

دور السياحة الرقمية في تعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة

(دراسة تحليلية لأراء عينة من الضيوف في عدد من المنظمات الفندقية في محافظة النجف)

امير عقيد كاظم العرداوي	عادل تركي فرحان الخالدي	كرار محمد مدلول الجنابي
كلية الادارة والاقتصاد	كلية الادارة والاقتصاد	كلية الادارة والاقتصاد
جامعة الكوفة-العراق	جامعة الكوفة-العراق	جامعة الكوفة-العراق
adelt.farhan@uokufa.edu.iq	ameera.alardawe@uokufa.edu.iq	Karrarm.otaiwi@uokufa.edu.iq

تاريخ النشر: 2023.07.31

تاريخ القبول: 2023.07.21

تاريخ الاستلام: 2023.06.04

الملخص

يهدف البحث الحالي الى بيان دور السياحة الرقمية المتمثلة بأبعادها (شبكة الانترنت، المواقع الإلكترونية، البريد الإلكتروني، المدونات، تقنية النشر المتزامن البسيط، الشبكات الاجتماعية، برامج خدمات الهاتف النقال في تعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة والمتمثلة بأبعادها (البعد البيئي، البعد الاجتماعي، البعد الاقتصادي)، حيث يعتبر كل من متغير السياحة الرقمية والتنمية الاستراتيجية المستدامة من المتغيرات الحديثة والتي ينبغي ان يتم اجراء العديد من البحوث لبيان العلاقة بينهما، وقد تم اختيار عينة من مجموعة من الفنادق من الدرجة (الخمس نجوم، والثلاث نجوم) في محافظة النجف وهي فندق (غرناطة، قصر الزهراء، بردى، الفرقدن، ودار الضيافة) لاختبار العلاقة بين المتغيرات، حيث بلغ عدد الاستبانة الموزعة على عينة البحث (110) استبانة واعتمد منها (100) استبانة صالحة للتحليل، وبعد جمع البيانات باستخدام الاستبانة، فقد استخدم المنهج الوصفي التحليلي بمساعدة برنامج الحزمة الإحصائية SPSS لاستخلاص النتائج، وقد توصل البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها عدت السياحة الرقمية ذات اهمية اقتصادية وجانب مهم جدا فيما لو استثمر بصوره صحيحة سيحقق إيرادات عالية جدا ويعد هذا النوع من السياحة ذا استدامة لانهائية وعلى متخذي القرار الاقتصادي ان يضعها في الحسبان، وفي ضوء ذلك تم صياغة مجموعة من التوصيات كان من أهمها ضرورة الاهتمام بالسياحة الرقمية وخصوصا في العراق بشكل عام والقائمين على إدارة الفنادق المذكورة بشكل خاص استثمار هذا القطاع المهم والحيوي والذي سيكون أحد اهم القطاعات الصناعية، وكذلك بث ثقافة السياحة الرقمية والترويج لها على المستوى المحلي والعالمي وتعريف الزبون الدولي بأهمية السياحة الرقمية التي من الممكن التوجه إليها.

الكلمات الدالة: السياحة الرقمية، استراتيجيات التنمية المستدامة.

The role of digital tourism in promoting sustainable development strategy

(An analytical study of the opinions of a sample of guests in a number of hotel organizations in the province of Najaf)

Karrar Mohammed Al-Janabi

Karrarm.otaiwi@uokufa.edu.iq

Adel Turki Al-khalidy

ameera.alardawe@uokufa.edu.iq

ameer Ageed kadhim Al-ardawe

adelt.farhan@uokufa.edu.iq

College of Administration and Economics

University of Kufa

Abstract

The current research aims to clarify the role of digital tourism represented by its dimensions (Internet, websites, e-mail, blogs, simple simultaneous publishing technology, social networks, mobile phone services programs) in order to promote the sustainable development strategy represented by its dimensions (environmental dimension, social dimension, economic dimension), among a sample of selected from a group of (five-star and three-star) hotels in the province of Najaf, which are (Granada, Al-Zahraa Palace, Barada, Al-Farqadin, and Dar Al-Diyafa) Where each of the digital tourism variable and sustainable strategic development are considered modern variables, and a lot of research should be conducted to show the relationship between them. , Al-Zahra Palace, Barada, Al-Farqadin, and Dar Al-Diyafa) to test the relationship between the variables, as the number of questionnaires distributed to the research sample reached (110) questionnaires, of which (100) valid questionnaires were adopted for analysis, and after collecting data using the questionnaire, The descriptive analytical approach was used with the help of the SPSS statistical package to draw conclusions, the research has reached a set of conclusions, the most important of which is that digital tourism is of economic importance and a very important aspect if it is invested correctly, it will achieve very high revenues, and this type of tourism is infinitely sustainable, and economic decision-makers must take it into account, and in In light of this, a set of recommendations was formulated, the most important of which was the need to pay attention to digital tourism, especially in Iraq in general, and those in charge of managing the aforementioned hotels in particular, to invest in this important and vital sector, which will be one of the most important industrial sectors, as well as to spread the culture of digital tourism and promote it at the local and global level and define The international customer is aware of the importance of digital tourism, which can be addressed.

Key words: digital tourism, sustainable development strategy.

المقدمة

السياحة الرقمية هي أحد الركائز الرئيسية للتنمية المستدامة في الدول المتقدمة وعلى الرغم من تنوع المنتج السياحي فإن قطاع السياحة من القطاعات التي تعتمد بشكل كبير على التكنولوجيا كوسيلة فعالة ومهمه لتبادل المعلومات عن المنتج السياحي والخدمات المقدمة في المقاصد السياحية وطرق التسويق الحديثة التي تعتمد على استخدام الوسائط الرقمية المتعددة (البار، 2005). إذ تعتبر السياحة الرقمية من أبرز مظاهر التطور التكنولوجي الذي يشهده العالم اليوم حيث فتحت أفاق جديدة أمام الآلاف من السائحين والباحثين مع تغير مفهوم المكان والزمان بالنسبة للتطورات التي يشهدها المجتمع البشري من خلال الانتقال المتزايد من عالم الماديات إلى عالم الإلكترونيات الرقمية حيث فتح الطريق إلى اقتصاد جديد، ويرى المختصون في المجال السياحي أن الإنترنت أصبح العمود الفقري والركيزة الأساسية لصناعة السياحة في الوقت الراهن (Nedelea & Bălan, 2010). وفي ظل التنافس العالمي بين الدول على النهوض بكافة قطاعات الدولة، واكتساب الميزة التنافسية في الأسواق الدولية والتمكن من الوقوف بقوة في ساحة الأعمال الدولية بشتى مجالاتها أضحت مفهوم استراتيجية التنمية المستدامة أساساً لتمكين الدولة اقتصادياً وسياسياً واجتماعياً وعسكرياً وديمقراطياً، حيث تسعى الدول إلى تحقيق التنمية وقد كثر استخدام مفهوم استراتيجية التنمية المستدامة في الوقت الحاضر وعرفت لجنة استراتيجية التنمية المستدامة بالتنمية التي تأخذ بعين الاعتبار حاجات المجتمع دون المساس بحقوق الأجيال القادمة في الوفاء باحتياجاتهم (خلفاوي، 2015) من هذا المنطلق فإن البحث الحالي جاء لتسليط الضوء على دور السياحة الرقمية في تعزيز استراتيجية التنمية المستدامة من خلال أربعة مباحث، اهتم المبحث الأول بمنهجية البحث، فيما تضمن المبحث الثاني الجانب النظري للبحث، أما المبحث الثالث فخصص للجانب التطبيقي، وجاءت الاستنتاجات والتوصيات التي توصل إليها الباحث في المبحث الرابع والآخر.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث

يتطلب التوجه نحو الثقافة الرقمية في المؤسسات السياحية إحداث تغيير جذري في أسلوب إدارة هذه المؤسسات والشركات، حيث يستلزم تطبيق التقنيات الرقمية المتطورة كأساس عمل لكل عناصر المؤسسة من دعم اتخاذ القرار والاستراتيجيات وحتى أصغر الأمور والتعاملات الداخلية لذلك ظهر ما يعرف بالسياحة الرقمية كنتيجة لانتشار الثقافة الرقمية في المؤسسات السياحية، حيث يوجد قصور في تطبيق مفهوم البنية الرقمية في كافة المعاملات السياحية، وقصور في نشر الثقافة الرقمية بالشركات السياحية عامة، وآلية التحول الرقمي من خلال توافر البعد التكنولوجي والبعد الإداري والبعد البشري تحقيقاً لأعلى جودة للخدمة السياحية من خلال التحسين المستمر للخدمة والوصول لرضا العميل ومن هذا المنطلق فقد جاءت فكرة هذه البحث والتي تهدف إلى التعرف على دور السياحة الرقمية وأثرها في تعزيز استراتيجية التنمية المستدامة حيث تكمن مشكلته البحث الرئيسية وذلك من خلال التساؤلات التالية: لذا مشكلتنا الرئيسية هي " هل للسياحة الرقمية دور في تعزيز استراتيجية التنمية المستدامة " وتتبقى منها التساؤلات النوعية الاتية:

- 1- هل هناك دور للسياحة الرقمية المتمثلة بأبعادها (شبكة الانترنت، المواقع الإلكترونية، البريد الإلكتروني، المدونات، تقنية النشر المتزامن البسيط، الشبكات الاجتماعية، برامج خدمات الهاتف النقال) في استراتيجية التنمية المستدامة.
- 2- كيف يمكن ان تسهم السياحة الرقمية في زيادة وخلق قيمة اقتصادية مستدامة.
- 3- هل تطبيق السياحة الرقمية يساعد أصحاب الفنادق على تقديم خدمات أفضل وبالتالي خلق ميزة تنافسية مستدامة.

ثانياً: أهمية البحث

تأتي أهمية البحث العلمية والعملية من أهمية أنظمة التسويق الرقمي لشركات السياحة والسفر، وكذلك من التغيرات المستمرة والمتعددة في عمليات التحول الرقمي والاستفادة من الوسائط التكنولوجية كونها وسيلة مهمة لتحقيق القدرات التنافسية من خلال دعم تسويق المنتجات والخدمات السياحية وأهمها توفير المعلومات الفورية لعملاء هذه الشركات في أرجاء العالم، والتي تعتبر مصادر للخبرة السياحية بالإضافة إلى الاهتمام بتجارب الدول التي تعتبر مصدراً مهماً لهذا التطوير والتحول في اتجاه تحقيق أكبر استفادة من عمليات التحول الرقمي المتسارع، كما تبرز أهمية البحث في تسليط الضوء على الكيفية التي يؤثر بها السياحة الرقمية في استراتيجية التنمية المستدامة باعتبارها من بين أبرز المقومات السياحية، كما تعتبر السياحة الرقمية مجالاً وموضوعاً عميقاً لا بد من دراسته وإعطائه أهمية بالغة.

ثالثاً : أهداف البحث

أن الهدف الرئيسي لهذا البحث هو :-

- 1-أبرز الدور الذي تلعبه السياحة الرقمية في تعزيز استراتيجية التنمية المستدامة.
- 2- التعرف على الاطار النظري والمفاهيمي للسياحة الرقمية واستراتيجية التنمية المستدامة.
- 3- تحديد اهم الابعاد والاهداف والخصائص السياحة الرقمية واستراتيجية التنمية المستدامة.

رابعاً : فرضيات البحث

الفرضية الرئيسية : توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية موجبة بين السياحة الرقمية ودورها في استراتيجية التنمية المستدامة.

الفرضية الفرعية : انبثقت من الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية الآتية :-

- ◀ تؤثر السياحة الرقمية تأثيراً معنوياً في استراتيجية التنمية المستدامة.
- ◀ تؤثر شبكة الانترنت تأثير معنوياً في استراتيجية التنمية المستدامة.
- ◀ تؤثر المواقع الإلكترونية تأثيراً معنوياً في استراتيجية التنمية المستدامة.
- ◀ يؤثر البريد الإلكتروني تأثيراً معنوياً في استراتيجية التنمية المستدامة.
- ◀ تؤثر المدونات تأثير معنوياً في استراتيجية التنمية المستدامة.
- ◀ تؤثر تقنية النشر المتزامن البسيط تأثيراً معنوياً في استراتيجية التنمية المستدامة.
- ◀ تؤثر الشبكات الاجتماعية تأثيراً معنوياً في استراتيجية التنمية المستدامة.

◀ تؤثر برامج خدمات الهاتف النقال تأثيراً معنوياً في استراتيجية التنمية المستدامة.

خامساً : حدود البحث

-**الحدود المكانية:** تمثلت في مجموعة من فنادق الدرجة الأولى في محافظة النجف.

-**الحدود الزمانية :** تتمثل بمدة إعداد البحث عملياً ونظرياً في مجموعة من الفنادق ، ومدة الحصول على البيانات المطلوبة للبحث وتوزيع استمارات الاستبيان واستلامها والتي امتدت خلال شهري نيسان وإيار (أبريل، مايو) من العام 2023 .

-**الحدود العلمية:** تتحدد من خلال أهمية وأهداف البحث.

سادساً : مجتمع وعينة البحث

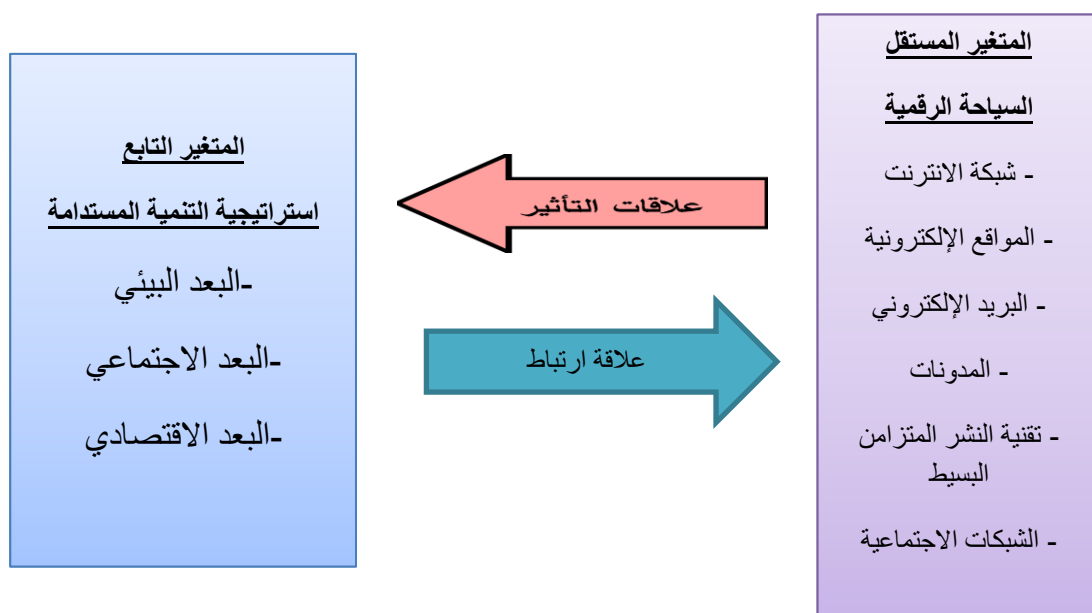
تم اختيار مجموعة من الفنادق من الدرجة (الخمس نجوم، والثلاث نجوم) في مدينة النجف وهي فندق(غرناطة، قصر الزهراء، بردى، الفرقدين، ودار الضيافة) كمجتمع للبحث الحالي، حيث بلغ عدد الاستبانات الموزعة على عينة البحث (110) استبانة واعتمد منها (100) استبانة صالحة للتحليل. اما بشأن تحليل البيانات العملية فقد اعتمد البحث على البرنامج الإحصائي (SPSS) وبعض المقاييس الإحصائية الأخرى.

