

The impact Of Digital Transformation on improving Administrative Operations in Domestic Tourism: A Field Study on a Group of Travel Agencies in the City of Tripoli).

Adnan Ali Mohamed Abudarbala

Department of Administrative and Financial Sciences Technology, College of Science and Technology, Al-Riyayna, Al-Riyayna, Libya.

*Corresponding author: Adnan Abudarbala | abudrbala1982@gmail.com

Received: 30-09-2025 | Accepted: 10-04-2026 | Available online: 25-04-2026 | [DOI:10.5281/zenodo.19767933](https://doi.org/10.5281/zenodo.19767933)

ABSTRACT

This study aims to identify the impact of digital transformation on improving the administrative work of domestic tourism on a group of tourism offices in the Tripoli city. The study problem focused on the main question: what extent does digital transformation affect the improvement of administrative work for domestic tourism? To answer this question, the following main hypothesis was formulated: there is a statistically significant impact of digital transformation on improving the administrative work of domestic tourism in the tourism offices under study. It also aimed to identify the contribution of digital transformation to improving administrative work and to attempt to discover the impact between them. The researcher followed the descriptive analytical approach and relied on the questionnaire as the main tool for collecting primary data. It was distributed randomly to (32) employees in the tourism offices under study and was fully retrieved. The well-known statistical program for social sciences (SPSS) was used. The study reached a set of results, the most important of which was the presence of a statistically significant impact of digital transformation, (strategic technologies, and the human element) in improving the administrative work of domestic tourism, which confirms the integration of these three dimensions and their combined role in developing administrative performance. The study recommended several recommendations, including formulating a national or institutional strategy supported by accurate performance indicators and effective monitoring mechanisms.

Keywords: Digital Transformation, Technologies, Human Resources, Domestic Tourism.

أثر التحول الرقمي في تحسين الأعمال الإدارية للسياحة الداخلية: دراسة ميدانية على مجموعة مكاتب سياحية بمدينة طرابلس

أ. عدنان علي محمد أبودربالة

قسم تقنيات العلوم الادارية والمالية، كلية العلوم والتقنية الريابنة، وزارة التعليم التقني والفني، الريابنة، ليبيا

*المؤلف المراسل: عدنان أبودربالة | abudrbala1982@gmail.com

استقبلت: 2025-09-30 | قبلت: 2026-04-10 | متوفرة على الانترنت | 2026-04-25 | [DOI:10.5281/zenodo.19767933](https://doi.org/10.5281/zenodo.19767933)

المخلص

تهدف هذه الدراسة لمعرفة أثر التحول الرقمي في تحسين الأعمال الإدارية للسياحة الداخلية على مجموعة مكاتب سياحية بمدينة طرابلس وتركزت مشكلة الدراسة على التساؤل الرئيسي المتمثل في: ما مدى أثر التحول الرقمي على تحسين الأعمال

الإدارية للسياحة الداخلية؟ وللإجابة على هذا التساؤل تم صياغة الفرضية الرئيسية التالية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتحوّل الرقمي في تحسين الأعمال الإدارية للسياحة الداخلية بالمكاتب السياحية قيد الدراسة، وكما هدفت أيضاً للتعرف على مساهمة التحوّل الرقمي في تحسين الأعمال الإدارية وعلى محاولة اكتشاف الأثر بينهم، واتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي والاعتماد على الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات الأولية ووزعت بطريقة عشوائية على (32) موظفاً بالمكاتب السياحية قيد الدراسة وتم استرجاعها بالكامل واستخدم البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية المعروف (SPSS) وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها وجود أثر ذو دلالة إحصائية للتحوّل الرقمي (الإستراتيجية، التقنيات، العنصر البشري) في تحسين الأعمال الإدارية للسياحة الداخلية، بما يؤكد تكامل هذه الإبعاد الثلاثة ودورها المشترك في تطوير الأداء الإداري، وأوصت الدراسة بعدة توصيات منها صياغة إستراتيجية وطنية أو مؤسسية مدعومة بمؤشرات أداء دقيقة وآليات متابعة فعالة.

الكلمات المفتاحية: التحوّل الرقمي، التقنيات، الموارد البشرية، السياحة الداخلية.

1. المقدمة:

شهد العالم تطوراً ونموً متسارعاً في الآونة الأخيرة من تطورات في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والرقمنة في جميع العمليات والأنشطة مما جعل قطاع السياحة الداخلية يتجه إلى التحوّل الرقمي الذي أصبح اتجاهاً ملحوظاً لكثير من المؤسسات وتقديم خدماتها بشكل دقيق وسريع وفي وقت قياسي، حيث يعد قطاع السياحة الداخلية قطاعاً هاماً وحيوياً للدول من أجل توفير إيرادات من شأنها تدعم اقتصاد البلد وأيضاً على مستوى الفرد من أجل التعرف على معالم بلده والتنوع الثقافي الذي يختلف من منطقة عن منطقة، ويعد قطاع السياحة من القطاعات التي تزداد أهمية استخدام التقنيات أمراً حتمياً لا بد منه حتى يمكنهم من مواجهة كل التحولات الراهنة من أجل استمرارهم وتقديم الأفضل للسياح الداخليين (الباحث).

يحظى قطاع السياح في الوقت الحاضر باهتمام كبير من قبل العديد من دول العالم المتقدمة والنامية فهي تمثل مورداً اقتصادياً مهماً وأساسياً للدول وبخاصة التي تتميز بمحدودية الموارد فالسياحة ليست هدفاً بل وسيلة للمساهمة في التنمية الوطنية الشاملة وهي بطبيعتها صناعة معقدة متعددة الأطراف ومتراصة الجوانب فلم يعد ينظر إليها على أساس أنها من القطاعات الثانوية في اقتصاديات الدول لما لها من أهمية في المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي وتراكم الاحتياطيات من العملات الأجنبية [1]

1.1 مشكلة الدراسة:

تعالج الدراسة الحالية المشكلة المتمثلة في أثر التحوّل الرقمي في تحسين الأعمال الإدارية للسياحة الداخلية وكذلك التعرف على أهم الصعوبات التي تحول دون تطبيق الرقمنة وعلى ضوء ذلك تم صياغة مشكلة

الدراسة في التساؤل الآتي: ما مدى تأثير التحول الرقمي في تحسين الأعمال الإدارية للسياحة الداخلية على مجموعة مكاتب سياحية بمدينة طرابلس؟

1.2 فرضيات الدراسة:

اعتمد الباحث على صياغة الفرضية الرئيسية والتي تهدف بصفة أساسية لمعرفة أثر التحول الرقمي في تحسين الأعمال الإدارية للسياحة الداخلية في الفرضية الآتية :-
يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي في تحسين الأعمال الإدارية للسياحة الداخلية بالمكاتب السياحية قيد الدراسة ويشترك من الفرضية الرئيسية السابقة الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبناء استراتيجية التحول الرقمي على تحسين الأعمال الإدارية للسياحة الداخلية بالمكاتب السياحية قيد الدراسة.

الفرضية الفرعية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمتطلبات البشرية على تحسين الأعمال الإدارية للسياحة الداخلية بالمكاتب السياحية قيد الدراسة.

الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمتطلبات التقنية على تحسين الأعمال الإدارية للسياحة الداخلية بالمكاتب السياحية قيد الدراسة.

1.3 أهمية الدراسة:

ترجع أهمية الدراسة كونها من الموضوعات الحديثة والعصرية حيث تمثل التقنيات الرقمية ركيزة أساسية لنجاح السياحة الداخلية في ليبيا ومحاولة تسهيل عملية الاتصال للسياح الداخلين، وقد تفيد هذه الدراسة السياح الداخلين والمكاتب السياحية بما ستقدمه من نتائج وتوصيات.

1.4 أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:-

1 إمكانية التعرف على مساهمة التحول الرقمي في تحسين الأعمال الإدارية للسياحة الداخلية لمجموعة المكاتب السياحية بمدينة طرابلس.

2- محاولة اكتشاف الأثر بين التحول الرقمي والسياحة الداخلية.

