

## السياحة العالمية وعلاقتها بالتحول الرقمي العالمي في عصر الأنترنت

**The World Tourism and its relationship with the global digital transformation in the Internet Age**

د.قادري عبد القادر

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم، abdelkader.kadri@univ-mosta.dz

تاريخ النشر: 2019/08/26

تاريخ القبول: 2019/05/16

تاريخ الاستلام: 2019/03/13

**ملخص:**

تناولنا في هذه الدراسة موضوع السياحة العالمية ومؤشراتها الأساسية مع التركيز على فترة ما بعد التطور التكنولوجي في مجال المعلومات والاتصالات، وفي ظل التوجه العالمي المتزايد نحو رقمنة خدمات السياحة وتسويقها عبر الأنترنت، يهدف هذا البحث إلى معرفة العلاقة بين حركة السياحة والتطور في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عبر العالم، ومن خلال هذه الدراسة تم الوصول إلى نتيجة مفادها أن هناك تأثير إيجابي للتحويل الرقمي العالمي على حركة السياحة العالمية.

**كلمات مفتاحية:** سياحة، رقمنة، تنمية، أنترنت.

**تصنيفات JEL:** Z3.

**Abstract:**

The research includes the theme of global tourism and its basic indicators with a focus on the period after the technological development in the field of information and communication, and in light of the global trend toward digitization and marketing of tourism services via the internet, This research aims to know the relationship between the movement of tourism and development in the field of information and communications technology around the world.

**Keywords:** Tourism, Digitization, development, internet.

**Jel Classification Codes:** Z3.

المؤلف المرسل: د.قادري عبد القادر، الإيميل: abdelkader.kadri@univ-mosta.dz

## 1. مقدمة:

أصبحت السياحة في العالم قطاعا إقتصاديا قائما بحد ذاته ويساهم جنبا إلى جنب مع القطاعات الأخرى وبالتكامل معها في دعم النمو الإقتصادي للدول، ونظرا لتلك الأهمية أصبحت خدمات السياحة أكثر اهتمام من قبل الحكومات والمستثمرين لجلب عدد أكبر من السياح من خلال تطوير خدمات السياحة كالفندقة، الإطعام، النقل، الترفيه والعلاج وغيرها من الإحتياجات الأساسية للسائح، كما أن التطور الذي عرفه العالم في مجال تكنولوجيا المعلومات والإتصالات جعل عرض خدمات السياحة واستقبالها من قبل الزبون أسهل وأسرع، حيث ساهمت تكنولوجيا المعلومات والإتصال وفي مقدمتها شبكة الأنترنت في تخفيض الأفراد على السفر والسياحة بدون بذل جهد ووقت وتكاليف أكبر، سواء خلال منح التأشيرة، الحجز، الدفع والإطلاع على الأسعار والمقارنة بينها وسهولة تقييم المنتج السياحي أينما كان، ومن الجهة المقابلة ساهم التطور التكنولوجي في مجال الإتصال في زيادة نطاق عرض المنتج السياحي إلى كافة أنحاء العالم وتسهيل عملية الترويج له وتسويقه من خلال خدمات الرقمنة و الأنترنت كالمواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الإجتماعي، وهذا من شأنه استقطاب عدد أكبر من السياح من كافة أنحاء العالم.

ومن خلال ما سبق يمكن طرح الإشكالية التالي:

هل هناك علاقة قوية بين نمو السياحة العالمية والتحول الرقمي العالمي في مجال المعلومات

### والإتصالات؟

وللإجابة على الإشكالية السابقة تم تناول البحث في المحاور التالية:

المحور الأول: مدخل عن السياحة العالمية

المحور الثاني: التحول الرقمي العالمي في ظل الأنترنت

المحور الثالث: اختبار مدى علاقة التحول الرقمي في ظل الأنترنت بنشاط السياحة عبر العالم

### أهمية البحث:

يستمد البحث أهميته مما يلي:

- التوجه الكبير الذي يشهده العالم في توظيف خدمات الرقمنة والأنترنت في مجال السياحة؛

- الإستخدام المتزايد لخدمات الأنترنت من قبل الأشخاص، المؤسسات والحكومات في مجال السياحة؛

- المساهمة الكبيرة للسياحة في مداخل الإقتصاديات العالمية.

### أهداف البحث:

- إبراز العلاقة بين النشاط المتنامي للسياحة والتطور التكنولوجي الذي يشهده العالم في مجال المعلومات والاتصالات؛

- محاولة تشخيص البيئة السياحية العالمية في محاولة لإستقراء أثارها المرتقبة على مختلف دول العالم؛

- محاولة إبراز مزايا الإهتمام بالقطاع السياحي كأداة للتنمية الإقتصادية من خلال عرض المؤشرات الإقتصادية الهامة؛

- محاولة إعطاء بيانات ومؤشرات لمساهمة القطاع السياحي في تحسين الوضع الإقتصادي لبعض الدول، حتى تكون نموذجاً ميداني وحقيقي يمكن الإستفادة منه من قبل الدول الأخرى وعلى رأسها الجزائر.

