخاطرة كبيرة في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في السفر                             | 4.11            | 0.966             | مرتفعة        | 1       |
| 02    | تفتقر تطبيقات الذكاء الاصطناعي إلى التواصل البشري في معالجة مشكلة ما                       | 3.98            | 1.018             | مرتفعة        | 2       |
| 03    | أقلق بشأن دقة المعلومات التي تتطلبها تطبيقات الذكاء الاصطناعي                              | 3.38            | 1.105             | متوسطة        | 4       |
| 04    | أواجه صعوبة في تحديد الوجهة السياحية المرغوبة عند استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي         | 3.32            | 1.114             | متوسطة        | 5       |
| 05    | يستغرق استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في اختيار الوجهة السياحية الكثير من الوقت          | 3.29            | 0.868             | متوسطة        | 6       |
| 06    | أعتقد أن هذه التطبيقات تحتاج إلى بنية تحتية قوية قد لا تكون متاحة في جميع الأوقات والأماكن | 3.68            | 0.974             | مرتفعة        | 3       |
|       | التحديات والمخاوف من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في اختيار الوجهة السياحية الخارجية   | 3.62            | 0.844             | مرتفعة        |         |

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج Spss.V25

تشير نتائج التحليل الإحصائي المتعلقة بأهم التحديات والمخاوف المرتبطة باعتماد تطبيقات الذكاء الاصطناعي في اختيار الوجهات السياحية الخارجية إلى أن أفراد العينة لديهم مخاوف متفاوتة تتعلق باستخدام هذه التقنيات.

أبرز هذه المخاوف تتمثل في وجود مخاطرة كبيرة عند استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في السفر، حيث حصلت هذه الفقرة على أعلى متوسط حسابي (4.11) مع استقرار نسبي في الإجابات (انحراف معياري 0.966). كما أظهرت النتائج تخوفاً من فقدان التواصل البشري أثناء معالجة المشكلات، بمتوسط حسابي (3.98) وانحراف معياري (1.018). أما القلق بشأن عدم توفر بنية تقنية مناسبة دائماً، فقد جاء بدرجة اتفاق متوسطة (3.68) مع تباين معتدل بين الإجابات (0.974). في المقابل، أظهرت النتائج أن القلق بشأن دقة المعلومات المقدمة من التطبيقات وصعوبة تحديد الوجهة المرجوة كان متوسطاً، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.38) و(3.32) على التوالي مع تباين

ملحوظ في الآراء (1.105 و 1.114). أخيرًا، كان أقل المخاوف تأثيرًا هو طول الوقت المستغرق في استخدام هذه التطبيقات، بمتوسط حسابي (3.29) وانحراف معياري (0.868).

تعكس النتائج السابقة الحاجة إلى تحسين هذه التطبيقات من حيث تقليل المخاطر، تعزيز دقة المعلومات، وتوفير تجربة استخدام أكثر كفاءة. وهو ما يؤكد ضرورة تطوير هذه التقنيات بحيث تصبح أكثر أمانًا ودقة، مع تعزيز دور العنصر البشري كجزء من النظام لدعم القرارات وحل المشكلات في الوقت الفعلي. اختبار الفرضية الثالثة:

تتعلق الفرضية الثالثة بوجود مخاوف لدى المستهلك السياحي الجزائري عند استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في اختيار الوجهات السياحية الخارجية وقد تم صياغة الفرضية احصائيا كما يلي:

H0: لا يوجد لدى المستهلك السياحي الجزائري مخاوف من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي عند اختيار وجهات سياحية خارجية عند مستوى دلالة  $\alpha=0,05$ ;

H1: يوجد لدى المستهلك السياحي الجزائري مخاوف من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي عند اختيار وجهات سياحية خارجية عند مستوى دلالة  $\alpha=0,05$

الجدول رقم (08): نتائج اختبار (T) الأحادي العينة لدرجات إجابة أفراد العينة عن وجود مخاوف من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي عند اختيار وجهات سياحية خارجية

| المحور                                                                 | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة T المحسوبة | قيمة T الجدولية | درجة الحرية | القيمة الاحتمالية (sig) |
|------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|-----------------|-----------------|-------------|-------------------------|
| المخاوف من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في اختيار الوجهات السياحية | 3.62            | 0.844             | 32.140          | 2.02            | 55          | 0.001                   |

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج Spss.V25

من خلال الجدول نلاحظ أن المتوسط الحسابي لمتغير وجود مخاوف لدى المستهلك السياحي الجزائري من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي عند اختيار وجهات سياحية خارجية قد بلغ 3.62 عند انحراف معياري 0.844، كما أن قيمة T المحسوبة بلغت 32.140 وهي أعلى من قيمتها الجدولية 2.02،، وهنا يمكن رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة القائلة بأن لدى المستهلك السياحي الجزائري مخاوف من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي عند اختيار وجهات سياحية خارجية وهو ما يؤكد مستوى الدلالة المحسوب Sig = 0.001 وهو أقل من 0.05 المستوى المعتمد في الدراسة.

