

تأثير جودة التجربة السياحية على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر

مصباح إسماعيل¹ (*)، شنيبي عادل²، بن أودينه بوحفص³

¹ طالب دكتوراه، جامعة غرداية، مخبر التنمية الادارية للارتقاء بالمؤسسات الاقتصادية بولاية غرداية، (الجزائر)


mosbah.smail@univ-ghardaia.dz ✉

<https://orcid.org/0000-0002-7273-4981> 

² دكتور، استاذ محاضر أ، جامعة غرداية، مخبر التطبيقات الكمية والنوعية للارتقاء الاقتصادي والاجتماعي والبيئي

بالمؤسسات الجزائرية، (الجزائر)

chenini.adel@univ-ghardaia.dz ✉

رابط ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-1287-3495> 

³ دكتور، استاذ محاضر ب، جامعة غرداية، مخبر التنمية الادارية للارتقاء بالمؤسسات الاقتصادية بولاية غرداية،

(الجزائر)

benoudina.bouhafs@univ-ghardaia.edu.dz ✉

<https://orcid.org/0000-0001-7151-1914> 

تاريخ النشر: 2024/06/01.

تاريخ القبول: 2024/05/15.

تاريخ الاستلام: 2024/03/29.

ملخص:

تهدف هذه الدراسة الى معرفة تأثير جودة التجربة السياحية من خلال الابعاد التالية المتعة وراحة البال وجمالية المنظر الطبيعي وتقديم الخدمة على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر ولمعالجة اشكالية الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي لعرض ادبيات المتعلقة بمتغيرات الدراسة و الانجاز الجانب التطبيقي تم توزيع استبانة على عينة مكونة من 97 مفردة وهم زوار مختلف المناطق السياحية لولاية غرداية وتوصلت الدراسة الى وجود اثر لجودة التجربة السياحية على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر وتوصلت الدراسة الى وجود علاقة ارتباط متوسطة وموجبة بلغت 39.4% وتوصي الدراسة بضرورة توسيع الدراسات حول جودة التجربة السياحية و ضرورة الاهتمام بجودة التجربة لأنها تعد اداة تسويقية تساهم في استقطاب الزوار الى المقصد السياحي

الكلمات المفتاحية: جودة التجربة السياحية؛ ابعاد جودة التجربة السياحية؛ السياحة الداخلية


تصنيف JEL : M31

The impact of the quality of the tourist experience on promoting domestic tourism in Algeria

1st Mosbah smail^{1(*)}, 2nd Chenini adell², 3^{eme} benoudina bouhafs³


¹ PhD student, University of Ghardaia, Développement managerial pour promouvoir les entreprises économiques dans la wilaya de Ghardaia (Algeria)

mosbah.smail@univ-ghardaia.dz ✉

<https://orcid.org/0000-0002-7273-4981> 


²doctor, University of Ghardaia, Laboratory of Quantitative and Qualitative Applications for Economic, Social and Environmental Improvement in Algerian Institutions, (Algeria)

✉ chenini.adel@univ-ghardaia.dz

 <https://orcid.org/0009-0005-1287-3495>

²doctort, University of Ghardaia, Développement managerial pour promouvoir les entreprises économiques dans la wilaya de Ghardaia (Algeria)

✉ benoudina.bouhafs@univ-ghardaia.edu.dz

 <https://orcid.org/0000-0001-7151-1914>

Received: 29/03/2024.

Accepted:15/05/2024.

Published: 01/06/2024.

Abstract:

The focus of this study was to determine the impact of the quality of the tourist experience through the following dimensions: pleasure, peace of mind, and the beauty of the view. Contributing to the natural service on promoting domestic tourism in Algeria. The problem of the study was not addressed. The descriptive interface was relied upon to present literature related to the variables of the study and achievement. On the practical side, a questionnaire was distributed to A drawing consisting of 97 individuals who are visitors to the various tourist areas of the state of Ghardaia. A study concluded that there is an effect of the quality of the tourist experience on domestic tourism in Algeria. The study concluded that there is a moderate correlation of 39.4%. The study recommends extensive studies on the quality of the tourist experience, and it is beneficial to work with the efficiency of the experience. It is a marketing tool that helps attract visitors to the tourist destination

Keywords: Quality of tourist experience; Dimensions of the quality of the tourism experience; Domestic tourism

