



دور التطبيقات الذكية في تعزيز التجربة السياحية بالقطاع السياحي الجزائري

- دراسة ميدانية على عينة من سياح مدينة سطيف -

The role of smart applications in enhancing the tourism experience in Algeria's
- A Field Study on a Sample of Tourists in the City of Setif

زينة مرمول¹

z.mermoul@univ-setif2.dz

تاريخ الاستلام: 2024/10/05 تاريخ القبول: 2024/11/25 تاريخ النشر: 2024/12/20

Received: 05/10/2024 Accepted: 25/11/2024 published: 20/12/2024

الملخص:

تهدف الدراسة إلى استكشاف الدور الذي تلعبه التطبيقات الذكية في تحسين وتعزيز تجربة السائح في الجزائر، وكيف يمكن لهذه التطبيقات أن تساهم في تطوير القطاع السياحي؛ في هذا السياق تم الاعتماد على المنهج المسحي الوصفي، واستخدام الاستبيان أداة لجمع البيانات، وزعت على عينة عشوائية قدرت ب 100 سائح لمدينة سطيف خلال صيف 2024، وقد توصلت الدراسة الميدانية إلى جملة من النتائج أبرزها: أهمية التطبيقات الذكية في التخطيط والتنفيذ للرحلات السياحية خاصة مواقع الحجوزات الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، كما تؤثر على مستوى رضا السياح.

الكلمات المفتاحية: الوسائط الجديدة، التحول الرقمي، التطبيقات الذكية، التنمية المستدامة، السياحة.

Abstract:

The study aims to explore the role that smart applications play in improving and enhancing the tourist experience in Algeria, and how these applications can contribute to the development of the tourism sector. In this context, a descriptive survey methodology was adopted, and a questionnaire was used as a tool for data collection. The questionnaire was distributed to a random sample of 100 tourists for the city of Setif during the summer of 2024. The field study reached several key findings, most notably the importance of smart applications in planning and executing tourism trips, especially booking sites and social media platforms, as well as their impact on the level of tourist satisfaction.

.Keywords: New media; digital transformation; Smart Applications; Sustainable Development; Stourism.

1. مقدمة:

شهدت صناعة السياحة تحولاً جذرياً في كيفية تفاعل السياح مع وجهاتهم وتجاربهم السياحية؛ حيث أصبحت الوسائط الجديدة أداة قوية يمكن للسياح من خلالها تحسين تجربتهم السياحية، وجعلها أكثر إبداعاً وابتكاراً من خلال استخدام التطبيقات الذكية، ومنصات التواصل الاجتماعي، والمواقع الإلكترونية المخصصة للسياحة، كما أتاح هذه الوسائط إمكانية وصول السياح إلى معلومات دقيقة ومحدثة حول الوجهات السياحية، وخيارات الإقامة والأماكن الجذابة، والمطاعم، والأنشطة الترفيهية المتاحة، إضافة إلى إمكانية التخطيط لرحلاتهم بسهولة، وتخصيص تجاربهم بناءً على اهتماماتهم الشخصية وميزانياتهم، مما يجعل الرحلة أكثر متعة وذات قيمة أعلى، بالإضافة إلى ذلك، توفر الوسائط الجديدة أدوات تفاعلية مثل الواقع المعزز والافتراضي، التي تمكن السياح من استكشاف المواقع السياحية بشكل افتراضي قبل زيارتها فعلياً، مما يعزز من توقعاتهم ويزيد من رضاهم عن التجربة.

ويُعد القطاع السياحي في الجزائر واحداً من القطاعات الحيوية التي تمتلك إمكانات كبيرة غير مستغلة، وباستخدام الحلول الذكية يمكن تحسين خدماته بشكل كبير لتلبية احتياجات السياح المحليين والدوليين؛ فقد أتاح انتشار الهواتف الذكية واستخدام الإنترنت للسياح أدوات قوية لتخطيط وتنفيذ رحلاتهم بشكل أكثر فعالية

وتعتبر مدينة سطيف واحدة من أبرز الوجهات السياحية في الجزائر، بفضل معالمها التاريخية والثقافية والطبيعية المتنوعة، ومع تزايد استخدام الوسائط الجديدة، يمكن لسياح مدينة سطيف الاستفادة بشكل كبير من هذه التقنيات لتعزيز تجربتهم السياحية وجعلها أكثر استدامة وفعالية، وبناء عليه، ومن هذا المنطلق يمكن طرح التساؤل الآتي:

كيف تسهم التطبيقات الذكية في التأثير على مستوى رضا سياح مدينة سطيف وتحسين تجربتهم السياحية؟

تندرج تحت التساؤل الرئيس التساؤلات الفرعية الآتية:

- 1- ما الأنماط السلوكية للأعمار المختلفة عند استخدام الوسائط الجديدة في السياحة؟
- 2- ما تأثير مستوى التعليم على استخدام الوسائط الجديدة في السياحة؟
- 3- ما التطبيقات الذكية الأكثر استخداماً من قبل سياح مدينة سطيف؟
- 4- كيف يستخدم سياح مدينة سطيف التطبيقات الذكية في تخطيط وتنفيذ رحلاتهم؟
- 5- كيف تساهم الوسائط الجديدة في نشر الوعي البيئي بين السياح؟
- 6- ما تأثير الوسائط الجديدة على تحسين الخدمات السياحية؟
- 7- ما التحديات التي تواجه سياح مدينة سطيف عند استخدامهم التطبيقات الذكية في التخطيط لرحلاتهم؟

وقد كانت أهداف الدراسة متمثلة في:

- تحديد الأنماط السلوكية للأعمار المختلفة عند استخدام الوسائط الجديدة والتطبيقات الذكية في السياحة.
- معرفة تأثير مستوى التعليم على استخدام التطبيقات الذكية في السياحة.
- التعرف على التطبيقات الذكية الأكثر استخداماً من قبل السياح.
- تقييم مستوى استخدام السياح للتطبيقات الذكية في تخطيط وتنفيذ رحلاتهم.

- الكشف عن كيفية مساهمة الوسائط الجديدة في نشر الوعي البيئي بين السياح.
 - معرفة مدى تأثير التطبيقات الذكية على تحسين الخدمات السياحية.
 - تحديد الصعوبات والتحديات التي تواجه سياح مدينة سطيف عند استخدامهم التطبيقات الذكية في السياحة.
- وتظهر أهمية الدراسة الحالية في:

تسلط الدراسة الضوء على كيفية استخدام التطبيقات الذكية لتحسين تجربة السائح في الجزائر، مما يساعد في تعزيز مستوى الرضا والراحة للزوار؛ حيث أصبح الاعتماد على التكنولوجيا ضرورة ملحة لتحسين تجربة السفر؛ بما يحقق رضا العملاء ويزيد من كفاءة القطاع السياحي.

وانطلاقاً من طبيعة دراستنا التحليلية، والتي تتضمن جمع المعلومات وتبويبها في جداول، ثم تحليلها كمياً وكيفياً، فإن أنسب منهج لهذه الدراسة هو **المنهج المسحي**، باعتبارها تنتمي إلى الدراسات الوصفية التي تهتم بوصف الظاهرة أو القضية والكشف عن أسبابها ودوافعها والعلاقة بين متغيراتها ومن ثم استخلاص نتائج حولها، حيث أنه الطريقة أو الأسلوب الأمثل لجمع المعلومات من العينة المحددة مسبقاً (المشهداني، 2020) والذي "يتضمن بيانات مباشرة من مجتمع أو عينة الدراسة وعليه؛ فهذا المنهج يتطلب خبرة في التخطيط، والتحليل والتفسير للنتائج، كما يمكن أن يتم باستخدام تقنيات إحصائية بسيطة أو معقدة، ويعتمد ذلك على أهداف الدراسة (الضامن، 2009)".

ولأن مجتمع البحث يعني المجتمع الإحصائي الذي تجرى عليه الدراسة، ويشمل جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة (المحمودي، 2019) فإن مجتمع بحثنا في هذه الدراسة يتمثل في كل السواح الزائرين لمدينة سطيف خلال صيف 2024 والذين لا يمكن حصرهم ولا إحصاؤهم.

ونظراً لاستحالة دراسة كافة أفراد هذا المجتمع لكبره، فقد توجب تحديد عينة ممثلة له وذلك بالاعتماد على العينة العشوائية البسيطة وعليه فقد تم اختيار 100 سائح زائر للمواقع السياحية الرئيسية في مدينة سطيف.

وبما أن أدوات جمع البيانات تعتبر من الطرق التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات حول موضوع بحثه عن طريق مجموعة من الأسئلة المترابطة التي يتم الإجابة عليها من قبل المبحوث (بدر، 1998) فقد وقع الاختيار على أداتي الاستبيان والملاحظة كأداتين مناسبتين لخدمان الدراسة حيث تضمنت محاور الاستبيان ما يلي:

المحور الأول: البيانات الديمغرافية: (العمر، الجنس، المستوى التعليمي).

المحور الثاني: استخدام التطبيقات الذكية والوسائط الجديدة في التخطيط للسفر:

المحور الثالث: تأثير الوسائط الجديدة والتطبيقات الذكية على الاستدامة البيئية.

المحور الرابع: تأثير التطبيقات الذكية على تطوير الخدمات السياحية

المحور الخامس: التحديات التي تواجه استخدام التطبيقات الذكية والوسائط الجديدة في تحقيق تجربة سياحية مبتكرة.