3- التوصل إلى نتائج وتوصيات من شأنها أن تسهم في تنمية السياحة الداخلية.

1.5 منهج الدراسة:

استخدم الباحث المنهج الوصفي وهو ما يُعد مظلة رمزية واسعة لجمع مجموعة من الكتب والمجلات ورسائل الماجستير والاطلاع على مواقع الانترنت لتغطية الجانب النظري للدراسة، وكما اتبع الباحث الأسلوب التحليلي للبيانات وربطها وتفسيرها للوصول إلى نتائج كمية، ودقيقة وكذلك قام الباحث بإعداد الاستبانة واستخدمها كأداة رئيسية لجمع البيانات والمعلومات ذات العلاقة بموضوع الدراسة وتحليل البيانات المتحصل عليها عن طريق إدخالها على الحاسب الآلي واستخدام البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية والمعروف (SPSS) للوصول إلى نتائج أكثر دقة وموضوعية.

1.6 مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في مجموعة موظفين بالمكاتب السياحية قيد الدراسة، حيث تم توزيع الاستبانة بطريقة عشوائية معلمية. عينة الدراسة تم توزيع الاستبانة على عينة عشوائية من قبل الباحث على موظفي المكاتب السياحية قيد الدراسة وتم استرجاعها بالكامل.

1.7 حدود الدراسة:

- **الحدود الموضوعية:** تناولت هذه الدراسة أثر التحول الرقمي في تحسين الأعمال الإدارية للسياحة الداخلية على مجموعة مكاتب سياحية بمدينة طرابلس.
- **الحدود المكانية:** تم إجراء الدراسة الميدانية على مجموعة موظفين بالمكاتب السياحية بمدينة طرابلس
- **الحدود الزمنية:** تم إجراء الدراسة في الفترة من 2025/7/11 لغاية 2025/8/14.

1.8 مصطلحات الدراسة:

- **التحول الرقمي:** هو انتقال المؤسسات من الطرق التقليدية في العمل إلى طرق أكثر حداثة تعتمد على التكنولوجيا الرقمية [2].
- **السياحة الداخلية:** وتتم من قبل مواطني دولة معينة داخل حدود دولتهم وتنفق فيها عملة محلية وتنقسم السياحة حسب هدفها لعدة أقسام منها السياحة العلاجية والسياحة البحرية والسياحة الترفيهية والسياحة الرياضية والسياحة الثقافية والاجتماعية [3].
- **المرشد السياحي:** هو وسيلة إعلامية متحركة تساعد على الترويج غير المباشر للبلد عبر طريقة التعامل مع السياح والمعلومات التي ينقلها إليهم [4].

1.9 الدراسات السابقة :-

1- دراسة (القمبري والعدل، 2024) بعنوان التحوّل الرقمي في مؤسسات التعليم العالي الأكاديمية الليبية للدراسات العليا بنزور أنموذجاً وهدفت للتعرف على واقع التحوّل الرقمي في الأكاديمية الليبية للدراسات العليا بنزور أنموذجاً وكذلك التعرف على متطلبات التحوّل الرقمي وأثر المعوقات التي تحد من تحقيقه واستخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي ومن أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة: أظهر أفراد الدراسة توجهاً منخفضاً نحو واقع التحوّل الرقمي ومتطلباته داخل الأكاديمية الليبية كما أن مستوى معوقات التحوّل الرقمي كان مرتفعاً كما أوصت الدراسة بتطوير البنية التحتية كمطلب مهم وأساس لعملية التحوّل الرقمي المتمثلة في (الانترنت، المكتبة الرقمية، المعامل والمختبرات، المنصات الرقمية لقواعد البيانات) وكما أوصت أيضاً بصياغة استراتيجية للتحوّل الرقمي [5].

2- دراسة (لعور وبويعة، 2024) بعنوان مساهمة التحوّل الرقمي في تطوير قطاع السياحة والخدمات الفندقية في الجزائر وهدفت الدراسة على تسليط على واقع رقمنة القطاع السياحي والخدمات الفندقية وتوضيح أثر التحوّل الرقمي على القطاع السياحي في الجزائر وعلى القيمة المضافة التي تقدمها منصة "تملتيك" لحجز الفنادق عبر الانترنت في الجزائر واستخدم الباحثان المنهج الوصفي وكان من أبرز نتائجها أن التحوّل الرقمي أصبح ضرورة ملحة لا مفر منها لمواكبة الاقتصاد الجديد وأن منصة "تملتيك" تلعب دوراً مهماً في تطوير وتعزيز القطاع السياحي والخدمات التي يوفرها كما أوصت الدراسة بالاهتمام بالتحوّل الرقمي نحو السياحة الذكية التي تعتمد في خدماتها على تقنيات التحوّل الرقمي [6].

3- دراسة (محسن وبلحيمر، 2023) بعنوان التحوّل الرقمي للقطاع السياحي في الجزائر وهدفت الدراسة إلى التعرف على واقع الاتصال السياحي الرقمي ومعرفة الدور الذي تلعبه الرقمنة في القطاع السياحي في الجزائر واستخدم الباحثان المنهج الوصفي لوصف وتحليل الظاهرة وكان من أبرز نتائجها ضعف التحوّل الرقمي في القطاع السياسي في الجزائر وأوصت الدراسة بالإعتماد على المؤثرين الرقميين للتعرف وتشجيع السياحة الوطنية وضرورة التأهيل والتكوين المتواصل للموظفين في المؤسسات السياحية في مجال التقنيات الحديثة [7].

4- دراسة (ولاء، 2023) بعنوان دور التحوّل الرقمي في مرافق الضيافة السياحية الخاصة في مدينة الرياض وهدفت الدراسة لمعرفة دور التحوّل الرقمي في تمكين الأفراد من المساهمة في تعزيز الاستثمار من خلال تقديم خدمة مرافق الضيافة السياحية في الرياض واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي وكان

من أبرز نتائجها أن استخدام التطبيقات الرقمية من قبل الفرد المستثمر في مرافق السياحة الخاصة له تأثير كبير على زيادة الطلب على منتجه ورفع العائد المادي له كما أوصت الدراسة بمنح المستثمر المزيد من التسهيلات عبر توفير منصة تشاركية إلكترونية ورسمية بالتعاون مع الجهات المختصة [8]

5- دراسة (عبادي وزهواني، 2019) بعنوان: **تجليات التحول الرقمي ودوره في تفعيل السياحة الداخلية اتصالات الجزائر نموذجاً** وهدفت إلى إبراز أهمية إدخال التقنيات الرقمية ومعلومات الاتصال لتنشيط قطاع السياحة في الجزائر واستخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي وتوصلت الدراسة إلى أن الجزائر متأخرة في مجال الرقمنة للترويج السياحي مقارنة بدول الجوار وتوصلت أيضاً إلى أن استعمال تقنيات الرقمنة والاتصال تساهم في دفع عجلة قطاع السياحة بالجزائر وكما أوصت بوضع بوابة إلكترونية في جميع المطارات من أجل توفير راحة أكثر للسائحين، وإنشاء تطبيق رسمي خاص بالهواتف الذكية يشمل جميع المعالم السياحية الوطنية [9].

أوجه الاختلاف والتشابه بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

بعد استعراض الدراسات السابقة التي تم إجراؤها في بيئات مختلفة وفي أوقات مختلفة حيث استفاد الباحث منها على جوانب تتعلق بموضوع الدراسة، وساعدته في اختيار المنهج المناسب وكيفية بناء أداة الدراسة الحالية، وبالنظر إلى الدراسات السابقة والدراسة الحالية يمكن توضيح أوجه التشابه وأوجه الاختلاف في الآتي:- تشابه الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في المنهج الوصفي والتحليل الإحصائي (SPSS)، والمتغير المستقل (التحول الرقمي) وتشابه أيضاً في المتغير التابع باستثناء دراسة (القمبري والعدل، 2024) فتناولت مؤسسات التعليم العالي في ليبيا، واتفقت معها في كونها دراسة في بيئة محلية واختلفت مع الدراسات الأخرى في كونهم دراسات أجنبية واختلفت مع جميع الدراسات في التوقيت.

