



جامعة عمار ثليجي الأغواط

كلية العلوم الاجتماعية

ميدان العلوم الاجتماعية

قسم علم اجتماع وديمغرافيا



## تكنولوجيا وسائل الاتصال ودورها في تنمية السياحة المحلية

دراسة ميدانية بالوكالات السياحية بالأغواط

مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع تخصص: علم اجتماع اتصال

إشراف الأستاذة:

من إعداد الطالبين:

\_ غربي عبلة

\_ عويسي حمو عبد الرحمان

\_ قسمية مروان

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الجامعة	الصفة
جرادي حفصة	أستاذ التعليم العالي	جامعة عمار ثليجي الأغواط	رئيساً
غربي عبلة	أستاذ محاضر ب	جامعة عمار ثليجي الأغواط	مشرفاً ومقرراً
رداف لقمان	أستاذ محاضر أ	جامعة عمار ثليجي الأغواط	مناقشاً

الموسم الجامعي: 2024/2023م.



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# شكر وعرفان

اللهم لك الحمد حتى ترضى ولك الحمد إذا رضيت ولك الحمد بعد الرضا الحمد لله  
الذي يسر لنا طريق العلم ووفقنا إلى إنجاز هذا العمل.

نتوجه بالشكر الجزيل

الى الاستاذ المشرف الدكتورة "غربي عبلة"

والشكر إلى كل اساتذة الكلية

وكل من ساعدنا في إنجاز هذا العمل

# اهداء

أهدي ثمرة جهدي وبالغ حمدي وشكري

إلى الوالد الكريم

وإلى من فتحت عيناى على وجهها

المشرق إلى من وقفت معي في السراء

والضراء إلى رمز المحبة والتضحية والحنان أُمى الحبيبة،

إلى كل الإخوة والأخوات

إلى أساتذة قسم علم الاجتماع وإلى كل طالب

إلى أستاذتي الفاضلة "غربي عبلة"

"عويسي عبد الرحمن"

# اهداء

أهدي ثمرة جهدي وبالغ حمدي وشكري إلى  
إلى الوالد الكريم وإلى من فتحت عيني على وجهها  
المشرق إلى من وقفت معي في السراء  
والضراء إلى رمز المحبة والتضحية والحنان أمي الحبيبة،  
إلى إخوتي و زملائي  
إلى أساتذة قسم علم الاجتماع وإلى كل طالب  
إلى أستاذتي الفاضلة "غربي عبلة"  
"قسمية مروان"

## ملخص:

تهدف هذه الدراسة الى الكشف عن واقع تأثير تكنولوجيا الاتصال في عملية التنمية السياحية السليمة، وتعزيز دورها من خلال مواكبة العصر في استعمال وسائل ووسائط اعلامية و كذا دراسة الاستخدام الفعلي لتكنولوجيا الاتصال واستعمالها في أداء المؤسسة السياحية اضافة الى تحديد مفهوم التنمية السياحية ومكانته في المؤسسات السياحية. ولمعالجة هذا موضوع قمنا بتقسيمها الى جانبين أحدهما نظري والآخر تطبيقي، وقد اشتمل الجانب النظري على ثلاث فصول حيث تعرضنا في الفصل الأول لموضوع الدراسة وقمنا بالإحاطة بجميع جوانبه الممكنة من تحديد الاشكالية المراد دراستها وتسطير الهدف الذي نريد الوصول إليه وبيان أهميتها، وتحديد المفاهيم البارزة والمرتبطة بالظاهرة مع الاستعانة ببعض الدراسات السابقة. اما الفصل الثاني فقد خصص لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال و في الفصل الثالث فقد تناول أهداف التنمية السياحية التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة والمتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي.

أما الفصل الرابع وخصص للجانب الميداني وقد شمل كل من الاجراءات المنهجية و الدراسات الميدانية ، وكذا المنهج المتبع في هذه الدراسة ثم التطرق الى الأدوات المستخدمة في جمع المعلومات. لتلخص في الاخير الى عرض نتائج الدراسة وتحليل البيانات الإحصائية الواردة من خلال نتائج الإجابات التي أدى بها المبحوثين على بنود الاختبار و تفسير نتائج هذه الدراسة .

This study aims to reveal the reality of the impact of communication technologies in the process of tourism development, and to enhance its role by keeping pace with the times in the use of means and media, as well as studying the actual use of communication technology and its use in the performance of tourism institution, in addition to defining the concept of tourism development and its place in tourism institutions.

To present this topic, we divided it into two aspects, theoretical and practical. The theoretical aspect included three chapters, where in the first chapter we presented the subject of the study and we covered all its possible aspects, from defining the problem to be studied, outlining the goal that we want to reach, explaining its importance, and defining the prominent concepts related to the phenomenon. With the help of some previous studies. The second chapter was devoted to information and communication technology, and the third chapter dealt with the goals of tourism development, which aim to achieve a continuous and .balanced increase in tourism resources and deepen and rationalize productivity in tourism sector

The fourth chapter was devoted to the field aspect and included both methodological procedures and field studies, as well as the approach followed in this study, and then touched on the tools used in collecting information. Finally, concluding by presenting the results of study, analyzing the statistical data received through the results of the answers given by the respondents to the test items, and interpreting the results of this study.

# فهرس المحتويات

## فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
/	إهداء
/	شكر وتقدير
/	فهرس المحتويات
أ	مقدمة
<b>الفصل الأول: موضوع الدراسة</b>	
2	تمهيد
3	1- إشكالية الدراسة
4	2- فرضيات الدراسة
4	3- أسباب اختيار الموضوع
5	4- أهمية الدراسة
5	5- أهداف الدراسة
6	6- تحديد المفاهيم
9	7- الدراسات السابقة
13	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثاني: أساسيات تكنولوجيا المعلومات و الاتصال</b>	
15	تمهيد
16	1- نشأة و تطور تكنولوجيا الاتصال
19	2- خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال
21	3- وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة
26	4- شبكات التواصل الاجتماعي
28	5- وظائف تكنولوجيا الاتصال الحديثة بالنسبة للأفراد
29	6- الأسباب التي أدت إلى تزايد أهمية تكنولوجيا الاتصال في المجتمع
30	7- استخدام تكنولوجيا الاتصال في قطاع السياحة

## فهرس المحتويات

32	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: التنمية السياحية و الوكالات السياحية	
34	تمهيد:
35	1- أهداف التنمية السياحية
36	2- محددات التنمية السياحية
39	3- أنواع التنمية السياحية
39	4- عوامل نجاح التنمية السياحية
41	5- الوكالات السياحية والنشاطات والخدمات التي تقوم بها
41	6- أهم المقومات و المنشآت السياحية بالاغواط
45	خلاصة الفصل
الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية الميدانية للدراسة	
47	تمهيد.
48	1- مجال الدراسة
49	2- المنهج المستخدم
49	3- أدوات الدراسة
56	4- تحليل نتائج الدراسة
67	5- الاستنتاج العام
70	الخاتمة
72	قائمة المراجع
	الملاحق

## فهرس الجداول

### فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
51	يوضح توزيع مجتمع البحث حسب الجنس	1
52	يوضح توزيع مجتمع البحث حسب السن	2
53	يوضح توزيع المبحوثين حسب المؤهل العلمي	3
54	يوضح توزيع المبحوثين حسب التخصص العلمي	4
56	يوضح علاقة الجنس بالتطبيقات التي تستخدم مع الزبائن	5
57	يوضح الأجهزة المستخدمة بالوكالة	6
58	يوضح العلاقة بين استخدام التكنولوجيا في تحسين الخدمة واستخدامها في العمل	7
59	يوضح المشاكل التي تواجه العاملين أثناء استخدامهم لتكنولوجيا وسائل الاتصال	8
60	يوضح علاقة الجنس بامتلاك الوكالة لوسائل التكنولوجيا	09
61	يوضح علاقة الجنس بمدى مساعدة تكنولوجيا الاتصال إدارة الوكالة	10
63	يوضح استخدام تكنولوجيا وسائل الاتصال ودوره في تحسين الخدمات	11
64	يوضح علاقة جودة خدمات الوكالات السياحية بعرض المواقع	12
65	يوضح مدى ترويج أفراد مجتمع البحث للسياحة بوسائل التكنولوجيا	13
66	يوضح علاقة الجنس باستخدام الإعلانات والقنوات	14

## قائمة الأشكال

### قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
52	يوضح توزيع أفراد مجتمع البحث	01
53	يوضح توزيع المبحوثين حسب السن	02
54	يوضح توزيع المبحوثين حسب المؤهل العلمي	03
55	يوضح توزيع أفراد مجتمع البحث التخصص العلمي	04

مقدمة

## مقدمة:

شهد مجال التكنولوجيا الحديثة خلال الربع الأخير من القرن العشرين تطورات سريعة وتأثيرات وتغيرات مباشرة على نمط الحياة الأساسية، والذي حول هذا العالم الواسع إلى قرية صغيرة مليئة بالتطورات والأحداث المتسارعة، جاءت الانترنت لتكون في قمة هذه التطورات.

وقد أدى التطور الحضاري الذي أحرزه الإنسان في مجالات تكنولوجيا المعلومات إلى دخول الإنسانية عصرا جديدا لم تألفه من قبل في حياتها، ولقد انعكست نتائج استخدام تكنولوجيا المعلومات على المجتمعات الحديثة، وظهرت للعيان وبشكل واضح وملحوس تأثيرا كبيرا ليس في سلوكيات الانسان فحسب، بل تأثيرها على طريقة تفكيره من جهة، وطريقة عمله من جهة ثانية.

وكنتيجة لهذه التطورات تزايد الطلب على هذه التكنولوجيا نظرا لأهميتها مقارنة بالموارد الكلاسيكية، مما أصبح الاهتمام بتكنولوجيا الاتصال الشغل الشاغل لأي مؤسسة باعتبارها نقطة قوة، ولعل قطاع السياحة من أهم المجالات التي شهدت استخدام واسع لهذه التكنولوجيا الحديثة من خلال معاملاتها مع الزبائن والمؤسسات التي تتعامل معها.

لذا جاءت هذه الدراسة والتي سيتم التركيز فيها على دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال على التنمية السياحية المحلية، ولمعالجة هذا موضوع قمنا بتقسيمها الى جانبين أحدهما نظري والآخر تطبيقي، وقد اشتمل الجانب النظري على ثلاث فصول وهي:

**الفصل الأول:** وتضمن موضوع للدراسة، وهذا من خلال تحديد الإشكالية وفرضياتها أهمية وأهداف الدراسة، تحديد المفاهيم، وفي الأخير تمت الإشارة إلى الدراسات السابقة.

**الفصل الثاني:** فقد خصص لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال

**الفصل الثالث:** فقد تناول أهداف التنمية السياحية

أما الفصل الرابع وخصص للجانب الميداني وقد شمل كل من الاجراءات المنهجية وتناول فيها مجالات الدراسة، وكذا المنهج المتبع في هذه الدراسة ثم التطرق الى الأدوات المستخدمة في جمع المعلومات.

ثم عرجنا فيه إلى عرض ومناقشة وتفسير نتائج الدراسة.

وانتهى البحث بخاتمة ومراجع البحث وملاحق البحث

# الفصل الأول

## موضوع الدراسة

تمهيد

- 1- إشكالية الدراسة
  - 2- فرضيات الدراسة
  - 3- أسباب اختيار الموضوع
  - 4- أهمية الدراسة
  - 5- أهداف الدراسة
  - 6- تحديد المفاهيم
  - 7- الدراسات السابقة
- خلاصة الفصل

**تمهيد:**

إن وصول البحث إلى معرفة حقيقة للظواهر يجب التقصي عن جميع الحقائق المحيطة بها، والتي من خلالها يستطيع الباحث الوصول الى نتائج دقيقة وواضحة، وذلك بالاستعانة بأدوات البحث العلمي والتي تعتبر مفتاح الدخول والتعمق في الظاهرة ومعرفتها جيدا، لذلك سوف نتطرق في هذا الفصل إلى أساسيات البحث العلمي التي تدير وفقها الدراسة، والتي تتمثل في الاشكالية، أسباب اختيار الموضوع أهميته وأهداف الدراسة وتحديد مفاهيمها وبعض الدراسات السابقة.

## 1. الإشكالية:

تعد السياحة ظاهرة اجتماعية عرفت تطورات سريعة، حيث أصبحت اليوم تشكل أكبر صناعة في العالم فهي تحتل مكانة هامة في جميع المجالات خاصة المجال الاقتصادي، فقد ازداد الاهتمام بها في الفترة الأخيرة نظرا لدورها في خلق فرص عمل جديدة ودعم ميزان المدفوعات والدفع بعجلة التنمية الاقتصادية لكثير من الدول.

وفي ظل ما تفرضه العولمة والثورة العلمية والمعلوماتية والتكنولوجية ومع الانتشار الهائل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال والتي شملت جميع القطاعات أتاح لهذه التكنولوجيا أهمية بالغة في تنشيط الكثير من الميادين، وذلك يعود إلى طبيعة تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال السريع الذي من شأنه اقتحام جميع مجالات حياة الإنسان لدورها في تسهيل وتذليل الصعوبات التي تواجه الإنسان، وذلك بتوفير الجهد والمال والوقت، ونظرا أن القطاع السياحي من الأكثر القطاعات حاجة إلى هذه التكنولوجيات ووسائلها في ميدان العمل أصبح لزاما عليه الاعتماد على التقنيات والوسائل التي توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير وتوسيع المجال السياحي وإضفاء طابع الحداثة عليه.

وسعيا للنهوض بالقطاع السياحي وتنشيطه أكثر فأكثر عملت العديد من الدول على تطوير التسويق السياحي والاستثمار في الموارد والمقومات المتوفرة والاستفادة من التكنولوجيا وتوظيفها لتسهيل وتسريع الكثير من العمليات .

والجزائر من بين الدول السائرة في طريق الرقمنة وإدراج واستخدام تكنولوجيا المعلومات في مختلف القطاعات بما فيها قطاع السياحة بمختلف مؤسساته وعلى رأسها الوكالات السياحية نظرا لطبيعة عملها الذي يتطلب التعامل مع الزبائن والمنشآت الهياكل السياحية في مناطق وبلدان عديدة، لذلك سيتم التطرق إلى تكنولوجيا الاتصال ودورها في تنمية السياحة المحلية من خلال الوكالات السياحية، وعلى هذا الأساس نطرح التساؤل التالي:

– ما هو دور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات بالوكالات السياحية في تنمية السياحة المحلية بولاية الأغواط؟

## التساؤلات الفرعية:

- ماهي الوسائط التكنولوجية التي تعتمد عليها الوكالات للتنمية السياحية بولاية الأغواط؟
- كيف تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنشيط السياحة المحلية بولاية الأغواط؟

## 2. الفرضيات:

## ❖ الفرضية العامة:

- لتكنولوجيات الاتصال والمعلومات دور مهم بالوكالات السياحية لتنمية السياحة المحلية بولاية الأغواط.

## ❖ الفرضيات الجزئية:

- تعتمد الوكالات السياحية على أدوات وتقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق أهداف التنمية السياحية بولاية الأغواط.
- تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنشيط السياحة المحلية بولاية الأغواط من خلال الترويج والتسويق وتحسين الخدمات السياحية.

## 3. أسباب اختيار الموضوع:

هناك عدة أسباب دفعتنا لاختيار موضوعنا أهمها ما يلي:

## أولاً: الذاتية:

- رغبتنا في معرفة دور تكنولوجيا الاتصال في تنمية السياحة المحلية.
- اهتمامنا بالسياحة المحلية، ونظراً للوضع المتردي في القطاع السياحي المحلي وتدهور وضعف الامكانيات به.
- ارتباط الموضوع بتخصصنا العلمي.

### ثانياً: الموضوعية:

- من المواضيع الحديثة.
- الدور المتزايد لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ومزاياها العديدة.
- الشعور بأهمية الموضوع خاصة مع التطورات والتوجهات الحديثة.
- إبراز الدور الفعال الذي تقوم به تكنولوجيا المعلومات والاتصال في القطاع السياحي.
- الرغبة في معرفة مدى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من قبل الوكالات السياحية.

### 4. أهمية الدراسة:

إن لهذه الدراسة أهمية كبرى منبثقة من أهمية السياحة في حد ذاتها حيث تطورت هذه الأخيرة وازدهرت وأصبح لها دور عظيم في حل مشكلات كثيرة كالترويج عن النفس وتوفير مناصب عمل ومضاعفة إيرادات الدخل الوطني، وتكمن أهمية الدراسة في:

- تشخيص استعمال المؤسسات لتكنولوجيا الاتصال في المجال السياحي.
- الأساليب الاتصالية الحديثة التي تعزز دورها في تنمية السياحة المحلية.
- تنشيط القطاع السياحي المحلي من خلال الأدوات التي تمتلكها تكنولوجيا الاتصال.
- الأهمية التي تكتسبها الدراسة من خلال معرفة واقع تكنولوجيا الاتصال الحديثة وسبل تعزيز وتنمية السياحة المحلية.
- النهوض بالواقع السياحي المحلي.

### 5. أهداف الدراسة:

وتمثلت أهداف الدراسة فيما يلي:

- الكشف عن واقع تأثير تكنولوجيا الاتصال في عملية التنمية السياحية السليمة، وتعزيز دورها من خلال مواكبة العصر في استعمال وسائل ووسائط اعلامية.
- دراسة الاستخدام الفعلي لتكنولوجيا الاتصال واستعمالها في أداء المؤسسة السياحية
- تحديد مفهوم التنمية السياحية ومكانته في المؤسسات السياحية

## 6. تحديد المفاهيم:

المفاهيم العلمية هي معان يحددها الباحث من خلال التطرق للمصطلحات العلمية التي يستخدمها في كتابة بحثه وهناك شبه إجماع على أنها رموز تعكس مضمون فكر أو سلوك أو موقف لأفراد مجتمع البحث بواسطة لغتهم أو أنها تجريدات لأحداث واقعية، بعبارة أخرى هي بمثابة وصف مختصر لوقائع كثيرة.<sup>1</sup>

وقد تضمنت هذه الدراسة عدة مفاهيم رئيسة يركز عليها الموضوع، ، نذكر منها:

### 1) تكنولوجيا الاتصالات

تعرف بأنها: "وسيلة إلكترونية لإنشاء وتخزين واستلام وإرسال المعلومات من مكان إلى آخر، فتساعد على توصيل الرسائل بشكل سريع، واستلامها وتفسيرها بشكل سهل، وتجدر الإشارة إلى أنه هناك العديد من الأدوات التي تستخدم لنقل المعلومات، ومنها الهاتف المحمول والحاسوب والتلفزيون والأقمار الصناعية".<sup>2</sup>

نجد بأن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تعبر عن مجموعة من المكونات المادية، البرمجيات، الاتصالات، البيانات، والأفراد التي تستخدمها المنظمة في استقبال البيانات والمعلومات و تخزينها ومعالجتها واسترجاعها باستخدام برمجيات متعددة الوسائط (السمعية، البصرية، النصية).