2. مفاهيم الدراسة:

1.2 مفهوم الوسائط الجديدة:

هي التقنيات التي نشأت نتيجة دمج الإعلام الآلي مع تقنيات الاتصال عن بعد، حيث ساعدت الكابلات والأقمار الصناعية في تطوير مفهوم الإعلام والاتصال؛ مما أدى إلى ظهور استخدامات اتصالية جديدة أثرت على الوسائل الإعلامية التقليدية وظهرت وظائفها، فقد شهدت صناعة الوسائل الإلكترونية تطورًا سريعًا للغاية، وبرزت أنواع وأشكال جديدة متعددة من الوسائط التي تنقل الصوت والصورة، مما يسهل الاتصال عن بعد ومعالجة البيانات بطرق ووسائل رقمية متقدمة، وتمت تسميتها بالوسائط الجديدة أو "الإعلام الجديد" أو "نيو ميديا". » (العبد الله و عبد الكريم ، 2014)

إجرائيا:

الوسائط الجديدة هي مجموعة من التطبيقات والمنصات والقنوات التكنولوجية الحديثة التي تتيح لسياح مدينة سطيف والشركات السياحية نقل وتبادل المعلومات والمحتوى الرقمي بشكل فوري وتفاعلي، وتشمل وسائل التواصل الاجتماعي ومواقع المحتوى المتعدد وتطبيقات الهواتف الذكية وغيرها، مستفيدة من الانتشار الواسع للإنترنت وثورة الاتصالات الرقمية وتتسم هذه الوسائط بالتفاعلية العالية وإتاحة المحتوى للجميع، وتخطي الحدود الزمانية وإمكانية وانخفاض التكلفة.

2.2 مفهوم التحول الرقمي:

هو نموذج عمل حديث يعتمد على استخدام التقنيات الرقمية لابتكار منتجات وخدمات جديدة، وتغيير طرق توزيعها، مع التركيز بشكل أساسي على العميل أو المستخدم. (غروسي، 2021).

كما يشير إلى السعي لتحقيق رؤية واحتياجات العميل أو الزبون من خلال الاستثمار في التكنولوجيا والنماذج الاقتصادية، مما يتيح دمج العميل الرقمي في جميع مراحل تجربة القيمة للمستخدم. (Gilbert، 2015).

إجرائيا: يمكن أن يُنظر إلى التحول الرقمي على أنه عملية استخدام التكنولوجيا الرقمية لتحسين أو تحويل العمليات التجارية والأنشطة والخدمات لتحقيق فوائد استراتيجية. يتضمن التحول الرقمي دمج التقنيات الرقمية في جميع مجالات الأعمال، مما يؤدي إلى تغييرات جوهرية في كيفية تشغيل الشركات وكيفية تقديم القيمة للعملاء.

3.2 مفهوم التطبيقات الذكية:

هي برامج أو أنظمة مُصممة للعمل على الأجهزة الذكية مثل الهواتف المحمولة والأجهزة اللوحية، حيث تستخدم تقنيات متطورة مثل الذكاء الاصطناعي، تعلم الآلة، وتحليل البيانات لتقديم خدمات مخصصة وفعالة للمستخدمين، تعمل هذه التطبيقات على تيسير التواصل بين مقدم الخدمة والمستفيد منها من خلال وسيط الكتروني قد يكون هذا الوسيط على شكل هاتف محمول أو جهاز لوحي (الهوش، 2001).

إجرائيا:

التطبيقات الذكية، في السياق الإجمالي، تشير إلى مجموعة من البرمجيات المخصصة لتشغيلها من طرف السياح عينة الدراسة على الأجهزة المحمولة (مثل الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية) التي تستخدم تقنيات متقدمة مثل الذكاء الاصطناعي، تحليل البيانات، وتعلم الآلة لتحسين تجربتهم وتوفير حلول مبتكرة ومخصصة تتناسب مع احتياجاتهم وتفاعلاتهم.

4.2 مفهوم التنمية المستدامة:

يقصد بالتنمية المستدامة من الناحية التكنولوجية أنها تعمل على انتقال المجتمع إلى عصر الصناعات النظيفة التي تستخدم تقنيات صديقة للبيئة وتنتج الحد الأدنى من الغازات الضارة (حسونة، 2012) باعتبار أن البيئة تمثل كياناً اقتصادياً متكاملًا وقاعدة للتنمية، فإن أي تلوث يطالها أو استنزاف لمواردها يفضي في النهاية إلى تقليص فرص التنمية المستقبلية. (Guyonnard & Frédirique, 2005)

تمت صياغة تعريف للتنمية المستدامة عقب ظهور تقرير لجنة برونديتلاند (Brundtland) الذي أعدته اللجنة العالمية للبيئة والتنمية عام 1987. يُعرّف هذا المفهوم بأنه "التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر دون المساس بحقوق الأجيال القادمة في تلبية احتياجاتهم". (Gélinier & Autres, 2005).

إجرائيا: يمكن استنتاج أن التنمية المستدامة هي عملية تطوير تُلبّي احتياجات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتهم، هذا المفهوم يجمع بين النمو الاقتصادي، والحفاظ على البيئة، والعدالة الاجتماعية، ويهدف إلى تحقيق توازن بين هذه العناصر الثلاثة لضمان استدامة الموارد والتطور البشري على المدى الطويل.