## 2. مدخل عن السياحة العالمية:

### 1.2 مفهوم السياحة وأهميتها الإقتصادية:

#### 2. 1. 1 السياحة:

هناك عدة تعاريف عبر الزمن للسياحة من أهمها:

- يمكن تعريف السياحة بأنها: نشاط السفر بهدف الترفيه، وتوفير الخدمات المتعلقة بهذا النشاط (مطر، 2014).

- وتعرف أيضا بأنها: أنشطة الأشخاص المسافرين من أمكتهم في أمكنة خارج أمكنة إقامتهم المعتادة لمدة لا تزيد عن سنة مستمرة، لقضاء إجازة أو للأعمال أو أغراض أخرى (العاني، 2008).

- أما جوير فرولر الألماني فيعرفها بأنها: ظاهرة من الظواهر العصر تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على

الراحة والإستجمام وتغيير الجو والإحساس بجمال الطبيعة وتذوقها والشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة (كافي، 2014)

- أما العالم النمساوي هيرمان فون شوليرون فقد عرف السياحة على أنها: الإصطلاح الذي يطلق على كل العمليات المتداخلة وخصوصا العمليات الإقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة وإنتشارهم داخل حدود منطقة أو دولة معينة، أما جلاكسمان السويسري فقد عرف السياحة على أنها: مجموعة العلاقات المتبادلة التي تنشأ بين الشخص الذي يتواجد بصفة مؤقتة وما بين الأشخاص الذين يقيمون في هذا المكان (العزیز، 2008).

- أما منظمة التعاون والتنمية الإقتصادية(O.E.C.D) فتري في السياحة أنها صناعة تعتمد على حركة السكان أكثر من البضائع (كافي، صناعة السياحة و الأمن السياحي، 2009).

- أما المجلس الإقتصادي و الإجتماعي الفرنسي، فقد عرفها بأنها فن تلبية وإشباع الرغبات الشديدة والتنوع التي تدفع الإنسان إلى التنقل خارج مجاله اليومي... إلخ (الرحي، 2014).

- كما تبنى الإتحاد الدولي لمنظمات السفر الرسمية عام 1968 المفهوم التالي: تعني السياحة حركة الأفراد والجماعات خارج الحدود السياسية للدولة التي يعيشون فيها لفترة تزيد عن أربع وعشرون(24) ساعة وتقل عن عام واحد (سعد، 2017).

- و خلصت منظمة السياحة العالمية إلى أن السياحة : تشتمل على أنشطة الأفراد المسافرين والباقيين في أماكن خارج بيئتهم الاعتيادية ليس لأكثر من سنة كاملة لقضاء وقت الفراغ والعمال ولأغراض أخرى ((ILO), 2013).

- كما عرفت الأمم المتحدة في تقريرها بعنوان: التوصيات الدولية المتعلقة بإحصاءات السياحة 2008 بأن السياحة: تمثل ظاهرة اجتماعية، وثقافية واقتصادية متعلقة بانتقال الأشخاص إلى أماكن خارج محل إقامتهم المعتاد، وتكون المتعة هي دافعهم المعتاد، وقد تتضمن أو لا تتضمن الأنشطة التي يقوم بها الزائر معاملة سوقية، وقد تكون مختلفة عن أو مماثلة لتلك التي يقوم بها عادة في روتينه العادي للحياة، وإذا كانت مماثلة، فإن تواترها أو كثافتها تختلف عندما يكون الشخص مسافرا، وتمثل هذه الأنشطة أفعال

وسلوكيات الأشخاص في التحضير لرحلة أو خلالها بوصفهم مستهلكين (الأمم المتحدة، إدارة الشؤون الاقتصادية والاجتماعية، 2011).