<sup>1</sup> أحمد عبد الله اللحج و مصطفى محمود أبو بكر: البحث العلمي: تعريفه، خطواته، مناهجه، المفاهيم الاحصائية، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2002، ص88

<sup>2</sup> عبد الباسط حمد عبد الوهاب: استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، دراسة تطبيقية ميدانية، المكتب الجامعي 1 الحديث، 2005 ص8

وعرفها "الجاسم" بأنها حالة عملية تحويل الفكرة العلمية من عام نظرية معرفية الى حالة عملية، أي تحويلها الى سلعة إنتاجية، أو معدات، أو أجهزة، أو أدوات ووسائل، يستخدمها الانسان في أداء عمل ما أو وظيفة ما بحيث تصبح تلك الآلات والمعدات قادرة على أن تقدم خدمة للفرد والمجتمع والدولة على حد سواء على صعيد الواقع العملي.<sup>1</sup>

## إجرائيا:

نقصد بتكنولوجيا الاتصال في دراستنا تلك الوسائط والوسائل الاتصالية التي تستخدم لتحقيق غرض مرتبط بالترويج والإشاعة كما تعتبر وسيلة مقننة في إيصال المعلومات بشكل أسرع لتحقيق أغراض التنمية السياحية كونها تغير مرتبط بوسائل الاتصال لتحقيق أغراضها.

## (2) السياحة:

لقد عرضت لها عدة تعريفات في المؤتمرات السياحية نذكر منها الذي اصدره **مؤتمر المجتمع الدولي للسياحة** المنعقد بمونتي كارلو: "السياحة هي انتقال المرء من مقر اقامته الدائم أو المعتاد إلى مكان آخر، وهذا الانتقال سيشرط فيه أن يكون مؤقتا، وان تكون غايته البحث عن ملذة شخصية، وتوفير التسلية والانشراح والاستراحة والاستطلاع والدرس والتنقيب والعلم."

كما يرى الدكتور فاروق كامل عز الدين<sup>2</sup> أن تعريف السياحة يبرز نقطتين هامتين:

- المقصود بالسياحة هو انتقال شخص من بلده إلى بلد آخر طالبا لأمر يعنيه.
  - أن السياحة تفيد الانتقال المؤقت الذي يتم على سبيل الهجرة و لذلك فقد حددوا مدة إقامة السائح بأنها أكثر من أربع و عشرين (24) ساعة و أقل من إثني عشر (12) شهرا.
- إذا فالسياحة: ظاهرة اجتماعية وإنسانية تقوم على سفر الفرد أو الجماعة من مكان إقامتهم المعتاد إلى مكان آخر خلال فترة زمنية مؤقتة لا تتحول إلى إقامة دائمة، بغرض

<sup>1</sup> عبدالله حسن مسلم، 2015، ادارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، دار المعتر للنشر والتوزيع، ط1، عمان، ص126.

<sup>2</sup> فاروق كامل عز الدين، جغرافية الترويج و السياحة، جامعة الزقازيق، مصر، 1992، ص. 46.

الاستمتاع والتعلم والتعرف على أنماط أخرى من العلاقات الاجتماعية وثقافات الشعوب المختلفة، كما تلعب دوراً بارزاً في تنمية وتطوير البلدان.

### (3) السياحة المحلية:

يمكن تعريف السياحة المحلية بأنها الجهود والسياسات التي تهدف إلى تعزيز وتطوير القدرات السياحية للمجتمعات المحلية في منطقة معينة. تشمل هذه الجهود تحسين البنية التحتية السياحية، وتعزيز التسويق والترويج للوجهات المحلية، وتعزيز التدريب والتأهيل للعمال في صناعة السياحة، هي نوع من السياحة حيث يسافر الناس داخل بلدهم الأصلي يمكن أن تكون طريقة رائعة لتجربة ثقافات وتقاليد جديدة، واستكشاف أماكن جديدة، ودعم الاقتصاد المحلي.<sup>1</sup>

### إجرائياً:

ويمكن تعريف السياحة المحلية بأنها مجموعة من الإجراءات والمبادرات التي تهدف إلى تحقيق التنمية السياحية على المستوى المحلي، يمكن أن تشمل هذه الإجراءات تطوير المنتجات السياحية المحلية، وتعزيز الخدمات السياحية المحلية، وتشجيع المشاركة المحلية في صناعة السياحة، وتطوير البنية التحتية السياحية، وتعزيز التعليم والتدريب في مجال السياحة.

### (4) تعريف التنمية السياحية:

هناك تعريفات متعددة للتنمية السياحية نذكر:

تعريف أحمد الجالاد: "التنمية السياحية هي مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستقرة المتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي.

تعرف أيضاً على أنها توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح وتشمل كذلك الموارد السياحية تعظيم وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي<sup>2</sup>

<sup>1</sup> صفاء أبو غزالة: ترويج الخدمات السياحية، الطبعة الأولى، دار زهراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007، ص 9

<sup>2</sup> عصام حسن السعيد، التسويق والترويج السياحي والفندقي، ط 1، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص 133.

كما تعرف على أنها تعني " تعظيم الدور الذي يمكن أن يلعبه النشاط السياحي في نمو الاقتصاد من حيث تحسن ميزان المدفوعات وزيادة موارد الدولة من العملات الأجنبية والمحلية وخلق فرص عمل جديدة مباشرة وغير مباشرة وزيادة في التوسع العمراني عن طريق خلق مناطق جذب سياحية وسكانية في المناطق النائية"<sup>1</sup>.

من خلال ما سبق يمكن القول أن التنمية السياحية هي مختلف الجهود والخطط والبرامج التي تهدف إلى التطوير المستمر والمتوازن في الموارد السياحية، من خلال توفير الخدمات والتسهيلات لإشباع حاجات ورغبات السياح.

#### 7. الدراسات السابقة:

تكتسي الدراسات السابقة أهمية بالغة في عملية البحث العلمي ذلك أنها تقيد الباحث في تحديد وتوجيه وتدعيم مسارات بحثه العلمي، وقد تم الإعتماد على بعض الدراسات نذكرها فيما يلي:

#### - الدراسة الأولى:

فضيلة عزازية، بعنوان تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تفعيل نشاط التسويق بالمؤسسة:

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز أهمية ووزن تكنولوجيا المعلومات بالنسبة للمؤسسة الحديثة وتقريب مختلف المفاهيم الخاصة بتكنولوجيات المعلومات والاتصال، ومعرفة الاتجاهات الحالية والمستقبلية التي يأخذها التسويق في ظل تكنولوجيا المعلومات.

حيث استخدم الباحث المنهج التحليلي لتحليل العالقة التأثيرية بين المتغيرين المدروسين، كما استخدم دراسة حالة لدراسة حالة مؤسسة "SAMHA" توصل الباحث إلى:

<sup>1</sup> أحمد فوزي ملوخية، التنمية السياحية، دار الفكر الجامعي، ط1، مصر، 2007.

- تكنولوجيا المعلومات والاتصال ال تتحصر في تطبيقات محدودة أو ثابتة بل هي تخضع للتغيير في وقت وبوتيرة أسرع من تطور أي مجال آخر
- ليست جميع التطبيقات والوسائل الخاصة بتكنولوجيا المعلومات واجبة الاستغلال في نشاطات المؤسسة بل يتعين على المؤسسة اختيار التكنولوجيا المناسبة لنشاطها
- تتيح تكنولوجيا المعلومات للمؤسسة فرصا كثيرة لتحقيق أهدافها (زيادة الإنتاجية وتقليل التكاليف وتوسيع قاعدة عملائها)
- تكنولوجيا المعلومات المتقدمة المتمثلة في الأنترنت وسيلة قوية لخلق التميز وبناء الاستراتيجية المناسبة للمؤسسة تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

#### - الدراسة الثانية:

بليدوم صباح: بعنوان أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية: رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه علوم في علوم التسيير، جامعة قسنطينة ، 2012.<sup>1</sup>

جاءت هذه الدراسة لتبرز الدور الاستراتيجي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق الميزة التنافسية والتطوير التنظيمي وتحقيق الجودة الشاملة والوقوف على واقع المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، ومدى استفادتها من تطبيقات التكنولوجيا الحديثة خاصة في ظل التحولات والتحديات الجديدة التي يفرضها المحيط على المؤسسات المعاصرة.

حيث طرحت الباحثة إشكالية بحثها على النحو التالي:

ما هو أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية؟

<sup>1</sup> - بليدوم صباح: بعنوان أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية: رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه علوم في علوم التسيير، جامعة قسنطينة ، 2012

ولمعالجة هذه الإشكالية وتكوين إطار نظري وفكري استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي لعرض ظاهرة الاقتصاد المعرفي وتحليل أهمية التسيير الاستراتيجي للمنظمات ودور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق المزايا التنافسية، كما استعانت الباحثة بمنهج دراسة حالة لدراسة وتقييم واقع تأثير تكنولوجيا الاتصال والعالم على التسيير الاستراتيجي حيث اختارت مؤسسة موبيليس كعينة لها حيث امتدت من سنة 2004 الى 2012 كمجال زمني لها توصلت الباحثة الى نتائج اهمها:

- توسيع استخدام تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في منظمات الأعمال يؤدي الى زيادة إيراداتها وتقليل تكاليف الخدمة المعروضة وحل الكثير من المشاكل الإدارية

استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال يمكن المسيرين والمدراء من الحصول على معلومات هامة عن حجم السوق وقوة المنافسين وتغير أذواق المستهلكين وخصائصهم الثقافية وكذا الوسائل التكنولوجية المستخدمة في الترويج.

#### - الدراسة الثالثة :

بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالسياحة في الجزائر لدى الطلبة الجامعيين، للباحثة نادية حيواني، جامعة العربي بن مهيدي أم بواقي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة.<sup>1</sup>

هدفت هذه الدراسة الى معرفة الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالسياحة في الجزائر، وابرار أهمية مجال السياحة في تطوير الجزائر في مختلف المجالات للطلبة الجزائريين .

وقد تمحورت اشكالية هذه الدراسة حول التساؤل التالي:

- ما هو دور مواقع الاتصال الاجتماعي في التعريف بالسياحة في الجزائر لدى الطلبة الجزائريين؟

<sup>1</sup> - نادية حيواني، مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالسياحة في الجزائر لدى الطلبة الجامعيين، للباحثة نادية حيواني، جامعة العربي بن مهيدي أم بواقي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة

وقد حاولت الدراسة الإجابة على التساؤلات التالية :

- ماهي نتائج استخدام الطلبة الجامعيين للمواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على السياحة في الجزائر؟

#### التعليق:

لقد كان لهذه الدراسات السابقة دور كبير في دراستنا الراهنة، ومن خلال كل الدراسات التي ذكرناها سابقا تمكنا من تحديد تساؤلات دراستنا و فروضها، وساعدتنا في صياغة المشكلة البحثية للدراسة والتعرف على متغيرات الدراسة أكثر.

**خلاصة الفصل:**

في هذا الفصل تعرضنا لموضوع الدراسة وقمنا بالإحاطة بجميع جوانبه الممكنة من تحديد الاشكالية المراد دراستها وتسطير الهدف الذي نريد الوصول إليه وبيان أهميتها، وتحديد المفاهيم البارزة والمرتبطة بالظاهرة مع الاستعانة ببعض الدراسات السابقة التي تخدم الدراسة الحالية والتي كان لها دور كبير في حصر وتحديد مجال البحث.

# الفصل الثاني

## أساسيات تكنولوجيا

## المعلومات و الاتصال

تمهيد

- 1- نشأة و تطور تكنولوجيا الاتصال
- 2- خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال
- 3- وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة
- 4- شبكات التواصل الاجتماعي
- 5- وظائف تكنولوجيا الاتصال الحديثة بالنسبة للأفراد
- 6- الأسباب التي أدت إلى تزايد أهمية تكنولوجيا الاتصال في المجتمع
- 7- استخدام تكنولوجيا الاتصال في قطاع السياحة

**تمهيد:**

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال واحدة من أهم الجوانب في العصر الحديث، حيث تلعب دورا حاسما في تحسين الاتصال ونقل المعلومات وتطورت هذه التكنولوجيا بشكل ملحوظ على مر العقود، مما أثر بشكل كبير على مجموعة متنوعة من المجالات، ولقد شهدت تطورا هائلا على مر الزمن، مما أثر بشكل كبير على العالم وطريقة تفاعلنا مع المعلومات والتواصل مع بعضها البعض ، ويبقى التحدي الرئيسي هو كيفية مواجهة التحديات المستقبلية والاستفادة من هذه التكنولوجيا بشكل ايجابي في تحسين حياة الناس وتطوير المجتمعات.

## 1-نشأة وتطور تكنولوجيا الاتصال.

إن ثورة تكنولوجيا الاتصالات هي تلك التطورات التكنولوجية في مجالات الاتصالات التي مرت عبر مراحل الوجود الانساني فكل ثورة منها قدمت وسيلة يمكن من خلالها إحداث تغيير في الفكر الانساني و في تنظيم المجتمع و تراكم الرصيد الحضاري للبشرية، فكما انتقلت البشرية من عصور الصيد المشتتة إلى عصور الرعي المترحلة فعصور الزراعة المستقرة ثم عصور الصناعة المتحضرة وصولاً إلى عصر ما فوق التصنيع عصر المعلومات و المعرفة و قد توالى أيضاً ثورات الاتصال لتتوافق حياة الانسان التي تعد مرحلة فاصلة و قفزة أدت إلى المزيد من التقدم ويمكن تمييز ستة مراحل مست مختلف جوانب الحياة

## -المرحلة الأولى:

بدأت مرحلة الاتصال الأولى عند ظهور اللغة لتعبر عن رغبة الانسان في بناء إطار موحد للتفاهم و المعاني المشتركة فانقلت بين المجموعات والبشر بعضهم البعض و من جيل إلى جيل، كالاتصال عن طريق الأصوات الزمجرة الصراخ .... بالإضافة إلى لغة الجسد وإشارات الأيدي والأرجل هنا تبدو أهمية اللغة والاتصال في الارتقاء بالإنسان.<sup>1</sup>

## -المرحلة الثانية:

ولقد مرت الكتابة بدورها بالعديد من المراحل عندما ظهرت الكتابة كوعاء تاريخي منضبط. و تسجيل المعاني البشرية المشتركة و إنقاذها من النسيان و ضياع ، حدثت هذه الثورة عندما اخترع السومريون أقدم طريقة للكتابة في العالم واستطاعوا الكتابة على الطين اللين حافظت هذه الألواح الفكر الاجتماعي والسياسي والفلسفي وكانت سمة هذا العصر هي

<sup>1</sup> -مُجد محفوظ : تكنولوجيا الاتصال ، المعرفة الجامعية ، الاسكندرية ، 2005 ، ص 20.

الفردية الاتصالية سواء في مرحلة الحديث والمشاهدة أو حتى بعد اختراع الكتابة<sup>(1)</sup>، وظلت الفردية هي طابع الاتصال عبر هذا العصر الطويل وقد مرت الكتابة بالعديد من المراحل الكتابة التصويرية ثم الكتابة على أساس النطق وصولاً إلى الكتابة الألفبائية.

### -المرحلة الثالثة:

اقتترنت بظهور الطباعة في منتصف القرن الخامس عشر تعد أحد أبرز الابتكارات البشرية في كل العصور حيث أتاحت للغة المكتوبة قدراً كبيراً من الانتظار و الذبوع، بتجاوز الدائرة المحدودة لأنشطة نسخ اليدوي بمعرفة الخطاطين و ينطلق بها إلى الافاق الواسعة لأنشطة الطباعة الآلية بواسطة المطبعة.

### -المرحلة الرابعة:

رغم أن المطبعة أتاحت للغة المكتوبة الفرصة لتخطي حاجز المكان والمسافة لكن في المقابل ظلت اللغة المنطوقة عاجزة عن تخطي هذا الحاجز حتى بدأت معالم الثورة الاتصالية بظهور عدد كبير من وسائل الاتصال التي حطمت جميع الحواجز الجغرافية فقد تم اكتشاف الموجات الكهرومغناطيسية و اختراع التلغراف و اختراع التليفون واللاسلكي لنقل الصوت البشري إلى مسافات بعيدة و الراديو و التلفزيون فقد عرف على هذه لثورة بأنها ثورة الكهرباء و الكهرومغناطيسية و المكان و اللزمان.<sup>2</sup>

### -المرحلة الخامسة:

أما ثورة الاتصال الخامسة فقد أتاحتها التكنولوجيا من خلال اندماج ظاهرة تفجر المعلومات وتطور وسائل الاتصال وتعدد أساليبه فقد بدأت على مرحلتين الأولى لظهور الحاسب الآلي كذاكرة الية ذكية لحفظ و تحليل المعلومات أما الثانية في إطلاق الاقمار الصناعية كعيون و أذان صناعية لنقل النصوص و الصور و الاصوات.

<sup>1</sup>حمدي حسن:مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال ، دار الفكر العربي، القاهرة ، 1987 ، ص13.

<sup>2</sup>محمد محفوظ، مرجع سابق ، ص20.

ولقد أدى الاندماج ما بين تكنولوجيا الحاسب الالى و تكنولوجيا الاقمار الصناعية اندلاع ما يسمى بظاهرة انفجار المعلومات و التي تتمثل في المعالجة الالية للمعلومات و تخزينها و استرجاعها باستخدام الحاسب الالى في أقل حيز متاح و بأسرع وقت ممكن و سريان تلك المعلومات و تدفقها عبر الدول و القارات و المحيطات بطريقة فورية باستخدام الاقمار الصناعية مما ادى الى النمو الهائل المتضاعف في حجم الانتاج الفكري و تشتته و تنوع مصادره و تعدد اشكاله اتساع مجاله ليشمل كافة المجالات النشاط الإنساني الامر الذي أدى إلى أن تتحول أنشطة انتاج المعلومات الى صناعة متكاملة و بالتالي كانت ثورة المعلومات<sup>1</sup>.

### -المرحلة السادسة:

ي طرح علينا العصر الراهن ضرورة الاعتراف بان ثمة مرحلة سادسة للاتصال أخذت في التشكل و تمثل شبكة الانترنت النموذج الامثل لشاكات المعلومات و لذلك يطبق عليها شبكة الشبكات لما تضمنه الشبكات المترابطة كما أنها تمثل تلخيصا لكافة وسائل الاتصال بما توفره من قدرة علمن عدد من الجمع بين كافة الاشكال الاتصالية قدرة على الجمع بين كافة الأنواع الاتصالية.

ورغم القدرات الفائقة لشبكة الانترنت مقارنة بكافة وسائل الاتصال التي سبقتها إلا انها تمثل طريق غير ممهد مقارنة بالفعاليات الطموحة المأمولة للطريق السريع للمعلومات من خلال الربط بين نظم المعلومات في كل الدول المتقدمة باستخدام شبكة عملاقة من كابلات الالياف الضوئية و بالتالي ما تطرحه فليات شبكة الانترنت في عالم اليوم يمثل نموذج مصغر لما سيكون عليه المستقبل القريب من خلال القدرة على جمع بين كافة الاشكال و الانواع الاتصالية و نقلها إلى كافة أرجاء العالم بسرعات عالية عبر بنية تحتية من التجهيزات التكنولوجية المتقدمة وبرمجيات الفائقة الذكاء الامر الذي سيؤدي إلى تجاوز الطريق لوظيفة نقل المعلومات و انتقال الى وظيفة المعرفة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> خليل صابات: وسائل الاتصال نشأتما وتطورها ، المكتبة الأنجلو المصرية ، ط5 القاهرة ، 1987، ص31

<sup>2</sup> نجلد محفوظ، مرجع سابق ، ص20

**2- خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال:**

على الرغم من أن التكنولوجيات الاتصالية الحديثة التي أفرزتها الثورة التكنولوجية الحديثة تكاد تتشابه في عديد من السمات مع الوسائل التقليدية ، إلا أن هناك خصائص أخرى تتميز بها التكنولوجيا الاتصالية الراهنة ومن أبرزها:

**-التفاعلية: (interactivity)**

و تطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على أدوار الآخرين واستطاعتهم تبادلها، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية، وهي تفاعلية بمعنى أن هناك سلسلة من الافعال الاتصالية التي يستطيع الفرد أن يأخذ فيها موقع الشخص ويقوم بأفعاله الاتصالية، المرسل يستقبل ويرسل في نفس الوقت وكذلك المستقبل، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ "المشاركين" بدلا من "المصادر" ومثال على ذلك التفاعلية .