5.2 مفهوم السياحة:

فقد عرفت السياحة من قبل الاكاديمية الدولية للسياحة عام 1961 بأنها تعبير يطلق على الرحلات الترفيهية، وهي مجموعة الأنشطة الانسانية التي تعمل على تحقيق هذا النوع من الرحلات وهي صناعة تساعد على اشباع رغبات السائح (الحميدي، 1968). إجرائيا: السياحة هي نوع من السفر والترحال يسعى السائح من خلاله لتحقيق المتعة والترفيه عن النفس في مقابل خدمات سياحية لائقة.

3. تحليل نتائج الدراسة الميدانية

1.3 المحور الأول: البيانات الديمغرافية

الجدول 1: يوضح متغير الجنس

النسبة	التكرار	الجنس
45%	45	ذكر
55%	55	أنثى
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة باستخدام برنامج spss

تظهر النتائج أن النسبة بين الذكور والإناث متقاربة، مع تفوق طفيف للإناث (55%). يمكن تفسير ذلك بأن النساء قد يكنّ أكثر اهتمامًا بالتخطيط الدقيق للرحلات والحصول على معلومات دقيقة عبر الوسائط الجديدة، وهو ما ينعكس في استخدامهن المكثف لهذه الوسائط.

الجدول 2: متغير السن

النسبة	التكرار	السن
6%	6	أقل من 18
29%	29	18-24
33%	33	25-31
7%	7	32-38
15%	15	39-45
10%	10	46 فأكثر
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة باستخدام برنامج spss

تشير بيانات الجدول إلى أن الفئة العمرية بين 25-31 سنة هي الأكثر استخدامًا للوسائط الجديدة في السياحة (33%)، هذا يعكس أن فئة الشباب البالغين هم الأكثر تفاعلاً مع التكنولوجيا الحديثة، وهو ما يتفق مع دراسات سابقة تشير إلى أن الشباب هم الأكثر استخدامًا للإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي في التخطيط للرحلات السياحية.

الجدول 03: يوضح متغير المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
3%	3	ابتدائي
12%	12	ثانوي
45%	45	ليسانس
40%	40	دراسات عليا
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة باستخدام برنامج spss

توضح النتائج المبينة في الجدول أن الأفراد ذوي التعليم العالي، حاملو شهادة الليسانس (45%)، والدراسات العليا (40%) هم الأكثر استخدامًا للوسائط الجديدة في السياحة، ونفس ذلك أن السواح ذوي التعليم العالي يميلون إلى استخدام التكنولوجيا بشكل أكبر والتفاعل مع محتوى معقد ومتخصص.

2.3. المحور الثاني: استخدام التطبيقات الذكية والوسائط الجديدة في التخطيط للسفر

الجدول 4: التطبيقات الذكية والوسائط الجديدة المستخدمة في التخطيط للسفر

الوسائط الجديدة والتطبيقات المستخدمة في التخطيط للسفر	التكرار	النسبة
مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، إنستغرام، تويتر...)	43	43%
مواقع الحجوزات الإلكترونية (Expedia، Booking، إلخ)	32	32%
تطبيقات السفر (Airbnb، TripAdvisor، إلخ)	17	17%
مدونات السفر	7	7%
أخرى	1	1%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الباحثة باستخدام برنامج spss

تبين النتائج أن مواقع الحجوزات الإلكترونية (32%) ووسائل التواصل الاجتماعي (43%) هي الأكثر استخدامًا بين السياح وهذا يشير إلى أن هذه الوسائط تلعب دورًا كبيرًا في تحسين تجربة السياح من خلال توفير معلومات دقيقة ومحدثة عن الوجهات كما أن السياح يعتمدون عليها بشكل متزايد للحصول على توصيات واقتراحات حول السفر في تخطيط الرحلات والحصول على التوصيات والمراجعات الفورية.

الجدول 5: الوقت المستغرق يوميًا في استخدام التطبيقات الذكية

الوقت المستغرق يوميًا في استخدام الوسائط الجديدة	التكرار	النسبة
أقل من ساعة	10	10%
1-2 ساعة	60	60%
2-3 ساعات	17	17%
4-5 ساعات	5	5%
أكثر من 5 ساعات	8	8%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الباحثة باستخدام برنامج spss

توضح النتائج أن 60% من المبحوثين يقضون من 1-2 ساعة يوميًا في استخدام الوسائط الجديدة المتعلقة بالسياحة، مما يعكس اعتمادًا كبيرًا على هذه الوسائط في التخطيط اليومي للرحلات، تشير هذه النتيجة إلى أن السياح يعتبرون الوسائط الجديدة جزءًا أساسيًا من تجربتهم السياحية.

3.3 المحور الثالث: تأثير الوسائط الجديدة والتطبيقات الذكية على الاستدامة البيئية.