JEL Classification Codes : M

1. مقدمة:

تعتبر الجزائر من الدول التي تمتلك مقومات سياحية مميزة وفريدة من نوعها، فالتسويق لهذه المقومات عبر مختلف الوسائل التسويقية يدفع السياح الى خوض تجربة الاماكن السياحية المروج لها، فالتجربة السياحية تعد عامل مهم في استقطاب السياح نحو الوجهة او المقصد السياحي، حيث تؤدي جمالية المناظر الطبيعية ونوعية الخدمات المقدمة ودرجة المتعة و الراحة التي يحصل عليها السائح خلال رحلته السياحية الى احداث استجابة عاطفية داخلية للسائح، و تؤثر هذه الاستجابة على اتجاهات السياح نحو المقصد السياحي.

وبناء على ما سبق يمكن طرح الاشكالية التالية:

ما تأثير جودة التجربة السياحية على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر ؟
وللإجابة على الاشكالية السابقة يمكن طرح التساؤلات التالية:

- ماهي جودة التجربة السياحية ؟ وماهي ابعادها؟
- ماهي السياحة الداخلية في الجزائر ؟
- ما هي مقومات السياحة الداخلية في الجزائر؟
- هل تؤثر جودة التجربة السياحية على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر؟
- هل يؤثر بعد المتعة على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر ؟
- هل يؤثر بعد راحة البال على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر ؟
- هل يؤثر بعد الجمالية على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر ؟
- هل يؤثر بعد تقديم الخدمة على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر ؟
- هل يوجد تأثير للمتغيرات الشخصية والديموغرافية على جودة التجربة السياحية و ترقية السياحة الداخلية في الجزائر؟

وبناء على التساؤلات السابقة نطرح الفرضيات التالية:

- تؤثر جودة التجربة السياحية على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر عند مستوى معنوية 5%؟
- يوجد أثر ذو دلالة احصائية لبعده المتعة على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر عند مستوى معنوية 5% ؟
- يوجد أثر ذو دلالة احصائية لبعده راحة البال على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر عند مستوى معنوية 5%؟
- يوجد أثر ذو دلالة احصائية لبعده الجمالية على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر عند مستوى معنوية 5%؟
- يوجد أثر ذو دلالة احصائية لبعده تقديم الخدمة على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر عند مستوى معنوية 5%؟
- يوجد أثر ذو دلالة احصائية للمتغيرات الشخصية والديموغرافية على جودة التجربة السياحية يعزى للجنس، العمر، مدة الرحلة ؟

- يوجد أثر ذو دلالة احصائية للمتغيرات الشخصية والديموغرافية على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر يعزى للجنس العمر مدة الرحلة ؟
- اهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى معرفة ما يلي:

- تحديد المفاهيم المتعلقة بجودة التجربة السياحية وترقية السياحة الداخلية في الجزائر
- تحديد مستوى جودة التجربة السياحية.
- تحديد اثر ابعاد جودة التجربة السياحية على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر.

اهمية الدراسة:

تبرز اهمية الدراسة في قياس تأثير جودة التجربة السياحية من خلال الابعاد المتمثلة في المتعة وراحة البال وجمالية الوجهة السياحية والخدمات المقدمة على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر، اضافة الى كون جودة التجربة السياحية تقيّم ذاتي داخلي للفرد على عكس جودة الخدمة السياحية تقيّم موضوعي من خلا قياس البيئة الخارجية .

2. الاطار النظري:

1.2 جودة التجربة السياحية:

مفهوم جودة التجربة السياحية:

تعتبر جودة التجربة السياحية استجابة عاطفية للسائح للفوائد الاجتماعية والنفسية المرغوبة بالإضافة الى انها تتضمن ايضا الخبرات الفعلية للسائحين أثناء اتصالهم بالأشخاص في الرحلة السياحية (Pramod & Jogendra, 2019, p. 78)، وهي حكم محسوس حول التميز او التفوق في التجربة التي تنشأ من خلال التفاعلات بين السياح والعرض السياحي (Fred, Moira, & Hugh, 2016, p. 847) فالصراع العاطفي لدى السائحين مثل الحزن والسعادة والعاطفة والخوف والمفاجئات تشكل تجربة سياحية لا تنسى وتعتبر عامل مهم في التأثير على اعادة تكرار الزيارة الى نفس الوجهة او المقصد السياحي (Reihaneh, Azam, Negin, & Khoshfetrat, 2022, p. 411).