2. تقسيم الدراسة :

2.1 المبحث الأول: التحول الرقمي :-

أولاً: مفهوم التحول الرقمي:

هو عملية دمج التكنولوجيا الرقمية في جميع مجالات الأعمال مما يؤدي إلى تغيرات جذرية في كيفية تشغيل الأعمال وتقديم القيمة للعملاء. يتطلب التحول الرقمي تغيرات في الثقافة التنظيمية واستراتيجيات العمل والعمليات التشغيلية [10].

ثانياً: أهمية التحول الرقمي:

تكمن أهمية التحول الرقمي في عدة نقاط منها ما يلي:

- 1- زيادة الكفاءة وتتم من خلال أتمتة المهام وتبسيط العمليات
- 2- الابتكار ويتم من خلال عمليات التطوير وتقديم خدمات جديدة دخول السوق
- 3- زيادة الأرباح وتتم من خلال خفض التكاليف وزيادة الإيرادات
- 4- المرونة ويقصد بها القدرة على التكيف مع التغيرات السريعة في السوق [2].

ثالثاً: مراحل التحول الرقمي:

يمر التحول الرقمي بعدة مراحل منها

- 1- التقييم تتم عملية التقييم من خلال تحديد نقاط القوة والضعف وتحديد الأهداف الاستراتيجية
- 2- التخطيط يتم وضع خطة تفصيلية تحدد التقنيات التي سيتم استخدامها والموارد المطلوبة والجدول الزمنية
- 3- التنفيذ يتم تنفيذ الخطة تدريجياً مع التركيز على تدريب الموظفين وتبني التقنيات الجديدة
- 4- التقييم المستمر يتم تقييم النتائج بشكل مستمر وإجراء التعديلات اللازمة لتحسين الأداء [2].

رابعاً: فوائد التحول الرقمي:

- 1- يوفر التحول الرقمي التكلفة والجهد بشكل كبير ويحسن الكفاءة التشغيلية وينظمها
- 2- يعمل على تحسين الجودة وتبسيط الإجراءات للحصول على الخدمات المقدمة للمستفيدين
- 3- يخلق فرصاً لتقديم خدمات مبتكرة وإبداعية بعيداً عن التطرق التقليدية في تقديم الخدمات
- 4- يساعد التحول الرقمي للمؤسسات والشركات على التوسع والانتشار في نطاق أوسع والوصول إلى شريحة أكبر من العملاء والجمهور [11].

خامساً: العوامل التي تحفز التحول الرقمي:

- 1- التقدم التكنولوجي السريع مثل الذكاء الصناعي وانترنت الأشياء والحوسبة السحابية كل هذه أصبحت متاحة وأكثر فعالية
- 2- توقعات العملاء المتزايدة يتوقعون العملاء تجارب رقمية سلسة وفعالة
- 3- المنافسة الشديدة تحتاج الشركات إلى تبني التكنولوجيا لتظل قادرة على المنافسة [10].

2.2 المبحث الثاني: السياحة الداخلية:-

أولاً: مفهوم السياحة الداخلية هي انتقال الفرد خارج مكان إقامته (المدينة) ولكن تكون داخل الدولة، تتيح السياحة الداخلية الفرصة للمواطنين لمعرفة بلادهم ومجالها والاستمتاع بخصائصها وتعرفهم على تراثهم التاريخي والحضاري وتشجيعهم على قضاء إجازة داخل بلدهم [4] وهي أيضاً ظاهرة من ظواهر هذا العصر تتبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة والتغيير والإحساس بجمال الطبيعة والشعور بالبهجة والاستمتاع بالإقامة في منطقة لها طبيعتها الخاصة [12].

ثانياً: أهمية السياحة الداخلية:

- 1- زيادة الاستثمارات السياحية في مجال الفنادق والمطاعم والمحلات .
- 2- الانتعاش الاقتصادي للمناطق السياحية تتجه لزيادة الانفاق السياحي لها.
- 3- تخفيض حدة مشكلة البطالة في المناطق السياحية وخلق فرص عمل للعاطلين مما ينعكس على ارتفاع مستوى المعيشة في هذه المناطق.
- 4- ارتفاع مستوى المناطق السياحية بصفة عامة نتيجة الاهتمام بتطويرها وتجديدها لمواجهة الحركة المتزايدة للسياحة الداخلية.
- 5- رفع الوعي الثقافي والفكري والسياحي لدى المواطنين أنفسهم.
- 6- تحقيق الارتباط الشديد بالسياحة الداخلية والسياحة الدولية من حيث الاهتمام بالمناطق السياحية وتشجيع السياحة الداخلية ينعكس على زيادة الحركة للسياحة الدولية وبذلك تصبح السياحة الداخلية ركيزة أساسية للسياحة الدولية.
- 7- الترويج عن المواطنين وإزالة مظاهر التعب والإرهاق عن نفوسهم مما يجعلهم أكثر حيوية ونشاطاً وقدرة على العمل والإنتاج.
- 8- تنشيط الصناعات المختلفة ذات الارتباط المباشر أو غير المباشر بالسياحة مثل (النقل، البناء، الصناعات الغذائية والبيئية).
- 9- تنمية المناطق السياحية وانتعاش الاقتصاد نتيجة لإنفاق الزوار به [13].

ثالثاً: مقومات السياحة الداخلية في ليبيا :-

1- المقومات الداخلية

أ- الساحل: يمتد الساحل الليبي من رأس اجدير غرباً حتى امساعد شرقاً بطول (1770) كم يطل كله على البحر الأبيض المتوسط ويتميز الساحل الليبي باستوائه حيث تقل فيه المرتفعات الجبلية وتقع

العديد من المدن على شواطئه حيث توجد عدة مصايف وبعض القرى السياحية في بعض المدن كما توجد أيضاً فنادق، حيث تكون مزاراً سياحياً في داخلها فترة الصيف وخاصة مدن الدواخل.

ب- المناطق الجبلية: يوجد العديد من الجبال في ليبيا ولعل أشهرها الجبل الأخضر الذي يعد وجهة سياحية داخلية بامتياز من جميع مدن ليبيا ويقع شرق البلاد وتوجد به العديد من المناظر الخلابة بالإضافة لجبل أكاكوس الذي يقع في الجنوب الغربي والذي توجد به العديد من الرسومات.

ج- الصحراء: تعد ليبيا من إحدى الدول التي يقع بها جزء كبير من الصحراء الكبرى في شمال أفريقيا وتوجد العديد من الرسومات على الأحجار وخاصة في أقصى الجنوب حيث يقصدونها السياح الداخليين، وتختلف طبيعة المدن الواقعة في الصحراء عن المدن الواقعة في الشمال من حيث التضاريس والنباتات.

2- المقومات التاريخية: تتميز ليبيا بتاريخها العريق الذي يعود لآلاف السنين من الحضارات المتعاقبة عليها ولعل أبرزها الحضارة الفينيقية والحضارة الرومانية وأخيراً الحضارة الإسلامية وهناك العديد من الآثار القديمة مثل آثار لبدّة، صبراتة، شحات وغيرها.

3- المقومات المادية: يقصد بالمادية أن تكون هناك فنادق وتناسب كل السياح الداخليين أو تكون فنادق مملوكة للدولة وأسعارها في متناول الجميع لغرض تشجيع السياحة الداخلية ومتوفر شبكة اتصالات قوية وأن تكون بها قدرة استيعابية وخاصة في أوقات العطل الصيفية، بالإضافة لشبكة المواصلات ولكن في بلدنا شبكة المواصلات متهالكة حيث تعد الطرق الرئيسية قديمة ولا توجد شبكات اتصال حديثة وضعف في حافلات النقل الجماعي فكل هذا يضعف السياحة الداخلية.

رابعاً: أسباب انتشار وتوسع السياحة:

1- تقليل ساعات العمل نتيجة دخول الآلات والمكائن الحديثة أدى لزيادة أوقات الفراغ وأصبحت فرص العمل متوفرة.