الجدول 6: يوضح الوسائط الجديدة والتطبيقات الذكية المساعدة في نشر الوعي البيئي

الوسائط الجديدة والتطبيقات المساعدة على نشر الوعي البيئي	التكرار	النسبة
نعم	71	71%
لا	29	29%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الباحثة باستخدام برنامج spss

نلاحظ أن 71% من المشاركين يعتقدون أن الوسائط الجديدة والتطبيقات الذكية تساعد في نشر الوعي البيئي، مما يشير إلى دورها الهام في تعزيز الوعي البيئي من خلال نشر معلومات حول السياحة المستدامة وممارسات الحفاظ على البيئة ما يؤثر بشكل كبير على سلوكيات السياح.

الجدول 7: يوضح متغير نوع المعلومات البيئية من التطبيقات الذكية

نوع المعلومات البيئية من الوسائط الجديدة	التكرار	النسبة
نصائح للحفاظ على البيئة	50	50%
معلومات عن الوجهات السياحية المستدامة	40	40%
مقالات وفيديوهات عن السياحة البيئية	9	9%
أخرى	1	1%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الباحثة باستخدام برنامج spss

يبين الجدول أعلاه أن النصائح للحفاظ على البيئة (50%) ومعلومات عن الوجهات السياحية المستدامة (40%) هي الأكثر شيوعًا بين المشاركين، مما يعكس اهتمامًا كبيرًا من السياح بالممارسات البيئية المستدامة.

4.3 المحور الرابع: تأثير التطبيقات الذكية على تطوير الخدمات السياحية

الجدول 8: تشجيع التطبيقات الذكية على اتباع سلوكيات سياحية مستدامة

تشجيع التطبيقات الذكية على اتباع سلوكيات سياحية مستدامة	التكرار	النسبة
نعم	85	85%
لا	15	15%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الباحثة باستخدام برنامج spss

تشير البيانات الظاهرة في الجدول رقم (08) أن 85% من الباحثين يرون أن التطبيقات الذكية تشجعهم على اتباع سلوكيات سياحية مستدامة، مما يدل على دور هذه الوسائط في تعزيز الوعي البيئي والسلوك المستدام.

الجدول 9: كيفية تشجيع التطبيقات الذكية على اتباع سلوكيات سياحية مستدامة

النسبة	التكرار	كيفية تشجيع التطبيقات الذكية على اتباع سلوكيات سياحية مستدامة
51%	51	توفير معلومات عن الفنادق والمطاعم المستدامة
32%	32	نصائح لتقليل النفايات واستخدام الموارد
15%	15	تجارب ونصائح من مسافرين آخرين
2%	2	أخرى
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة باستخدام برنامج spss

توضح بيانات الجدول أعلاه أن المعلومات عن الفنادق والمطاعم المستدامة (51%) والنصائح لتقليل النفايات (32%) هي الطرق الأكثر فعالية في تشجيع السياح على اتباع سلوكيات مستدامة، يعكس ذلك رغبة السياح في معرفة الخيارات المستدامة المتاحة لهم والبحث عن نصائح عملية لتحسين تأثيرهم البيئي.

الجدول 10: مساهمة الوسائط الجديدة والتطبيقات الذكية في تحسين التجربة السياحية

النسبة	التكرار	كيف تساهم الوسائط الجديدة والتطبيقات الذكية في تحسين التجربة السياحية
57%	57	تسهيل عملية الحجز والدفع
40%	40	توفير معلومات دقيقة ومحدثة
3%	3	عرض صور وفيديوهات عن الوجهات السياحية
00%	00	أخرى
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة باستخدام برنامج spss

يتبين من خلال الجدول أن التطبيقات الذكية والوسائط الجديدة تساهم بشكل كبير في تحسين التجربة السياحية من خلال توفير معلومات دقيقة ومحدثة (40%) وتسهيل عملية الحجز والدفع (57%). يعكس ذلك أهمية الوسائط الجديدة في تقديم معلومات تساعد السياح على اتخاذ قرارات مستنيرة وتحسين جودة تجربتهم.

الجدول 11: مساهمة التطبيقات الذكية والوسائط الجديدة في تقديم خدمات سياحية مبتكرة

النسبة	التكرار	تعتقد أن الوسائط الجديدة تساهم في تقديم خدمات سياحية مبتكرة
65%	65	نعم
35%	35	لا
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة باستخدام برنامج spss

يتضح من الجدول أن ما نسبته 65% من المشاركين يعتقدون أن التطبيقات الذكية تقدم خدمات سياحية مبتكرة، في مقابل 35% من المبحوثين لا يعتقدون ذلك مما يعكس الدور الكبير للتكنولوجيا في تطوير القطاع السياحي وتقديم تجارب جديدة ومبتكرة.