ابعاد جودة التجربة السياحية: اختلفت الدراسات السابقة في تحديد ابعاد جودة التجربة السياحية الا ان دراستنا اعتمدت على ابعاد دراسة (بغداد، 2022) والمتمثلة كما يلي:

المتعة: ويعني درجة الاستمتاع و التسلية والترفيه التي يتلقاها السائح خلال زيارة السياحة (بغداد، 2022، صفحة 208)

راحة البال: وتعني الاسلوب الممتع والمريح (حالة عاطفية يشعر السائح بالسلام والوثام الداخلي) الذي يشعر به السائح اثناء الرحلة السياحية ، حيث يساهم هدوء المنطقة ونوع الطبيعة السائدة واعتدال المناخ والابتعاد عن الحياة الروتينية في توفير بيئة ملائمة تساعد السائح على الحصول على القدر الكافي من راحة البال (الخرزلي، 2021، صفحة 495).

الجمالية: تشمل الجمالية الترتيب الجميل للأثار التاريخية في المتاحف او المشاهد الجذابة والمميزة للمناظر الطبيعية مثل الجبال التضاريس والغابات ... الخ (Faizan, Kashif, &

(Neethiahnanthan, 2014, p. 274) وهي تشكل مجموعة من الميزات المدركة وعيا او بدون وعي من طرف السائح والتي تؤثر على سلوكه وشعوره خلال الرحلة السياحية (سعيد و بن حبيب، 2015، صفحة 192)

تقديم الخدمة: وتعني كافة الاجراءات التي تتضمن عملية تقديم الخدمة اي الكيفية التي يتم من خلالها تقديم الخدمة للسائح (محمودي و محمودي، 2014، صفحة 184)

2.2 السياحة الداخلية:

مفهوم السياحة الداخلية:

تعبر السياحة الداخلية عن انتقال السياح داخل الدولة نفسها أي انتقال الافراد من مكان اقامتهم الى منطقة اخرى في نفس البلد (بن تركية، 2017، صفحة 282) .

وتعد نشاط سياحي يتم من طرف مواطني الدولة لمدنها المختلفة والتي يوجد بها جذب سياحي او معالم سياحية تستحق الزيارة، وتعتبر السياحة الداخلية صناعة تكون داخل حدود الدولة و لا تخرج عن نطاقها (حيرش و مسموس، 2021، صفحة 62).

اهداف السياحة الداخلية: يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

- تنشيط الصناعات المرتبطة بالسياحة مثل الصناعة الحرفية، التقليدية ،،،، الخ
 - التعرف على المنتج الثقافي والحضاري الذي تتميز به المناطق الداخلية،
 - التشغيل المستمر للمنشأة والفاعليات السياحية المحلية (حيرش و مسموس، 2021، صفحة 63).
 - زيادة الاستثمار في المنشأة السياحية على مختلف انواعها
 - تساعد الصناعات الخفيفة على تسويق منتجاتها (بن تركية، 2017، صفحة 238).
- انواع السياحة الداخلية:** يمكن حصر اهمها في النقاط التالية:
- **السياحة الدينية:** وهي تعبر عن توجه السياح نحو الاماكن المقدسة والدينية (عجيل، 2019، صفحة 102)
 - **السياحة الساحلية:** وتتمثل في السياحة الشواطئ ومختلف المعالم السياحية الساحلية.
 - **السياحة الصحراوية:** كما يقصد بها الرحلات والزيارات للمناطق الطبيعية الصحراوية، لأجل الاستمتاع بمظاهر الطبيعة الخلابة وما يصادفها من معلم ثقافية وتحقيق مكاسب اجتماعية واقتصادية للمجتمعات المحلية (قشوط و كحول، 2016، صفحة 57) .
 - **سياحة المغامرات:** تأخذ شكل دورات سياحية لمسافات طويلة، يتجول خلالها السائح عبر مختلف المواقع السياحية وتمتد من 3 الى 12 يوم.
 - **سياحة الاستكشافية:** تجذب السوح للاستكشاف والباحثين في التاريخ، تتمثل زيارتهم في مجمل المعالم التاريخية والآثار والنقوش.... الخ
 - **سياحة الثقافية:** من خلال حضور المهرجانات والأعياد التقليدية ومعارض الصناعة التقليدية.
 - **سياحة رياضة :** التزلق على الرمال وتسلق الجبال وسباق الجمال.... الخ (بختي و بهياني، 2020، صفحة 163).