2- التمتع بالإجازات المدفوعة الثمن بعد إحداث العديد من قوانين العمل والتنظيم والتشريعات التي تحدد الإجازات الإجبارية المدفوعة الثمن.

3- زيادة وحدات الإنتاج أدى إلى حصول فائض في الإنتاج وبدأ التجار والصناعيين في البحث عن أسواق جديدة لتصريف بضائعهم وهذا يحتاج إلى السفر.

4- الانتقال من الريف إلى المدينة أدى إلى زيادة الطلب على الخدمات في المدينة وانخراط الناس في الأعمال المكتبية الخاضعة إلى الروتين واستعمال الفكر والعقل بدلاً من القوة الجسمانية كما في الريف

وهذا بدوره أدى إلى ضرورة التمتع بإجازة سنوية والهروب من جو الروتين والعمل وزخم المدينة [14].

خامساً: مكونات السياحة

- 1- عوامل وعناصر جذب الزوار مثل المناخ والتضاريس والبحار والأنهار والغابات والمحميات والدوافع البشرية مثل المواقع التاريخية والحضارية والأثرية والدينية ومدن الملاهي والألعاب.
- 2- مواقع وخدمات الإيواء والضيافة مثل الفنادق والنزل وبيوت الضيافة والمطاعم والاستراحات.
- 3- خدمات مختلفة مثل مراكز المعلومات السياحية ووكالات السياحة والسفر ومراكز صناعة وبيع الحرف اليدوية.
- 4- خدمات البنية التحتية وتشمل توفير المياه الصالحة للشرب والطاقة الكهربائية والتخلص من المياه العادمة والفضلات الصلبة وتوفير شبكة من الطرق والاتصالات [15].

2.3 المبحث الثالث الجانب العملي

أولاً: المنهجية المتبعة في الدراسة (المعالجة الإحصائية)

تمت المعالجة الإحصائية اللازمة للبيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة والتي تتألف مما يلي:

مقاييس الإحصاء الوصفي لاستخراج التكرارات والنسب المئوية لوصف عينة الدراسة، اختبارات T-Test لاختبار معنوية (دلالة) المتوسطات الحسابية، معامل ارتباط بيرسون لاختبار العلاقة بين المتغيرات، معامل كرونباخ ألفا لقياس درجة الثبات في إجابات عينة الدراسة على أسئلة الاستبيان، الانحدار المتعدد لدراسة تأثير مجموعة من المتغيرات المستقلة على المتغير التابع، الانحدار التدريجي لدراسة تأثير المتغير المستقل مع عزل تأثير باقي المتغيرات المستقلة.

2.3.1 ثبات أداة الدراسة:

تم قياس ثبات أداة الدراسة باستخدام معامل الثبات (الفا كرو نباخ)، من حيث دقتها واتساقها بمعنى أن تعطي أداة جمع البيانات النتائج نفسها إذا تم استخدامها أو إعادة مرة أخرى تحت ظروف مماثلة والجدول (1)، يبين معاملات الثبات لاختبار (الفا كرو نباخ).

الجدول (1): نتائج اختبار الفا كرو نباخ

المحاور	عدد العبارات	معامل ألفا كرو نباخ (الثبات)	الجدر التربيعي لمعامل ألفا
1	4	0.918	95.81%
2	6	0.950	97.47%
3	5	0.867	93.11%
التحول الرقمي	15	0.958	97.88%

1	الوقت	4	0.614	78.36%
2	الإبداع	4	0.931	96.49%
3	التكلفة	5	0.866	93.06%
	تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية	13	0.925	96.18%
	كل المحاور	28	0.963	98.13%

يتبين من الجدول (1) أن معاملات الثبات (ألفا كرو نباخ) للمحاور تراوحت بين (0.614) و(0.958)، بينما بلغ معامل الثبات للمحاور مجتمعة (0.963)، وتشير هذه القيم إلى اتساق داخلي قوي بين عبارات كل محور من محاور الدراسة، مما يعزز موثوقية الأداة في قياس المفاهيم المستهدفة.

2.3.2 ترميز أداة الدراسة (الاستبيان):

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم تجميعها، فقد تم استخدام الباحث الطريقة الرقمية في ترميز الإجابات المتعلقة بمقياس ليكرث الخماسي كما بالجدول التالي:

جدول (2): توزيع الدرجات على الإجابات المتعلقة بعبارات المقياس

الإجابة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

يتم بعد ذلك حساب المتوسط الحسابي (المتوسط المرجح) لتحديد أوزان العبارات حسب قيم المتوسط المرجح المتحصل عليها نتيجة لتحليل الإجابات كما في الجدول (3) وذلك بعد أن تم ترميز وإدخال البيانات إلى الحاسب الآلي لبرنامج (spss) وهكذا الأوزان كما هي موضحة في جدول المتوسط المرجح التالي:

جدول (3): المتوسط المرجح المتحصل عليه من تحليل الإجابات

مستوى الاستجابة	منخفضة جدا	منخفضة	متوسطة	مرتفعة	مرتفعة جدا
المتوسط المرجح	من 1 إلى أقل من 1.80	من 1.80 إلى أقل من 2.60	من 2.60 إلى أقل من 3.40	من 3.40 إلى أقل من 4.20	من 4.20 إلى 5

3. النتائج والمناقشة

3.1 المحور الرئيسي الأول: التحول الرقمي

لتحليل المحاور الرئيسية من حيث درجة الموافقة سنوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لكل عبارة وأهميتها نحو كل فقرة ولجميع الفقرات وترتيبها تنازلياً حسب متوسطات الموافقة في الجدول التالي:

الجدول (4): المتوسط الحسابي والوزن النسبي لاستجابات أفراد عينة الدراسة

ت	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة
1	استراتيجية التحول الرقمي	3.82	1.1128	%76.45	1	مرتفعة
2	التقنيات	3.58	1.1847	%71.51	3	مرتفعة
3	العنصر البشري	3.75	1.0337	%75.10	2	مرتفعة
	كل المحاور	3.70	1.0228	%74.02	مرتفعة	

يتبين من الجدول (4) أن درجة الموافقة على العبارات ككل كانت مرتفعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي لجميع المحاور (3.70)، وهو يقع ضمن خانة "مرتفعة" في جدول المتوسط المرجح، والوزن النسبي (%74.02)، كما أن المحور رقم (1): "استراتيجية التحول الرقمي"، جاء في المرتبة الأولى من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة بدرجة موافقة مرتفعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.82)، والانحراف المعياري (1.1128) والوزن النسبي (%76.45)، كما أن المحور رقم (2): "التقنيات"، جاء في المرتبة الأخيرة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة بدرجة موافقة مرتفعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.58)، والانحراف المعياري (1.1847)، والوزن النسبي (%71.51).

1. المحور الفرعي الأول: استراتيجية التحول الرقمي.

لتحليل عبارات هذا المحور من حيث درجة الموافقة سنوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لكل عبارة وأهميتها نحو كل فقرة وللقرات وترتيبها تنازلياً حسب متوسطات الموافقة في الجدول التالي:

جدول (5): المتوسط الحسابي والوزن النسبي لاستجابات أفراد عينة الدراسة

رقم العبرة	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة
1	يسعى مكتب السياحة للتحول الرقمي للسياحة الداخلية	3.84	1.2137	76.77%	2	مرتفعة
2	يقوم مكتب السياحة ببرامج ترشيديه لموظفيه للتعريف بالتحول الرقمي	3.68	1.3010	73.55%	3	مرتفعة
3	يسعى مكتب السياحة للحصول على فريق متخصص ومؤهل لإنجاز التحول الرقمي بالطرق الصحيحة	3.94	1.1528	78.71%	1	مرتفعة

مرتفعة	2	76.77%	1.2935	3.84	يسعى مكتب السياحة للحصول على فريق متخصص ومؤهل لإنجاز التحول الرقمي بالطرق الصحيحة	4
مرتفعة		76.45%	1.1128	3.82	المتوسط الإجمالي	

يتبين من الجدول (5) أن درجة الموافقة على العبارات ككل كانت مرتفعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي (3.82)، وهو يقع ضمن خانة "مرتفعة" في جدول المتوسط المرجح، بوزن نسبي (76.45%)، كما أن العبارة رقم (3): "يسعى مكتب السياحة للحصول على فريق متخصص ومؤهل لإنجاز التحول الرقمي بالطرق الصحيحة"، جاءت في المرتبة الأولى من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة بدرجة موافقة مرتفعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3,94)، والانحراف المعياري (1.1528)، والوزن النسبي (78.71%)، وأن العبارة رقم (2): "يقوم مكتب السياحة ببرامج ترشيديه لموظفيه للتعريف بالتحول الرقمي"، جاءت في المرتبة الأخيرة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة بدرجة موافقة مرتفعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.68)، والانحراف المعياري (1.3010)، والوزن النسبي (73.55%).