سابعاً : المنهج المتبع في البحث

استخدم الباحثون المنهج الوصفي التحليلي بمساعدة برنامج الحزمة الإحصائية SPSS لاستخلاص النتائج المتعلقة بالدراسة.

ثامناً : المخطط الفرضي للبحث

على ضوء اهداف ومشكلة البحث وضمن الإطار العملي والنظري للبحث تم تصميم نموذج افتراضي يعبر عن العلاقة بين متغيرات البحث وكما في الشكل (1)



الشكل (1) المخطط الفرضي للبحث

المبحث الثاني: الجانب النظري للبحث

أولاً: مفهوم السياحة الرقمية

أدى تطور الإنترنت في أواخر التسعينيات إلى تحول جذري في الممارسات التشغيلية والاستراتيجية في صناعة السياحة. منذ عام 2000، شهد التأثير التحويلي الحقيقي لتقنيات الاتصالات وكيف يتفاعل العملاء مع الشركات السياحية (B2C، C2B) وكذلك تفاعلات الأعمال إلى الأعمال (B2B). لا تعمل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فقط على تمكين المستهلكين من تحديد المنتجات السياحية وتخصيصها وشرائها، ولكنها تدعم أيضاً عولمة الصناعة من خلال توفير أدوات فعالة للموردين لتطوير عروضهم وإدارتها وتوزيعها في جميع أنحاء العالم (Gelter, 2017)

وذكر (الخوالة، 2022) أن السياحة الرقمية تعد أحد المجالات التي شهدت اهتماماً متزايداً في الآونة الأخيرة وبالأخص بعد جائحة كورونا كونها تشكل أحد موارد التنمية الشاملة وتحديداً الاقتصادية والاجتماعية منها إذ يعد سوق السياحة سوقاً واعداً فالاستثمار فيه وتنميته واستمراره يشكل مورداً مستداماً خلافاً للاستثمار في الموارد الطبيعية وفي خضم التطورات المتسارعة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومن أبرزها التحول الرقمي وانتشار التقنيات الرقمية يواجه قطاع السياحة بمؤسساته وشركاته تحديات كبيرة مما يفرض عليه ضرورة إعادة النظر في استراتيجياته وأنظمتها ليتماشى مع تلك التطورات ليلحق بالركب ليس فقط لزيادة قدرته "بالسياحة الرقمية"، والتي تشمل استخدام التقنيات الرقمية الحديثة لجميع الأنشطة السياحية من خلال الترويج والتسويق للمنتجات السياحية وتقديم الخدمات المتعلقة بها على المنصات الرقمية والمواقع الإلكترونية التنافسية وإنما لضمان بقائه واستمراره في السوق.

ومن خلال ما ذكر أنفا يمكن تعريف السياحة الرقمية على أنها الدعم الرقمي للتجربة السياحية قبل وأثناء وبعد النشاط السياحي. وقد يكون هذا النشاط توصية لمساعدة شخص ما في العثور على سكن مناسب أثناء التخطيط للعطلة أو تطبيق مرشد سياحي متنقل على هواتفهم الذكية أثناء وجودهم هناك أو القدرة على استكشاف صور العطلات بسهولة (Benyon, et.,al, 2014) وعرف (مونة ومسعودي، 2015) أن مفهوم السياحة الرقمية مرتبط بالخدمات التي تقوم بتوفيرها تكنولوجيا المعلومات والاتصال وذلك لغرض إنجاز الخدمات السياحية والفندقية بشكل عام والقيام بترويجها عبر مختلف الشبكات وبذلك فهي تستخدم جميع شركاء القطاع السياحي من مؤسسات وهيئات وافراد وتعتمد على ادارته على التقنيات الحديثة.

ثانياً: أهمية السياحة الرقمية

تتمثل أهمية السياحة الرقمية في تيسير تقديم المعلومات التي تعتمد عليها صناعة السياحة الرقمية من برامج في تعزيز استراتيجية التنمية المستدامة و بإمكان السائح السياحي الحصول على جميع البيانات والمعلومات التي يحتاجها عن استراتيجية التنمية المستدامة من خلال شبكة الانترنت تتيح شبكة الانترنت على المعلومات التفصيلية المكتوبة والمصورة التي يستطيع السائح من خلالها في تعزيز استراتيجية التنمية المستدامة الأنسب منها وإمكانية قيام السائح بتصميم البرنامج السياحي الرقمية الذي يرغب فيه دون التقيد ببرنامج للتكلفة وسهولة تطوير برامج السياحة الرقمية وظهور أنشطة سياحية جديدة تتفق مع شرائح السائحين

المختلفة (حميدي، 2019) وإن للسياحة الرقمية القدرة الكبيرة من خلال تحفيز السائحين الداخليين والخارجيين على تقبل الخدمة السياحية بكل أنواعها، وذلك من خلال لفت الانتظار إلى المقاصد السياحية وأماكن الجذب السياحي ومختلف المؤهلات السياحية ما يساعد على إقبال كثيف للسياح وبذلك تجني المؤسسات السياحية إيرادات ضخمة (بهلول وآخرون، 2022)

ثالثاً: أهداف السياحة الرقمية

تركز السياحة الرقمية على مجموعة واسعة من الوجهات والسياقات ، مثل المتاحف والتجمعات والريف وحدائق الحيوان والمتنزهات الترفيهية ويستخدم المصممون والباحثون عددًا من الأدوات والحلول المختلفة لاستيعاب السائح ، على سبيل المثال ، الخرائط التفاعلية ، والمساعدات السياحية ، وتحديد نقاط الاهتمام وتوليد الهدايا التذكارية هذه الأدوات والمناهج هي مجموعة من تقنيات التصميم في مجال السياحة الرقمية (Durrant, et., al, 2011) و يهدف تطبيق استراتيجية السياحة الرقمية إلى توفير تجربة سلسلة للسياح والجهات المعنية بما يدعم ازدهار قطاع السياحة إذ تركز استراتيجية السياحة الرقمية توفير بيئة تفاعلية تسمح للمبتكرين في القطاع التقني بتجربة حلول السياحة الرقمية الجديدة ودعم تطبيقات الواقع الممتد للسياحة (مثل الواقع الافتراضي والواقع المعزز) وتشجيع الاستدامة من حيث مكافأة السياح على الممارسات الصديقة للبيئة وجذب المستثمرين من حيث بناء شبكة من المستثمرين في القطاع السياحي وإشراكهم من خلال منصات السياحة الرقمية وتهدف السياحة الرقمية إلى ضرورة تعزيز استراتيجية التنمية المستدامة من أجل مواكبة الثورة التكنولوجية والانتقال من الخدمات السياحية التقليدية إلى الخدمات السياحية الرقمية كما تساهم السياحة الرقمية في خلق فرص لتقديم خدمات مبتكرة وإبداعية وتساعد الشركات السياحية الرقمية على التوسع والانتشار لنطاق أوسع من السواح في تعزيزهم لتنمية المستدامة (هيثم ونصر الله، 2020)

رابعاً: النقائص التي تواجهها السياحة الرقمية

- تواجه السياحة الرقمية العديد من النقائص تذكر منها (بن عاشور، 2015)
1. محدودية الاستخدام فعلى الرغم من انتشار التطبيقات الرقمية إلا أن المجال السياحي لازال متخلفا في استخدامها.
 2. أغلب السياح ومستخدمي وسائل السياحة الرقمية من الفئات العالية الدخل وذات المستوى التعليمي العالي مما يحد من التوسع في استخدامها ويقلل من الجمهور المستهدف.
 3. الانتشار الكبير للمواقع المخادعة أو المواقع الوهمية وانتشار القراصنة الرقبيين وهذا من شأنه عرقلة المواقع الرقمية.