### 2.1.2. الأهمية الاقتصادية للسياحة:

السائح في البلد السياحي يقوم بوظيفة استهلاكية ينتج عنها زيادة في داخل هذا البلد وتحدث هذه الزيادة عن طريق الانتفاع بالخدمات (إقامة، طعام، شراب، بضائع، هدايا ترفيهية، وقود، مشروبات... إلخ)، فالإنفاق السياحي يشمل النفقات الاستهلاكية التي ينفقها الزائر نظير رحلته وإقامته في المقصد وتستبعد منها المشتريات لأغراض تجارية، الإستثمارات، العطايا والتبرعات (كافي، السياحة البيئية المستدامة، 2014)، وتعتبر صناعة السياحة من أكبر الصناعات في العالم والتي تساهم في دعم الإقتصاد المحلي والعالمي، وتعود الأهمية الاقتصادية للسياحة إلى ما تجذبه إلى البلد من عملة صعبة ورؤوس أموال وفي كثير من البلدان تعتمد البنية الأساسية للإقتصاد المحلي على صناعة السياحة وتعتبر هذه مجالاتها المختلفة أكبر صناعة في العالم في مجال تشغيل اليد العاملة والقضاء على البطالة وتسهم بالتالي إلى تنمية اقتصاديات الدول، وتعتبر السياحة سوق قابل للتوسع بحيث تشمل كافة الصناعات الأخرى مثل التجارة والصناعة والزراعة... إلخ (الخصيري، 2005)، وتزداد أهمية صناعة السياحة في الدول النامية التي تهدف إلى تحقيق فائض أو موازنة في مجال ميزان المدفوعات وتحقيق فائض في مجال العملة الصعبة، وتحقيق صناعة السياحة صادرات غير منظورة، والسياحة كصناعة لها أهمية خاصة تستمد من تأثيرها على بنيان وأداء الإقتصاد القومي (العزیز، 2008) والتي يمكن النظر إليها من خلال الشكل التالي (الرحبي، 2014):

- تساهم في توفير العملة الصعبة للدولة، لأن التجارب القائمة تشير إلى ارتفاع النسبة التي تشارك بها في تكوين إيرادات الدول من العملة الصعبة؛
- تساهم في إنشاء مناصب عمل جديدة، وتوفير العديد من الفرص الوظيفية، فهي تعتبر قطاعا مساعدا على محاربة البطالة، حيث تعتبر صناعة ذات كثافة عمل عالية، أي تتطلب إسهام عدد كبير من العاملين، ولا تتطلب مهارة عالية؛
- تساهم في زيادة الدخل الوطني، وفي تحسين ميزان المدفوعات، وذلك ليس فقط بمقدار ما ينفقه

السياح والمسافرون أثناء رحلاتهم، بل عن طريق ما يطلق عليه في علم الإقتصاد (بالمضاعف الإقتصادي) لأن الإستثمارات السياحية تؤدي إلى سلسلة أخرى من الإستثمارات التي تؤدي بدورها إلى زيادة الدخل.

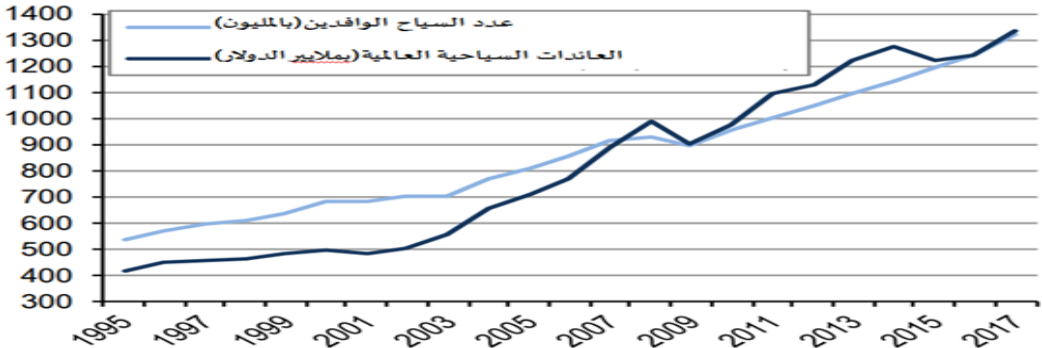
- تنوع العائد الإقتصادي، وتنوع مصادر الدخل القومي، وتنميته من أنشطة رئيسية أو فرعية وارتبطت بالنشاط السياحي بصفة عامة (الخضيري، 2005)، حيث تزداد أهمية تنمية القطاع السياحي في الدول التي تعتمد على صادرات الثروات الطبيعية وخاصة النفط كمصدر وحيد للدخل، فلا بد من اتباع استراتيجية فعالة وطويلة الأجل لمواجهة التقلبات المستمرة في أسعار النفط واستهداف مرحلة بعد النفط باعتباره سلعة ناضبة، ولعل تنوع مصادر الدخل غير النفطية تعتبر الحل الأمثل (قادري، 2017) وعلى رأسها السياحة.

ولقد سجلت سنة 2017 أهمية كبيرة للسياحة في الإقتصاد العالمي حيث ساهمت بشكل مباشر أو غير مباشر في 10% من إجمالي الناتج المحلي العالمي، كما ساهمت في خلق فرصة عمل لكل عشرة (10) فرص عمل في العالم، كما حققت 1.4 تريليون دولار من الصادرات العالمية أي بنسبة 7% من الصادرات العالمية و 30% من صادرات الخدمات العالمية (البنك الدولي، 2018).

## 2.2. اتجاهات السياحة العالمية:

يوضح الشكل رقم 1 تطور العائدات السياحية العالمية وعدد السياح الدوليين وذلك خلال الفترة 1995 و 2017.