2. المحور الفرعي الثاني: التقنيات

لتحليل عبارات هذا المحور من حيث درجة الموافقة سنوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لكل عبارة وأهميتها نحو كل فقرة والفقرات وترتيبها تنازلياً حسب متوسطات الموافقة في الجدول التالي:

جدول (6): المتوسط الحسابي والوزن النسبي استجابات أفراد عينة الدراسة

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة
1	يستخدم مكتب السياحة تقنيات عالية الجودة لغرض تعزيز السياحة الداخلية	3.48	1.3133	69.68%	5	مرتفعة
2	يملك مكتب السياحة موقع الكتروني ينشر من خلاله معالم البلد الغرض جذب السياح الداخليين	3.58	1.3607	71.61%	2	مرتفعة
3	يستعين مكتب السياحة بخبراء في معالجة الخلل في قواعد البيانات من أجل استمرار العمل بمرونة عالية	3.81	1.3765	76.13%	1	مرتفعة
4	يوفر الموقع الالكتروني معلومات كافية عن الوجهات السياحية الداخلية	3.52	1.3384	70.32%	4	مرتفعة

مرتفعة	4	70.32%	1.3384	3.52	يملك مكتب السياحة فريق متخصص للرد على استفسارات السياح الداخليين	5
مرتفعة	3	70.97%	1.2066	3.55	تستخدم مكتب السياحة التطبيقات التقنية لإتمام مختلف الإجراءات السياحية للسياح الداخليين	6
مرتفعة		71.51%	1.1847	3.58	المتوسط الإجمالي	

يتبين من الجدول (6) أن درجة الموافقة على العبارات ككل كانت مرتفعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي (3.58)، وهو يقع ضمن خانة "مرتفعة" في جدول المتوسط المرجح، بوزن نسبي (71.51%). كما أن العبارة رقم (3): "يستعين مكتب السياحة بخبراء في معالجة الخلل في قواعد البيانات من أجل استمرار العمل بمرونة عالية"، جاءت في المرتبة الأولى من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة بدرجة موافقة مرتفعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.81)، والانحراف المعياري (1.3765)، والوزن النسبي (76.13%)، وأن العبارة رقم (1): "يستخدم مكتب السياحة تقنيات عالية الجودة لغرض تعزيز السياحة الداخلية"، جاءت في المرتبة الأخيرة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة بدرجة موافقة مرتفعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.48)، والانحراف المعياري (1.3133)، والوزن النسبي (69.68%).

3. المحور الفرعي الثالث: العنصر البشري

لتحليل عبارات هذا المحور من حيث درجة الموافقة سنوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لكل عبارة وأهميتها نحو كل فقرة والفقرات وترتيبها تنازلياً حسب متوسطات الموافقة في الجدول التالي:

الجدول (7): المتوسط الحسابي والوزن النسبي استجابات أفراد عينة الدراسة

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة
1	يملك مكتب السياحة موظفين ذوي كفاءة عالية بالتقنيات	4.23	1.0866	84.52%	1	مرتفعة جداً
2	يقوم مكتب السياحة بدورات سياحية داخلية لموظفيه لغرض تثقيفهم سياحياً	3.29	1.4188	65.81%	5	متوسطة
3	يسعى مكتب السياحة لنشر الثقافة السياحية الداخلية	3.61	1.3827	72.26%	4	مرتفعة

مرتفعة	2	78.06%	1.2208	3.90	يقوم مكتب السياحة باختيار موظفيه (المرشدين السياحيين) حسب الخبرة	4
مرتفعة	3	74.84%	1.2641	3.74	يقوم مكتب السياحة بنشر ثقافة روح التعاون بين الموظفين (المرشدين السياحيين) والسياح الداخليين	5
مرتفعة		75.10%	1.0337	3.75	المتوسط الإجمالي	

يتبين من الجدول (7) أن درجة الموافقة على العبارات ككل كانت مرتفعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي (3.75)، وهو يقع ضمن خانة "مرتفعة" في جدول المتوسط المرجح، بوزن نسبي (75.10%). كما أن العبارة رقم (1): "يملك مكتب السياحة موظفين ذوي كفاءة عالية بالتقنيات"، جاءت في المرتبة الأولى من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة بدرجة موافقة مرتفعة جداً، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.23)، والانحراف المعياري (1.0866)، والوزن النسبي (84.52%)، وأن العبارة رقم (2): "يقوم مكتب السياحة بدورات سياحية داخلية لموظفيه لغرض تثقيفهم سياحياً"، جاءت في المرتبة الأخيرة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة بدرجة موافقة متوسطة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.29)، والانحراف المعياري (1.4188)، والوزن النسبي (65.81%).

3.2 المحور الرئيسي الثاني: تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية

لتحليل المحاور الرئيسية من حيث درجة الموافقة سنوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لكل عبارة وأهميتها نحو كل فقرة ولل فقرات وترتيبها تنازلياً حسب متوسطات الموافقة في الجدول التالي:

جدول (8): المتوسط الحسابي والوزن النسبي استجابات أفراد عينة الدراسة

ت	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة
1	الوقت	3.99	0.7373	79.84%	2	مرتفعة
2	الإبداع	4.24	0.9409	84.84%	1	مرتفعة جداً
3	التكلفة	3.77	0.9579	75.35%	3	مرتفعة
	كل المحاور	3.98	0.8043	79.65%		مرتفعة

يتبين من الجدول (8) أن درجة الموافقة على العبارات ككل كانت مرتفعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي لجميع المحاور (3.99)، وهو يقع ضمن خانة "مرتفعة" في جدول المتوسط المرجح، والوزن النسبي (79.65%)، كما أن المحور رقم (2): "الإبداع"، جاء في المرتبة الأولى من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة بدرجة موافقة مرتفعة جداً، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.24)، والانحراف المعياري (0.9409)، والوزن النسبي (84.84%)، وأن المحور رقم (1): "الوقت"، جاء في المرتبة الثانية من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة بدرجة موافقة مرتفعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.99)، والانحراف المعياري (0.7373)، والوزن النسبي (79.84%)، وأن المحور رقم (3): "التكلفة"، جاء في المرتبة الأخيرة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة بدرجة موافقة مرتفعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.77)، والانحراف المعياري (0.9579)، والوزن النسبي (75.35%).

1. المحور الفرعي الأول: الوقت.

لتحليل عبارات هذا المحور من حيث درجة الموافقة سنوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لكل عبارة وأهميتها نحو كل فقرة والفقرات وترتيبها تنازلياً حسب متوسطات الموافقة في الجدول التالي:

الجدول (9): المتوسط الحسابي والوزن النسبي استجابات أفراد عينة الدراسة

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة
1	يسعى مكتب السياحة لاختصار الوقت للسياح الداخليين	3.77	0.9903	75.48%	4	مرتفعة
2	خدمة التقنيات متاحة خلال (24) ساعة وعلى مدار الأسبوع	4.00	1.0954	80.00%	3	مرتفعة
3	يستاء السائح عند تأخر مكتب السياحة في تقديم خدماته في الوقت المحدد	4.13	1.0876	82.58%	1	مرتفعة
4	يتميز مكتب السياحة بسرعة الاستجابة للطلبات المفاجئة للسياح	4.06	1.1528	81.29%	2	مرتفعة
	المتوسط الإجمالي	3.99	0.7373	79.84%		مرتفعة

يتبين من الجدول (9) أن درجة الموافقة على العبارات ككل كانت مرتفعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي (3.99)، وهو يقع ضمن خانة "مرتفعة" في جدول المتوسط المرجح، بوزن نسبي (79.84%)، كما أن العبارة رقم (3): "يستاء السائح عند تأخر مكتب السياحة في تقديم خدماته في الوقت المحدد"، جاءت في المرتبة الأولى من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة بدرجة موافقة مرتفعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.13)، والانحراف المعياري (1.0876)، والوزن النسبي (82.58%)، وأن العبارة رقم (1): "يسعى مكتب السياحة لاختصار الوقت للسياح الداخليين"، جاءت في المرتبة الأخيرة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة بدرجة موافقة مرتفعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.77)، والانحراف المعياري (0.9903)، والوزن النسبي (75.48%).