الجدول 12: يوضح الخدمات السياحية المبتكرة بفضل التطبيقات الذكية

الخدمات السياحية المبتكرة بفضل التطبيقات الذكية	التكرار	النسبة
تجارب سفر مخصصة وفقاً للاهتمامات الشخصية	41	41%
جولات افتراضية ومعارض تفاعلية	09	9%
خدمات دعم العملاء الفورية عبر التطبيقات	39	39%
عروض وتخفيضات حصرية للسياح	7	7%
أخرى	4	4%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الباحثة باستخدام برنامج spss

يبين الجدول أعلاه أن دعم العملاء الفوري عبر التطبيقات (39%) وتجارب السفر المخصصة (41%) هي الخدمات المبتكرة الرئيسية التي تقدمها التطبيقات الذكية، وهو ما يدل على أن السياح يقدرون الخدمات التي توفر لهم تجربة مخصصة ودعمًا فوريًا.

5.3 المحور الخامس: التحديات التي تواجه استخدام الوسائط الجديدة في تحقيق تجربة سياحية مبتكرة.

الجدول 13: مواجهة السواح للصعوبات عند استخدامهم الوسائط الجديدة والتطبيقات الذكية في السياحة

مواجهة السواح للصعوبات عند استخدامهم الوسائط الجديدة والتطبيقات الذكية	التكرار	النسبة
نعم	75	65%
لا	25	35%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الباحثة باستخدام برنامج spss

أظهرت النتائج أن 75% من السياح يواجهون صعوبات في استخدام التطبيقات والمواقع المتعلقة بالسياحة، هذا قد يكون ناتجًا عن تعقيد واجهات المستخدم أو نقص في التجربة التفاعلية الجيدة للمستخدمين، وهو ما يشير إلى ضرورة تحسين تصميم وتجربة المستخدم لهذه التطبيقات لتكون أكثر سهولة وفعالية.

الجدول 14: نوع التحديات التي تواجه استخدام التطبيقات الذكية في السياحة

النسبة	التكرار	نوع التحديات التي تواجه استخدام التطبيقات الذكية في السياحة
50%	50	الخصوصية والأمان
5%	5	عدم توفر خدمة الإنترنت في بعض المناطق
45%	45	صعوبة في استخدام التطبيقات والمواقع
00%	00	أخرى
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة باستخدام برنامج spss

من خلال قراءة الجدول رقم (14) يتضح أن نصف السياح المبحوثين (50%) يشعرون بالقلق بشأن الخصوصية والأمان عند استخدام الوسائط الجديدة للتخطيط للسفر يعكس هذا القلق الشائع بين المستخدمين حول كيفية استخدام بياناتهم الشخصية وحمايتهم من الوصول غير المصرح به، ما يستدعي ضرورة تعزيز الإجراءات الأمنية والشفافية في جمع ومعالجة البيانات، كما أن صعوبة استخدام التطبيقات والمواقع (45%) يشير إلى الحاجة لتحسين واجهات المستخدم. في حين أشار 5% من المبحوثين إلى وجود مشكلة في الوصول إلى الإنترنت الجيد أثناء السفر، مما يعوق قدرتهم على استخدام التطبيقات الذكية بشكل فعال، هذا يشير إلى وجود فجوة في بنية الاتصالات في بعض الوجهات السياحية وهو ما يتطلب تحسين هذه البنية التحتية لضمان توفر خدمة إنترنت عالية الجودة للسياح، مما يعزز تجربتهم و يتيح لهم الاستفادة الكاملة من الوسائط الجديدة.

الجدول 15: يوضح ثقة السواح في التوصيات والمراجعات عند استخدام التطبيقات الذكية في السياحة.

النسبة	التكرار	ثقة السواح في التوصيات والمراجعات عند استخدام التطبيقات الذكية في السياحة.
73%	73	نعم
27%	27	لا
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة باستخدام برنامج spss

تظهر النتائج أن 73% من السياح يثقون في التوصيات والمراجعات المتاحة على التطبيقات الذكية، مما يعكس أهمية هذه الوسائط في اتخاذ قرارات السفر، ومع ذلك، يبقى هناك نسبة 27% لا تثق بها تمامًا، مما يشير إلى وجود شكوك حول مصداقية هذه التوصيات قد تكون هذه الشكوك ناتجة عن تجارب سابقة غير مرضية أو عن إدراك السياح لوجود مراجعات مزيفة، مما يستوجب ضرورة تعزيز مصداقية هذه التوصيات.

خاتمة:

يتضح أن دور التطبيقات الذكية والوسائط الجديدة أصبح محوريا في تعزيز التجربة السياحية في الجزائر؛ حيث أسهمت هذه التقنيات في تسهيل الوصول إلى المعلومات السياحية وتوفير تجربة مخصصة للزوار، وهذا من من خلال أدوات مثل مواقع الحجوزات الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي؛ حيث أصبح بإمكان السياح التخطيط لرحلاتهم بطرق أكثر ملاءمة، كما أن الوسائط الرقمية مثل وسائل التواصل الاجتماعي والمحتوى الرقمي قد ساهمت في تسويق الوجهات السياحية الجزائرية بشكل أكثر فعالية، مما جذب اهتمام السياح من مختلف أنحاء العالم؛ لذا فإن الاستثمار يعد خطوة أساسية نحو تطوير قطاع السياحة في الجزائر.