الشكل 1: تطور عائدات السياحة وعدد السياح الوافدين في العالم خلال الفترة 1995 و 2017



Source: World Tourism Organization (UNWTO), (2018) International Tourism exceeds expectations in the first months of 2018, Volume 16,

issue3, p4

على الرغم من الانتكاسات الموسمية، إلا أن معدل السياحة الدولية الوافدة في زيادة مستمرة، ففي عام 1995 سجلت السياحة الدولية الوافدة 531 مليون سائحا فقط، ونما معدل الوصول إلى 680 مليوناً عام 2000، و 809 مليوناً عام 2005، و 952 مليوناً عام 2010 و 1193 مليوناً عام 2015. و يتضح من الشكل رقم 1 أن عدد السياح الدوليين الوافدين وصل إلى ما مجموعه من 1322 مليون في عام 2017، وكان هذا أكثر بـ 83 مليون مما كان عليه في عام 2016، أي بزيادة قدرها 7%، وهي نسبة كبيرة جداً، ومن المتوقع أن يستمر هذا النمو في عدد السياح الدوليين في عام 2018 بمعدل 4% - 5%. كما نلاحظ من خلال الشكل رقم 1، ارتفاع عائدات السياحة الدولية بنسبة 5% في عام 2017 لتصل إلى 1332 مليار دولار أمريكي على مستوى العالم، أي بزيادة 94 مليار دولار عن عام 2016 حينما بلغ إجمالي العائدات 1220 مليار دولار أمريكي، حيث ارتفعت عائدات السياحة الدولية التي حققتها الوجهات في جميع أنحاء العالم من 415 مليار دولار في عام 1995 إلى 104 مليار دولار في عام 1980، و 495 مليار دولار في عام 2000، و 1220 مليار دولار في عام 2016، وتتسق النتائج مع الاتجاه القوي في أعداد السياح الدوليين الوافدين منذ عام 1995.

### 3. التحول الرقمي العالمي في ظل الأنترنت

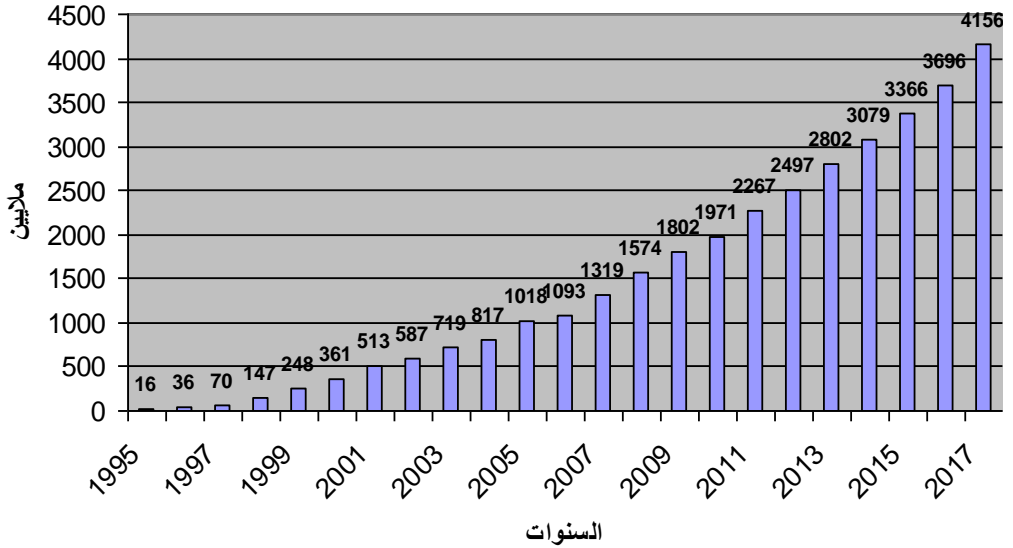
#### 1.3. الاستخدام العالمي للأنترنت:

يشهد عدد مستخدمي الأنترنت تزايد مستمر عبر السنوات نتيجة الخدمات التي تقدمها هذه الوسيلة المعاصرة لمختلف شرائح المجتمع بشكل عام والإقتصاد العالمي بشكل خاص، حيث تعتبر المواقع الإلكترونية من أهم المنصات التي تستقطب المستخدمين على شبكة الأنترنت.

#### 1.1.3. تطور عدد مستخدمي الأنترنت عبر العالم:

يوضح الشكل رقم 2 تطور عدد المستخدمين عبر العالم مع مرور السنوات:

الشكل 2: عدد مستخدمي الإنترنت عبر العالم خلال الفترة 1995-2017



المصدر: [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com)