خاتمة:

تناولت الدراسة بالتحليل مدى تبني المستهلك السياحي الجزائري لتطبيقات الذكاء الاصطناعي عند اختياره للوجهات السياحية الخارجية، والتي تتوافق مع تفضيلاته ورغباته، ومن بين النتائج التي تم التوصل إليها ما يلي:

## النتائج:

1. تشكل تطبيقات الذكاء الاصطناعي محركاً أساسياً في تغيير نمط اتخاذ القرار السياحي لدى المستهلك الجزائري، حيث تساهم في تحويل عملية اختيار الوجهات السياحية من قرار تقليدي قائم على التوصيات الشخصية إلى قرار ذكي مبني على تحليل البيانات والتوصيات المخصصة؛
  2. يمثل تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي في القطاع السياحي تحولاً في نموذج الاستهلاك السياحي الجزائري، حيث ينتقل من النموذج التقليدي القائم على الوساطة البشرية إلى نموذج رقمي تفاعلي يعزز استقلالية المستهلك في اتخاذ قراراته السياحية؛
  3. أثبتت نتائج الدراسة الميدانية وجود إدراك كبير لدى أفراد العينة حول معرفتهم بتطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في قطاع السياحة وخاصة في مجال السياحة الخارجية؛ وذلك نتيجة الانتشار الواسع والتطور المتزايد للتقنيات التكنولوجية في الوقت الحالي.
  4. أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن لدى أفراد العينة مستوى عالٍ من التبني لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في اختيار الوجهات السياحية الخارجية، مع تباين في استخدام التطبيقات حسب نوع الخدمة المقدمة ومدى الاعتماد عليها؛
  5. أسفرت نتائج الدراسة وجود مخاوف وتحديات تواجه المستهلك السياحي الجزائري عند استخدامه لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في اختيار الوجهة السياحية الخارجية تتمحور بالخصوص حول الأمان وفقدان الثقة نتيجة غياب التفاعل البشري في هذه التطبيقات..
- التوصيات: على ضوء النتائج السابقة تم اقتراح مجموعة من التوصيات على النحو التالي:
1. ضرورة التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي على أنها ضرورة ملحة تفرضها التغيرات التقنية في عالم اليوم؛
  2. محاولة الاستفادة القصوى من التقنيات الحديثة للذكاء الاصطناعي في مختلف القطاعات وبالخصوص قطاع السياحة واختيار الوجهات السياحية الخارجية؛
  3. تطوير إطار تنظيمي وتشريعي يضمن حماية بيانات المستهلك الجزائري عند استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في القطاع السياحي، مع ضمان الشفافية في آليات عمل هذه التطبيقات؛

## قائمة المصادر والمراجع:

- Aleksanyan, G. (2021). THE CONCEPT OF TOURISM DESTINATION IN THE CONTEXT OF GEOGRAPHICAL SPACE. Proceedings of the YSU C Geological and Geographical Sciences, 54(3), 203-210. doi:https://doi.org/10.46991/PYSU:C/2020.54.3.203
- El-Kafy, J. H., Takwa M. Eissawy, & Ahmed M. Hasanein. (2022). Tourists' Perceptions Toward Using Artificial Intelligence Services in Tourism and Hospitality. Journal of Tourism, Hotels and Heritage (JTHH), 5(1), 1-20. doi:https://doi.org/10.21608/sis.2022.145976.1064
- Popenici, S. A., & Kerr, S. (2017). Exploring the impact of artificial intelligence on teaching and learning in higher education. Popenici and Kerr Research and Practice in Technology Enhanced Learning, 12(01), 1-13. doi:DOI: 10.1186/s41039-017-0062-8.
- Saumendra, D., & Rabinarayan Patnai. (2024). Application of AI Technology for the Development of Destination Tourism towards an Intelligent Information System. Economic Affairs, 69(2), 1083-1095. doi:10.46852/0424-2513.3.2024.31
- الإتحاد الدولي للاتصالات (ITU) : قطاع التنمية. (2021). اتجاهات التكنولوجيات الناشئة لعام 2021: الذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة لأغراض التنمية 4.0. جنيف، سويسرا.

العبيدي رأفت عاصي. (2015). دور الذكاء الاصطناعي في تحقيق الإنتاج الأخضر: دراسة إستطلاعية لأداء المديرين في عينة من الشركات الصناعية العاملة في محافظة ننوى. مجلة العلوم الإدارية والإقتصادية لجامعة كركوك، 05(01)، الصفحات 37-62.

- الوزارة خلفه ساهل، وأسامة سنوسي. (2024). تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة السياحة والسفر تحول جديد في الرحلات والإقامة: دراسة حالة فنادق سويسرا . مجلة القانون والعلوم البيئية، 3(1)، 603-619.
- حسن مظفر الرزو. (2007). الذكاء المحوسب وتطبيقاته في ميادين التجارة والأعمال. السعودية: الإدارة العامة للطباعة والنشر.
- عبد الحق سويلم، وصافي محمد. (2024). ماهية الذكاء الاصطناعي، كتاب جماعي بعنوان: الذكاء الاصطناعي "رؤى متعددة التخصصات" (الإصدار 1). ألمانيا: المركز الديمقراطي للدراسات الاستراتيجية، الاقتصادية والسياسية.
- عوسات تاكلت. (2024). التطور التاريخي للذكاء الاصطناعي، كتاب جماعي بعنوان: الذكاء الاصطناعي "رؤى متعددة التخصصات" (الإصدار 1). ألمانيا: المركز الديمقراطي للدراسات الاستراتيجية، الاقتصادية والسياسية.
- محمد بن فوزي الغامدي. (2024). الذكاء الاصطناعي في التعليم، ، الرياض، السعودية (الإصدار 1). السعودية: مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر.
- مروان صحراوي. (2017). تقييم مساهمة عناصر المزيج التسويقي في اختيار الوجهة السياحية: حالة السياحة الحموية في الجزائر. تلمسان، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة أبي بكر بلقايد.
- منال يومعرف. (2024). دور الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة البحث العلمي، كتاب جماعي بعنوان: الذكاء الاصطناعي "رؤى متعددة التخصصات" (الإصدار 1). ألمانيا: المركز الديمقراطي للدراسات الاستراتيجية، الاقتصادية والسياسية.