4. النتائج العامة للدراسة:

لقد بينت الدراسة أن استخدام التطبيقات الذكية والوسائط الجديدة لا يسهم فقط في تسهيل تجربة السياحة، بل يلعب دورا مهما في نشر السلوكيات البيئية المسؤولة، وهو ما يدعم الاتجاه نحو تنمية سياحية مستدامة، من خلال تحسين وعي السياح بالتحديات البيئية ودورهم في الحفاظ على البيئة، يمكن أن تسهم هذه الوسائط بشكل فعال في تحقيق أهداف التنمية المستدامة. ومن بين النتائج المتوصل إليها:

- الاستخدام المتساوي تقريباً بين الجنسين للوسائط الجديدة.
- الفئات العمرية الشابة والبالغة هي الأكثر استخداماً للوسائط الجديدة في السياحة.
- الأفراد المتعلمون هم الأكثر استخداماً للوسائط الجديدة في السياحة.
- أهمية التطبيقات الذكية الجديدة في التخطيط والتنفيذ للرحلات السياحية خاصة مواقع الحجوزات الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي.
- الاعتماد الكبير على هذه الوسائط في التخطيط اليومي للرحلات حيث أن مدة الاستخدام اليومي لها من 1-2 ساعة يوميا.
- تؤثر التطبيقات الذكية الجديدة على الاستدامة البيئية؛ حيث تساعد في نشر الوعي البيئي، مما يعكس تأثيراً إيجابياً لهذه الوسائط في تعزيز السلوكيات البيئية كما تعمل على تشجيع السواح على اتباع سلوكيات سياحية مستدامة.
- تؤثر التطبيقات الذكية على تطوير الخدمات السياحية: حيث تساهم بشكل كبير في تحسين التجربة السياحية من خلال توفير معلومات دقيقة ومحدثة، وتسهيل عملية الحجز والدفع).
- التطبيقات الذكية تقدم خدمات سياحية مبتكرة مثل دعم العملاء الفوري عبر التطبيقات وتجارب سفر مخصصة.
- صعوبة في الوصول إلى معلومات دقيقة عن الوجهات السياحية من خلال الوسائط الجديدة والتطبيقات الذكية، قد يعكس هذا نقص التحديثات أو عدم توفر مصادر موثوقة وهو ما تشير إلى أن دقة المعلومات قد تكون مشكلة في الوسائط الجديدة.
- قلق السواح بشأن الخصوصية والأمان عند استخدام التطبيقات الذكية للتخطيط للسفر وهو ما يعكس الحاجة إلى تعزيز إجراءات الأمان والشفافية في جمع البيانات الشخصية واستخدامها.

بناءً على نتائج الدراسة المتعلقة دور التطبيقات الذكية في تعزيز التجربة السياحية بالقطاع السياحي الجزائري، يمكن تقديم التوصيات التالية:

1. تعزيز استخدام التطبيقات الذكية في الترويج للسياحة: يجب على الجهات الفاعلة في قطاع السياحة، مثل الفنادق ووكالات السفر، الاستفادة بشكل أكبر من الوسائط الجديدة، خاصة مواقع الحجوزات الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي، للترويج للسياحة البيئية وتشجيع السلوكيات المستدامة لدى السياح.
 2. إطلاق حملات توعية بيئية عبر الوسائط الرقمية: يمكن تنظيم حملات إعلامية عبر وسائل التواصل الاجتماعي لزيادة الوعي البيئي بين السياح، وتوجيههم نحو الممارسات البيئية المستدامة أثناء الرحلات، مثل تقليل استهلاك الموارد وحماية المواقع الطبيعية.
 3. تحسين المحتوى البيئي على منصات الحجز الإلكترونية: يجب تطوير محتوى مخصص على مواقع الحجوزات الإلكترونية يتضمن نصائح بيئية، ويدعو السياح لاتخاذ خيارات صديقة للبيئة، مثل اختيار الإقامة في الفنادق التي تتبع ممارسات الاستدامة أو المشاركة في الأنشطة السياحية التي تحافظ على البيئة.
 4. تطوير تطبيقات رقمية مخصصة للسياحة المستدامة: يمكن تطوير تطبيقات محمولة تركز على تعزيز السياحة المستدامة من خلال توفير معلومات مفصلة عن الوجهات السياحية التي تلتزم بمبادئ الاستدامة البيئية، إلى جانب النصائح والتوصيات البيئية.
 5. التعاون بين الجهات السياحية والبيئية: من الضروري تعزيز التعاون بين القطاع السياحي والهيئات البيئية لدمج أهداف الاستدامة البيئية في السياسات والخطط السياحية، واستخدام الوسائط الجديدة لتقديم تجارب سياحية تحترم البيئة.
 6. تشجيع السياح على مشاركة تجاربهم المستدامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي: يجب تشجيع السياح على نشر تجاربهم المستدامة على وسائل التواصل الاجتماعي، مما يساهم في تعزيز السلوكيات البيئية الإيجابية بين المستخدمين الآخرين وتحفيزهم على تبني هذه السلوكيات.
 7. التدريب والتوعية للعاملين في القطاع السياحي: يجب تقديم برامج تدريبية للعاملين في القطاع السياحي حول كيفية استخدام الوسائط الجديدة لتعزيز الاستدامة البيئية، وتوجيه السياح نحو الممارسات البيئية الصحيحة أثناء تواجدهم في المناطق السياحية.
 8. دعم البحث العلمي في مجال السياحة المستدامة والتطبيقات الذكية: ينبغي تشجيع البحث العلمي والدراسات الميدانية المتعلقة بالاستدامة والتطبيقات الذكية في القطاع السياحي، لتحسين فهم العلاقة بين التكنولوجيا والسياحة، وتطوير حلول مبتكرة في هذا المجال.
- بتنفيذ هذه التوصيات، يمكن تعزيز دور التطبيقات الذكية في تحقيق الاستدامة البيئية وتطوير القطاع السياحي بشكل يراعي المعايير البيئية ويحافظ على الموارد الطبيعية للأجيال القادمة.