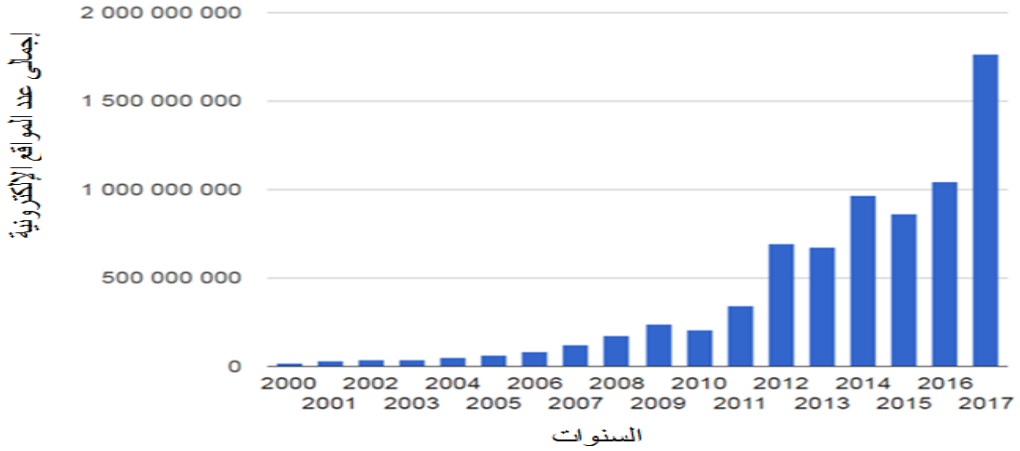
نلاحظ من خلال الشكل رقم 2 أن هناك تزايد في عدد مستخدمي الإنترنت منذ سنة 1995 إلى غاية 2017، حيث قفز عدد مستخدمي الإنترنت من 16 مليون عام 1995 إلى 4156 مليون عام 2017 أي بنسبة 48% من تعداد سكان العالم (International Telecommunication Union (ITU), 2017)، وبفارق 4140 مليون عن عام 1995 وهو رقم ضخم جدا، وتعتبر تقنية الإنترنت من التقنيات التي عرفت تطور سريعا نتيجة التطور الحاصل في تكنولوجيا الإعلام والاتصال والرقمنة من جهة وحاجة العالم المتزايدة إلى هذه الوسيلة التقنية خاصة في مجال الإتصال.

### 2.1.3. نمو حجم المواقع الإلكترونية عبر الإنترنت:

تعتبر الإنترنت أداة هامة كونها استطاعت أن تستقطب عدد لا متناهي من المستخدمين في مختلف المجالات، أخبار، اقتصاد، صحة، رياضة، تعليم، ترفيه، السفر والسياحة... إلخ، وتقدم شبكة الإنترنت خدماتها عبر عدة وسائل وأهمها المواقع الإلكترونية عبر منصة الشبكة، حيث يوضح الشكل رقم 3، تطور عدد المواقع الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت عبر مرور السنوات.



الشكل 3: إجمالي عدد المواقع عبر شبكة الإنترنت خلال الفترة من 2000 إلى 2017



المصدر: <http://www.internetlivestats.com/total-number-of-website>

نلاحظ من خلال الشكل رقم 3 أن هناك تصاعد بشكل عام في عدد المواقع الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت وفي مختلف المجالات، حيث بلغ عدد المواقع عام 2017 حوالي 1767 مليون موقع إلكتروني، بفارق 69% عام 2016 التي سجلت 1045.5 مليون موقع على شبكة الإنترنت، وسجلت أعلى نسبة تزايد في عدد مواقع الإنترنت في عام 2012 حينما بلغ عدد المواقع الإلكترونية 697 مليون بنسبة زيادة تقدر بـ 101% مقارنة بعام 2011 حين بلغ عدد المواقع على شبكة الإنترنت حوالي 346 مليون، أما أدنى نسبة زيادة في عدد المواقع الإلكترونية فقد سجلت في عام 2010 حيث بلغ عدد المواقع حوالي 207 مليون بفارق سلبي أي (-13%) مقارنة بعام 2009 الذي سجل حوالي 298 مليون موقع على شبكة الإنترنت.

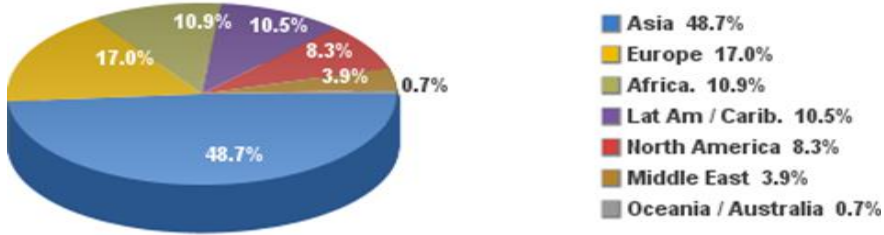
وقد سجل عام 2000 حوالي 24 موقع لكل مستخدم للإنترنت، وهي أعلى قيمة مسجلة منذ سنة 2000 إلى غاية 2017، بينما بلغ عدد المواقع عبر الإنترنت مقارنة بعدد المستخدمين للشبكة أدنى قيمة تقدر بـ 3 مواقع لكل مستخدم عام 2014، وهذا دلالة على الزيادة الكبيرة في عدد مستخدمي الإنترنت مقارنة بعدد المواقع الموجودة على الشبكة.