2. المحور الفرعي الثاني: الإبداع

لتحليل عبارات هذا المحور من حيث درجة الموافقة سنوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لكل عبارة وأهميتها نحو كل فقرة والفقرات وترتيبها تنازلياً حسب متوسطات الموافقة في الجدول التالي:

جدول (10): المتوسط الحسابي والوزن النسبي لاستجابات أفراد عينة الدراسة

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة
1	يحفز مكتب السياحة موظفيه على تقديم الأفكار الإبداعية	4.29	1.0706	85.81%	2	مرتفعة جداً
2	يتميز مكتب السياحة بسياسة التجديد والإبداع في خدماته الالكترونية (التقنيات)	4.16	1.0676	83.23%	4	مرتفعة
3	يقبل مكتب السياحة الأفكار الإبداعية من كل الجهات ذات العلاقة	4.19	1.0139	83.87%	3	مرتفعة
4	يسعى مكتب السياحة لتقديم خدماته إلكترونياً (التقنيات)	4.32	0.9794	86.45%	1	مرتفعة جداً
المتوسط الإجمالي		4.24	0.9409	84.84%	مرتفعة جداً	

يتبين من الجدول (10) أن درجة الموافقة على العبارات ككل كانت مرتفعة جداً، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي (4.24)، وهو يقع ضمن خانة "مرتفعة جداً" في جدول المتوسط

المرجح، بوزن نسبي (84.84%) كما أن العبارة رقم (4): "يسعى مكتب السياحة لتقديم خدماته إلكترونياً (التقنيات)"، جاءت في المرتبة الأولى من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة بدرجة موافقة مرتفعة جداً، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.32)، والانحراف المعياري (0.9794)، والوزن النسبي (86.45%)، وأن العبارة رقم (2): "يتميز مكتب السياحة بسياسة التجديد والإبداع في خدماته الإلكترونية (التقنيات)"، جاءت في المرتبة الأخيرة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة بدرجة موافقة مرتفعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.16)، والانحراف المعياري (1.0676)، والوزن النسبي (83.23%).

3. المحور الفرعي الثالث: العنصر البشري

لتحليل عبارات هذا المحور من حيث درجة الموافقة سنوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لكل عبارة وأهميتها نحو كل فقرة ولفقرات وترتيبها تنازلياً حسب متوسطات الموافقة في الجدول التالي:

الجدول (11): المتوسط الحسابي والوزن النسبي استجابات أفراد عينة الدراسة

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة
1	يسعى مكتب السياحة لتخفيض التكاليف على كافة الخدمات	4.10	1.0442	81.94%	1	مرتفعة
2	يسعى مكتب السياحة لتقليل السياح داخل المكتب من خلال تشجيعهم على استخدام قنوات الاتصال المستخدمة بالمكتب	3.55	1.1787	70.97%	4	مرتفعة
3	يستخدم مكتب السياحة برنامجاً لتخفيض التكاليف السياحية الداخلية في فترات معينة	3.65	1.1704	72.90%	3	مرتفعة
4	بعد سياسة خفض التكاليف للسياح الداخليين وسيلة مناسبة لتحقيق ارباح إضافية	3.65	1.2261	72.90%	3	مرتفعة
5	يستخدم مكتب السياحة البحث والتطوير لتحديث عملياته الإلكترونية (التقنيات) بأفضل أداء وأقل تكلفة	3.90	1.3001	78.06%	2	مرتفعة
	المتوسط الإجمالي	3.75	1.0337	75.10%		مرتفعة

يتبين من الجدول (11) أن درجة الموافقة على العبارات ككل كانت مرتفعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي 3.75، وهو يقع ضمن خانة "مرتفعة" في جدول المتوسط المرجح، بوزن نسبي (75.10%)، كما أن العبارة رقم (1): "يسعى مكتب السياحة لتخفيض التكاليف على كافة الخدمات"، جاءت في المرتبة الأولى من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة بدرجة موافقة مرتفعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.10)، والانحراف المعياري (1.0442)، والوزن النسبي (81.94%)، وأن العبارة رقم (2): "يسعى مكتب السياحة لتقليل السياح داخل المكتب من خلال تشجيعهم على استخدام قنوات الاتصال المستخدمة بالمكتب"، جاءت في المرتبة الرابعة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة بدرجة موافقة مرتفعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.55)، والانحراف المعياري (1.1787)، والوزن النسبي (70.97%).

3.3 اختبار فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية:

- الفرضية الصفرية: لا يوجد علاقة ذو دلالة إحصائية لأبعاد التحول الرقمي (استراتيجية التحول الرقمي – التقنيات – العنصر البشري) على تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية.
- الفرضية البديلة: يوجد علاقة ذو دلالة إحصائية لأبعاد التحول الرقمي (استراتيجية التحول الرقمي – التقنيات – العنصر البشري) على تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية.
- لإيجاد معادلة الانحدار حيث وكلا المتغيرات المستقلة والتابع كمي نستخدم تحليل الانحدار الخطي المتعدد ومعامل ارتباط بيرسون وتحليل التباين ومعامل التحديد، حيث ان المتغيرات المستقلة هي (استراتيجية التحول الرقمي – التقنيات – العنصر البشري) والمتغير التابع تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية وجاءت النتائج كما في الجداول التالي:

جدول (12): ملخص لنموذج العلاقة بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة

معامل الارتباط	معامل التحديد R Square	مربع معامل الارتباط المعدل Adjusted R Square	تعيين خطأ التعديل Std. Error of the Estimate
0.717 ^a	0.514	0.460	0.59117

يتبين من الجدول (12) أن قيمة معامل الارتباط بين تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية والمتغيرات المستقلة (استراتيجية التحول الرقمي – التقنيات – العنصر البشري) (0.717) وهي علاقة إيجابية قوية، كما بلغ معامل التحديد (0.514) مما يعني أن (51.4%) من التغير في

تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية يعود إلى التغير في (استراتيجية التحول الرقمي - التقنيات - العنصر البشري)

الجدول (13): تحليل التباين بين المتغيرات التابع والمستقلة

مستوى الدلالة Sig	F	متوسط المربعات Mean Square	درجة الحرية df	مجموع المربعات Sum of Squares	مصدر التباين
<0.001 ^b	9.508	3.323	3	9.969	بين المجموعات Regression
		0.349	27	9.436	داخل المجموعة Residual
			30	19.405	المجموع

يتبين من الجدول (13) أن قيمة F المحسوبة تساوي 9.508 وهي أكبر من قيمة F الجدولية البالغة (2.96)، وبما أننا مستوى الدلالة يساوي أقل من (0.001) وهي أقل من (0.05) مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية نقبل الفرضية البديلة القائلة إنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد التحول الرقمي (استراتيجية التحول الرقمي - التقنيات - العنصر البشري) على تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية.