المصادر والمراجع:

- أحمد بدر. (1998). مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام الدولي. مصر: دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع.
- حمد سرحان علي المالحمودي. (2019). مناهج البحث العلمي (المجلد 3). صنعاء: دار الكتب.
- سعد سلمان المشهداني. (2020). منهجية البحث الإعلامي. لبنان: دار الكتاب الجامعي.
- صدوقي غروسي. (2021). واقع و أهمية التحول الرقمي والأتمتة. مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والإدارية، صفحة 101.
- عبد الرحمن ابن خلدون. (1984). تاريخ ابن خلدون. بيروت: دار القلم.
- عبد الغني حسونة. (2012). الحماية القانونية للبيئة في إطار التنمية المستدامة (أطروحة دكتوراه)، 23-24. الجزائر: جامعة بسكرة.
- لويزة بهاز. (2017/2018). دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية المستدامة بالجزائر دراسة حالة القطاع السياحي في الفترة 2005-2016 (أطروحة دكتوراه). 84. جامعة قاصدي مرباح ورقلة.
- منذر الضامن. (2009). أساسيات البحث العلمي (المجلد 1). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- مي العبد الله، وشن عبد الكريم. (2014). المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال (المجلد 1). لبنان: دار النهضة العربية.

References :

- Ahmad Badr. (1998). Manahij al-Bahth fi al-Ittisal wa al-Ra'y al-'Am wa al-I'lam al-Duwali. Misr: Dar Qibaa lil-Tiba'a wa al-Nashr wa al-Tawzi.'
- Hamad Sarhan Ali al-Malhamudi. (2019). Manahij al-Bahth al-'Ilmi (al-Mujallad 3). Sanaa: Dar al-Kutub.
- Saad Salman al-Mashhadani. (2020). Manhajiyat al-Bahth al-I'lami. Lubnan: Dar al-Kitab al-Jami'i.
- Sidouqi Ghrissi. (2021). Waqi' wa Ahamiyat al-Tahawul al-Raqmi wa al-Atmata. Majalat Ara' lil-Dirasat al-Iqtisadiya wa al-Idariya, Safha 101.
- Abd al-Rahman Ibn Khaldun. (1984). Tarikh Ibn Khaldun. Bayrut: Dar al-Qalam.
- Abd al-Ghani Hassouna. (2012). al-Himaya al-Qanuniya lil-Bi'a fi Itar al-Tanmiya al-Mustadama (Atruha Doktora), 23-24. al-Jaza'ir: Jami'at Biskra.
- Louiza Behaz. (2017/2018). Dawr al-Mu'assasat al-Saghira wa al-Mutawassita fi Tahqiq al-Tanmiya al-Mustadama bil-Jaza'ir: Dirasat Halat al-Qita' al-Siyahi fi al-Fatrah 2005-2016 (Atruha Doktora), 84. Jami'at Kasdi Merbah Ouargla.
- Mundhir al-Dhamin. (2009). Asasiyat al-Bahth al-'Ilmi (al-Mujallad 1). Amman: Dar al-Masira lil-Nashr wa al-Tawzi' wa al-Tiba'a.
- May al-Abdallah, wa Shen Abdul Karim. (2014). al-Mu'jam fi al-Mafahim al-Haditha lil-I'lam wa al-Ittisal (al-Mujallad 1). Lubnan: Dar al-Nahda al-Arabiya.
- **Dominique Gilbert.** (2015). RH et digital. Diateino.
- **Gélinier, O., & Autres.** (2005). Développement Durable Pour Une Entreprise Compétitive et Responsable (3ème édition). France: Esf Editeur.
- Guyonnard, F., & Frédirique, W. (2005). Le Management Environnemental au Développement Durable des Entreprises. France: Ademe.