### 2.3. توزيع مستخدمي الإنترنت حسب الأقاليم والدخل:

يختلف توزيع عدد مستخدمي الإنترنت عبر مختلف أقاليم العالم نتيجة التباين الإقتصادي والتكنولوجي

بين مختلف الدول والأقاليم، ويوضح الشكل رقم 4 توزيع نسبة مستخدمي الإنترنت عبر أقاليم العالم عام 2017.

الشكل 4: مستخدمي الإنترنت في العالم حسب الأقاليم

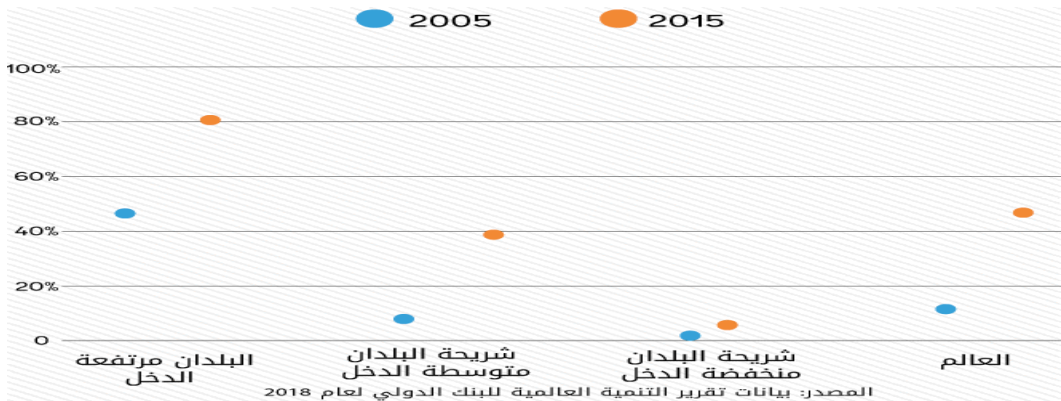


Source: Internet World Stats - [www.internetworldstats.com/stats.htm](http://www.internetworldstats.com/stats.htm)

من خلال الشكل رقم 4 نلاحظ تصدر آسيا من حيث نسبة مستخدمي الإنترنت عبر العالم بنسبة 48.7% في عام 2017، وذلك نتيجة للنمو السكاني المرتفع الذي تعرفه بعض بلدان هذا الإقليم وعلى رأسهم الصين والهند، أما المرتبة الثانية من حيث عدد المستخدمين فتعود إلى أوروبا بنسبة 17%، رغم التطور الذي تشهده هذه القارة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، إلا أن عدد السكان غير المرتفع أثر على نسبة عدد مستخدمي الإنترنت مقارنة بقارة آسيا، أما أدنى نسبة لعدد مستخدمي الإنترنت تم تسجيلها في عام 2017 فكانت بأستراليا وأوقيانوسيا بنسبة 0.7%.

ويوضح أيضا الشكل رقم 5 توزيع النسبة المئوية للسكان الذين يستخدمون الإنترنت حسب مجموعة الدخل، وذلك خلال عقد من الزمن يمتد بين عام 2005 و 2015.

الشكل 5: النسبة المئوية لمستخدمي الإنترنت عبر العالم حسب مستوى الدخل



فمن خلال الشكل رقم 5 يتضح أن هناك زيادة معتبرة في نسبة مستخدمي الأنترنت عبر العالم بين سنة 2005 و2015، حيث قفزت نسبة مستخدمي الأنترنت على التوالي من حوالي 11% إلى حوالي 46% من إجمالي عدد سكان العالم، كما يتضح من خلال الشكل رقم 5 أن هناك ارتباط كبير بين الزيادة في نسبة مستخدمي الأنترنت ومستوى الدخل عبر مختلف أقاليم العالم، حيث ارتفعت نسبة مستخدمي الأنترنت من إجمالي عدد السكان في البلدان المرتفعة الدخل من حوالي 45% في سنة 2005 لتصل إلى حوالي 80% في سنة 2015 أي بزيادة تقدر بـ35%، في حين أن نسبة مستخدمي الأنترنت في البلدان منخفضة الدخل لم تتجاوز 1% من إجمالي السكان في سنة 2005 لتصل إلى حوالي 5% في سنة 2015 أي بزيادة تقدر بـ4% فقط.

#### 4. اختبار مدى علاقة التحول الرقمي في ظل الأنترنت بنشاط السياحة عبر العالم

يمثل الجدول رقم 1 بيانات حول عدد السياح الوافدين، عدد المواقع الإلكترونية وعدد مستخدمي الأنترنت عبر العالم خلال الفترة بين 1995 و2017.