خامساً: أبعاد السياحة الرقمية

أوضحت (حسنية ، 2012) أن هناك ابعاد عن السياحة الرقمية يمكن حصرها فيما يلي:

1. شبكة الإنترنت: بعد انتشار شبكة الإنترنت وتزايد عدد مستخدميها حول العالم، تحولت التنظيمات السياحية المختلفة نحو هذا الوسيط الجديد الذي يعتبر أكثر سرعة وسهولة ودقة وتنوعا في إيصال الخدمة السياحية للسائح من خلال الخدمات الاتصالية والتسويقية على الإنترنت.

2. **المواقع الإلكترونية:** لقد عوضت خدمات مواقع الويب الكثير من المهام التي تتطلب زيارة مكاتب السياحة للحصول على الكتيبات السياحية التقليدية، بعملية التصفح التي لا تستلزم الكثير من الوقت والجهد، كما يستطيع الويب أن يمنحنا معلومات عن الطقس والسكن والمعلومات التاريخية ومراكز الترفيه ووسائل النقل والخرائط وشركات الطيران ومواعيد الرحلات والفنادق وتأجير السيارات الخ.

3. **البريد الإلكتروني:** وهو من أهم خدمات الإنترنت التواصلية حيث يقوم بنقل الرسائل بسهولة وسرعة وبدون كلفة مالية كما استطاع أن يقضي على المسافات والحواجز، كما يسمح بالتواصل صوتاً وصوراً من المواقع السياحية.

4. **المدونات:** وهي المداخلات التي تمكن السائح من تسجيل آرائه في جودة الخدمة المقدمة إليه والتي تكون بمثابة رقيب على الخدمات المقدمة إليه.

5. **تقنية النشر المتزامن البسيط :** وهي وسيلة سهلة تمكن القارئ من الحصول على ما يستجد من أخبار ومواضيع فور ورودها على موقعه المفضل على شبكة الإنترنت، مما يجعل هذه الخدمة وسيلة تساعد شركات السياحة على نشر جديدها وتسهيل على السائح معرفة كل ما يستجد في عالم السياحة.

6. **الشبكات الاجتماعية:** وهي استخدام تطبيقات الإنترنت للتواصل والاتصال بالغير التي تتيح لمستخدميها إنشاء صفحات تعريفية والتعبير فيها والتواصل مع الأشخاص وتداول خبراتهم صوتاً وصورة، فهي توفر للسائح فرصة التعرف أكثر على المناطق والخدمات السياحية عبر الصفحات التي تمتلكها شركات السياحة والطيران والفنادق والقرى السياحية.

7. **برامج خدمات الهاتف النقال :** فبرمجيات الهاتف المحمول الذكي أصبحت أهم مصادر المعلومات حول الخدمة السياحية بشكل سريع وفي الوقت الحقيقي لمساعدة السائح على الحصول على خطة الرحلة أو مكان توافر خدمة معينة أو حجز موعد رحلة ... وغيرها من القرارات السياحية.

سادساً: مفهوم استراتيجية التنمية المستدامة

لقد استحوذ موضوع استراتيجية التنمية المستدامة اهتمام العالم اجمع على صعيد الساحة الاقتصادية والاجتماعية و التنمية العالمية حيث أصبحت الاستدامة التنموية مدرسة فكرية عالمية تنتشر في معظم دول العالم النامي والصناعي على حد سواء تتبناها هيئات شعبية ورسمية وتطالب بتطبيقها حيث عقدت من أجلها القمم والمؤتمرات والندوات ورغم الانتشار السريع لمفهوم استراتيجية التنمية المستدامة منذ بداية ظهورها إلا أن هذا المفهوم مازال غامضاً بوصفه مفهوماً وفلسفة علمية ومازال هذا المفهوم يوضح بطرق مختلفة من قبل الكثيرين (فراحتية، 2018).

وذكر (عبد الله ، 1998) استراتيجية التنمية المستدامة أنها التنمية الحقيقية ذات القدرة على الاستقرار والاستمرار والتواصل من منظور استخدامها للموارد الطبيعية، والتي يمكن أن تحدث من خلال استراتيجية تتخذ التوازن البيئي كمحور ضابط لها ذلك التوازن الذي يمكن أن يتحقق من خلال الإطار الاجتماعي البيني الذي يهدف إلى رفع مستوى معيشة الأفراد من خلال النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية

والثقافية التي تحافظ على تكامل الإطار البيئي من خلال استخدام الموارد البيئية، وتعمل على ترميمها في نفس الوقت.

وعرف (شاهين، 2000) استراتيجية التنمية المستدامة بأنها ضرورة إنجاز الحق في التنمية"، بحيث يتحقق على نحو متساوي الحاجات التنموية والبيئية لأجيال المستقبل، وأشار المبدأ الرابع الذي أقره المؤتمر إلى أنه لكي تتحقق استراتيجية التنمية المستدامة ينبغي أن تمثل الحماية للبيئة جزءاً لا يتجزأ من عملية التنمية، ولا يمكن التفكير فيها بمعزل عنها، وهذان المبدأان اللذان تقررا باعتبارهما وعلى ضوء هذا التعريف نجد أن استراتيجية التنمية المستدامة تنطلق من استراتيجية قائمة، ومبنية على المفاهيم البيئية من ناحية والنظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية من ناحية أخرى وجميعها تهدف إلى تحقيق أهداف التنمية على المدى القصير والبعيد في ضوء محاور أساسية بيئية، واقتصادية واجتماعية؛ وذلك للحفاظ على القدرة الإنتاجية للبيئة المحيطة، ومن أجل سلامة الحياة الطبيعية والتنوع الحيوي، وإنتاج الثروات المتجددة، والحفاظ على الثروات القابلة للنضوب.

سابعاً : خصائص استراتيجية التنمية المستدامة

ذكر (الناصر و رشيد، 2019) تتميز استراتيجية التنمية المستدامة بعدة خصائص نستعرض أهمها:

1. ان استراتيجية التنمية المستدامة لا تخص دولة معينة بحد ذاتها فهي مسؤولية جميع شعوب العالم ففي حالة حدوث كارثة بيئية يمكن ان تنتقل من دولة لأخرى اذ نجد ان الدول المتقدمة تحقق مستويات عالية من التنمية الاقتصادية والاجتماعية .
2. التركيز بشكل أساسي على تلبية حاجات الطبقات الفقيرة في المجتمع أي تركز على محاربة الفقر في جميع طبقات المجتمع وبالأخص مجتمعات الدول النامية.
3. والمستوى المعيشي كما ركزت مبادئ استراتيجية التنمية المستدامة على تفعيل دور الأشخاص المميزين وان يكون التوظيف على أساس الكفاءة .
4. ضمان نوعية حياة أفضل للسكان من خلال عمليات التخطيط وتنفيذ السياسات التنموية لتحسين نوعية المجتمع اقتصاديا واجتماعيا.