**-اللاتزامنية: (Asynchnanization)**

وتعني امكانية ارسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلا في نظم البريد الالكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة الى مستقبلها في أي وقت دون حاجة لتواجد مستقبل الرسالة.

**-الشيوع والانتشار:** ونعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم فيداخل كل طبقة من طبقات المجتمع ، وكل وسيلة تظهر تبدو في البداية على أنها ترف ثم تتحول الى ضرورة نلمح ذلك في التلفزيون ثم الفاكس ميل، وكلما زاد عدد الأجهزة المستخدمة زادت قيمة النظام أن من المصلحة القوية للأثرياء هنا أن A.Tophler لكل الأطراف المعنية، وفي رأي "ألفين توفلر" يجدوا طرقا لتوسيع النظام الجديد للاتصال ليشمل لا ليقضي من هم أقل ثراء، حيث يدعمون بطريقة غير مباشرة الخدمة المقدمة لغير القادرين على تكاليفها.

-**اللاجماهيرية:** ومعناه أن رسائل الاتصال قد توجه الى مجموعة من الأفراد (الجماهير) أو قد توجه الى فرد بعينه، فقد سمحت الوسائل الجديدة للفرد أن يستقيل عن المجموع من حيث الرسائل التي يتابعها.<sup>1</sup>

### -**القابلية الحركية: (Mobility)**

تعني أن هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدمها الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان، ثم نقلها الى آخر حركته مثل الهاتف النقال والتليفون المدمج في ساعة اليد وحاسب آلي نقال مزود بطابعة كما تعني امكانية نقل المعلومات من مكان الى آخر بكل يسر وسهولة.

### -**قابلية التحويل: (Convertibility)**

وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط الى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة الى رسالة مطبوعة والعكس، كما هو الحال في أنظمة التليكست، التي تقدم خدمات ورسائل مطبوعة على شاشات التليفزيون تلبية لرغبات زبائنها التي أصبحت تتميز بالتعدد والتنوع ويبرز هذا أيضا في أنظمة الدبلجة والترجمة للمواد المرئية كما هو الحال في بعض المحطات التليفزيونية مثل: (Eurosport ;Euronews)

### -**قابلية التوصيل والتركيب: (Connectivity)**

لم تعد شركات صناعة أدوات الاتصال تعمل بمعزل عن بعضها البعض فقد اندمجت أنظمة واتخذت الأشكال والوحدات التي تصنعها الشركات المختصة في صناعة أدوات الاتصال، ومن الأمثلة الدالة على ذلك، وحدات الهوائي المقعر، التي يمكن تجميعها في موديلات مختلفة الصنع، لكنها تؤدي وظيفتها في مجال استقبال الإشارات التليفزيونية على أكمل وجه.

<sup>1</sup> ابراهيم عمر يحيوي، 2016، تأثير تكنولوجيا الاعلام والاتصال على العملية التعليمية في الجزائر، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة العربية،

عمان ، الأردن، ص ص 59، 58.

## - التدويل أو الكونية والعالمية: (Golbalization)

التطور المتسارع في هذه التكنولوجيا في اتجاه اختصار عامل المسافة والزمن، هذا التطور بلغ من الأهمية في الحقب الأخيرة الى حد أن أطلق البعض على الكرة الأرضية التي نعيش عليها وصف القرية العالمية، كناية عن القدرة الهائلة التي تتيحها تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال نقل وتبادل المعلومات بين مختلف أجزاء العالم الآن واللحظة، انه بوجود وسائل الاعلام والاتصال لم يعد التفاعل على أرض واحدة هو الباعث الأول للتجمع بل أصبح التفاعل يتم عبر تكنولوجيا و وسائل المعلومات والاعلام متخطيا الحدود الجغرافية عابرا فوق الحدود الوطنية.

## 3- وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة

بفضل الابتكار البشري تمكن الانسان من ايجاد وسائل الاتصالية تساعد في نقل الرسالة أو المضمون إلى أبعد الحدود فأصبح العالم يلقب بالقرية الصغيرة مرت هذه الوسائل بمراحل سبق ذكرها فتعددت الوسائل و الانواع الاتصالية سواء كانت لاستخدام الحمام الزاجل أو أشخاص مكلفة وبعد ذلك ظهرت الصحف والمجلات التي أصبحت تعمل على نقل الأخبار بشكل أسرع عن الوسائل المتوفرة وقتها حيث استطاع الإنسان وقتها من التعرف عن الأخبار التي تدول حوله في كل مكان من خلال قراءة تلك الأوراق التي عرفت بالصحف والمجلات وقتها و من بين الوسائل التقليدية نذكر منها: وسائل مقروءة ووسائل مسموعة ووسائل مرئية:

## -الصحيفة:

تعتبر الصحيفة النافذة التي يطل منها الفرد على العالم من حوله تمتاز بعدة أمور منها نقل الأخبار وسهولة الحصول عليها فقد جاء تعريفها على أنها نشرة تطبع علي الورق تحتوي في الغالب على الأخبار ومقالات الرأي تتنوع محتويات الصحيفة بين الاخبار والرياضة والفنون والأدب والطعام واهتمام المرأة..... إلخ<sup>1</sup> تحتوي ايضا بعض الصحف

<sup>1</sup>قاسم نسرين: دور وسائل الإعلام والاتصال في تفعيل السياسة العامة نموذج قطر ، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة بسكرة، كلية الحقوق والعلوم

السياسية، قسم : العلوم السياسية والعلاقات الدولية 2012/2013.

على ألعاب و الترفيه تنوعت من صحف يومية، صحف أسبوعية ، صحف دولية أو عالمية و صحف قومية و تعرف كذلك بأنها العملية الاجتماعية لنشر الأخبار والمعلومات الشارحة إلى جمهور القارئ من خلال المطبوعة لتحقيق أهداف معينة وتتكون الجرائد و المجالات .

#### -التلفزيون:

يعرف التلفزيون بأنه طريقة إرسال واستقبال الصورة والصوت من مكان لآخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية والأقمار الاصطناعية و يعرف أيضا على أنه وسيلة نقل الصورة والصوت في وقت واحد عن طريق الدفع الكهربائي بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية والأقمار الصناعية يتكون التلفزيون من القنوات الفضائية تبث عبر شبكة من الأقمار الصناعية التي تدور حول الأرض في مسارات محددة وتبث هذه القنوات مجموعة من البرامج تعتبر .

#### الإذاعة:

الإذاعة من الوسائل الفعالة في توصيل الرسائل إلى الجماهير العريضة فهي تستطيع أن تترجم الحدث بشكل فوري نظرا لبرساطتها ، كثيرا ما تستخدم إلى جانب وسائل الإعلام الأخرى لربط المجتمعات بعضها ببعض حيث تستطيع عن طريق النص الجيد و الاخراج الدقيق والإحساس الواعي وحسن استغلال الإمكانيات الإذاعية أن تصل إلى استثارة خيال المستمع فتجعله يعيش في أحداث البرنامج الإذاعي أما وسائل الاتصال الحديثة تلك التي تعتمد جميعها على استخدام الأقمار الصناعية كوسيلة أساسية لاستخدام تكنولوجيا الاتصال فربطت العالم في شبكات مختلفة تعددت استعمالاتها في الحياة المعيشية للفرد ومن بين هذه الوسائل نذكر منها :

#### • استخدام الحاسوب كوسيلة اتصال:

تعد الحواسيب أمرا حيويا لوسائل الاتصال وتحتاجها الدول لاستخدامها في أغراض التطور وفي غضون عقد ونصف من دخول الحاسوب الشخصي حياة الإنسان ومجتمع

العمل حدثت ثورة على صعيد تداول المعلومات ويشهد العالم اليوم بزوغ ثورة معلوماتية هي الاندماج بين وسائط الاتصال.<sup>1</sup>

فللحاسب أهمية في تشغيل وسائل الاتصال وهو الآن مسئول عن تخزين واستعادة معظم المعلومات والمواد الإخبارية التي تقوم ببحثها مكاتب الخدمات السلكية المنتشرة في أنحاء العالم كما تمثل الحواسيب<sup>2</sup> الإلكترونية وتطبيقاتها عصب الحياة العصرية والدول التي تسيطر على قطاع الاتصال حيث أصبح تبادل المعلومات على المستوى العالمي من خلال شبكات الكترونية واعتمدت تقنيات المعلومات في تطورها على الاستعانة والاستفادة من تقنيات الاتصال والالكترونيات الدقيقة والحواسيب، فالحواسيب من الأجيال الجديدة تتمتع بكافة وسائط نقل المعلومات بطريقة عملية عن طريق المذياع والتلفزة والهاتف ومنظومات الاتصال عن طريق الأقمار الاصطناعية<sup>3</sup>.

#### • القمر الصناعي كثورة تكنولوجية:

هو جسم آلي من صنع الانسان ذو اجنحة يدور حول الارض في مدار محدد يوضع فيه بواسطة صاروخ او مركبة فضائية وهو مزود بأجهزة الكترونية متطورة للقيام بوظائف مختلفة منها الارسال والاستقبال وله مدارات وأحجام وسرعات مختلفة و قد جاء تعريف الاقمار صناعية على انها جسم دوار ينطلق من قاعدة علي الأرض في مدار معين حول الأرض ويستمر في الدوران بحكم الجاذبية الأرضية وفقا لقوانين الفضاء وبنفس السرعة التي انطلق بها ما لم يتدخل عامل خارجي وغالبا ما يكون مزودا بمحطة استقبال وإرسال عدد من الأجهزة الأخرى كأجهزة التسجيل تتعد أنواع الأقمار الصناعية بتعدد أهدافها والغاية من إطلاقها وهي كالتالي:

<sup>1</sup> نجلد صاحب سلطان : وسائل الاعلام و الاتصال ، دراسة في النشأة و التطوير ، المسيرة للنشر و التوزيع ، 2011 عمان ، ص 101.

<sup>2</sup> نبيتي حنان: دور وسائل الاعلام في التفعيل قيم المواطنة لدى الراي العام - حالة الثورات وقيم الانتماء لدى الشعوب العربية - مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، جامعة بسكرة ، كلية العلوم السياسية و العلاقات الدولية ، 2013/2014 ص 46.

<sup>3</sup> عبد المالك ردماني : تطوير تكنولوجيا الاتصال و العولمة المعلومات ، المكتبة الجامعية الحديثة 2008 ، ص ص 39 49

- ✓ هناك أقمار تهدف إلى رصد أحوال الطقس والظروف المناخية
- ✓ هناك أقمار تهدف للكشف عن الثروات الطبيعية في باطن الأرض
- ✓ هناك أقمار التجسس وتصوير المواقع العسكرية وتحركات القوات.

-هناك أقمار الاتصالات التي أحدثت طفرة في عالم الاتصالات وخاصة بين الأقطار المتباعدة عن طريق الهاتف أو التلكس أو الفاكس او الطباعة المنقولة من بعيد أو عن طريق الراديو والتلفزيون و الإنترنت<sup>1</sup>

### • الانترنت:

جاء تعريف الانترنت كلمة internet انجليزية الاصل مكونة من ك و تعني ربط أكثر من شيء بعضه البعض و كلمة network وهي Interconnect كذلك تعني الشبكة و قد أخذت الكلمة الاولى من internet . و هي الشبكات المترابطة مع بعضها<sup>2</sup>

Inter و الثانية من net لتصبح تعتبر التكنولوجيا الاكثر استعمالا على International للكلمة انجليزية network و معناها شبكة المعلومات العالمية التي يتم فيها ربط مجموعة الشبكات مع بعضها البعض في العديد من الدول عن طريق الهاتف والأقمار الصناعية ، ويكون لها القدرة على تبادل المعلومات بينها من خلال أجهزة الكمبيوتر مركزية تسمى باسم أجهزة الخادم التي تستطيع تخزين المعلومات الاساسية و التحكم بالشبكة بصورة عامة كما تسمى أجهزة كما تسمى أجهزة الكمبيوتر يستخدمها الفرد باسم أجهزة المستخدمين.

فالإنترنت هي وسيلة اتصال تكنولوجية عالية الجودة واسعة الانتشار تتميز بالاستقلالية واللامركزية لها أدواتها وقواعدها الخاصة لها مستعملها وزبائنهم وتوفر مجموعة لا تحصى من الخدمات في شتى المجالات وخاصة في مجال المعلومات.

تعددت خدمات الانترنت ومنها:

<sup>1</sup> عبد الله محمد زلطة : الإعلام الدولي في العصر الحديث ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 2002 ، ص 203

<sup>2</sup> محمد علي : التكنولوجيا الحديثة و الاتصال الولي ، الشركة السعودية للأبحاث ، ط 1 ، 1999 ، ص 201

- الصحافة الالكترونية:

تجمع بين مفهومي الصحافة ونظام الملفات المتتابعة أو المتسلسلة. يحتوي على الأحداث الجارية ويتم قراءتها من خلال جهاز الكمبيوتر.

- البث التلفزيوني:

وهي منشور الكتروني دوري يستخدم تكنولوجيا التدفق المتزامن للإشارات الصوتية والمرئية وذلك بالاعتماد على برامج تبعا لحزمة الملفات المستخدمة في عملية البث<sup>1</sup>.

- إذاعة الانترنت:

عبارة عن تطبيقات برامج صوتية يتم استخدامها للبث عبر الشبكة اعتمادا تكنولوجيا تدفق المعلومات لتشغيل المواد الصوتية (audio) على أو الفيديو (video).

- البريد الالكتروني:

هو إرسال الرسائل من حاسوب إلى آخر عبر الشبكة و إلى المستخدم في أي مكان و هو نظام يستخدمه الكمبيوتر لتلقي و تخزينها و توجيهه و التحكم في الرسائل الالكترونية لتصل ألى الأشخاص أو الجماعات المراد التخاطب معها سواء كانوا في منازلهم أو مكاتبهم و لقد ولدت خدمة البريد الالكتروني على يد الامريكي توم لينسون عام 1972 و منذ ذلك الوقت أصبحت الانترنت محور الاتصالات العالمية نظرا لسهولة استخدام البريد الالكتروني و قلة التكلفة و مع مرور الوقت أصبح متاحا للجميع كخدمة مجانية تقدمها العديد من الشركات العالمية العاملة في مجال الانترنت<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> أجقو علي: الصحافة الالكترونية العربية الواقع والآفاق ، مجلة المفكر، العدد 01، مارس 2006.

<sup>2</sup> عبد الباسط عبد الوهاب : استخدام تكنولوجيا اتصال في الانتاج الإذاعي و التلفزيوني ، جامعة الحديث، 2005، ص 168.

## 4- شبكات التواصل الاجتماعي:

عرف العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين الأفراد في فضاء افتراضي قلص المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزوج الثقافات وأطلق على هذا النوع من التواصل بشبكات التواصل الاجتماعي حيث تعددت هذه الشبكات واستأثرت باهتمام واسع من الجمهور و نظراً لموضوع الدراسة نركز على شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها تكنولوجيا اتصال حديثة التي أتاحت للأفراد أو الجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء ومن أشهر مواقعها: الفيس بوك، التويتر، اليوتيوب و بشكل مبسط هي عملية التواصل مع عدد من الناس أقارب، زملاء ، أصدقاء ، أو كل ما سبق عن طريق مواقع وخدمات إلكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تتزامن وتتفاعل أثناء إمداد بالمعلومات عن من في نطاق شبكة .وبذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الإنترنت.

و على هذا الأساس عرفت شبكات التواصل الاجتماعي بأنها مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت العالمية تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم الاهتمام أو الانتماء في نظم عالمي لنقل المعلومات.

و من أبرز هذه الشبكات و المواقع :<sup>1</sup>

## -الفيسبوك:

هو شبكة اجتماعية لاقت قبولا و تجاوزا كبيرا من الناس خصوصا . من الشباب في جميع العالم و يعد موقع الفيس بوك واحد من أشهر المواقع على الشبكة العالمية و رائد في التواصل الاجتماعي ، و أصبح الموقع ليوم منبر افتراضي للتعبير اتخذه الشباب كوجهة يقضون فيه الوقت أو يتسلون أو يتواصلون ....الخ ، فرغم عمره القصير إلا انه الموقع

<sup>1</sup>عباس مصطفى: الاعلام الجديد : دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة ، البوابة العربية لعلوم الاعلام و الاتصال والإعلام والاتصال، 2011

الأشهر و الأكثر استخداماً وتأثيراً على مستوى العالم ، بدأ الفيسبوك على يد أحد طلاب جامعة ها فرد يدعى يهدف من خلاله التواصل مارك جوكر بيرج حيث بدأ بتصميم موقع على الشبكة الإلكترونية مع زملائه ليتمكنوا من تبادل الآراء و الأفكار و الصور و الملفات حيث يرى مخترعه أن الفيس بوك حركة اجتماعية وليس مجرد أداة للتواصل فقد وصفه بالدليل سكان العالم وأنه موقع يتيح للأفراد العاديين أن يصنعوا لأنفسهم كيان عام من خلال الإدلاء والمشاركة بما يريدون من معلومات حول أنفسهم واهتماما ولذلك فإن الهدف الاختراع هو جعل العالم الخاصة مكاناً أكثر انفتاحاً<sup>1</sup>

#### -التويتر:

هو موقع يقدم خدمة تدوين بشكل مصغر و يسمح لمستخدم بإرسال تحديثات عن حالتهم أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة وتظهر تلك التحديثات في صفحة ويمكن للأصدقاء قارئتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي كما يمكن استقبال الردود .

و يعرف أيضا بأنه إحدى شبكات التواصل الاجتماعي ، التي انتشرت في التحديثات و السنوات الأخيرة ولعبت دوراً كبيراً في الأحداث السياسية و الاجتماعية في العديد من البلدان التويتر من أصل كلمة تويت التي تعني التغريد وأتخذ من العصفورة رمزاً له ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات من خلال ظهورها على صفحته الشخصية أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة هذه إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني كذلك أهم خلال (RSS) عبر الرسائل النصية كانت بدايته في 2006 بشكل مصغر تما لأحدث أطلق في م2007.

ماي سبايس:(MySpace)

<sup>1</sup> صادق و عباس : الإعلام الجديد : المفاهيم والوسائل والتطبيقات ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، عمان ، 2008 ص86

مع بداية عام 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من Google وهو موقع MySpace الأمريكي الشهير ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فيس بوك والذي بدأ أيضاً في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حتى قام فيس بوك في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدبالي زيادة أعداد مستخدمي فيس بوك حالياً يتجاوز 800 مليون مستخدم على مستوى العالم<sup>1</sup>

### 5- وظائف تكنولوجيا الاتصال الحديثة بالنسبة للأفراد:

لتكنولوجيا الاتصال مجموعة من الوظائف لعل أهمها:

التحول من الصوتي إلى الرقمي انقلاب بعد استخدام شبكات الهاتف لنقل بيانات الكمبيوتر تضاعفت الحاجة لتبادل البيانات و الوضع فأصبحت الشبكات تصمم أصلاً لنقل البيانات و أصبحت المكالمات الهاتفية عملاً ثانوياً لها وأدى نقل البيانات رقمياً إلى تحسن واضح في مستوى الخدمات خاصة فيما يتعلق بتقليص حجم المعدات والاتصال والتخفيف من وزنها التحول نحو الرخيص المتاح دوماً:

عندما انتشر استخدام التكنيك الرقمي في الأجهزة الإلكترونية فإن ذلك أدى إلى تصغير المعدات ووفرتها وبالتالي رخصها التحول من الإلكترون إلى الفوتون:

ظلت الإشارة الهاتفية تنتقل عبر الأسلاك النحاسية كتيار كهربائي ضعيف إلى أن حدثت النقلة النوعية باختراع الألياف الضوئية ، وهكذا استبدل تيار الإلكترون المعرض لتشويش بتيار الفوتون الذي يعد جسيمات الضوء النقي.