الجدول (14): يبين أثر المتغيرات المستقلة على المتغير التابع

مستوى الدلالة	T	معاملات غير معيارية		المحور
		معاملات موحدة Beta	Std.Error	
<0.001	4.387		0.428	القيمة الثابتة
0.268	1.167	0.219	0.140	استراتيجية التحول الرقمي
0.283	1.125	0.290	0.180	التقنيات
0.341	0.855	0.273	0.219	العنصر البشري

يشير الجدول (14) إلى معادلة الانحدار الخطي المتعددة بين المتغيرات المستقلة (استراتيجية التحول الرقمي - التقنيات - العنصر البشري) والمتغير التابع تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية كما يلي:

المعادلة الخطية في الانحدار الخطي المتعدد هي:

$$Y=a+\beta_1X_1+\beta_2X_2+\beta_3X_3$$

$$Y=(1.875)+0.159(X_1)+0.197(X_2)+0.212(X_3)$$

Y (المتغير التابع) تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية.

1X استراتيجية التحول الرقمي، 2X التقنيات، 3X العنصر البشري.

من خلال نتائج اختبار t يتبين ان المتغيرات المستقلة (استراتيجية التحول الرقمي - التقنيات - العنصر البشري) غير دال ولا تؤثر بمستوى دلالة عند (0.05) على المتغير التابع (تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية) وهو يدل تأثير ضعيف وغير معنوي في معادلة الانحدار المتعدد.

الفرضية الفرعية الأولى:

الفرضية الصفرية لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء استراتيجية التحول الرقمي على تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية.

الفرضية البديلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء استراتيجية التحول الرقمي على تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية.

لاختبار الفرضية حيث إن كلا المتغيرين المستقل والتابع كمي نستخدم تحليل الانحدار الخطي البسيط ومعامل ارتباط بيرسون وتحليل التباين ومعامل التحديد، حيث ان المتغير المستقل هو بعد استراتيجية التحول الرقمي والمتغير التابع تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية وجاءت النتائج كما في الجدول التالي:

الجدول (15): يبين ملخص لنموذج العلاقة بين المتغيرين

Std. Error of the Estimate تعين خطأ التعديل	Adjusted R Square مربع معامل الارتباط المعدل	معامل التحديد R Square	معامل الارتباط R
0.64892	0.349	0.371	0.609 ^a

يتبين من الجدول (15) أن قيمة معامل الارتباط بين تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية وبعء استراتيجية التحول الرقمي (0.609) وهي علاقة متوسطة الإيجابية، كما بلغ معامل التحديد (0.371) مما يعني أن (37.1%) من التغير في تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية يعود إلى التغير في بعد استراتيجية التحول الرقمي.

جدول (16): تحليل التباين بين المتغيرات التابع والمستقل

مستوى الدلالة Sig	F	متوسط المربعات Mean Square	درجة الحرية df	مجموع المربعات Sum of Squares	مصدر التباين
<0.001 ^b	17.082	7.193	1	7.193	بين المجموعات Regression
		0.421	29	12.212	داخل المجموعة Residual
			30	19.405	المجموع

يتبين من جدول (16)، أن قيمة F المحسوبة تساوي (17.082)، وهي أكبر من قيمة F الجدولية البالغة (4.18)، وبما أن مستوى الدلالة يساوي أقل من (0.001)، وهي أقل من (0.05)، مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية نقبل الفرضية البديلة القائلة إنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعدها استراتيجية التحول الرقمي على تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية.

جدول (17): تأثير بعد استراتيجية التحول الرقمي على تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية

مستوى الدلالة	T	معاملات موحدة	معاملات غير معيارية		Model النموذج
		Beta	Std.Error	B	
<0.001	4.133		0.423	2.301	القيمة الثابتة
		0.609	0.106	0.440	استراتيجية التحول الرقمي

يشير الجدول (17) إلى معادلة الانحدار الخطي بين بعد استراتيجية التحول الرقمي وتحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية كما يلي:

$$Y = a + \beta_1 X_1$$

$$y = (2.301) + (0.440)x$$

Y (المتغير التابع) تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية.

X (المتغير المستقل) بعد استراتيجية التحول الرقمي.

وتمثل هذه المعادلة أثر بعد استراتيجية التحول الرقمي على تحسين الاعمال الإدارية للسياحة

الداخلية بواسطة المعامل B وقيمنا (0.609)

الفرضية الفرعية الثانية:

الفرضية الصفرية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء التقنيات على تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية.

الفرضية البديلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء التقنيات على تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية.

لاختبار الفرضية حيث إن كلا المتغيرين المستقل والتابع كمي نستخدم تحليل الانحدار الخطي البسيط ومعامل ارتباط بيرسون وتحليل التباين ومعامل التحديد، حيث أن المتغير المستقل هو بعد التقنيات والمتغير التابع تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية وجاءت النتائج كما في الجدول التالي:

الجدول (18): ملخص لنموذج العلاقة بين المتغيرين

معامل الارتباط R	معامل التحديد R Square	مربع معامل الارتباط المعدل Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate تعيين خطأ التعديل
0.672 ^a	0.451	0.432	0.60612

بين الجدول (18) أن قيمة معامل الارتباط بين تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية وبعء التقنيات (0.672) وهي علاقة متوسطة الإيجابية، كما بلغ معامل التحديد (0.451) مما يعني أن (45.1%) من التغير في تحسين الأعمال الإدارية للسياحة الداخلية يعود إلى التغير في بعد التقنيات.

الجدول (19): تحليل التباين بين المتغيرات التابع والمستقل

مصدر التباين	مجموع المربعات Sum of Squares	درجة الحرية df	متوسط المربعات Mean Square	F	مستوى الدلالة Sig
بين المجموعات Regression	8.751	1	8.751	23.819	<0.001
داخل المجموعة Residual	10.654	29	0.367		
المجموع	19.405	30			

يتبين من الجدول (19) أن قيمة F المحسوبة تساوي (23.819) وهي أكبر من قيمة F الجدولية البالغة (4.18)، وبما أن مستوى الدلالة يساوي أقل من (0.001) وهي أقل من (0.05) مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية نقبل الفرضية البديلة القائلة إنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء التقنيات على تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية.

جدول (20): تأثير بعد التقنيات على تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية

مستوى الدلالة	T	معاملات موحدة	معاملات غير معيارية		Model النموذج
		Standardized Coefficients	Std.Error	B	
<0.001	4.880		0.351	2.353	القيمة الثابتة
		0.672	0.093	0.456	التقنيات

يشير الجدول (20) إلى معادلة الانحدار الخطي بين بعد التقنيات وتحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية كما يلي:

$$Y=a+\beta_1X_1$$

$$y = (2.353) + (0.456)x$$

Y (المتغير التابع) تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية.

X المتغير المستقل بعد التقنيات.

وتمثل هذه المعادلة أثر بعد التقنيات على تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية بواسطة المعامل B وقيمتها (0.672).

الفرضية الفرعية الثالثة:

الفرضية الصفرية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعدها العنصر البشري على تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية.

الفرضية البديلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعدها العنصر البشري على تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية.

لاختبار الفرضية حيث إن كلا المتغيرين المستقل والتابع كمي نستخدم تحليل الانحدار الخطي البسيط ومعامل ارتباط بيرسون وتحليل التباين ومعامل التحديد، حيث إن المتغير المستقل هو بعد العنصر البشري والمتغير التابع تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية وجاءت النتائج كما في الجدول التالي:

الجدول (21): ملخص لنموذج العلاقة بين المتغيرين

Std. Error of the Estimate	Adjusted R Square	معامل التحديد R Square	معامل الارتباط R
تعيين خطأ التعديل	مربع معامل الارتباط المعدل		
0.60069	0.442	0.461	0.679 ^a

يتبين من الجدول (21) أن قيمة معامل الارتباط بين تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية وبعدها العنصر البشري (0.679) وهي علاقة متوسطة الإيجابية، كما بلغ معامل التحديد

(0.461) مما يعني أن (46.1%) من التغيير في تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية يعود إلى التغيير في بعد العنصر البشري.