ثامناً : متطلبات استراتيجية التنمية المستدامة

يشير (الفيلاي، 2013) انه يمكن حصر المتطلبات العامة للتنمية المستدامة بالاتي :

1. القصد في استهلاك الثروات والموارد الطبيعية: حصر الثروة الطبيعية والموارد المتاحة في الوقت الحاضر وتقدير ما قد يجد من موارد مستقبلية.
2. سد الاحتياجات البشرية مع ترشيد الاستهلاك: التعرف على الاحتياجات البشرية الحالية والمستقبلية في المنطقة وأولوياتها.
3. العناية بالتنمية البشرية في المجتمع: العمل على بناء مجتمع قائم على المعرفة بما في ذلك التنمية البشرية وتوفير المعرفة ومصادر المعلومات وسبل التعلم وتشجيع الابتكار وتوظيف الملاكات المحلية.

4. التنمية الاقتصادية الرشيدة : تبني برامج اقتصادية قائمة على المعرفة.
 5. الحفاظ على البيئة: الاهتمام بالبيئة الخاصة والعامة وصيانتها والعمل على تلبية متطلبات الحفاظ عليها على أساس من المعرفة مع الدراية بأن صلاح البيئة العامة يؤثر على البيئة الخاصة.
- تاسعاً: أبعاد استراتيجية التنمية المستدامة
- ذكر (Lanshina, et.,al, 2019) ان لاستراتيجية التنمية المستدامة ثلاث ابعاد رئيسية هي (استراتيجية البعد البيئي واستراتيجية البعد الاجتماعي واستراتيجية البعد الاقتصادي) وفيما يلي توضيح لكل منها :

1. البعد البيئي

من خلاله يتم الحفاظ على قاعدة الموارد الاقتصادية والنظام البيئي والمناخي وحماية المحيط، والاستغلال العقلاني للإمكانيات المتاحة في إطار أولويات تضمن تأمين احتياجات الحاضر والمستقبل، وترجع أسباب المشكلة البيئية في كثير من الأحيان إلى نمط النمو والتنمية القائمين على استنزاف الموارد الطبيعية واستخدامات التقنيات والأساليب الملوثة والضارة بالبيئة (علي وآخرون، 2019).

2. البعد الاجتماعي

وهو حق الإنسان الطبيعي في العيش في بيئة نظيفة وسليمة يمارس من خلالها جميع الأنشطة مع كفالة حقه في نصيب عادل من الثروات الطبيعية والخدمات البيئية والاجتماعية يستثمرها بما يخدم احتياجاته الأساسية (مأوى طعام ملابس، هواء فضلا عن الاحتياجات المكملة لرفع مستوى معيشته (عمل، ترقية) وبدون تقليل فرص الأجيال القادمة (عوادي وآخرون، 2019).

3. البعد الاقتصادي

ذكرت (نجوى، 2004) إن سكان الدول الصناعية يستنزفون من الموارد الطبيعية أضعاف ما يستخدمه سكان والدول النامية وبالتالي فاستراتيجية التنمية المستدامة بالنسبة للدول الصناعية تعني إجراء تخفيضات مطردة في مستويات الاستهلاك و أنماطه المبددة للطاقة و الموارد الطبيعية قد يكون ذلك بإجراء تحسينات على كفاءة الاستخدام.

المبحث الثالث: الجانب التطبيقي للبحث

1- الوصف الاحصائي والتوزيع الطبيعي لفقرات السياحة الرقمية

تتكون السياحة الرقمية من الابعاد (شبكة الإنترنت، المواقع الإلكترونية، البريد الإلكتروني، المدونات، تقنية النشر المتزامن البسيط، الشبكات الاجتماعية، برامج خدمات الهاتف النقال) وكل بعد تضمن (4) فقرات، وحسب الجدول (1) تبين ان السياحة الرقمية قد حصلت على وسط حسابي (3.00) بمستوى اهمية (0.72) وهو مقبول الى حد ما، كما ان بعد المدونات قد حقق نسبة (0.77) وان اعلى فقرة حصلت على مستوى اهمية هي فقرة (E1) من بعد المدونات والتي تضمنت (تحرص المدونات على تسجيل آراء السائح).

وفي المقابل كان اقل وسط حسابي هو بعد شبكة الانترنت الفقرة (2A) وبنسبة (3.125) المتعلقة بـ (تسعى الفنادق دائماً إلى تنوع الخدمة السياحية في اصال الخدمات الاتصالية والتسويقية للسائح على شبكة الانترنت). اما بعد برامج خدمات الهاتف النقال قد حصل على الترتيب الثاني بمستوى أهمية (0.75) وكانت الفقرة الأعلى من حيث الترتيب هي (H4) المرتبطة بـ (اصبحت خدمات الهاتف النقال من اهم مصادر معلومات الخدمة السياحية بشكل سريع)، ويأتي بعد المواقع الالكترونية ضمن الترتيب الثالث حيث كانت الفقرة (B1) حيث حصل على اقل وسط حسابي وهو (3.111) والتي كانت (عوضت خدمات مواقع الويب في المواقع الإلكترونية الكثير من المهام التي تتطلب زيارة مكاتب السياحة للحصول على الكتيبات السياحية التقليدية). وتأتي الابعاد الأخرى تباعاً حسب ما مؤشر في الجدول ادناه كما يلاحظ ان قيم التفلطح والالتواء كانت بين (+1.96) وهذا يعني ان البيانات موزعة توزيعاً طبيعياً.

الجدول (1) الوصف الاحصائي والتوزيع الطبيعي لفقرات السياحة الرقمية

الفقرة	الوسط الحسابي	مستوى الأهمية	اقل قيمة	اعلى قيمة	الانحراف المعياري	التفلطح	الالتواء
شبكة الإنترنت							
A1	3.450	0.65	1.00	3.00	0.614	-0.402	0.622
A2	3.125	0.70	1.00	3.00	0.732	-0.315	0.672
A3	3.187	0.62	1.00	2.00	0.511	-2.149	0.011
A4	3.222	0.70	1.00	3.00	0.614	-0.427	0.424
	3.24	0.66			0.62		
المواقع الإلكترونية							
B1	3.111	0.71	1.00	3.00	0.699	-0.621	0.745
B2	3.233	0.72	1.00	4.00	0.854	0.778	0.885
B3	3.854	0.73	1.00	4.00	0.787	-0.581	0.515
B4	3.700	0.70	1.00	3.00	0.696	-0.633	0.233
	3.47	0.72			0.76		
البريد الإلكتروني							
D1	3.535	0.78	1.00	4.00	0.711	0.044	0.506
D2	3.422	0.72	1.00	4.00	0.744	0.234	0.426
D3	3.371	0.71	1.00	4.00	0.805	1.199	1.856
D4	3.254	0.76	1.00	4.00	0.737	0.351	0.753
	3.40	0.74			0.75		
المدونات							
E1	3.854	0.79	1.00	4.00	0.781	0.066	0.706
E2	3.112	0.78	1.00	4.00	0.765	0.164	0.822
E3	3.321	0.74	1.00	4.00	0.714	1.299	1.325
E4	3.963	0.75	1.00	4.00	0.761	0.351	0.753