التحول من الخاص إلى العام و من المتنوع إلى المتكامل:

بدلاً من احتكار الشخص لخط تليفوني واحد استحدث أسلوب تحويل حزم الرسائل بديلاً عن تحويل يتم الدوائر، في ظل هذا الأسلوب تختزن الرسائل ثم توجه بواسطة مراكز تحويل

<sup>1</sup> غزال مريم ، شعوي نور الهدى ، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى طلبة الجامعيين ، مذكرة لنيل شهادة اليسانس ، جامعة ورقلة ، كلية العلوم الانسانية ، قسم علوم الاعلام و الاتصال ، 2013 ، 2014 ص ص 23. 24.

الرسائل إلى غايتها ذلك عبر أي مسار متاح يربط بين نقطة الأصل و نقطة الهدف دون الالتزام بمبدأ النقل عن طريق أقصر مسار بينهما و هذا النظام المتكامل لا يفرق بين البيانات التي ينقلها سواء كانت عبارة عن مكالمات هاتفية أو رسائل فاكس أو بيانات كمبيوتر فكلها بالنسبة له سلسلة من البيانات الرقمية يتم توجيهها عبر مسارات الشبكة إلى أن تصل إلى غايتها.

العمل على التحول من السلبي أحادي الاتجاه ثنائي الاتجاه:

معظم نظم بث المعلومات تعمل على أساس الطور السلبي حيث تنتقل المعلومات في اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل إلى أن ظهرت مرافق معلومات تعمل على أساس الطور التجاوبي مثل شبكات الفيديو تكس ثنائية الاتجاه وبالتالي أصبح من الممكن تبادل الرسائل مع مراكز المعلومات.

التحول من الثابت إلى النقال:

أصبح من الممكن أن يحمل معه الإنسان معلومات وبيانات كثيرة وبرامج وملفات أينما ذهب من خلال تكنولوجيات الاتصال الحديثة مثل الهاتف النقال، الكمبيوتر المحمول<sup>1</sup>

## 6- الأسباب التي أدت إلى تزايد أهمية تكنولوجيا الاتصال في المجتمع:

أعطت تكنولوجيا الاتصالات الحديثة مجتمعنا نوافذ معرفية عديدة، و أزاحت الستار عن المحظورات و الممنوعات و أصبح الحصول على المعلومات عبر الفضاءات الالكترونية عملية سلسة و مباشرة من دون غربال وسيط يلويها و يبعثرها و يعيد تجميعها بما يخدم مآربه و توجهاته ، و أصبح باستطاعتنا الآن فتح نوافذ عديدة لنرى مباشرة بأعيننا و نسمع بأذاننا و من بين هذه الأسباب

1. اتجاه الدول والمؤسسات نحو تقليل حركة الأفراد واستبدالها بوسائط الاتصال الحديثة وأصبح الاندماج بين مؤسسات الاتصال العملاقة وشركة الوسائط الإعلامية المتعددة

<sup>1</sup> نبيل علي : العرب و عصر المعلومات ، المجلس الوطني للثقافة و الآداب ، الكويت ، 1994، ص ص71.72

حقيقة واقعية، فتقاربت خدمات الحصول على المعلومات في مختلف المعارف وهذا يعني أن تكنولوجيا الاتصال أوجدت تغييرات واسعة في أنماط الاتصال ومصادره وقنواته.<sup>1</sup>

2. لرغبة في الانفتاح و معرفة ما يدور في العالم و متابعة الأخبار والأحداث في أي مكان و أي وقت

3. أصبح الاندماج مع تكنولوجيايات الاتصال حتمية لا بد منها لمجارات البلدان المتطورة

4. التحول إلى مجتمع رقمي يتطلب استخدام هذه الوسائط

5. حاجة عملية متمثلة في اتخاذ القرار المتزايد إلى تنوع مصادر المعلومات.

### 7- استخدام تكنولوجيا الاتصال في قطاع السياحة:

يمكن أن نورد عدة عوامل تدفع القائمين على القطاع السياحي لاستخدام تكنولوجيا الاتصال نذكر منها:

-رغبة المسيرين ومدراء أعمال القطاع السياحي في التعريف بأعمالهم ومنتجاتهم، والخدمات التي يقدمونها الى العديد من السياح، وكيفية الاتصال بهم في حالة الحاجة اليهم بسرعة أكبر وتكلفة أقل.

-النشر الالكتروني لكل المعلومات المتاحة التي تخص المؤسسات السياحية والفندقية، والتي يرغب السياح في معرفتها دون الذهاب الى المؤسسة السياحية.

-تقديم خدمات مميزة للسائح من حيث السرعة والسهولة، عن طريق الويب وعن طريق البريد الالكتروني عند طلبها.

-جلب فئة جديدة من السياح الذين هم على اتصال بالإنترنت.

<sup>1</sup>- عبد المالك ردمان الدناني : تطوير تكنولوجيا الاتصال وعوامة المعلومات ، المكتب الجامعي الحديث، 2005،ص58.

- نشر المعلومات السياحية للسياح في الوقت المناسب، فأى تأخير في آجال نشرها تقفد المعلومة أهميتها.
- انفتاح المؤسسات السياحية والفندقية على السوق المحلي الاقليمي والدولي.
- الحصول على معلومات عن الخدمات المنافسة ومميزاتها حتى تبقى المؤسسة السياحية والفندقية في وضعية تنافسية جديدة.
- نشر اعلانات واشهار لمنتجات وخدمات المؤسسات السياحية والفندقية حتى تجلب أكبر عدد من السياح.
- تسمح للسياح بالقيام بالحجوزات عبر الانترنت.
- متابعة تطور القطاع، من خلال الاتصال الدائم بالعالم من أجل الحصول على معلومات سياحية، كزيادة مواقع مؤسسات أخرى من نفس نشاط القطاع.
- وسيلة لتخفيض مصاريف الترويج وتحسين وتطوير الخدمات والمنتجات السياحية والفندقية.
- الابتكار والتجديد بدون انقطاع للبقاء في الخدمة.
- التواجد في كل مكان وعرض ملائم مع متطلبات السياح.
- ركيزة للابداع والتنمية وخلق منتجات جديدة، خدمات جديدة، أسواق جديدة، ميزة تنافسية... الخ.
- تسمح بتقديم خدمات سريعة ومتنوعة للسياح.
- الوسيلة المفضلة بالنسبة للمؤسسات السياحية و الفندقية الكبيرة ذات الفروع.
- وسيلة منافسة اذ تسمح بالخروج من الاسواق المحلية الى استهداف الأسواق العالمية<sup>1</sup>

<sup>1</sup> بختي ابراهيم، شعوبي مُجد فوزي، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة، مجلة الباحث، العدد7، 2010، ص 276.

## خلاصة الفصل:

إن سعي الانسان المستمر وراء مختلف الاكتشافات التي تهدف لتسهيل حياته، مهما كان الغرض منها، نجد بأن لها وجهان الأول سلبي و الآخر ايجابي خاصة إذا تحدثنا عن تكنولوجيا وجدت في مجتمع يتحكم فيها ثم صدرت لآخر، لذا ينبغي على الاخر أن يتخذ تدابير مدروسة في التعامل مع التكنولوجيا بدءا بالحرص على استيراد التكنولوجيا وليس الثقافة ثم العمل على خلق سوق داخلية لإنتاج التكنولوجيا من خلال تشجيع و رفع مستوى البحث العلمي ولعل المجتمع الياباني خير مثال على ذلك، لما لها من سرعة و توفيراً في الوقت يمكن أن تقودك إلى مكان منعزل عن الآخرين إن لم يتم الاستغلال الجيد لها.

# الفصل الثالث

## التنمية السياحية

### والوكالات السياحية

تمهيد

1- أهداف التنمية السياحية

2- محددات التنمية السياحية

3- أنواع التنمية السياحية

4- عوامل نجاح التنمية السياحية

5- الوكالات السياحية والنشاطات والخدمات التي تقوم بها

6- أهم المقومات و المنشأة السياحية بالأغواط

خلاصة الفصل

**تمهيد:**

أصبحت السياحة اليوم قضية إقتصادية و إجتماعية بالغة الأهمية، وتعتبر ركيزة من ركائز الإقتصاد الحديث و وسيلة هامة للدعاية و الإعلام، و قد تزايد الإهتمام بها في معظم دول العالم، من خلال إفتتاح جامعات و كليات ومعاهد تختص بالسياحة و الفنادق و النقل وتحسين وتطوير الخدمات المقدمة، ونجد العديد من الدول تتسابق لتنشيط وتنمية السياحة ، لذلك سنتطرق من خلال هذا الفصل لأساسيات التنمية السياحية والدور الذي تقوم به الوكالات السياحية، ثم نعرض بعد ذلك لأهم المقومات السياحية بمدينة الأغواط.

**1. أهداف التنمية السياحية:**

تتعدد أهداف التنمية السياحية ولكن في الغالب يمكن تصنيفها إلى قسمين أهداف عامة وأهداف محددة وسنجيزها فيما يلي:

**أهداف عامة:** وهي تشمل كل ما تسعى التنمية السياحية إلى تحقيقه بصفة عامة مثل:

- تحقيق نمو سياحي متوازن وزيادة فرص العمل.
  - الحفاظ على تنمية نصيب الدولة من الأسواق السياحية في مواجهة المنافسة الدولية. زيادة الدخل السياحي الإجمالي.
  - تنمية البنية الأساسية وتوفير التسهيلات اللازمة للزوار والمقيمين بالدولة.
- أهداف محددة:** وتمثل تلك الأهداف التفصيلية للأهداف العامة السابقة، حيث تحدد بنسبة مئوية يراد تحقيقها سنويا أو أقل وهي بذلك تسهل عملية قياس معدلات الأداء، ولبلوع الأهداف السابقة هناك مجموعة من المحاور التالية:<sup>1</sup>

- زيادة عدد السائحين تسعى الدول من خلال سياسات التنمية السياحية إلى زيادة أعداد السائحين الوافدين إليها، سواء كان من الأسواق التقليدية أو من خلال فتح أسواق جديدة.

- تمديد متوسط مدة الإقامة: وذلك من خلال تحسين وتطوير المناطق السياحية التقليدية أولا ثم التركيز على خلق مناطق جديدة تكون مزودة بكافة المستلزمات وبأسعار تنافسية مقارنة بما يقدمه الآخرون ومن ثمة يتحقق الرضا النفسي للسائحين مما يرفع من متوسط مدة إقامتهم بدولة العرض السياحي.<sup>2</sup>

- زيادة متوسط الإنفاق اليومي للسائح نظرا للدور الذي يلعب في زيادة الناتج الاقتصادي من السياحة فإن كل دولة تسعى إلى الرفع من مستوى الإنفاق اليومي

<sup>1</sup> عبير عطية، التنمية السياحية على المستويين الدولي والمحلي، جامعة الإسكندرية، مصر، دون سنة نشر، ص11.

<sup>2</sup> أحمد الجلاد، السياحة المتواصلة البيئية، عالم الكتاب، ط1، مصر، 2002، ص43.

للسائح من خلال التركيز على جانب السائحين ذوي الدخل المرتفعة أو العمل لزيادة الطلب عن طريق إعداد مختلف المناطق السياحية وتهيئتها بمراكز البيع والاهتمام بكافة مجالات إنفاق السائحين.

– الزيادة المستمرة في استخدام المكون الوطني من سلع وخدمات في عمليات البناء وإدارة الكيان السياحي: إن معظم الدول السياحية تحرص على استخدام مواردها المحلية عند إقامة وترشيد وصيانة مكونات العرض السياحي بها.

– المساهمة الفعالة في حل المشكلات الاقتصادية والاجتماعية: إن نجاح أو فشل السياحة في أي دولة يقاس بمدى قدرتها على التفاعل مع مشاكل المجتمع ومساهمتها في حل مختلف المشاكل الاقتصادية والاجتماعية التي تواجهها الدولة كخلق فرص عمل متزايدة ومستقرة أو تنمية مناطق نائية أي تحقيق تنمية إقليمية متوازنة فضلا عن دورها الرئيسي المتمثل في دعم ميزان المدفوعات وخلق العملات الصعبة<sup>1</sup>.

إن الأهداف السابقة وعلى الرغم من تنوعها وتباينها من دولة إلى أخرى إلا أنها تتفق جميعها في عدد من الخصائص من حيث ضرورة أن تكون أهداف واقعية وقابلة للتحقيق وتتناسب مع الموارد السياحية والتمويلية والبشرية لدى الدولة، وأن تكون شاملة بحيث تتضمن الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية على المستوى الإقليمي السياحي، كما يجب أن تكون مرنة وقابلة للتغيير، كما يجب أن تترجم الأهداف إلى أهداف كمية محددة يسهل متابعتها في الواقع وقياس معدلات الأداء.

## 2- محددات التنمية السياحية:

لإنجاح أي سياسة سياحية يجب أخذ بعين الاعتبار مجموعة من الإجراءات والاهتمام ببعض الجوانب وخاصة في الدول النامية وهي وضع أسعار في متناول السياح:

<sup>1</sup>عبير عطية، مرجع سبق ذكره، ص 245.

بغض النظر عن مشروعات البنية الأساسية والتي تعد ضرورة ملحة للقيام بأي نشاط سياحي، من شبكة طرق ووسائل اتصال فعالة وخدمات وماء وكهرباء وصرف صحي وتوفير الأمن فلا بد أيضا من توفير تسهيلات في الإقامة والإطعام والشرب وخدمات النقل السياحي وغيرها ومتطلبات النشاط السياحي ذات نوعية جيدة والأسعار التنافسية مقارنة بالمناطق الأخرى.

#### ❖ الموقع:

يعد الموقع الجغرافي العامل الأساسي في السياحة، فعلى أساسه تحدد نفقات الرحلة من حيث الأهمية، فإذا كان هناك موقع جيد فإن السائح لا يهتم كم يدفع، ولكن المهم هو الوصول إلى هذا المكان، كالسياحة في الجنوب الجزائري فبالرغم من قساوة الطبيعة وقلة المواصلات إلا أنه نجد أغلب الوافدين إلى

الجزائر يفضلون الأماكن السياحية الجنوبية على الشمال والوسط، والإقبال الكبير الذي عرفه مهرجان تمنراست في سنة 2004 لدليل على ذلك، ومن هنا فإن الموقع الجغرافي يلعب دورا كبيرا في حركة السياحة الدولية للاستمتاع بالمناطق الموجودة والآثار ويتوقف نجاح الدول النامية لمواجهة مشكلة بعد المسافة على التعاون بينها وبين شركات النقل الجوي إذ قد يظهر عدد من الاحتمالات في هذا الشأن منها<sup>1</sup>:

- إعطاء شركات النقل مزايا للتدخل في التسويق السياحي ووضع البرامج السياحية في مجال الرحلات الجوية أو القيام بدعم الأسعار.
- على الدولة المستقبلية للسياحة إنشاء شركات للنقل الجوي.
- أن تحقق شركات النقل الجوي مزايا لجلب المتعاملين معها.

<sup>1</sup> عبد القادر هدير، واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005، ص 52، 53.

## ❖ مواقع تاريخية خاصة:

وهي التي ليست معروفة لدى عامة الناس ويتجه إليها الباحثون والدارسون والمتخصصون وتجذب في العادة نسبة متوسطة من السياح

طبيعة ومصدر الاستثمار في السوق السياحي يتطلب النشاط السياحي موارد مالية ضخمة لإنشاء المرافق والمنشآت السياحية الأساسية كالفنادق والمراكز السياحية وغيرها من المشاريع التي تخدم القطاع السياحي، ونظرا لكون الاستثمارات التي تخدم القطاع السياحي بصورة مباشرة تتطلب حجما كبيرا من التمويل، مما يجعل القطاع الخاص في الدول النامية متردد للقيام بالاستثمار السياحي، نظرا لبقاء الاستثمار في أصول ثابتة لمدة طويلة (من 20 إلى 25 سنة)، ما يحدث من اضطرابات في السوق السياحي والتغيرات السياسية والاجتماعية، بالإضافة إلى مشكل موسمية الطلب السياحي، لذلك عملت العديد من الدول النامية إلى تقديم قروض طويلة الأجل، والاستفادة من الشركات السياحية المتعددة الجنسيات، وعموما تلجأ الدول النامية إلى نوعين من الاستثمارات السياحية، استثمارات القطاع الخاص المحلي والأجنبي واستثمارات القطاع العام.<sup>1</sup>

مع بالإضافة إلى هذه العوامل نذكر منها عوامل أخرى عامة يجب توفرها لدفع عجلة السياحة لأي بلد والمتمثلة في:<sup>2</sup>

- الحالة الاقتصادية للدولة.
- المستوى الثقافي والمادي العالي للأفراد.
- المواصلات المتطورة.
- الوضع السياسي المستقر.

<sup>1</sup> عبد القادر هدير ، واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها، مرجع سبق ذكره، ص 53

<sup>2</sup> خالد كواش السياحة كمنشآت اقتصادية، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة الجزائر، بدون سنة نشر، ص 181.

## 3. أنواع التنمية السياحية

تنقسم التنمية السياحية إلى:

**التنمية السياحية الشاملة:** يقصد بالتنمية السياحية الشاملة هي التنمية في جميع الجوانب السياحية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية البيئية، الحضارية والسكانية الموجودة في البلاد... وهذه التنمية يستلزمها الكثير من الأموال والجهود البشرية

**التنمية السياحية المستدامة (المتواصلة):** يقصد بالتنمية السياحية المستدامة (المتواصلة) العمل على استخدام الموارد البيئية السياحية الطبيعية والثقافية والاجتماعية... وصيانتها والمحافظة على فطرية كل هذه الموارد لأنها ليست ملكا للأجيال المتعاقبة<sup>1</sup>

**التنمية السياحية المكانية:** وتنقسم على أساس المستوى المكاني إلى:

**تنمية سياحية محلية:** تتضمن خدمات البنية التحتية مناطق الجذب السياحي، شبكات النقل وتوزيع الخدمات.

**تنمية سياحة إقليمية:** تركز على كافة الخدمات السياحية والسياسات الاستثمارية والتشريعات والهياكل السياحية.

**تنمية سياحة دولية:** وترتكز على عناصر الجذب السياحي وخدمات النقل وتسيير قدوم الأفواج السياحية عبر مختلف المعابر الحدودية والموانئ والمطارات<sup>2</sup>.

## 4. - عوامل نجاح التنمية السياحية:

إن تنمية السياحة تحكمها عدة اعتبارات لا بد من مراعاتها، وهي على النحو التالي تدريب الجهاز البشري اللازم الذي يحتاج إلى القطاع السياحي حتى تتمكن المنشآت السياحية من القيام بدورها بالشكل المطلوب. المحافظة على حقيقة المواقع السياحية، لأن

<sup>1</sup> نور الدين هرمز، المرجع نفسه، ص 19

<sup>2</sup> Malika Boudjan le tourisme en Algérie état des lieux des perspectives de développement durable, thèse de doctorat, Faculté des sciences économiques de gestion et commercial, université d'Oron, 2008, p16.

جذب السياح إلى هذه المناطق قد يعتمد على المناخ أو الطبيعة أو التاريخ أو عامل آخر تتميز به المنطقة السياحية.