الجدول (22): تحليل التباين بين المتغيرات التابع والمستقل

مصدر التباين	مجموع المربعات Sum of Squares	درجة الحرية df	متوسط المربعات Mean Square	F	مستوى الدلالة Sig
بين المجموعات Regression	8.941	1	8.941	24.778	<0.001
داخل المجموعة Residual	10.464	29	0.361		
المجموع	19.405	30			

يتبين من الجدول (22) أن قيمة F المحسوبة تساوي (24.778) وهي أكبر من قيمة F الجدولية البالغة (4.18)، وبما أن مستوى الدلالة يساوي أقل من (0.001)، وهي أقل من (0.05)، مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية نقبل الفرضية البديلة القائلة إنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده العنصر البشري على تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية.

الجدول (23): يبين تأثير بعد العنصر البشري على تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية

مستوى الدلالة	T	معاملات موحدة Standardized Coefficients	معاملات غير معيارية Unstandardized Coefficients		Model النموذج
		Beta	Std.Error	B	
<0.001	4.978		0.413	2.000	القيمة الثابتة
		0.679	0.106	0.528	العنصر البشري

يشير الجدول (23) إلى معادلة الانحدار الخطي بين بعد العنصر البشري وتحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية كما يلي:

$$Y = a + \beta_1 X_1$$

$$y = (2.000) + (0.528)x$$

Y (المتغير التابع) تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية.

X المتغير المستقل بعد العنصر البشري.

وتمثل هذه المعادلة أثر بعد العنصر البشري على تحسين الاعمال الإدارية للسياحة الداخلية بواسطة المعامل B وقيمتها (0.679).

4. الخاتمة

1.4 الاستنتاجات:

1. أظهرت النتائج أنّ محور التحول الرقمي جاء بمستوى مرتفع بمتوسط عام (3.70). حيث برز بعد الاستراتيجية في المرتبة الأولى بمتوسط (3.82)، مما يعكس وجود توجهات وخطط واضحة للتحول، خاصة في ضوء عبارات مثل: "يسعى مكتب السياحة للحصول على فريق متخصص ومؤهل لإنجاز التحول الرقمي بالطرق الصحيحة" (3.94، موافقة مرتفعة)
2. بعد التقنيات فقد بلغ متوسطة (3.58)، مع بروز عبارة "يستعين مكتب السياحة بخبراء لمعالجة الخلل في قواعد البيانات بما يضمن مرونة عالية للعمل" (3.81)، في حين حقق بعد العنصر البشري متوسطاً (3.75)، وجاءت أبرز نتائجه: "يملك مكتب السياحة موظفين ذوي كفاءة عالية بالتقنيات" (4.23، موافقة مرتفعة جداً).
3. أظهرت النتائج أنّ هذا المحور تحقق بمستوى مرتفع بمتوسط عام (3.98). وجاء بعد الإبداع في المرتبة الأولى بمتوسط (4.24 - مرتفع جداً)، بما يدل على إسهام التحول الرقمي في تعزيز تبني الحلول المبتكرة. تلاه بعد الوقت بمتوسط (3.99 - مرتفع)، حيث برزت سرعة الاستجابة للطلبات المفاجئة للسائحين (4.06، موافقة مرتفعة). أما بعد التكلفة فقد بلغ متوسطه (3.77 - مرتفع)، بما يعكس دور التنمية والبحث والتطوير في خفض النفقات وتحسين الكفاءة التشغيلية.
4. أثبتت النتائج وجود أثر ذي دلالة إحصائية للتحول الرقمي (الاستراتيجية، التقنيات، العنصر البشري) في تحسين الأعمال الإدارية للسياحة الداخلية، بما يؤكد تكامل هذه الأبعاد الثلاثة ودورها المشترك في تطوير الأداء الإداري.
5. أظهرت النتائج أنّ تبني خطط واضحة وتشكيل فرق متخصصة واعتماد سياسات موجّهة للتحول الرقمي جميعها تسهم بشكل مباشر في رفع كفاءة وجودة الأعمال الإدارية في القطاع السياحي.
6. بيّنت النتائج أنّ توافر الأنظمة المحوسبة، وتعزيز إدارة قواعد البيانات، والاستعانة بخبراء تقنيين، يسهم في تقليص الوقت والجهد وتحسين مستوى الخدمات المقدّمة للسائحين.
7. تؤكد النتائج أنّ الموظفين المؤهلين وذوي الكفاءة التقنية يمثلون ركيزة أساسية لنجاح التحول الرقمي، وأن تمكين الموارد البشرية يسهم في رفع كفاءة الأداء الإداري وتعظيم الاستفادة من التقنيات الحديثة

2.4 التوصيات:

1. صياغة استراتيجية وطنية أو مؤسسية واضحة للتحويل الرقمي في قطاع السياحة الداخلية، مدعومة بمؤشرات أداء دقيقة وآليات متابعة فعّالة.
2. تطوير البنية التقنية وقواعد البيانات وربطها بخدمات إلكترونية متكاملة، مع ضمان الحماية والأمن المعلوماتي.
3. الاستثمار في العنصر البشري عبر التدريب المستمر واستقطاب الكفاءات القادرة على قيادة التحويل الرقمي بكفاءة.
4. تعزيز كفاءة الأعمال الإدارية من خلال الابتكار وخفض التكاليف، بما ينعكس إيجاباً على جودة الخدمة وتجربة السائح.

المراجع:

- [1]. إبراهيم خليل إبطاخو، التخطيط والتسويق باستخدام (GIS)، ط الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص23.
- [2]. محمد عقوني، التحويل الرقمي في العالم العربي، 2024، دراسات وبحوث، WWW. Kototi Com، ص13-13-12.
- [3]. مروان السكر العدوان، الاقتصاد السياحي، ط الأولى، دار مجدائوي للنشر، عمان، الأردن، 1999، ص15-16-17.
- [4]. عصام حسن الصعيدي، نظم المعلومات السياحية، ط الأولى، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص137-107.
- [5]. القميري محمد سالم والعدل منير محمد، التحويل الرقمي في مؤسسات التعليم العالي الأكاديمية الليبية للدراسات العليا جنزور أنموذجاً، مجلة البحوث الأكاديمية، عدد خاص بالمؤتمر الدولي الأول للتربية والتعليم المنعقد بالأكاديمية الليبية مصراتة، (2024)، ص92-107.
- [6]. لعور عبدالعالي وبويعة عبد الوهاب، مساهمة التحويل الرقمي في تطوير قطاع السياحة والخدمات الفندقية في الجزائر منصة "تملتيك" لحجز الفنادق عبر الانترنت نموذجاً، دفاثر البحوث العلمية، المجلد 12/العدد:2، (2024)، ص68-89.
- [7]. إيهاب محسن وبلحيمر إبراهيم، التحويل الرقمي للقطاع السياحي في الجزائر، مجلة البصائر للبحوث في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المجلد2/العدد:1 (2023)، ص169-185.
- [8]. على عبدالإله ولاء، دور التحويل الرقمي في مرافق الضيافة السياحية الخاصة في مدينة الرياض، مجلة الحكمة للدراسات الاجتماعية، المجلد11/العدد:1 (2023)، ص7-22.
- [9]. عبادي محمد وزهواني عبدالرازق، تجليات التحويل الرقمي ودوره في تفعيل السياحة الداخلية-اتصالات الجزائر نموذجاً، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد8/العدد:3 (2019)، ص146-162.
- [10]. نسرين، التكنولوجيا والتحول الرقمي، مكتبة نور، 2024، ص5.
- [11]. مصباح سليمان جابر، الإعلام السياحي والتحول الرقمي، منشورات الأكاديمية الليبية فرع بني وليد، ليبيا، 2023، ص17.
- [12]. عصمت عدلي ومنال شوقي أحمد، مقدمة في الإعلام السياحي، دار الوفاء لدنيا الطباعة، الإسكندرية، مصر، 2016، ص9.
- [13]. محمد الصيرفي، مهارات التخطيط السياحي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2008-2009، ص50-51.
- [14]. ماهر عبدالعزيز، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص34.
- [15]. حمزة درادكة، مروان أبو رحمة، حمزة العلوان، مصطفى كامل، مبادئ السياحة، ط الأولى، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع ومكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع عمان، لأردن، 2014، ص15.