		0.76			0.77	3.56	
تقنية النشر المتزامن البسيط							
0.506	0.011	0.794	4.00	1.00	0.70	3.125	F1
0.756	0.067	0.735	4.00	1.00	0.77	3.800	F2
1.196	1.089	0.914	4.00	1.00	0.71	3.656	F3
0.943	0.321	0.737	4.00	1.00	0.76	3.725	F4
		0.79			0.73	3.57	
الشبكات الاجتماعية							
0.685	0.041	0.691	4.00	1.00	0.71	3.125	G1
0.626	0.055	0.735	4.00	1.00	0.75	3.400	G2
1.256	1.065	0.914	4.00	1.00	0.77	3.612	G3
0.553	0.351	0.832	4.00	1.00	0.73	3.287	G4
		0.79			0.74	3.35	
برامج خدمات الهاتف النقال							
0.506	0.042	0.691	4.00	1.00	0.77	3.125	H1
0.526	0.044	0.735	4.00	1.00	0.71	3.950	H2
1.356	1.069	0.714	4.00	1.00	0.72	3.272	H3
0.853	0.481	0.800	4.00	1.00	0.77	3.587	H4
		0.73			0.75	3.48	
		0.66	السياحة الرقمية		0.72	3.00	

2- الوصف الاحصائي والتوزيع الطبيعي لفقرات استراتيجية التنمية المستدامة

تتكون استراتيجية التنمية المستدامة من الابعاد (البعد البيئي ، البعد الاجتماعي ، البعد الاقتصادي) ويتألف من (12) فقرة توزعت (3) فقرة لكل بعد، وحسب الجدول (2) يبين ان استراتيجية التنمية المستدامة قد حصلت على وسط حسابي (3.66) بمستوى اهمية (0.70) وهو مقبول الى حد ما، كما حقق البعد الاجتماعي نسبة (0.71) وان اعلى فقرة حصلت على مستوى اهمية هي فقرة (J1) والتي كانت (تحقق السياحة الرقمية نمو في الايرادات المالية) وفي المقابل كان اقل وسط حسابي ضمن فقرات البعد الاقتصادي هي الفقرة (K3) المتعلقة بـ (تعزز السياحة الرقمية من الموارد الاقتصادية المالية) اما البعد البيئي فقد حصل على الترتيب الثالث بمستوى أهمية (0.69) وكانت الفقرة الأعلى من حيث الترتيب هي (i3) المرتبطة بـ (الإيرادات المتأتية من السياحة الرقمية يمكن استثمارها في التنمية البيئية المستدامة) ، كما يلاحظ ان قيم التفلطح والالتواء كانت بين (+1.96) وهذا يعني ان البيانات موزعة توزيعاً طبيعياً.

الجدول (2) الوصف الاحصائي والتوزيع الطبيعي لفقرات استراتيجية التنمية المستدامة

الفقرة	الوسط الحسابي	مستوى الأهمية	اقل قيمة	اعلى قيمة	الانحراف المعياري	التفطح	الالتواء
البعد البيئي							
i1	3.125	0.72	1.00	4.00	0.684	0.682	0.918
i2	3.658	0.73	1.00	4.00	0.693	0.256	0.662
i3	3.675	0.74	1.00	3.00	0.689	-0.779	0.529
i4	2.565	0.60	1.00	4.00	0.422	-0.879	0.029
	3.18	0.69			0.62		
البعد الاجتماعي							
J1	3.712	0.74	1.00	5.00	0.615	-0.821	0.388
J2	3.625	0.72	1.00	5.00	0.603	-0.542	0.381
J3	3.512	0.70	1.00	5.00	0.573	-0.749	0.511
J4	3.00	0.69	1.00	5.00	0.502		
	3.40	0.71			0.58		
البعد الاقتصادي							
K1	3.612	0.71	1.00	4.00	0.754	-0.783	1.509
K2	3.625	0.72	1.00	4.00	0.635	1.124	1.510
K3	3.462	0.69	1.00	4.00	0.792	-0.540	1.897
K4	3.570	0.70	1.00	4.00	0.608	-0.458	1.725
	3.57	0.70			0.69		
	3.66	0.70	استراتيجية التنمية المستدامة		0.68		

3- اختبار علاقات التأثير لأبعاد ومتغيرات البحث:

تهتم هذه الفقرة باختبار علاقات التأثير بين ابعاد ومتغيرات البحث, اذ يتم اختبار علاقات التأثير لأبعاد السياحة الرقمية في استراتيجية التنمية المستدامة, ابان استراتيجية التنمية المستدامة هو دالة حقيقية للسياحة الرقمية, وان اي تغيير في السياحة الرقمية سيؤدي الى زيادة في استراتيجية التنمية المستدامة, وسيتم استخدام برنامج (SPSS) في اختبار علاقات التأثير ضمن اسلوب الانحدار البسيط بين المتغيرات الرئيسة والانحدار المتعدد بين الابعاد الفرعية, في البدا سيتم التأكد من جودة النموذج الذي يقيسه معامل التحديد (R^2) واختبار قيمتها ب(F) المحسوبة, اما الجزء الاخر سيتم اختبار علاقات الارتباط والتي تختبر معنويتها ب(T) المحسوبة, اما الجزء الثالث فهو يحدد ميل الانحدار واختبار معنويتها ب(Sig). مستوى المعنوية اذا كان مستوى المعنوية اقل من (5%) تقبل الفرضية والعكس بالعكس, ونتائج الاختبار كالاتي:

الجدول (3) معاملات التأثير لأبعاد السياحة الرقمية في استراتيجية التنمية المستدامة

استراتيجية التنمية المستدامة						
المؤشرات المستقلة	الارتباط	معامل التحديد	معامل التأثير	اختبار (t) المحسوبة	اختبار (f) المحسوبة	مستوى المعنوية
	R	R ²	Beta			Sig.
السياحة الرقمية	.650	.700	0.58	7.110	75.63	0.001

يلاحظ من جدول (3) ان هناك علاقة ارتباط بين ابعاد السياحة الرقمية استراتيجية التنمية المستدامة بنسبة (0.65) وهي ايجابية ومعنوية لان مستوى المعنوية المتحققة (0.001) التي هي اقل من مستوى المعنوية التي افترضها الباحث. كما ان السياحة الرقمية تفسر نسبة (0.70) من التباين الحاصل في استراتيجية التنمية المستدامة وهي معنوية استنادا الى (f) المحسوبة التي هي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (4.00). اما معامل التأثير فقد بلغ (0.58) وهذا يعني هناك علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لأبعاد السياحة الرقمية في استراتيجية التنمية المستدامة وان مقدار التأثير مقبول استنادا الى قيمة (t) المحسوبة التي بلغت (7.110) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.96)، وعلى اساس هذه النتائج تقبل الفرضية على مستوى هذا البحث.