مقومات السياحة الداخلية:

- المقومات الطبيعية: وتمثل كل الظروف المناخية وتمايز الفصول، مناطق، حمامات معدنية... إلخ.
- المقومات البشرية: وتتمثل في الجوانب التاريخية الآثار، المعالم، الشواهد، الأطلال، الفنون الشعبية المختلفة... إلخ.
- المقومات المالية والخدماتية: تتمثل في مدى توفر البنى التحتية كالمطارات النقل البري والجوي ومدى تطور مختلف القطاعات الصناعية التجارية والبنوك، العمران... إلخ، ومدى توفر الخدمات المكلمة كالبريد، الاطعام والمقاهي مراكز الترفيه والتسلية (ختيم، 2021، الصفحات 155-156).

3. الاطار التطبيقي: خلال هذا المحور سنحاول اسقاط الدراسة ميدانيا.

منهجية الدراسة:

لمعالجة الاشكالية المطروحة تم الاعتماد على المنهج الوصفي من خلال استعراض الادبيات المتعلقة بمتغيرات الدراسة والمتمثلة في جودة التجربة السياحية والسياحة الداخلية في الجزائر و إسقاط الدراسة ميدانيا تم توزيع استبانة على عينة مكونة من 97 فرد من زوار مختلف المعالم السياحية لولاية غرداية وتحليل واختبار الفرضيات تم الاعتماد على برنامج SPSS في تفرغ البيانات واختبار معامل الفا كرومباخ اختبار التباين الاحادي ANOVA واختبار T test اضافة الى طريقة نمذجة المعادلة البنائي الجزئية Smart PLS.

اداة الدراسة: تم الاعتماد على توزيع استبانة على عينة من زوار مختلف المعالم السياحية لولاية غرداية والبلغ عددهم 97 فرد وذلك خلال شهر مارس كما تم الاعتماد على دراسة (بغداد، 2022) في بناء نموذج الدراسة:

- المحور الاول: المتغيرات الديموغرافية
- المحور الثاني: يتكون من الاسئلة 1...4 والتي تقيس بعد المتعة
- المحور الثالث: يتكون من الاسئلة 5...8 والتي تقيس بعد راحة البال
- المحور الرابع: يتكون من الاسئلة 9...12 والتي تقيس بعد جمالية المناظر
- المحور الخامس: يتكون من الاسئلة 13...17 والتي تقيس بعد تقديم الخدمة
- المحور السادس: يتكون من الاسئلة 17...24 والتي تقيس السياحة الداخلية

وتتمثل المحاور الثاني و الثالث الرابع والخامس متغير جودة التجربة السياحية والمحور السادس يمثل المتغير التابع السياحة الداخلية

معامل الفاكرومباخ:

الجدول رقم(01) نتائج اختبار الفاكرومباخ

ملاحظة	قيمة الثبات	عدد العبارات	
ثبات عالي	0.844	16	المحور الاول: جودة التجربة السياحية
ثبات عالي	0.843	08	المحور الثاني: ترقية السياحة الداخلية

جميع العبارات	24	0.897	ثبات عالي
---------------	----	-------	-----------

المصدر من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول رقم 01 يتضح ان قيم معامل الفا كرومباخ اكبر من الحد الادنى 70% وهذا يدل على ان اداة الدراسة تتميز بثبات عالي.

النموذج القياسي: معايير تقييم الاتساق الداخلي هي: معامل التحميل FL، الموثوقية المركبة CV، معيار الصدق التقاربي: متوسط التباين المستخرج AVE وبعد المعالجة بواسطة برنامج SmartPLSV4 تم التوصل الى النتائج التالية:

الجدول رقم (02): نتائج اختبار الصدق التقاربي

متوسط التباين المستخرج AVE	الموثوقية المركبة CV	معامل التحميل FL	العبارات		
اكبر من 50%	اكبر من 70%	اكبر من 70%			
0,628	0,835	0,712	Q1	المتعة	جودة التجربة السياحية
		0,646	Q2		
		0,738	Q3		
		0,821	Q4		
0,674	0,804	0,653	Q5	راحة البال	
		0,675	Q6		
		0,709	Q7		
		0,817	Q8		
0,619	0,829	0,796	Q9	الجمالية	
		0,742	Q10		
		0,729	Q11		
		0,576	Q12		
0,644	0,878	0,773	Q13	تقديم الخدمة	
		0,732	Q14		
		0,843	Q15		
		0,876	Q16		
0,675	0,912	0,737	Q17	السياحة الداخلية	
		0,492	Q18		
		0,566	Q19		
		0,472	Q20		
		0,788	Q21		
		0,831	Q22		

		0,809	Q23	
		0,821	Q24	

المصدر من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS

لتقييم الاتساق الداخلي نستخدم معامل التحميل FL والذي يجب ان يكون حسب (Hair & Alamer, 2022, p. 6) اكبر من 70% و يمكن الاحتفاظ بمعاملات التحميل المحصورة بين (0,4 و 0,7) اذا كانت قيم مؤشرات الاتساق الداخلي وقيم الصدق التقاربي في مستوى القبول، ومن خلال الجدول رقم (02) نلاحظ قيم معامل التشبع لكل العبارات كانت اكبر من 0,7% باستثناء العبارات: Q2, Q5, Q6, Q12, Q18, Q19, Q20 والتي كانت معاملات تحميلها محصورة بين (0.472 و 0.675) وتم حذفها لتحسين مؤشرات الاتساق الداخلي ومؤشر الصدق التقاربي، ونلاحظ من خلال الجدول رقم(02) ان قيم الموثوقية المركبة CV محصورة بين 0.804 و 0.912 وهي اكبر من 70% وهذا يدل على ان الدراسة تتميز بثبات عالي اي لو تم اعادة توزيع الاستبيان على نفس العينة سنحصل على نفس النتائج.

ومن خلال نفس الجدول نلاحظ ان قيم متوسط التباين المستخرج Average variance extracted محصورة بين 0.619 و 0.675 وهي قيم اكبر من 50% وهذا يدل على ان كل المتغيرات (المتعة، راحة البال، الجمالية، تقديم الخدمة، السياحة الداخلية) تفسر اكبر من 50% من تباينها. مؤشرات الصدق التمايزي:

معايير تقييم صدق التقارب هي: مؤشر التوافق Cross loading، مؤشر ارتباط متغيرات النموذج القياسي Variable correlation وبعد المعالجة تم التوصل الى النتائج الموضحة في الجداول التالية: مؤشر التوافق Cross loading:

الجدول رقم (03): نتائج مؤشر التوافق Cross loading

العبارة	بعد المتعة	الاسترخاء	الجمالية	تقديم الخدمة	السياحة الداخلية
Q1	0,712	0,318	0,334	0,282	0,397
Q2	0,646	0,466	0,167	0,383	0,376
Q3	0,738	0,363	0,145	0,109	0,362
Q4	0,821	0,427	0,340	0,217	0,489
Q5	0,306	0,653	0,277	0,291	0,299
Q6	0,529	0,675	0,344	0,266	0,472
Q7	0,304	0,709	0,422	0,442	0,383

0,417	0,402	0,385	0,817	0,354	Q8
0,423	0,431	0,796	0,359	0,212	Q9
0,397	0,190	0,742	0,247	0,210	Q10
0,432	0,303	0,729	0,450	0,348	Q11
0,327	0,773	0,576	0,389	0,213	Q13
0,190	0,732	0,437	0,363	0,183	Q14
0,333	0,843	0,460	0,369	0,274	Q15
0,531	0,876	0,411	0,445	0,351	Q16
0,737	0,085	0,395	0,282	0,350	Q17
0,788	0,214	0,298	0,334	0,443	Q21
0,831	0,352	0,334	0,552	0,506	Q22
0,809	0,542	0,491	0,519	0,443	Q23
0,821	0,302	0,486	0,369	0,471	Q24

المصدر من اعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج Smart PLS4

مؤشر التوافق وهو المؤشر الذي يقيس مدى تباعد العبارات عن بعضها البعض وذلك بأن تكون قيمة علاقة السؤال ومتغيره الكامن (المتعة، راحة البال، الجمالية، تقديم الخدمة) أكبر من قيمة علاقته مع متغير آخر، ومن خلال الجدول رقم (03) نلاحظ ان العبارات تنتمي فعلا للمتغير او البعد الذي من المفترض ان تنتمي إليه فمثلا على ذلك في بعد المتعة نجد العبارة رقم 01 بلغت قيمة ارتباطها مع المحور 0.712 وهي قيمة اعلى في نفس السطر مقارنة مع الابعاد الاخرى وهذا يدل على ان العبارة رقم 01 تنتمي فعلا الى بعد المتعة ولها علاقة قوية معه، ومن خلال قيم عبارات الجدول يتبين ان كل العبارات ترتبط ارتباطا قويا مع محاورها.