الجدول 1: عدد السياح الوافدين، عدد المواقع الإلكترونية وعدد مستخدمي الأنترنت عبر العالم (1995-2017)

السنة	عدد السياح الوافدين	عدد مستخدمي الأنترنت	عدد مواقع الواب
1995	531	16	0,02
1996	565	36	0,26
1997	593	70	1,1
1998	609	147	2,4
1999	633	248	3,1
2000	680	361	17
2001	682	513	29
2002	702	587	39
2003	698	719	41
2004	764	817	51,5
2005	809	1018	65
2006	855	1093	85,5
2007	911	1319	122
2008	930	1574	172
2009	892	1802	238
2010	952	1971	207

346	2267	997	2011
697	2497	1043	2012
673	2802	1095	2013
969	3079	1141	2014
863	3366	1193	2015
1045	3696	1239	2016
1767	4156	1322	2017

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على المعطيات السابقة في البحث

لمعرفة مدى وجود تأثير أو علاقة بين عدد السياح، عدد مستخدمي الأنترنت وعدد المواقع الإلكترونية عبر العالم، سوف يتم تحديد درجة الارتباط بين كل من المتغيرات الثلاثة السابقة، وذلك من خلال حساب معامل الارتباط الخطي لبيرسون (Pearson)، كما يمكننا ذلك من تحديد قوة الارتباط بين المتغيرين السابقين. وحساب قيمة معامل الارتباط بين عدد السياح، عدد مستخدمي الأنترنت وعدد المواقع الإلكترونية عبر العالم، يجب أن نأخذ بعين الاعتبار إلى أن قيم معامل الارتباط تنحصر فيما يلي كما هو موضح في الجدول رقم 2:

الجدول 2: درجة العلاقة بين المتغيرات وفقا لقيمة معامل الارتباط

نوع العلاقة	قيمة معامل الارتباط
علاقة طردية تامة	1 تماما
علاقة طردية شبه تامة	بين 0.9 و 1
علاقة طردية قوية	بين 0.6 و 0.9
علاقة طردية متوسطة	بين 0.4 و 0.6
علاقة طردية ضعيفة	من 0 حتى 0.4
لا توجد علاقة أبدا	0 تماما
علاقة عكسية ضعيفة	من 0 حتى -0.4
علاقة عكسية متوسطة	بين -0.4 و -0.6
علاقة عكسية قوية	بين -0.6 و -0.9
علاقة عكسية شبه تامة	بين -0.9 و -1
علاقة عكسية تامة	-1 تماما

المصدر: غيث الحر، معن التنجي، (2014)، التحليل الإحصائي للاستبيانات باستخدام برنامج (IBM SPSS Statistics)، تركيا: مركز سبر للسياسات الإحصائية والسياسات العامة، ص89.

وقد تم الحصول على النتائج التالية لمعامل الارتباط لبيرسون (Pearson) بين المتغيرات الثلاثة، عدد السياح الوافدين، عدد مستخدمي الأنترنت وعدد المواقع الإلكترونية السنوي عبر العالم كما هو موضح في الجدول رقم 3.

الجدول 3: معامل الارتباط لبيرسون (Pearson)

	السياح عدد العالم عبر الوافدين	الإلكترونية المواقع عدد العالم عبر	مستخدمي عدد العالم عبر الأنترنت
Pearson Correlation	1	0,891**	0,990**
Sig. (2-tailed) عبر العالم		0,000	0,000
N	23	23	23
Pearson Correlation	0,891**	1	0,924**
Sig. (2-tailed) عبر العالم	0,000		0,000
N	23	23	23
Pearson Correlation	0,990**	0,924**	1
Sig. (2-tailed) الأنترنت عبر العالم	0,000	0,000	
N	23	23	23

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (3)، نلاحظ أنه عند مستوى معنوية 0.01 (أي 1%)، هناك علاقة طردية قوية

بين:

- عدد السياح الوافدين وعدد المواقع الإلكترونية عبر العالم بمعامل ارتباط يساوي 0.891.

هناك علاقة طردية شبه تامة بين:

- عدد السياح الوافدين وعدد مستخدمي الأنترنت عبر العالم بمعامل ارتباط يساوي 0.990.

- عدد مستخدمي الأنترنت وعدد المواقع الإلكترونية عبر العالم بمعامل ارتباط يساوي 0.924. كما نلاحظ من خلال الجدول رقم (03) أن قيمة sig تساوي 0.0000 (أي 0%) وهي أقل من مستوى المعنوية 1%، وبالتالي فإن معامل الارتباط بين المتغيرات السابقة معنوي بدرجة دقة عالية جدا 0.99 أي (99%).

ومن خلال ما سبق يمكن استنتاج أن هناك تأثير للتحويل الرقمي العالمي من خلال الأنترنت على حركة السياحة العالمية، حيث يؤثر زيادة مستخدمي الأنترنت وعدد المواقع الإلكترونية بما في المواقع التي تقدم خدمات للسفر والسياحة بشكل مباشر على عدد السياح الوافدين عبر العالم.