2. الفرضيات الفرعية: افادت الفرضيات الفرعية بانه هنالك علاقة تأثير موجبة بين ابعاد السياحة الرقمية وأبعاد استراتيجية التنمية المستدامة المتمثلة بـ(البعد البيئي، البعد الاجتماعي، البعد الاقتصادي)، وهذا يعني ان استراتيجية التنمية المستدامة هي دالة لأبعاد السياحة الرقمية وان اي تغير في ابعاد السياحة الرقمية سيؤدي الى تغير في استراتيجية التنمية المستدامة، ونتائج الاختبار يظهرها الجدول (4) وهي كالآتي:

الجدول (4) معاملات التأثير لأبعاد السياحة الدينية المستدامة في الرفاه الاقتصادي الشامل

استراتيجية التنمية المستدامة						المؤشرات المستقلة
مستوى المعنوية	اختبار (f) المحسوبة	اختبار (t) المحسوبة	معامل التأثير	معامل التحديد	الارتباط	
Sig.			Beta	R ²	R	
0.001	78.898	2.512	0.11	0.18	0.300	شبكة الانترنت
0.002		5.194	0.36	0.22	0.37	المواقع الإلكترونية
0.002		7.122	0.40	0.27	0.41	البريد الإلكتروني
0.000		8.223	0.42	0.29	0.45	المدونات
0.000.1		2.111	0.10	0.16	0.28	تقنية النشر المتزامن البسيط
0.000.1		2.255	0.12	0.17	0.29	الشبكات الاجتماعية
0.000		3.00	0.13	0.19	0.32	برامج خدمات الهاتف النقال

يلاحظ من جدول رقم (4)

-ان هناك علاقة ارتباط بين شبكة الانترنت و استراتيجية التنمية المستدامة بنسبة (0.30) وهي ايجابية ومعنوية لان مستوى المعنوية المتحققة (0.001) التي هي اقل من مستوى المعنوية التي افترضها

الباحثين ، كما يشار الى وجود علاقة ارتباط بين بعد المواقع الالكترونية واستراتيجية التنمية المستدامة بنسبة (0.37) لان مستوى المعنوية المتحققة (0.001) التي هي اقل من مستوى المعنوية التي افترضها الباحثين ، كما ان هناك علاقة ارتباط بين بعد البريد الالكتروني واستراتيجية التنمية المستدامة بنسبة (0.40) وهي ايجابية ومعنوية لان مستوى المعنوية المتحققة (0.002) التي هي اقل من مستوى المعنوية التي افترضها الباحثين ، وكذلك الحال بالنسبة لأبعاد السياحة الرقمية وحسب ما مؤشر في الجدول أعلاه، اما معامل التأثير لشبكة الانترنت في استراتيجية التنمية المستدامة فقد بلغ (0.11) وهذا يعني هناك علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لشبكة الانترنت في استراتيجية التنمية المستدامة وان مقدار التأثير مقبول استنادا الى قيمة (t) المحسوبة التي بلغت (2.512) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.96)، وعلى اساس هذه النتائج تقبل الفرضية على مستوى هذا البحث. اما معامل التأثير لبعد المواقع الالكترونية في استراتيجية التنمية المستدامة فقد بلغ (0.36) وهذا يعني وجود علاقة تأثير ذات دلالة معنوية للمواقع الالكترونية في استراتيجية التنمية المستدامة وان مقدار التأثير مقبول استنادا الى قيمة (t) المحسوبة التي بلغت (5.194) وهي اعلى من قيمتها الجدولية البالغة (1.96)، وعلى اساس هذه النتائج تقبل هذه الفرضية على مستوى هذا البحث. اما معامل التأثير لبعد البريد الالكتروني في استراتيجية التنمية المستدامة فقد بلغ (0.41) وهذا يعني هناك علاقة تأثير ذات دلالة معنوية للبعد الاقتصادي في استراتيجية التنمية المستدامة وان مقدار التأثير مقبول استنادا الى قيمة (t) المحسوبة التي بلغت (7.122) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.96) وعلى اساس هذه النتائج تقبل هذه الفرضية على مستوى هذا البحث ، اما معامل التأثير لبعد المدونات في استراتيجية التنمية المستدامة فقد بلغ (0.45) وهذا يعني هناك علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لبعد المدونات في استراتيجية التنمية المستدامة وان مقدار التأثير مقبول استنادا الى قيمة (t) المحسوبة التي بلغت (8.223) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.96) وعلى اساس هذه النتائج تقبل هذه الفرضية على مستوى هذا البحث ، اما معامل التأثير لبعد تقنية النشر المتزامن البسيط في استراتيجية التنمية المستدامة فقد بلغ (0.28) وهذا يعني هناك علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لبعد تقنية النشر المتزامن البسيط في استراتيجية التنمية المستدامة وان مقدار التأثير مقبول استنادا الى قيمة (t) المحسوبة التي بلغت (2.111) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.96) وعلى اساس هذه النتائج تقبل هذه الفرضية على مستوى هذا البحث ، اما معامل التأثير لبعد الشبكات الاجتماعية في استراتيجية التنمية المستدامة فقد بلغ (0.29) وهذا يعني هناك علاقة تأثير ذات دلالة معنوية للبعد الاقتصادي في استراتيجية التنمية المستدامة وان مقدار التأثير مقبول استنادا الى قيمة (t) المحسوبة التي بلغت (2.255) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.96) وعلى اساس هذه النتائج تقبل هذه الفرضية على مستوى هذا البحث، اما معامل التأثير لبعد برامج خدمات الهاتف النقال في استراتيجية التنمية المستدامة فقد بلغ (0.32) وهذا يعني هناك علاقة تأثير ذات دلالة معنوية للبعد الاقتصادي في استراتيجية التنمية المستدامة وان مقدار التأثير مقبول استنادا الى قيمة (t) المحسوبة التي بلغت (3.000) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.96) وعلى اساس هذه النتائج تقبل هذه الفرضية على مستوى هذا البحث.

المبحث الرابع

الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: الاستنتاجات

- من خلال ما تقدم في الجانب النظري والتحليل الميداني لاستمارة الاستبيان اتضح وبعد التوصل الى النتائج العملية من خلال التحليل الاحصائي لعلاقات الارتباط والتأثير نستنتج الاتي:
1. عدت السياحة الرقمية ذات اهمية اقتصادية وجانب مهم جدا فيما لو استثمر بصورة صحيحة سيحقق ايرادات عالية جدا ويعد هذا النوع من السياحة ذا استدامة لانهاية وعلى متخذي القرار الاقتصادي وأصحاب الفنادق عينة البحث ان يضعها في الحسبان.
 2. اتضح وجود علاقة ارتباط فيما بين السياحة الرقمية والتنمية المستدامة بكون السياحة الرقمية لها تأثير في نمو الإيرادات المالية مما ينعكس ذلك على المستوى المعيشي للأفراد والمجتمع.
 3. بُد المدونات التابع لمتغير السياحة الرقمية كان له دور في نمو الجانب السياحي والفندقي من خلال تمكن السائح من تسجيل آرائه في جودة الخدمة المقدمة إليه والتي تكون بمثابة رقيب على الخدمات المقدمة إليه.
 4. من خلال تحليل البعد الالكتروني اتضح بان العلاقة كانت ايجابية من خلال إجابات العينة حيث يقوم بنقل الرسائل بسهولة وسرعة وبدون كلفة مالية كما استطاع أن يقضي على المسافات والحواجز.
 5. من خلال التحليل الاحصائي تبين ان بعد تقنية النشر المتزامن البسيط له تأثيرا إيجابيا ولكن ضعيف وليس بالمستوى المطلوب وهذا يشير الى ضعف الخدمة الفندقية في جعل هذه الخدمة وسيلة تساعد على نشر جديدها وتسهل على السائح معرفة كل ما يستجد في عالم السياحة.
 6. بُد المواقع الالكترونية كان واضحا ضمن ابعاد السياحة الرقمية ومن خلال التحليل العام اتضح بان هنالك دور كبير لهذا البعد من خلال تقديم مواقع الويب الكثير من المهام والخدمات التي تتطلب زيارة مكاتب السياحة للحصول على الكتيبات السياحية التقليدية، بعملية التصفح التي لا تستلزم الكثير من الوقت والجهد.
 7. على الرغم من كون بعد الشبكات الاجتماعية كان له دور فاعل ولكن المجيبين أكدوا بانه مازال هذا البعد يعاني من عدم التخطيط والاهمال وهذا كان واضحا من خلال علاقة الارتباط التي تم الحصول عليها من العينة.
 8. بُد برامج خدمات الهاتف النقال ايضا كان له دور فاعل في استراتيجية التنمية المستدامة من خلال الحصول على مصادر المعلومات حول الخدمة السياحية بشكل سريع .
 9. من خلال التحليل اتضح بوجود علاقة ارتباط وعلاقة أثر ولكنها ايضا ضعيفة فيما يخص بعد شبكة الانترنت وهنا اكدت العينة على قلة الاهتمام بهذا البعد من متخذ القرار الخاص باستراتيجية التنمية المستدامة مما يتطلب المزيد من الجهود.