- إجراء دراسة شاملة للتأكد من الجدوى الاقتصادية للاستثمارات السياحية المقترحة، وفيما إذا كان الاستثمار سير أرباحاً أم لا.
- دعم الدولة للقطاع السياحي مع خطط التنمية الاقتصادية الأخرى لمختلف القطاعات الاقتصادية لتحقيق نمو متوازن وليس مجرد الاهتمام بالسياحة فقط.
- تحديد المشاكل التي قد تعترض تنمية الصناعة السياحية ثم وضع خطط بديلة في حال حدوث طارئ معين.
- دراسة السوق السياحي المحلية، من أجل معرفة نوعية السياح الوافدين، وما هي تفضيلاتهم للسعي إلى تأمينها قدر الإمكان<sup>1</sup>.
- توفير شبكة من الفنادق المناسبة لكل شكل من أشكال الدخل، ولكل نماذج الرغبات، خاصة المناسبة منها لدوي الدخل المحدود، فحركة السياحة لم تعد مقتصرة على الأغنياء<sup>2</sup>.
- رفع مستوى النظافة والخدمات السياحية لأنهما يؤديان دوراً مهماً في تطوير التنمية السياحية، فحين يتم الحفاظ على نظافة الشوارع والشواطئ والآثار وغيرها من عوامل الجذب السياحي تجعل السائح يرغب في العودة إلى هذا البلد.

<sup>1</sup> منى نافلة قدور، عاشور مزريق، التنمية السياحية في خدمة الدول المتقدمة والنامية على السواء، ملتقى دولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، الجزائر، يومي 09-10 مارس 2010، ص6.

<sup>2</sup> نور الدين هرمز، التخطيط السياحي والتنمية السياحية، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 28، العدد 3، 2006، ص19

## 5. الوكالات السياحية والنشاطات والخدمات التي تقوم بها:

تعتبر وكالات السياحة أداة تساعد الناس على تنظيم الرحلات والعطل عن طريق عمل تدابير استعدادهم للسفر، فهي المكان الذي يمكن للشخص الحصول على المعلومات أو الاستشارة الفنية وعمل الترتيبات اللازمة للسفر برا أو بحرا أو جوا و إلى أي مكان.

وقد حددت مجموع الخدمات المرتبطة بنشاط وكالات السياحة والأسفار نذكر منها حسب ما نص عليه القانون رقم 99-06 في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية لسنة 1999.

- تنظيم وتسويق أسفار ورحلات سياحية وإقامات فردية وجماعية.
- تنظيم جولات وزيارات برفقة مرشدين داخل المدن والمواقع والآثار ذات الطابع السياحي الثقافي التاريخي.
- تنظيم نشاطات الصيد البحري والتظاهرات الفنية والثقافية والرياضية والمؤتمرات والملتقيات المكملة لنشاط الوكالة أو بطلب من منظميها.
- وضع خدمات المترجمين والمرشدين السياحيين تحت تصرف السياح.
- الإيواء أو حجز غرف في المؤسسات الفندقية وكذا تقديم الخدمات المرتبطة بها.
- النقل السياحي وبيع كل أنواع تذاكر النقل حسب الشروط والتنظيم المعمول بهما لدى مؤسسات النقل.
- بيع تذاكر أماكن الحفلات الترفيهية والتظاهرات ذات الطابع الثقافي أو الرياضي أو غير ذلك.
- استقبال ومساعدة السياح خلال إقامتهم .
- القيام لصالح الزبائن بإجراءات التأمين من كل الأخطار التي تمس نشاطاتهم السياحية .
- تمثيل وكالات السفر المحلية أو الأجنبية قصد تقديم مختلف الخدمات باسمها ومكاتبها.
- كراء سيارات بسائق ونقل الأمتعة وكراء البيوت المنقولة وغيرها من معدات التخيم.

## 6. أهم مقومات ومنشآت السياحة بالأغواط

تتربع ولاية الأغواط على مساحة: 25057 كم<sup>2</sup> و قدر عدد السكان: 720000 نسمة.

أما عدد البلديات فهو: 24 بلدية. وعدد الدوائر: 10 دوائر.

وتملك محطتين للقطار ومطارين وطنيين

أما عن الإمكانيات السياحية: نذكر مايلي:<sup>1</sup>

- الواحات: 04
- القصور: 06 قصور مصنفة.
- البحيرات: 01.
- الحظائر الوطنية: 01.
- المواقع الأثرية: 105.
- المتاحف: 02.
- الأعياد و المواسم الخاصة بالولاية: 10

#### المسارات السياحية:

- عدد المسارات السياحية: 03.
- أذكرها: مسار الجنوب الشرقي، مسار الجنوب الغربي، مسار الشمال.
- أشهرها و أكثرها استقطابا للسائح الوطني أو الأجنبي: مسار الشمال.

#### الحظيرة الفندقية:

- عدد المؤسسات الفندقية: 10.
- طاقة الإيواء: 491.
- مناصب الشغل: 131.
- عدد بيوت الضيافة: 0

#### مناطق التوسع السياحي: (في طور التحديد و التصنيف)

- عدد مناطق التوسع السياحي: 03.

<sup>1</sup> مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية الأغواط 2024

- المساحة الإجمالية: 110 هكتار.
- المشاريع المبرمجة: /

#### المشاريع الاستثمارية:

- المشاريع المصادق عليها من طرف اللجنة الوزارية: 12.
- المشاريع المنتهية: 0.
- المشاريع في طور الانجاز: 08.
- المشاريع المتوقفة: 03.
- المشاريع غير المنطلقة: 01.

#### المشاريع التنموية في إطار برنامج القطاع العمومي:

- المشاريع الجديدة المقترحة للانجاز:
- 1. تهيئة مدخل الموقع السياحي بمنطقة الرحي.
- 2. إنجاز دعائم ترقيوية للمواقع السياحية.
- 3. تهيئة فضاء للراحة على مستوى سد لالماية.
- عدد معارض الصناعة التقليدية:
- عدد الحرفيين المشاركين في تنشيط موسم السياحة الصحراوية: 14.
- عدد الولايات المشاركة: 14.
- عدد الولايات الجنوبية المشاركة: 05.
- عدد الولايات الشمالية المشاركة: 09.
- عدد الحرفيين: 20.
- عدد الحرفيين:
- 15.

#### الصناعة التقليدية:

- عدد الحرفيين المقيدين: 13011.
- عدد الحرفيين في الميدان الأول: 6653.
- عدد الحرفيين في الميدان الثاني (الإنتاج): 864.

- عدد الحرفيين في الميدان الثالث (الخدمات): 5434.
  - عدد المؤسسات الحرفية: /
  - عدد التعاونيات الحرفية: 02.
  - عدد هياكل الصناعة التقليدية الموجودة: 02.
  - عدد المتوجين في الجائزة الوطنية للصناعة التقليدية: 02.
- أما بالنسبة لموسم السياحة الصحراوية 2023/2022: فقد قدر بـ
- عدد السائحين الأجانب: 476.
  - الجنسيات: روسيا، الصين، فرنسا، تركيا، المغرب، تونس، ليبيا.
  - عدد السائحين الوطنيين: 13028

## خلاصة الفصل:

تهدف التنمية السياحية إلى تحقيق الزيادة المستمرة والمتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي،

كما أنها عبارة عن أساليب لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وذلك عن طريق عمل نوع من التجانس والتوافق والتنسيق بين مختلف القطاعات الإنتاجية والخدمية لإحراز التقدم في نوعية الحياة ومستوياتها وتحقيق الرخاء للمواطنين والسياح على حد سواء، كما أن دور الوكالات السياحية له أهمية كبرى في تحقيق الأهداف المرجوة من التنمية السياحية، لذلك يتوجب عليها وعلى العاملين بها الحرص على القيام بواجباتهم على أكمل وجه.

# الفصل الرابع

## الإجراءات المنهجية و

### الدراسة الميدانية

تمهيد.

- 1- مجال الدراسة
- 2- المنهج المستخدم
- 3- أدوات الدراسة
- 4- تحليل نتائج الدراسة
- 5- الاستنتاج العام

**تمهيد:**

في إطار البحث العلمي لابد لنا كباحثين التأكد من صحة نتائج فرضيات الدراسة وتقديم تصورات وذلك من خلال اتباع الخطوات المنهجية للبحث العلمي بداية من ضبط المنهج والتعريف به وبمجالات وأدوات الدراسة، كما سيتم في هذا الفصل عرض نتائج الدراسة وتحليل البيانات الإحصائية الواردة من خلال نتائج الإجابات التي أدى بها المبحوثين على بنود الاختبار (الاستبيان) ثم تفسير النتائج على ضوء تساؤلات البحث باستخدام الحزم الإحصائية ثم عرض النتائج المتحصل عليها في جداول مرتبة.

### 1. مجال الدراسة:

**المجال المكاني:** تم إجراء الدراسة بجميع الوكالات السياحية الموجودة على مستوى ولاية الأغواط والذي بلغ عددهم: المصدر مديرية السياحة والصناعة التقليدية

- عدد الوكالات السياحية المعتمدة: 20.

▪ بما فيهم:

- الوكالات المعتمدة في عملية الحج: 02.

- عد الوكالات المختصة في السياحة الصحراوية: 02.

وقد وضعت القائمة الخاصة بأسماء وعناوين الوكالات بالملاحق

### المجال الزمني:

بدأت الدراسة في شهر جانفي 2024 حيث بدأ في الشروع في التراث السوسولوجي عن الأبحاث ذات الصلة من اجل بناء تصور حول الدراسة وكيفية إجرائها ميدانيا وجمع المادة العلمية هذا فيما يخص الجانب النظري، أما الجانب التطبيقي بدأ في شهر ماي، وقمنا بدراسة ميدانية لمحل الدراسة من أجل جمع المعلومات وفي هذه المدة حكمنا الاستبيان من طرف مختصين في علم الاجتماع وتحضيره، وبعد التحديد المبدئي لميدان الدراسة تم التوجه الوكالات السياحية وفيها بدأت الدراسة الميدانية. بمقابلات مبدئية مع العاملين بها ثم توزيع الاستبيان عليهم، ومن ثم تفريغ محتواه وتحليل النتائج المتحصل عليها بالطرق الإحصائية.

حيث تم توزيع استمارة الاستبيان على المبحوثين بتاريخ 23 ماي 2024، وتم جمع البيانات وتفرغها وتحليلها وتفسيرها والوصول الى نتائج الدراسة ومناقشتها على ضوء فرضيات الدراسة، وقد انتهت هذه الدراسة في جوان 2024.

### المجال البشري:

وهم المشاركون في الدراسة أو مجتمع الدراسة وقد تمثل جميع العاملين بالوكالات السياحية الموجودة على مستوى ولاية الأغواط والذي قدر عددهم ب: حوالي 43 عامل موزعين على 20 وكالة سياحية.

وتجدر الاشارة هنا أن عند التوجه إلى بعض الوكالات وجدناها مغلقة وبالتواصل مع مديرية السياحة تأكدنا من غلقها نهائيا كما قد تغيب بعض العمال بسبب تواجدهم بموسم الحج.

## 2. المنهج المستخدم:

إن طبيعة الموضوع هي التي تحدد نوع المنهج المتبع في دراستنا، وذلك لمعرفة دور تكنولوجيا الاتصال في تنمية السياحة المحلية بولاية الأغواط.

يعرف المنهج على أنه مجموعة منظمة من العمليات تسعى لبلوغ هدف، أما المنهج العلمي فهو طريقة لاكتساب المعرفة القائمة على الاستدلال وعلى الإجراءات معترف بها للتحقق في الواقع، ويعرف بأن هو عبارة عن مجموعة من العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث، بغية تحقيق بحث<sup>1</sup>.

فالمنهج هو ذلك التنظيم الفكري المتداخل في الدراسة العلمية، ومعنى أبطء هو الخطوات الفكرية التي يسلكها الباحث لحل مشكلة معينة.<sup>2</sup>

ونظرا لطبيعة الموضوع فقد تم الاعتماد على منهج المسح الشامل باعتباره المنهج المناسب والملائم للدراسة، حيث قمنا بمسح شامل لجميع الوكالات السياحية المتواجدة بولاية الأغواط.

## 3. أدوات الدراسة:

### - الملاحظة البسيطة:

الملاحظة هي مشاهدة منهجية تعتمد على الحواس وما تستعين به من أدوات الرصد والقياس أي أنها مشاهدة للظواهر في أحوالها المختلفة وأوضاعها المتعددة لجمع البيانات وتسجيلها وتحليلها للتعبير عنها بأرقام.

ومن خلال الملاحظة البسيطة التي يقوم فيها الباحث بملاحظة الظواهر والأحداث كما

<sup>1</sup> رشيد زرواتي: تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، الطبعة الأولى، ديوان المطبوعات الجامعية قسنطينة، الجزائر، 2008، ص

<sup>2</sup> احمد حافظ نجم ومحمد كمال عمارة: دليل الباحث بدون طبعة، دار المريخ للنشر، السعودية، 1988، ص 1

تحدث تلقائيا في ظروفها دون إخضاعها للضبط العلمي.<sup>1</sup>

وباعتبار أن الملاحظة هي أداة من أدوات البحث العلمي، فقد اعتمدنا في دراستنا على الملاحظة البسيطة بمراقبتنا لمجتمع الدراسة وهو في حالته الطبيعية، من أجل الإلمام بمتغيرات الدراسة ومؤشراتها

أن ملاحظتنا وقعت على نشاطات الوكالات السياحية الخاصة بالرحلات الترفيهية ببلديات الولاية التي يوجد بها أماكن مقصودة ووجهات سياحية محلية، وكوننا من الذين حضروا للرحلات، وملاحظاتي البسيطة لطبيعة النشاطات، وكيفية استخدام تكنولوجيا الاتصال في تنمية السياحة المحلية.

### المقابلة:

تتكون المقابلة في أبسط صورها من مجموعة من الأسئلة، معدة سلفا من قبل الباحث ويطرحها على الشخص موضوع البحث وجها لوجه أو يقوم الباحث بتسجيل الإجابات عليها مباشرة، أو عن طريق آلات تسجيل سمعي.<sup>2</sup>

وفي هذا الإطار أجرينا مقابلة غير مقننة مع عدد من العاملين بمديرية السياحة حيث أفادونا بمجموعة من المعلومات حول الجانب الميداني وزودونا بوثائق ومعلومات حول ولاية الأغواط ومعالمها السياحية وكذلك عناوين وعدد الوكالات بالولاية و قد تم ادراجها في الفصول و البعض منها بالملاحق.

**الاستبيان:**<sup>3</sup> تعتبر استمارة البحث من أكثر أدوات جمع البيانات شيوعا في البحوث الاجتماعية، وهذا ما يدفع الباحث إلى الاجتهاد أكثر من أجل صياغة استمارة البحث بصورة تؤدي إلى تحقيق أهداف الدراسة.

<sup>1</sup> مباركة خمقاني، أساليب وأدوات تجميع البيانات، مجلة الذاكرة مخبر التراث اللغوي والأدبي في الجنوب الشرقي الشرقي، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، العدد 9، جوان، 2017، ص 42.

<sup>2</sup> عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، دار النمير، دمشق، سوريا، 2004، ص 169.

<sup>3</sup> جازية كيران، محاضرات في المنهجية لطلاب علم الاجتماع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2016، ص 54.

وتم وضع استبيان مكون من 23 سؤال موزعين عبر ثلاث محاور، المحور الأول يتكون من أربع بيانات شخصية (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الحالة العائلية)، المحور الثاني يناقش الفرضية الأولى، والمحور الثالث يناقش الفرضية الثانية. (أنظر الملحق رقم 01)

وقد وزع على 43 مبحوث.

مواصفات المبحوثين:

الجدول رقم 01 يوضح توزيع أفراد مجتمع البحث حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	24	55,8
أنثى	19	44,2
المجموع	43	100,0

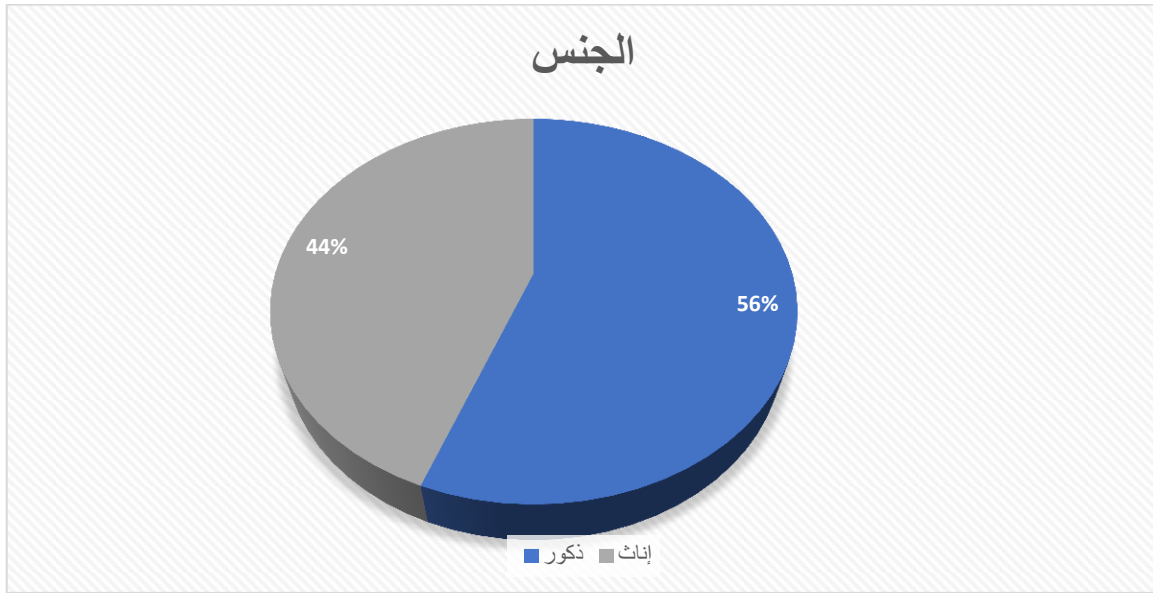
المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

التحليل الاحصائي:

من خلال الجدول الموضح أعلاه نلاحظ أنّ نسبة 55,8% تمثل أفراد مجتمع البحث الذكور العاملين بالوكالات السياحية، بينما تشير نسبة 44,2% إلى أفراد العينة الإناث العاملات بالوكالات السياحية.