## 5. الخاتمة:

تعتبر الدول المتقدمة على رأس الدول الجاذبة للسياحة العالمية كونها تتوفر على مقومات السياحة الأساسية، والتي اكتسبتها من موروثها الثقافي والاجتماعي والاقتصادي، فالتطور الذي عرفته أوروبا منذ الثورة الصناعية أثر إيجابيا على مقوماتها السياحية وجعل منها أكبر مركز لإستقطاب السياح من كافة أنحاء العالم، كما أن البنية التحتية المتطورة التي تتوفر عليها الدول المتقدمة ساهمت بشكل كبير في إعطاء ميزة تنافسية أفضل من غيرها، فالمطارات والموانئ ووسائل النقل والمواصلات تعتبر أهم مقومات لجذب السياح إلى تلك الدول، كما أن ارتفاع مستوى الخدمات المتطورة والمتنوعة المقدمة للسياح تعتبر من الأفضل في العالم سواء من حيث الفنادق والمطاعم ومراكز العلاج والتعليم، والمرافق الترفيهية والرياضية... إلخ، ومن جهة أخرى تعتبر الدول المتقدمة رائدة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والسباق في توظيف هذا التطور في تنمية قطاع السياحة من خلال رقمنة خدمات السياحة وعولمتها من خلال شبكة الأنترنت مما جعلها من أكبر الأقطاب السياحية في العالم نظرا للتكامل الحاصل بين الخدمات المادية أو اللوجيستية والخدمات الرقمية في مجال السياحة.

من خلال هذه الدراسة استطعنا الخروج بمجموعة من النتائج التالية:

- أصبحت السياحة أحد أكبر القطاعات وأسرعها نموا في العالم، بعد تعافي الإقتصاد العالمي من الأزمة الإقتصادية العالمية عام 2008، والتطور المتسارع في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛

- هناك زيادة كبيرة في عدد مستخدمي الأنترنت وعدد المواقع الإلكترونية عبر العالم، نتيجة التطور التكنولوجي السريع في مجال المعلومات والاتصال.
- هناك ضعف في مساهمة خدمات الرقمنة والأنترنت على النمو السياحي في الإقتصاديات الأقل نمواً، لأنها تفتقر إلى البنية التحتية الأساسية سواء في القطاع الإقتصادي أو السياحي؛
- تساهم العائدات السياحية في النمو الإقتصادي العالمي وخاصة في الدول المستقطبة؛
- هناك تباين كبير في توزيع عدد السياح والعائدات السياحية بين مختلف دول العالم، نتيجة حجم الفجوة الإقتصادية والرقمية بين الدول المتقدمة والنامية.

### قائمة المراجع:

#### المراجع باللغة العربية:

- أدهم وهيب مطر. (2014). التسويق الفندقي و مبيع و ترويج الخدمات السياحية و الفندقية الحديثة. دمشق: دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع.
- الأمم المتحدة، إدارة الشؤون الاقتصادية والاجتماعية. (2011). التوصيات الدولية المتعلقة بإحصاءات السياحة 2008. تاريخ الاسترداد 12 01 ,2019، من [http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM\\_83rev1a.pdf](http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1a.pdf)
- العاني، ر. م. (2008). الإستثمار والتسويق السياحي. عمان: دار كنوز المعرفة العلمية للنشر و التوزيع.
- خليل محمد سعد. (2017). مبادئ علم السياحة (الإصدار عمان). عمان: الجنادرية للنشر والتوزيع.
- سمر رقيقي الرحي. (2014). الإدارة السياحية الحديثة. عمان: الأكاديميون للنشر والتوزيع.
- عبد القادر قادري. (2017). مدى فعالية سعر برمبل النفط المرجعي في إعداد الميزانية العامة في الجزائر في ظل تقلبات أسعار النفط الجزائري. مجلة الإقتصاد والتنمية .
- ماهر عبد العزيز. (2008). صناعة السياحة. الأردن: دار زهران للنشر والتوزيع.
- محسن أحمد الخضيرى. (2005). السياحة البيئية. القاهرة: مجموعة النيل العربية للطباعة والنشر.

مصطفى يوسف كافي. (2014). السياحة البيئية المستدامة. دمشق: دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع.

مصطفى يوسف كافي. (2009). صناعة السياحة و الأمن السياحي. دمشق: دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع.

المراجع باللغة الأجنبية:

(ILO), I. L. (2013). Toolkit on Poverty Reduction through Tourism (éd. Second edition). Geneva, - International Labour Organization (ILO)(2013), Toolkit on Poverty Reduction through Tourism, ILO, Geneva, Second edition: (ILO).

International Telecommunication Union(ITU). (2017). Measuring the Information Society Report 2017. Switzerland: ITU.

World Tourism Organization (UNWTO),( 2018) International Tourism exceeds expectations in the first months of 2018, Volume 16, issue3.