10. تضح اجمالاً ان السياحة الرقمية بحاجة الى وقفه جدية من قبل المخطط الاستراتيجي وان تعطى الاهمية الكافية لهذا النوع من السياحة وتطويره كون السياحة اجمالاً هي أحد اهم الروافد المهمة للاقتصاد.

ثانياً: التوصيات

تأسيساً على ما تقدم من استنتاجات سيتم صياغة مجموعة من التوصيات التي من الممكن ان تسهم وضع الحلول لأهم قطاع في الصناعة الاقتصادية ومن هذه التوصيات وهي:

1. ضرورة الاهتمام بالسياحة الرقمية وخصوصاً في العراق بشكل عام واصحاب الفنادق عينة البحث وبالأخص ان العراق يتسم بتعدد الأماكن السياحية والتي يجب ان تستثمر بالشكل الصحيح.
2. تلبية حاجات ورغبات السائح المحلي والدولي والاهتمام بتطوير الأماكن السياحية تكنولوجياً وتقنياً وتحسين ولتتواءم مع تطورات العصر الحالي.
3. ضرورة التركيز على الإيرادات المتأتية من السياحة الرقمية وتوجيهها بالشكل الصحيح لاستثمارها في قطاعات اقتصادية جديدة لتعظيم الأرباح الكلية.
4. الاهتمام ببعد الشبكات الاجتماعية والعمل على تطوير شبكات اجتماعية للسائح يتم من خلالها فرصة التعرف أكثر على المناطق والخدمات السياحية عبر الصفحات التي تمتلكها الشركات السياحية والطيران والفنادق والقرى السياحية الأخرى.
5. ممكن ان يحقق الاهتمام ببعد تقنية النشر المتزامن البسيط في تقوية الخدمة الفندقية وجعل هذه الخدمة وسيلة تساعد على نشر جديدها وتسهيل على السائح معرفة كل ما يستجد في عالم السياحة.
6. ضرورة الاهتمام بالجوانب البيئية وتحسينها وفق المواصفات العالمية وخلق بيئة أنظف في المجتمع من خلال الإيرادات التي تم الحصول عليها من السياحة الرقمية وتوجيهها الى خدمة البيئة والمجتمع.
7. بث ثقافة السياحة الرقمية والترويج لها على المستوى المحلي والعالمي وتعريف الزبون الدولي بأهمية السياحة الرقمية التي من الممكن التوجه اليها.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

- البار، عدنان. (2005). تقنيات التحول الرقمي، كمية الحاسبات وتقنية العموميات. جامعة الملك عبد العزيز، السعودية.
- الخالدة، عادل. (2022). السياحة الرقمية حتى لا يفوتنا الركب، مجلة الغد .
- الناصر، موسى والرشيدي، محمد. (2019). مساهمة الإدارة الإلكترونية في تطوير العمل الإداري بمؤسسات التعميم العالي: دراسة حالة كمية العموم والتكنولوجيا، جامعة بسكرة، الجزائر.
- الفيلاي، عصام، و يحيى. (2013). نحو مجتمع المعرفة استراتيجية التنمية المستدامة في الوطن العربي بين الواقع والمأمول" ، سلسلة دراسات يصدرها مركز الانتاج الاعلامي ، جامعة الملك عبد العزيز، الاصدار الحادي عشر .
- بهلول، أحمد عبد الجليل، صيدان، مديني & محمد أمين. (2022). تأثير الاتصال السياحي الرقمي على صورة السياحة الحموية. (رسالة ماجستير). كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- بن عاشور، خليفة، مصطفى (2015). مستوى تطبيق الادارة الالكترونية في جامعة اليرموك من وجهة نظر البيئة التدريسية والإداريين، المجلة الأردنية في العلوم التربوية، جامعة اليرموك، العدد(2). المجلد(8).
- حميدي، عبد الرحمان، بن عنتر، وعبد الرزاق حميدي. (2019). دور التسويق في تطوير السياحة الرياضية بالجزائر، حالة ولاية البويرة، مجلة أبعاد اقتصادية، جامعته أحمد بوقره بومرداس، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
- حسنية ، بن رقية. (2012). صعوبات التحول إلى السياحة الذكية في الجزائر مجلة " تطوير العلوم الاجتماعية . ط (01) العدد(14) .
- خلفاوي، عمر، بن لخضر. (2015). استراتيجية التنمية المستدامة للمنظمات جودة، بيئة، صحة وسلامة مهنية عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع.
- شاهين، بهاء. (2000). مبادئ استراتيجية التنمية المستدامة، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية.
- علي، خنافر، بن منصور، اليليا، بوقنه، برهان الدين. (2019). واقع الوعي البيئي لدى التجار وأثره على بناء استراتيجية التنمية المستدامة، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والادارية، المجلد (6)، العدد5 عوادي، عبد القادر، رشيدة عوادي، مصطفى. (2019). مساهمة المزيج التسويقي الاخضر في تحقيق استراتيجية التنمية المستدامة، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد(3)، العدد(3)، ص64-12.

فتحية، جيلالي ومغراوه. (2015). استراتيجية التنمية المستدامة بين الطرح النظري والواقع العملي، مجلة الادارة والتنمية للبحوث والدراسات، مجلد (2)، عدد (11).

فراحتية، كمال. (2018). استراتيجية التنمية المستدامة، جامعة محمد بوضياف، العدد الحادي عشر. موتة، زينب، ومسعودي نور. (2015). دور الانترنت في تفعيل العمل السياحي، دراسة ميدانية لعينة من موظفي مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية ورقلة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، ورقلة، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية.

نجوى، علي إبراهيم. (2004). استخدام مدخل استراتيجية التنمية المستدامة للحد من الآثار البيئية الضارة في القاهرة التاريخية، رسالة ماجستير في العلوم البيئية، جامعة عين شمس.

هيثم، نصر الله، عبد الفتاح (2020). دور التحول الرقمي في تحسين الخدمات الحكومية في فلسطين، المؤتمر الدولي الأول في البيئة التكنولوجية والأعمال.

ثانياً - المراجع باللغة الانكليزية

- Benyon, D., Quigley, A., O'keefe, B., & Riva, G. (2014). Presence and digital tourism. *AI & society*, 29, 521-529.
- Durrant, A., Golembewski, M., Kirk, D. S., Benford, S., Rowland, D., & McAuley, D. (2011, October). Exploring a digital economy design space in theme parks. In *Proceedings of the second conference on creativity and innovation in design* (pp. 273-284).
- Gelter, H. (2017). Digital tourism—An analysis of digital trends in tourism and customer digital mobile behaviour for the Visit Arctic Europe project. file. C:/Users/Rumen/Downloads/REPORT% 20Visit% 20Arctic% 20Europe% 20Mission, 203, 20.
- Lanshina, T., Barinova, V., Loginova, A., Lavrovsky, E., & Ponedelnik, I. (2019). Localizing and achieving the Sustainable Development Goals at the national level: Cases of leadership. *International Organisations Research Journal*, 14(1), 207-224.
- Nedelea, A., & Bălan, A. (2010). E-tourism and tourism services consumer protection. *Amfiteatru Economic Journal*, 12(28), 492-503.