نلاحظ أن النسب متقاربة الا انه تفوق عدد الذكور عن الإناث و هذا بما يتطلبه العمل أحيانا للتنقل و للسفر خارج البلاد و بعض الاجراءات كإحضار الفيزا و التنقل بين الولايات و في اوقات متأخرة احيانا خاصة فيما يتعلق بإجراءات الحج و العمرة

الشكل رقم 01 يوضح توزيع أفراد مجتمع البحث حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

الجدول رقم 02 يوضح توزيع مجتمع البحث حسب السن

السن	التكرار	النسبة
أقل من 25 سنة	8	18,6
من 25 إلى 30 سنة	9	20,9
من 31 إلى 35 سنة	15	34,9
أكثر من 35 سنة	11	25,6
المجموع	43	100,0

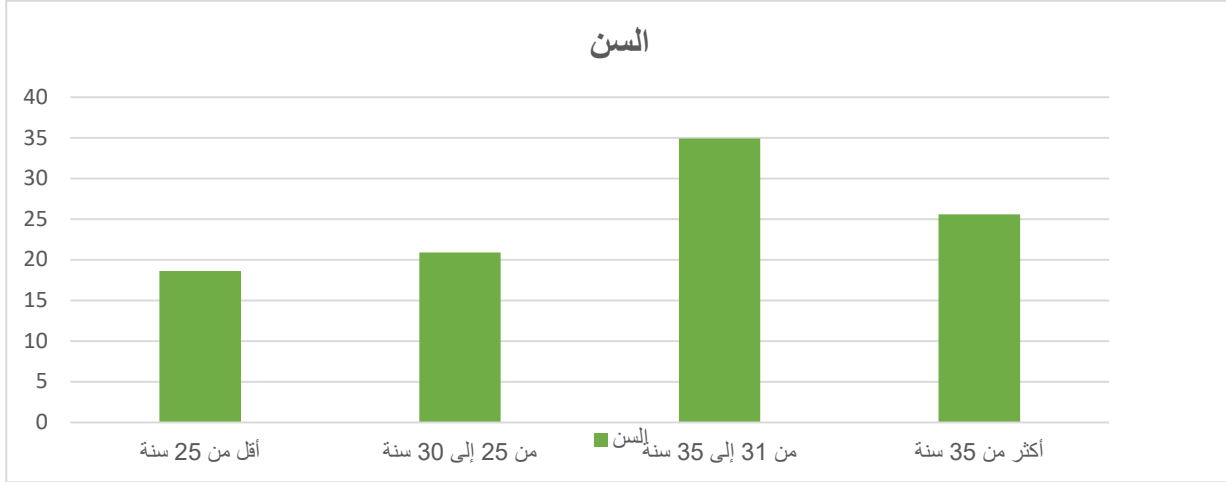
المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

التحليل الاحصائي:

نلاحظ من خلال الجدول أنّ نسبة 34,9% تمثل أفراد مجتمع البحث الذين أعمارهم من 31 إلى 35 سنة، بينما نجد نسبة 25,6% تشير إلى المبحوثين الذين أعمارهم أكثر من

35 سنة، في حين تشير نسبة 20,9% إلى أفراد مجتمع البحث الذين أعمارهم من 25 إلى 30 سنة، أما نسبة 18,6% تشير إلى المبحوثين الذين أعمارهم أقل من 25 سنة.

الشكل رقم 02 يوضح توزيع مجتمع البحث حسب السن



المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

الجدول رقم 03 يوضح توزيع المبحوثين حسب المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة
ثانوي	12	27,9
جامعي	31	72,1
المجموع	43	100,0

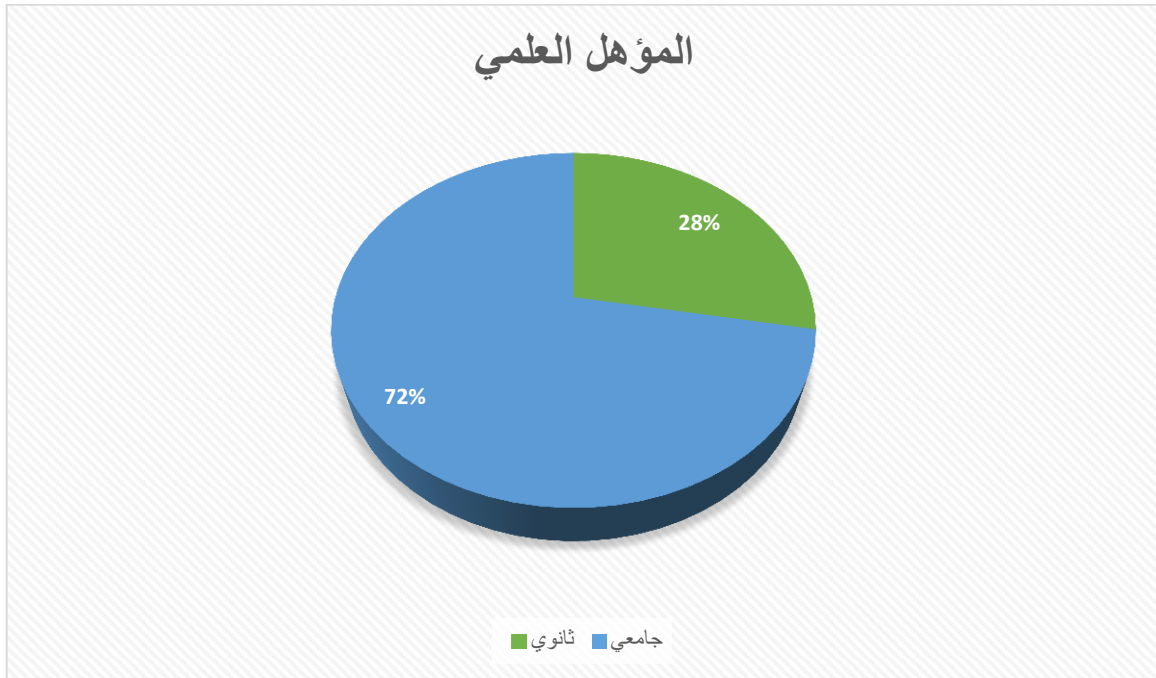
المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

#### التحليل الاحصائي:

من خلال الجدول نلاحظ أنّ نسبة 72,1% تمثل المبحوثين الذين لديهم مؤهل علمي جامعي، بينما تشير النسبة 27,9% إلى الأفراد الذين لديهم مؤهل علمي ثانوي.

يتبين من الجدول نلاحظ ان نسبة 27,9 % ليس لديهم مستوى تعليمي جامعي و قد يعود توظيفهم بالوكالة لعامل القرابة.

الشكل رقم 03 يوضح توزيع المبحوثين حسب المؤهل العلمي



المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

الجدول رقم 04 يوضح توزيع المبحوثين حسب التخصص العلمي

التخصص العلمي	التكرار	النسبة
علوم اجتماعية و انسانية	12	27,9
علوم قانونية و السياسة	12	27,9
علوم الاقتصاد و التسير	7	16,3
المجموع	31	72,1

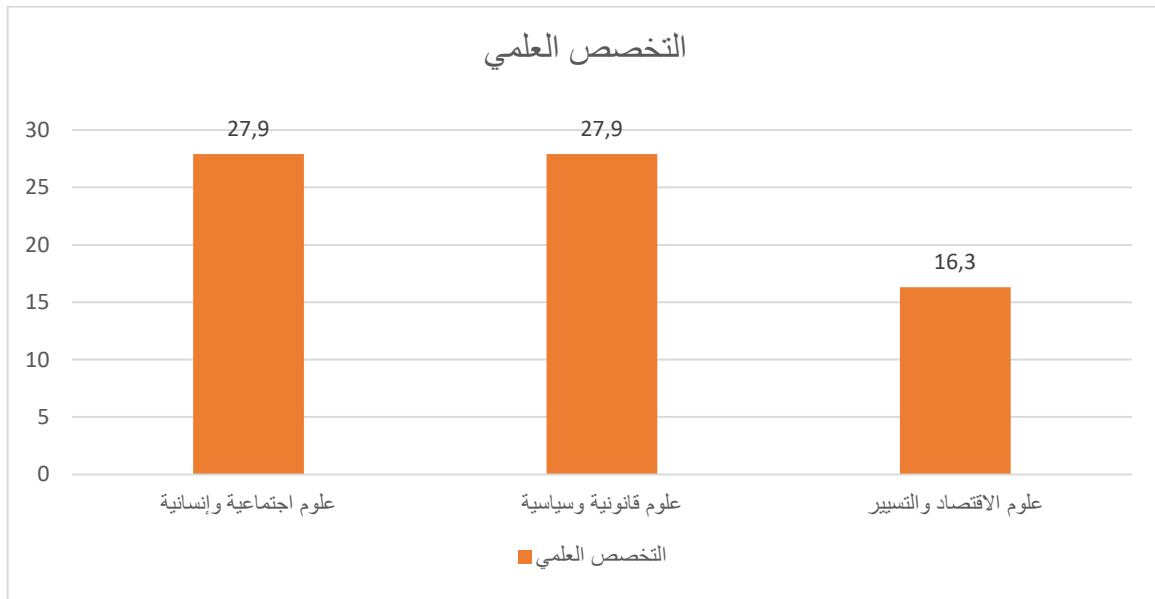
المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

- يمثل عدد الجامعيين فقط

التحليل الإحصائي:

نلاحظ من خلال الجدول أنّ نسبة 27,9% تمثل المبحوثين الجامعيين الذين تخصصهم العلمي علوم اجتماعية وإنسانية وكذلك علوم قانونية وسياسية، بينما نرى أن نسبة 16,3% تشير إلى الأفراد الجامعيين الذين تخصصهم العلمي علوم الاقتصاد والتسيير.

الشكل رقم 04 يوضح توزيع مجتمع البحث حسب التخصص العلمي



المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

الملاحظ اختلاف في التخصصات و نجد ان الوكالات لا تشترط التخصص على الرغم ان ذلك يلعب دورا مهما خاصة اذا كان العامل درس اعلام الي او فندقة او سياحة فذلك يساعد لا أكثر في التعامل مع الزبائن

4- تحليل نتائج الدراسة:

• عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الأولى:

الجدول رقم 05 يوضح علاقة الجنس بالتطبيقات التي تستخدم مع الزبائن

المجموع	ماسنجر	فايبر	واتساب	الفيسبوك	عند تواصلك مع الزبائن أو العمال هل تعتمد على أحد التطبيقات أو وسائل التواصل الاجتماعي الآتية؟	
					الذكور	النسبة
24	10	2	12	0	التكرار	الذكور
100,0%	41,7%	8,3%	50,0%	0,0%	النسبة	
19	0	11	0	8	التكرار	أنثى
100,0%	0,0%	57,9%	0,0%	42,1%	النسبة	
43	10	13	12	8	التكرار	المجموع
100,0%	23,3%	30,2%	27,9%	18,6%	النسبة	

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

التحليل الاحصائي:

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 57,9% تمثل أفراد العينة الاناث اللواتي يستخدمن فايبر عند تواصلهن مع الزبائن، بينما نجد نسبة 50% تشير إلى أفراد العينة الذكور الذين يستخدمون واتساب حين تواصلهم مع الزبائن، أما نسبة 42,1% فهي تشير إلى أفراد العينة الاناث اللواتي يستخدمن الفيسبوك عند تواصلهم مع الزبائن، فيما تشير نسبة 41,7% إلى أفراد العينة الذكور الذين يستخدمون الماسنجر عند تواصلهم مع الزبائن، في حين نجد أن نسبة 8,3% تشير إلى أفراد العينة الذكور الذين يستخدمون الفايبير حين تواصلهم مع الزبائن.

التحليل السوسيولوجي:

إنّ التطور التكنولوجي مس جميع جوانب الحياة والوكالات السياحية تسعى من خلال هذا التطور بتحسين خدماتها فالاستخدامات المتعددة للتطبيقات والوسائط للتواصل مع الزبائن وهي بهذا تحقق خدمات متميزة وسريعة وسهلة لزيائنها دون عراقيل بالتالي فإنّها تساهم بدرجة كبيرة في إنجاح خدماتها بدرجة أولى ولرضا زبائنها وهي بهذا تواكب التطور التكنولوجي باستخدامها لوسائل الاتصال الحديثة.

الجدول رقم 06 يوضح الأجهزة المستخدمة بالوكالة

المجموع	لوح الالكتروني	هاتف محمول	حاسو ب	هل تستخدم أثناء عملك بالوكالة وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال؟ إذا كان الجواب بـ " نعم" ما هي أكثر الأجهزة استعمالاً؟	
				التكرار	نعم
38	6	24	8	التكرار	
100,0%	15,8%	63,2 %	21,1 %	النسبة	
38	6	24	8	التكرار	المجموع
100,0%	15,8%	63,2 %	21,1 %	النسبة	

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

التحليل الاحصائي:

من خلال الجدول نلاحظ أنّ نسبة 63,2% تمثل أفراد العينة الذين يستخدمون أثناء عملهم بالوكالة وسائل تكنولوجيا الاتصال الممثلة في الهاتف النقال، وتشير نسبة 21,2% إلى المبحوثين الذين يستخدمون أثناء عملهم بالوكالة وسائل تكنولوجيا الاتصال الممثلة في

الحاسوب، بينما تشير نسبة 15,8% إلى أفراد العينة الذين يستخدمون أثناء عملهم بالوكالة وسائل تكنولوجيا الاتصال الممثلة في اللوح الالكتروني (تابليت).

### التحليل السوسولوجي:

يتضح من خلال قراءة النتائج أنّ الوكالات السياحية تواكب التطور التكنولوجي في مجال الاتصال وذلك من خلال اكتسابها مجموعة من الوسائل الاتصالية التي تساعدها في التواصل مع زبائنها وعملائها وأغلب عمالها يستخدمون الهاتف النقال بسهولة حمله وسهولة الوسائل التي من خلالها يكون التفاعل بين العاملين والزبائن، لذلك فنجد أنّ الوكالات السياحية تساهم في مواكبة التطور التكنولوجي في مجال الاتصال.

الجدول رقم 07 يوضح العلاقة بين استخدام التكنولوجيا في تحسين الخدمة واستخدامها في العمل

المجموع	قليلا	نوعا ما	كثيرا	هل تعتقد أن استخدام تكنولوجيا يساهم في تحسين من مستوى أو خدمات الوكالة؟ هل ترى أن عمال الوكالة يفضلون استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل	
31	0	7	24	نعم	التكرار
100,0%	0,0%	22,6%	77,4%	النسبة	
12	8	4	0	لا	التكرار
100,0%	66,7%	33,3%	0,0%	النسبة	
43	8	11	24	المجموع	التكرار
100,0%	18,6%	25,6%	55,8%	النسبة	

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

### التحليل الإحصائي:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أنّ نسبة 77,4% تمثل العمال الذين يستخدمون تكنولوجيا وسائل الاتصال في العمل ويعتقدون أن استخدام هذه التكنولوجيات يساهم في تحسين خدمات الوكالة، بينما تشير نسبة 66,7% إلى العمال الذين لا يستخدمون تكنولوجيا وسائل الاتصال في العمل وقليلًا ما يعتقدون أنّ استخدام هذه التكنولوجيات يساهم في تحسين خدمات الوكالة، أمّا نسبة 22,6% فهي تشير إلى العمال الذين يستخدمون تكنولوجيا وسائل الاتصال في العمل ويعتقدون أنه نوعًا ما تساهم هذه التكنولوجيات في تحسين خدمات الوكالات.

### التحليل السوسيولوجي:

يتضح لنا مما سبق أنّ الوكالات السياحية تواكب التطور التكنولوجي في مجال الاتصال وتحاول من خلال استخدامها لتكنولوجيا الاتصال في خدماتها من أجل تحسينها أكثر وتقربها من الزبائن أكثر في مختلف أوقات العمل، لذلك نجد أغلب أفراد العينة يرون أنّ استخدام وسائل الاتصال التي تمتلكها الوكالات في خدماتها يعزز من دورها في مساندة الواقع وفي تحسين خدماتها أكثر، بالتالي فتكنولوجيا الاتصال تساهم بدور كبير في تحسين وتطوير خدمات الوكالات السياحية.

الجدول رقم 08 يوضح المشاكل التي تواجه العاملين أثناء استخدامهم لتكنولوجيا وسائل الاتصال

النسبة	التكرار	المشاكل التي تواجه العاملين أثناء استخدامهم لتكنولوجيا وسائل الاتصال
23,3	10	عدم الجدية
18,6	8	نقص الثقة
58,1	25	كثرة الاستفسارات
100,0	43	المجموع

### التحليل الإحصائي:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنّ نسبة 58,1% تمثل العمال الذين يرون أنّ المشاكل التي تواجههم خلال استخدامهم لهذه الوسائل كثيرة الاستفسارات، بينما نجد نسبة 23,3% تشير إلى العاملين الذين يرون أنّ المشاكل التي تواجههم خلال استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال عدم الجدية، في حين نجد أنّ نسبة 18,6% تشير إلى العاملين الذين يرون أنّ المشاكل التي تواجههم خلال استخدامهم لهذه الوسائل نقص الثقة.

### التحليل السوسولوجي:

يتبين لنا أنّ العاملين بالوكالات السياحية حين يستخدمون تكنولوجيا وسائل الاتصال تواجههم بعض المشاكل التي تتعلق بكثرة الاستفسارات التي يتلقونها من خلال الاتصال الهاتفي أو في أحد الوسائط التكنولوجية، كذلك عدم الثقة أحيانا في الزبائن الذين لا يتعاملون بجدية في التواصل، لذلك فالوسائل التكنولوجية ساهمت في تسهيل الخدمة على الزبون والعامل إلا أنّه يوجد مشاكل تواجه الطرفين خلال التعامل.

### الجدول رقم 09 يوضح علاقة الجنس بامتلاك الوكالة لوسائل التكنولوجيا

المجموع	لا	نعم	الجنس	
			امتلاك الوكالة لوسائل التكنولوجيا	الجنس
24	0	24	ذكر	
19	9	10	أنثى	
43	9	34	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

### التحليل الاحصائي:

نلاحظ من خلال الجدول أنّ نسبة 24% من الذكور يرون أنّ الوكالة تمتلك وسائل تكنولوجيا الاتصال، بينما تشير نسبة 10% إلى الإناث اللواتي يرين أنّ الوكالة تمتلك

وسائل تكنولوجيا الاتصال، في حين نجد نسبة 09% تشير إلى الإناث اللواتي لا يرين أنّ الوكالة تمتلك وسائل تكنولوجيا الاتصال.

#### التحليل السوسولوجي:

يتضح لنا من خلال القراءة الإحصائية أنّ الوكالة عززت من امكانياتها في امتلاكها لوسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي تساعدها في إدارة خدماتها وتمكنها من تحسين خدماتها مع زبائننا في التواصل الفعال والمباشر بينها وبين الزبائن، فامتلاك وسائل اتصالية حديثة تساهم في مواكبتها للتغيرات الطارئة وتحسن من خدماتها وتسهل عملية التواصل بينها وبين زبائننا ووكلائها.

#### • عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الثانية:

الجدول رقم 10 يوضح علاقة الجنس بمدى مساعدة تكنولوجيا الاتصال إدارة الوكالة

المجموع	التبايغ عن التغيرات التي تطرأ على الأسعار أو البرامج	القيام بالإجراءات المناسبة عند حدوث مشكلة	السرعة لاستجابة للطلبات	هل تساعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال إدارة الوكالة في الجنس	
				التكرار	النسبة
24	0	10	14	التكرار	ذكر
100,0%	0,0%	41,7%	58,3%	النسبة	
19	13	0	6	التكرار	أنثى
100,0%	68,4%	0,0%	31,6%	النسبة	
43	13	10	20	التكرار	المجموع
100,0%	30,2%	23,3%	46,5%	النسبة	

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

**التحليل الاحصائي:**

من خلال الجدول نلاحظ أنّ نسبة 68,4% تمثل الاناث اللواتي يرين أنّ تكنولوجيا الاتصال تساعد غدارة الوكالة في الكشف عن المناطق السياحية المهمشة، بينما تشير نسبة 58,3% إلى الذكور الذين يرون أنّ تكنولوجيا الاتصال تساعد إدارة الوكالة في السرعة لاستجابة الطلبات، بينما نرى أنّ نسبة 47,7% تمثل الذكور الذين يرون أنّ تكنولوجيا الاتصال تساعد إدارة الوكالة في القيام بالإجراءات المناسبة عند حدوث مشكلة، بينما نلاحظ أنّ نسبة 31,6% تشير إلى الاناث اللواتي يرين أنّ تكنولوجيا الاتصال تساعد الوكالة في السرعة لاستجابة الطلبات.

**التحليل السوسيولوجي:**

إنّ سعي الوكالات السياحية لاكتساب وسائل اتصال حديثة تربطها مباشرة بزبائننا ما هو إلا لسيورتها التطور التكنولوجي، لذلك نجد أنّ العاملين بالوكالات ذكور وإناثا يرون أنّ اكتساب الوكالات لوسائل الاتصال والتكنولوجيا يساعد إدارتها في معالجة مختلف المشكلات حين حدوثها وتكتشف أيضا المناطق السياحية المهمشة وتمكنها من السرعة في استجابة الطلبات من زبائننا فكل هذا يوفره التطور التكنولوجي في مجال الاتصال.

الجدول رقم 11 يوضح استخدام تكنولوجيا وسائل الاتصال ودوره في تحسين الخدمات

المجموع	الكشف عن المناطق السياحية المهمشة	توفير خيارات عديدة ومتنوعة للسائح حسب امكاناته المادية	جودة الخدمة المقدمة في المطاعم والفنادق	هل استخدام وسائل وتقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال يزيد في: الاعتماد استخدام التكنولوجيا يحسن الخدمات	
				التكرار	نعم
36	2	13	21	التكرار	
100,0%	5,6%	36,1%	58,3%	النسبة	
7	7	0	0	التكرار	لا
100,0%	100,0%	0,0%	0,0%	النسبة	
43	9	13	21	التكرار	المجموع
100,0%	20,9%	30,2%	48,8%	النسبة	

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

#### التحليل الاحصائي:

نلاحظ من خلال الجدول أنّ نسبة 58,3% تمثل أفراد العينة الذين يرون أنّ استخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال يحسن الخدمات ويزيد في جودة الخدمة المقدمة في الفنادق والمطاعم، بينما تشير نسبة 31,1% إلى أفراد العينة الذين يرون أنّ استخدام تكنولوجيا الاتصال يحسن الخدمات ويوفر خيارات عديدة ومتنوعة للسائح حسب إمكانياته المادية، وتشير نسبة 5,6% إلى أفراد العينة الذين يرون أنّ استخدام تكنولوجيا الاتصال يحسن الخدمات ويساعد في الكشف عن المناطق السياحية المهمشة.

#### التحليل السوسولوجي:

إنّ تمكين الوكالات السياحية من استخدام تكنولوجيا الاتصال بمختلف وسائلها يحسن من خدماتها من جهة ومن جهة أخرى توفر له السهولة والمرونة في التعامل مع الزبائن، كما أنّ استخدام تكنولوجيا الاتصال يمكن الوكالات من تحسين خدمات جودة الفنادق والمطاعم

واكتشاف أماكن ووجهات سياحية أخرى ويمكن من حل المشكلات المتعلقة بالخدمات، لذلك يمكن القول إن وسائل الاتصال الحديثة ساهمت بتحسين خدمات الوكالات السياحية.

**الجدول رقم 12 يوضح علاقة جودة خدمات الوكالات السياحية بعرض المواقع**

المجموع	لا	نعم	عرض المواقع	
			التكرار	النسبة
32	1	31	التكرار	نعم
100,0%	3,1%	96,9%	النسبة	
11	11	0	التكرار	لا
100,0%	100,0%	0,0%	النسبة	
43	12	31	التكرار	المجموع
100,0%	27,9%	72,1%	النسبة	

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

**التحليل الاحصائي:**

نلاحظ من خلال الجدول أنّ نسبة 72,1% تمثل أفراد العينة الذين يرون أن الوكالات السياحية لها دور في عرض المواقع بجودة عالية، بينما تشير نسبة 27,2% إلى أفراد العينة الذين يرون أنّ الوكالات السياحية لا يوجد لها دور في عرض المواقع بجودة عالية.

**التحليل السوسولوجي:**

تسعى الوكالات السياحية من خلال امتلاكها لمختلف الوسائل التكنولوجية الحديثة في تحسين خدماتها بجودة عالية حتى تقوم بإرضاء زبائنها وهو ما يمكنها من استقطاب العديد من الزبائن والهدف الاستمرارية والبقاء، فنجد أغلب المبحوثين يقررون بأن الوكالات تساهم في تحسين خدماتها بجودة عالية خاصة في عرض المواقع.

الجدول رقم 13 يوضح مدى ترويج مجتمع البحث للسياحة بوسائل التكنولوجيا

التكرار	النسبة	هل تروج للسياحة، بواسطة وسائل التكنولوجيا وهل هناك استجابة
60,5	26	أروج وتوجد استجابة
27,9	12	أروج ولا توجد استجابة
11,6	5	لا أروج
100,0	43	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

#### التحليل الإحصائي:

نلاحظ من خلال الجدول أنّ نسبة 60,5% تمثل أفراد العينة الذين يرون أنّهم يروجون وتوجد استجابة، بينما نجد أنّ نسبة 27,9% تشير إلى أفراد العينة الذين يرون أنّهم يروجون ولا توجد استجابة، أما نسبة 11,6% تشير إلى أفراد العينة الذين لا يروجون أبداً.

#### التحليل السوسيولوجي:

يعتبر الترويج أحد أهم العوامل التي تساعد الوكالات السياحية في تقديم خدماتها ولعله سلاح ذو حدين يعكس الصورة الحسنة للوكالة لذلك فوسائل الاتصال تعتبر وسيلة هامة وفعالة في الترويج، وما نراه من خلال النتائج أنّ غالبية أفراد العينة يجدون استجابة للترويج الذي يقومون به، وهو ما يؤكد دور وسائل الاتصال في تحقيق ذلك.

الجدول رقم 14 يوضح علاقة الجنس باستخدام الإعلانات والقنوات

المجموع	لا	نعم	استخدام الإعلانات والقنوات ينشط التسويق السياحي والمنافسة في قطاع سياحة الجنس	
			التكرار	النسبة
35	17	18	التكرار	ذكر
100,0%	48,6%	51,4%	النسبة	
8	2	6	التكرار	أنثى
100,0%	25,0%	75,0%	النسبة	
43	19	24	التكرار	المجموع
100,0%	44,2%	55,8%	النسبة	

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

#### التحليل السوسولوجي:

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 55,8% تمثل أفراد العينة الذين يرون أن استخدام الإعلانات والقنوات ينشط التسويق السياحي والمنافسة في قطاع السياحة، مدعمة بنسبة 75% بالنسبة للإناث اللواتي يرين أن استخدام الإعلانات والقنوات ينشط التسويق السياحي، وكذلك نسبة 51,4% التي تمثل الذكور الذين يرون ان استخدام الاعلانات ينشط التسويق السياحي والمنافسة في قطاع السياحة، في حين نجد أن نسبة 44,2% تشير إلى أفراد العينة الذين لا يرون أن الإعلانات والقنوات تساهم في تنشيط التسويق السياحي والمنافسة في قطاع السياحة، مدعمة بنسبة 48,6% بالنسبة للذكور، و 25% بالنسبة للإناث.

#### التحليل السوسولوجي:

يتضح أن قطاع السياحة ينمو أكثر فأكثر من خلال التطور التكنولوجي الحاصل والذي مكن للوكالات السياحية لمنافسة خاصة في ظل تعدد الوسائط الاتصالية التي تلعب دورا

هاما في الترويج والاعلانات والسعي دوما للمنافسة بين مختلف الوكالات في تقديم خدمات معينة ذات جودة وكفاءة وفاعلية.

#### 5- الاستنتاج العام:

- إنَّ التطور التكنولوجي مس جميع جوانب الحياة والوكالات السياحية تسعى من خلال هذا التطور بتحسين خدماتها فالاستخدامات المتعددة للتطبيقات والوسائط للتواصل مع الزبائن
- أنَّ الوكالات السياحية تواكب التطور التكنولوجي في مجال الاتصال وذلك من خلال اكتسابها مجموعة من الوسائل الاتصالية التي تساعدها في التواصل مع زبائنها وعملائها
- يتضح لنا مما سبق أنَّ الوكالات السياحية تواكب التطور التكنولوجي في مجال الاتصال وتحاول من خلال استخدامها لتكنولوجيا الاتصال في خدماتها من أجل تحسينها أكثر وتقربها من الزبائن
- يتبين لنا أن العاملين بالوكالات السياحية حين يستخدمون تكنولوجيا وسائل الاتصال تواجههم بعض المشاكل التي تتعلق بكثرة الاستفسارات التي يتلقونها من خلال الاتصال الهاتفي أو في أحد الوسائط التكنولوجية
- يتضح لنا من خلال القراءة الإحصائية أنَّ الوكالة عززت من امكانياتها في امتلاكها لوسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي تساعدها في إدارة خدماتها وتمكنها من تحسين خدماتها مع زبائنها
- إنَّ سعي الوكالات السياحية لاكتساب وسائل اتصال حديثة تربطها مباشرة بزبائنها ما هو إلا لسيرورتها التطور التكنولوجي
- إنَّ تمكين الوكالات السياحية من استخدام تكنولوجيا الاتصال بمختلف وسائطها يحسن من خدماتها من جهة ومن جهة أخرى توفر له السهولة والمرونة في التعامل مع الزبائن
- تسعى الوكالات السياحية من خلال امتلاكها لمختلف الوسائل التكنولوجية الحديثة في تحسين خدماتها بجودة عالية حتى تقوم بإرضاء زبائنها

- يعتبر الترويج أحد أهم العوامل التي تساعد الوكالات السياحية في تقديم خدماتها الصورة الحسنة للوكالة.
- يتضح أنّ قطاع السياحة ينمو أكثر فأكثر من خلال التطور التكنولوجي الحاصل والي مكن للوكالات السياحية لمنافسة خاصة في ظل تعدد الوسائط الاتصالية.
- تساعد تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الترويج و التسويق بصورة اسهل و اسرع و في مناطق مختلفة و بعيدة.

خاتمة

## خاتمة:

إن تنمية القطاع السياحي أصبح ضرورة لا بد منها، ذلك لما له من إنعكاسات وفوائد عديدة ومختلفة على الاقتصاد الوطني والتنمية المحلية، فمدخولاته سريعة فورية ومباشرة، وهو لا يحتاج إلى رأس مال كبير كباقي القطاعات الأخرى كالصناعة مثلا، إضافة إلى أنه يخلق مناصب شغل جديدة وبالتالي يمتص العمالة العاطلة فهو يعتمد على خدمات الأشخاص وليس الآلات، إضافة إلى كل هذا فهو يساعد على حماية البيئة والمواقع الأثرية ونشر المميزات الثقافية للمنطقة داخل و خارج الوطن ما يعطي صورة شاملة لها وبطاقة فنية تعريفية عنها.

وبالرغم من المجهودات المبذولة من طرف الوكالات السياحية لجذب السياح واستخدامها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال والتسويق للخدمة السياحية المحلية ، إلا أنها تواجه عدة معوقات تحول دون تحقيقها للأهداف المنشودة ، فرغم تأييدها لمواكبة العصر وادراج التقنيات الالكترونية والإيمان بمدى تأثير ذلك العمل و على السائح الأجنبي ، إلا أن تلك الممارسات لا تزال تمارس بشكل غير منتظم ، وليست على أسس علمية واضحة ، حيث ينقصها الاهتمام دراسات السوق وتوفير كوادر مؤهلة في هذا المجال ، تكون مدربة و ذات كفاءة تليق بهذا القطاع الحساس .

أما على مستوى السياحة المحلية ، فعدم وجود الجدية والصرامة والدعم الضروريين ، وضعف الهياكل والمرافق السياحية ، ورداءة خدماتها إضافة لنقص الوعي السياحي لدى الشعب ... وغيرها من المشاكل التي تعيق عمل الوكالات يبقى عملها محدود لتنشيط الحركة السياحية، فمع كل المقومات السياحية التي تنعم بها الولاية ، و التي من شأنها أن تكون ميزة تنافسية ، فإنه لا يوجد استغلال جيد ورشيد لتلك المقومات ، ولم تصل بعد السياحة المحلية إلى المستوى والتطلعات المرغوبة، لذا فإن تنمية السياحة بالأغواط ، يجب

أن تكون بتكاتف الجهود بين مختلف القطاعات والتكامل فيما بينها لأجل الوصول للأهداف المرجوة ، والدفع بالاقتصاد المحلي و الوطني ، و الاستفادة من المنافع المختلفة للسياحة.

# قائمة المراجع

الكتب:

- 1- ابراهيم عمر يحيوي، تأثير تكنولوجيا الاعلام والاتصال على العملية التعليمية في الجزائر، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة العربية، عمان، الأردن، 2016.
- 2- أبو منصور محمد بن أحمد بن الأزهر الهروي، تهذيب اللغة، (ت370هـ)، تحقيق: محمد عوض مرعب، ج9، ص81، ط1، 2001م، دار إحياء التراث العربي، بيروت.
- 3- آلاء عمارة جوجل بلس يصل إلى المرتبة الثانية في شبكات التواصل الاجتماعي، عالم التقنية، 04/01/2023. [www.tec-wol-socialplatform](http://www.tec-wol-socialplatform).
- 4- توماس إليوت، ملاحظات نحو تعريف الثقافة، ترجمة وتقديم: شكري محمد عياد، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 2001.
- 5- تيري إيجلتون، فكرة الثقافة، ترجمة شوقي جلال، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 2012.
- 6- حسين محمود الهيثمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة، عمان، الأردن، ط1، 2015.
- 7- حمدي حسن: مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال ، دار الفكر العربي، القاهرة ، 1987.
- 8- خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، ط2، 2011.
- 9- خضر أحمد عطاء الله، دراسات في آفاق الفكر الإسلامي، دار الفكر للنشر والتوزيع، دبي، 1990.
- 10- خليل صابات: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها ، المكتبة الأنجلو المصرية ، ط5 القاهرة، 1987.
- 11- صادق و عباس : الإعلام الجديد : المفاهيم والوسائل والتطبيقات ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، عمان ، 2008 .

- 12- طوني بينيت وآخرون، معجم مصطلحات الثقافة والمجتمع، ترجمة سعيد الغانمي، المنظمة العربية للترجمة، توزيع مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 2010.
- 13- عباس محمد الصادق: الإعلام الجديد، دراسة جديدة في مداخله ونظريته، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2004.
- 14- عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد و الوسائل التطبيقية، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، ط2008، 1.
- 15- عبد الباسط عبد الوهاب : استخدام تكنولوجيا اتصال في الانتاج الإذاعي و التلفزيوني ، جامعة الحديث ، 2005.
- 16- عبد الرزاق الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، دار وائل، الأردن، 2011.
- 17- عبد الغني عماد، سوسيولوجيا الثقافة، عرض إبراهيم غرايبة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 2006.
- 18- عبد الله محمد زلطة : الإعلام الدولي في العصر الحديث ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 2002.
- 19- عبد المالك ردماني : تطوير تكنولوجيا الاتصال و العولمة المعلومات ، المكتبة الجامعية الحديثة 2008.
- 20- علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2014.
- 21- فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، العربي للنشر، القاهرة، 2011.
- 22- فؤاد شعبان، عيدة صبطي، تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديث، دار الخلدونية، الجزائر، ط3، 2012.
- 23- مجاهد أماني جمال، توظيف بعض إمكانات الشبكة العنكبوتية ويب لتقديم خدمات متطورة في المكتبات، مجلة دراسات المعلومات، مصر، العدد 08، ماي 2010.

- 24- محمد الفاتح حمدي وآخرون، تكنولوجيا الإعلام الحديثة الاستخدام والتأثير، مؤسسة كنوز، الجزائر، 2010.
- 25- محمد الفاتح حمدي، ياسين قرناني، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة الاستخدام والتأثير، دار كنوز الحكمة، ط1، الجزائر. 2011
- 26- محمد صاحب سلطان : وسائل الإعلام و الاتصال ، دراسة في النشأة و التطوير ، المسيرة للنشر و التوزيع ، عمان، 2011.
- 27- محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2006.
- 28- محمد علي : التكنولوجيا الحديثة و الاتصال الولي ، الشركة السعودية للأبحاث ، ط 1، 1999.
- 29- محمد محفوظ ، تكنولوجيا الاتصال ، المعرفة الجامعية ، الاسكندرية ، 2005 .
- 30- المرتضى الزبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس، دار المعلمين، القاهرة، مصر، 1994
- 31- معن النقري : المعلوماتية و المجتمع المركز الثقافي العربي ، المغرب ط 2011.
- 32- نبيل علي : العرب وعصر المعلومات ، المجلس الوطني للثقافة و الآداب ، الكويت ، 1994.
- 33- هرسكوفيتز ميلفيل. ج، أسس الأنثروبولوجيا الثقافية، ترجمة رباح النفاخ، وزارة الثقافة، دمشق، سوريا، - 1974.
- 34- وائل مبارك خضر فضل الله: اثر الفيسبوك على المجتمع، المكتبة الوطنية، السودان، 2011.

#### مجلات ودوريات:

- 1- أجقو علي: الصحافة الالكترونية العربية الواقع والآفاق ، مجلة المفكر، العدد 01، مارس 2006
- 2- بختي ابراهيم، شعوبي محمد فوزي، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة، مجلة الباحث، العدد7، 2010.

- 3- نور الدين مبني، كنزة حمدي: مواقع التواصل الاجتماعي أوعية جديدة لتشر الوعي الصحي، صفحة التفاح الأخضر على الفايسبوك نموذجا، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2، الجزائر، المجلد 17، العدد 01، 2020.
- 4- سمير كيم، وهيبة كواشي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي لدى الجزائريين، دراسة تحليلية لبعض مجموعات الفيسبوك، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة باتنة، الجزائر، المجلد 21، العدد 2، 2020.
- 5- أمينة وهيبة عبد العال، الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية، مجلة جامعة دمشق، العدد الأول، 2000.
- 6- دهيمي زينب: مواقع التواصل الاجتماعي " الفيسبوك"، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، المجلد 16، العدد 26، 2012.
- رسائل وأطروحات:**

- 1- تيتي حنان: دور وسائل الاعلام في تفعيل قيم المواطنة لدى الراي العام - حالة الثورات وقيم الانتماء لدى الشعوب العربية - مذكرة لنيل شهادة الماستر ، جامعة بسكرة ، كلية العلوم السياسية و العلاقات الدولية ، 2013/2014.
- 2- قاسم نسرين: دور وسائل الإعلام والاتصال في تفعيل السياسة العامة نموذج قطر ، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة بسكرة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم : العلوم السياسية والعلاقات الدولية 2012/2013.
3. منتهى الكيلاني، دور الفيسبوك في نشر ثقافة العمل التطوعي دراسة مسحية على عينة من طلبة الجامعات الأردنية، رسالة الماجستير في الإعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، 2019.
- 4- عبد الكريم عجمي الزباني، استخدامات وتمثيلات الشباب الليبي لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة منها قسم الاعلام، جامعة البحرين، ليبيا، 2010.

- 5-غزال مریم ، شعوبي نور الهدى ، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى طلبة الجامعيين ، مذكرة لنيل شهادة اليسانس ، جامعة ورقلة ، كلية العلوم الانسانية ، قسم علوم الاعلام و الاتصال ، 2013 ، 2014 ص ص 23. 24.
- 6-بوخونة سناء، دور مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك نموذجا في تنمية الوعي الصحي لدى الطلبة حول وباء كوفيد 21، دراسة ميدانية على طلبة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة جيجل، الجزائر، 2021.
- المراجع باللغة الأجنبية:

Spradley James, **Culture and Cognition**, Chandle Publishing Company, USA, 1973

Malika Boudjan le tourisme en Algérie état des lieux des perspectives de développement durable, thèse de doctorat, Faculté des sciences économiques de gestion et commercial, université d'Oron, 2008,.

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عمار ثليجي - الأغواط -

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علم الاجتماع والديمغرافيا



استمارة استبيان

الموضوع:

## تكنولوجيا وسائل الاتصال ودورها في تنمية السياحة المحلية

### (دراسة ميدانية بالوكالات السياحية بولاية الأغواط)

تعد الاستمارة التي بين ايديكم جزءاً من بحث يندرج ضمن مشروع مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر تخصص: علم الاجتماع الاتصال، والمعلومات التي يحتويها هذا الاستقصاء تعتبر ضرورية، لهذا نرجو من سيادتكم الإجابة عن جميع هذه الأسئلة ووضع العلامة X أمام الإجابة التي ترونها مناسبة، ونحيطكم علماً أن اجابتم لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

إشراف الدكتورة:

د. غربي عبلة

إعداد الطالبين:

عبد الرحمان عويسي

قسامية مروان

الموسم الدراسي 2023/2024

المحور الأول البيانات الشخصية:

(1) الجنس:

ذكر  أنثى

(2) المؤهل الدراسي:

متوسط  ثانوي  جامعي

(3) التخصص: ( التخصص فالجامعة، أو في المعهد أو تكوين، أو المهني... )

(4) سنوات العمل في هذا المجال (الخبرة العملية) :

أقل من 5 سنوات  من 5 سنوات إلى 10 سنوات  أكثر من 10 سنوات

المحور الثاني:

(5) هل تستخدم أثناء عملك بالوكالة وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال؟

نعم  لا

- إذا كان الجواب بـ "نعم" ما هي أكثر الأجهزة استعمالاً؟

هاتف محمول  كمبيوتر  لوح

أخرى تذكر.....

(6) عند تواصلك مع الزبائن أو العمال هل تعتمد على أحد التطبيقات أو وسائل التواصل الاجتماعي

الآتية؟ (يمكنك الإجابة أو اختيار على أكثر من إجابة)

الفايسبوك  الفايبر  الواتساب  سينجر

أخرى تذكر.....

(7) هل تمتلك الوكالة قاعدة بيانات تمكنها من الاتصال إلكترونياً بمختلف الجهات المعنية

نعم  لا

(8) هل ترى أن عمال الوكالة يفضلون استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل؟

نعم  لا

إذا كانت الإجابة بـ "لا" لماذا؟

.....

(9) هل تعتقد أن استخدام تكنولوجيا يساهم في تحسين من مستوى أو خدمات الوكالة؟

كثيرا  نوعا ما  قليلا

10 هل ترى أن الزبائن والعملاء عند الاستفسار يرغبون في التواصل عن طريق

الحضور شخصي  وسائل وتقنيات التكنولوجيا

11 أين تستخدم وسائل وتقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال؟

مع العمال داخل الوكالة

مع عمال من خارج الوكالة (مديرية السياحة)

مع الزبائن والعملاء

معهم كلهم

12 هل تعتقد أن استخدام التكنولوجيا في العمل يساعد على: (يمكنك تحديد أكثر من إجابة)

- السرعة في العمل و تنظيمه وإدارة الوقت بشكل أفضل

- التقليل من استخدام الأوراق في المراسلات

- يسهل التواصل مع العملاء أو العاملين في المجال السياحي

أخرى تذكر.....

13 عند استخدامك تكنولوجيا المعلومات والاتصال ما هي أكثر المشاكل التي تواجهكم؟

مشكلة عدم الجدية

نقص الثقة

كثرة الاستفسارات لسهولة استعمال هذه التقنيات

أخرى تذكر.....

المحور الثالث: تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنشيط السياحة وفي التنمية السياحية

14 هل يفضل الزبون أو المهتمين بالسياحة مشاهدة الخدمات المتوفرة عبر الوسائط الالكترونية

نعم  لا

15 في رأيك هل استخدام الوكالة لوسائل وتقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال يزيد من إقبال

الزبائن على العروض التي تقدمونها؟

كثيرا  نوعا ما  لا يزيد

16 هل تمتلك الوكالة وسائط الالكترونية (تطبيق أو موقع تواصل) لعرض: (يمكنك تحديد أكثر من

إجابة)

صورا وفيديوهات بها معلومات عن النشاطات أو المواقع المهمة بالمدينة

- معلومات يحتاجها السائح بأكثر من لغة حول مواقع السياحة الصحراوية بالمدينة
- دليلا أو خارطة سياحية بمختلف الفضاءات الأثرية والمزارات ومواقع السياحة للمدينة
- مخطط النقل والأماكن المهمة بالمدينة من مساجد ومستشفيات وأسواق.
- لا تمتلك

**(17)** هل تروج للسياحة، بواسطة وسائل التكنولوجيا وهل هناك استجابة؟

- أروج وهناك استجابة  أروج ولا توجد استجابة  لا أروج

**(18)** هل لاحظتم تغييرا أو فرقا بعد استخدامك لوسائل وتقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال (بين

السابق والحاضر)

- نعم  لا

إذا كانت الإجابة بـ "نعم" في ماذا (التغيير أو الفرق)؟

**(19)** هل تساعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال إدارة الوكالة في:

السرعة لاستجابة للطلبات ورغبات الزبائن

القيام بالإجراءات المناسبة عند حدوث أي مشكلة

التبليغ عن التغييرات التي تطرأ على الأسعار أو البرامج والرحلات السياحية.

أخرى تذكر.....

**(20)** هل تعتقد أن استعمال التكنولوجيا في المجال السياحي يحسن من الخدمات السياحية

- نعم  لا

**(21)** هل استخدام وسائل وتقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال يزيد في:

جودة الخدمة المقدمة في المطاعم والفنادق

توفير خيارات عديدة ومتنوعة للسائح حسب امكانياته المادية

الكشف عن المناطق السياحية المهمشة

أخرى تذكر.....

**(22)** هل عرض المواقع السياحية عن طريق الوسائط الالكترونية يدفع من المسؤولين من تحسين وضعية

الأماكن السياحية والاهتمام أكثر بالمجال السياحي.

- نعم  لا

**23/** هل استخدام الإعلانات والقنوات ينشط التسويق السياحي والمنافسة في قطاع سياحة.

- نعم  لا

**(23)** هل في رأيك نقص أو عدم استعمال وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال يؤثر في:

اهتمام بالسائح

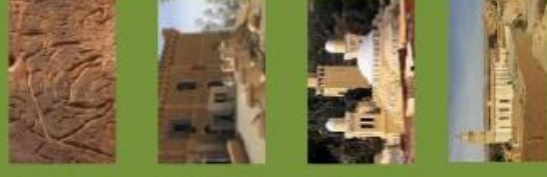
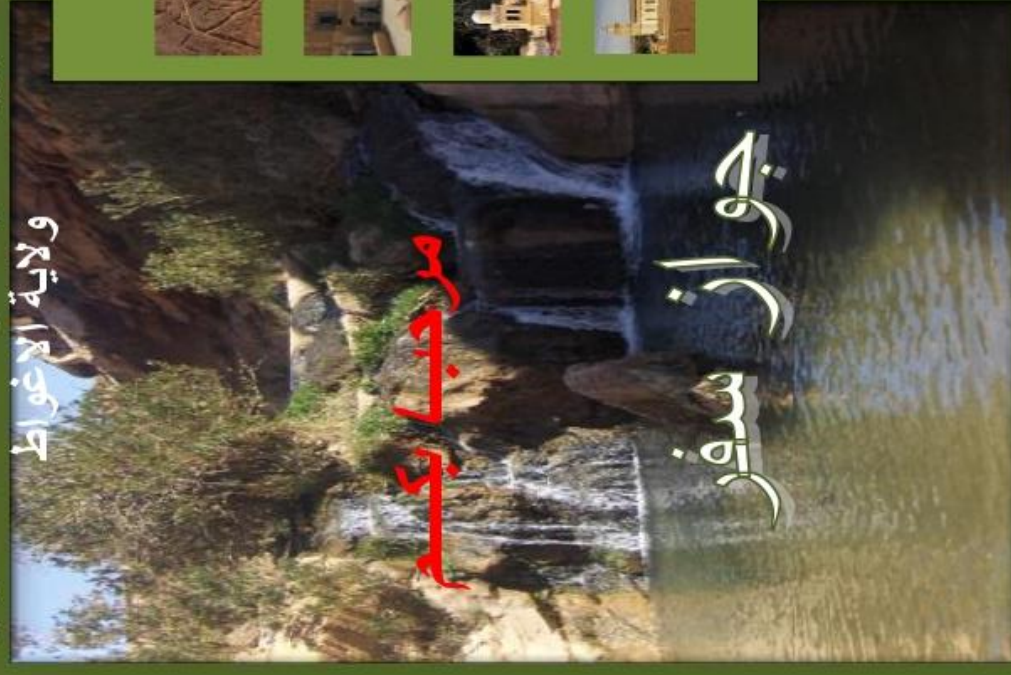
نظافة المكان والمحافظة على مواقع السياحة

لا تؤثر في شيء

نوعية مستوى الخدمات السياحية

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
مديرية السياحة و الصناعة التقليدية

ولاية الاغواط



مرحبا بكم



مديرية السياحة و الصناعة التقليدية ولاية الاغواط  
العنوان الساسي بولقعة ص.ب 7906 الاغواط  
الهاتف 029.10.58.53 FAX 029.10.58.54  
E-mail [dta.laghouat@hotmail.com](mailto:dta.laghouat@hotmail.com)



الرقم	إسم الوكالة	العنوان
01	وكالة هزيل للأسفار والسياحة	حي العمورة الأغواط
02	وكالة مزي للسياحة والأسفار	حي بوعامر الأغواط
03	وكالة أفلو للسياحة والأسفار	شارع تيارت أفلو
04	وكالة الرش للسياحة والأسفار	شارع الشهداء قسم 116 مجموع الملكية 88 بلدية الأغواط
05	وكالة القعدة للسياحة والأسفار	حي بوعامر رقم 23 مجموعة الملكية رقم 64 قسم 141 بلدية الأغواط
06	وكالة رحمون	محل 13 عمارة E حي 146 سكن ترقوي مدعم الأغواط
07	وكالة الرسمية	حي المحافير 213 مسكن إجتماعي تساهمي، محل تجاري الكائن بالعمارة رقم: A 13
08	فرع وكالة النجاج أجنبي	حي بن سحنون مقابل مقرر دائرة الاغواط
09	فرع وكالة الميعاد	طريق البيض بلدية افلو
10	وكالة همزة وصل تور	حي العمورة الأغواط
11	وكالة شعبي	شارع بلعربي بشير، مجموعة ملكية 14 قسم 134 - الأغواط-
12	وكالة غوطة فوياج	حي الإخوة منور بوعامر العمورة ملكية رقم 049 قسم 144 الأغواط

	0673-62-37-00	
11	وكالة شعبي	شارع بلعربي بشير، مجموعة ملكية 14 قسم 134-الأغواط- 0658-11-17-18
12	وكالة غوطة فوياج	حي الإخوة منور بوعامر المعمورة ملكية رقم 049 قسم 144 الأغواط
13	وكالة براقز تو تراقفل	شارع تيارت الطابق الأول رقم 25 أفلو - الأغواط -
14 # ✓	وكالة سفيران رويال تور	حي 700 سكن عمارة B1 رقم 07 الأغواط
15	فرع وكالة هزيل للسياحة والأسفار	حي النصر أفلو - الأغواط -
16 # ✓	فرع وكالة أولاد دراج للسياحة والأسفار	حي الشهداء بزار قوس قزح الطابق الأول - الأغواط -
17 # ✓	وكالة حمدة تراقفل	شارع محمد بن عون مجموعة ملكية 138 قسم 148 حي المعمورة - الأغواط -
18	فرع وكالة فرسان أطلس للأسفار والسياحة	حي 58 سكن عمارة b3 محل رقم 02 أفلو الأغواط
19	فرع وكالة عمارة للسياحة والأسفار	شارع الثورة الزراعية بلدية أفلو
20	عبيزة للسياحة والأسفار	تجزئة 540 قطعة رقم 37 بلدية أفلو
21 # ✓	فرع وكالة الرقيم سباحة وأسفار	حي الواحات الشمالية قسم 48 مجموعة ملكية رقم 14 الكائنة بتجزئة 234 قطعة الطابق الأول الأغواط

## أهم المواقع التي يمكن التعرف عليها

### الاعغواط

- القصر القديم زقاق الحجاج
- قلعة موران وبوسكارين
- ساحة النجمة و ساحة الجمهورية
- قبة سيدي الحاج عيسي
- الحي القديم الشطيط

### افلو

هي محطة مناخية و نقطة انطلاق السواح للبلديات الإثني عشر (12) المتواجدة بجبل عمور كما تشتهر المنطقة بنسيج الزرابي (زربية جبل لعمور ) التي تتعدى شهرتها حدود الوطن

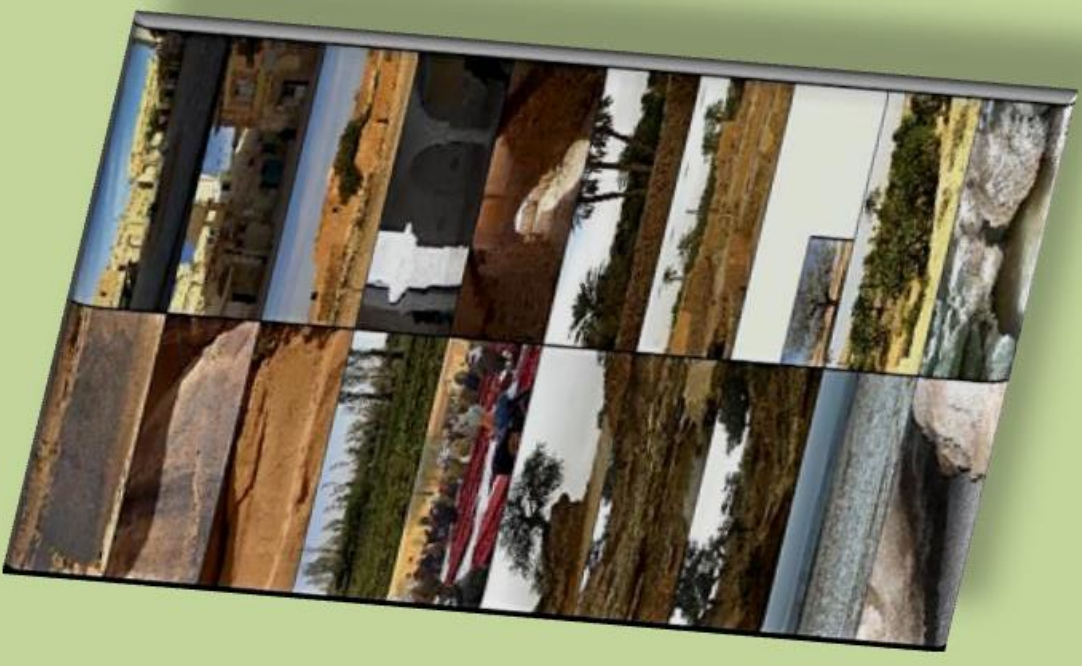


## الغيشة

تحتوي البلدية على خمس محطات للرسومات الصخرية التي ترجع إلى ما قبل التاريخ ومن أشهرها محطة عين سفييفة وقد تم تصنيفها كمعلم بموجب المرسوم رقم 1913/03/06 أما المحطات الأخرى فتتواجد في كل من: الحمارة ، وجرة الناقة ، كما تمتاز هذه المنطقة بمناظرها الطبيعية الخلابة كالشلالات ومنايع المياه العذبة الحدائق،الجبال والطاحونة المائية...الخ

## عين ماضي

تشتهر بالزاوية التيجانية مركز الطريقة التيجانية التي تأسست في القرن الثامن عشر و التي تعتبر مزار لمريدي الطريقة خاصة الوافدين من غرب افريقيا (موريطانيا النيجر،مالي،السينغال ، نيجيريا)  
- القصر القديم : معلم عمراني جد هام تأسس في القرن الثالث عشر .



## حاسي لادلاعة

بها فوهة من أصل نيزكي (Cratère Météoritique) يبلغ قطرها 1680م وعمقها 66م من أكثر الفوهات في العالم ، تعود الى ملايين السنين ، كانت محل دراسة من طرف جمعية بيرطانية بوهران بالتنسيق مع معهد العلوم الاثرية بنيس ومعهد الجيوفيزياء بلوس انجس هي منطقة يغلب عليها الطابع البدوي و انتشار نسج الزرابي و الخيم و تربية الخيول.

## سيدي مخلوف

تحتوي رسومات صخرية ترجع لحقب متفاوتة من عصور ما قبل التاريخ وتمتاز بكثافة رسوماتها وتوجد تحديدا بمنطقة الحصباية، إضافة إلى المناطق الأخرى بالرميلية و الراكوسة وواد الزليج ومرحمة ومنطقة بخداش التي تحوي مناظر طبيعية نادرة .



## تاجموت :

يتواجد بها سد جذب المياه الجوفية الوحيد على المستوى الإفرقي و قد بنى بين سنتي 1947 و 1951 م بالإضافة إلى القصر العتيق ، الحصن القديم و ضريح سيدي عطاء الله .

## تاويالة :

تحتوي قصر يعود الى القرن السابع عشر ميلادي ، يأخذ تصميمه نموذج قلعة محصنة في قلب جبل عمور له بايين عاليين و يتميز بأسواره الضخمة التي يتراوح علوها 5م و 8م و تحمل زواياه الأربع أبراج، هذا إلى جانب جبل التوميات و ينابيع المياه الراققة

## تاجرونة :

تحتوي القصر الصحراوي الذي شيده محمد بن يوسف كاف الملح بجبل ميمونة ، و بقايا حيوانية و نباتية متحجرة ورسومات حجرية تقع بخنقة سيدي ابراهيم، خنقة الملح و كاف ميزاب.



## البنوك

029.13.17.78	القرض الشعبي الجزائري
029.13.27.54	البنك الوطني الجزائري
029.13.19.14	البنك الخارجي الجزائري
029.13.19.66	بنك الفلاحة و التنمية الريفية
029.11.64.27	بنك التنمية المحلية
029.10.99.88	صندوق الوطني للتوفير و الاحتياط
029.14.22.74	صندوق الضمان الاجتماعي
029.11.64.32	البركة
029.10.23.69/23.67	الحماية المدنية
029.10.23.57/23.58	المستشفى
029.10.72.41/029.13.48.29	الولاية
029.93.10.02/029.93.21.22	دار الصناعة التقليدية
029.13.13.66	مديرية الثقافة
029.10.58.48/58.47	



## معدات :

- تنظم ولاية الاغواط سنويا الربيع الأغواطي
- سباق الخيل و الفاننازيا معارض مختلف الصناعات التقليدية و الحرف و انشطة اخرى ثقافية فنية... الخ
- وكذا عدة معدات من بينها :
- وعدة سيدي عطاء الله بتاجموت
- وعدة سيدي مخلوف
- وعدة سيدي بن الناصر بالحاج المشري
- وعدة المجالاتات بقلنة سيدي ساعد
- وعد حاسي الدلاعة



## أرقام الهاتف الفنادق

029.10.87.54	مرحبا
029.11.66.73/74/75	السيشل
029.93.32.09/87.40.97	صحراوي
029.16.60.11	الفضل
029.11.61.79/80	البستان
029.96.72.03	افنان
029.16.6012/14	طيبة
029.14.21.27	رانيا

## الوكالات السياحية

29.10.10.10	بن راشد
029.13.14.72	مزي للسياحة و الاسفار
029.10.88.71	الرشى
029.14.96.32	اسمهان
029.13.28.28	تام تورييم
029.13.22.09	هزيل
029.11.72.84/85	الغزال
029.16.66.65	افلو
029.13.19.37	القعدة
07.82.50.24.20	العربية
029.11.68.05/06	التجاح



## التعرف بالولاية

المساحة : 25052 كلم 2

المناخ : صحراوي

الموقع الجغرافي : جنوب الجزائر العاصمة على بعد

400 كلم

المنافذ

المحطة البرية

مطار مولاي احمد

الطريق الوطني رقم 01

الطريق الوطني 23