مؤشر ارتباط متغيرات النموذج القياسي Variable correlation:

الجدول رقم (04): نتائج مؤشر ارتباط متغيرات النموذج القياسي Variable correlation

السياحة الداخلية	تقديم الخدمة	الجمالية	الاسترخاء	المتعة	
				0,732	المتعة
			0,716	0,538	الاسترخاء
		0,715	0,504	0,346	الجمالية
	0,808	0,565	0,488	0,336	تقديم الخدمة
0,705	0,471	0,556	0,562	0,560	السياحة الداخلية

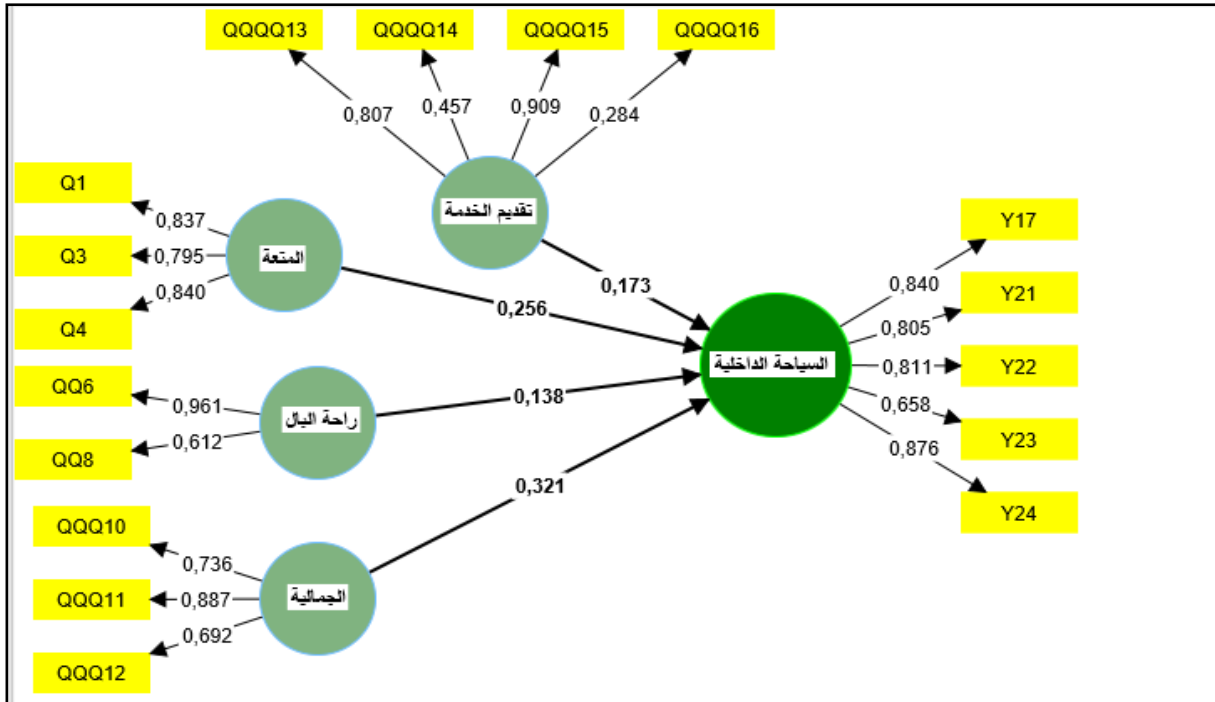
المصدر من اعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج Smart PLS4

مؤشر ارتباط المتغيرات النموذج القياسي وهو مؤشر يقيس مدى تباعد المتغيرات مع بعضها البعض، ومن خلال الجدول رقم (04) نلاحظ ان قيم VC لكل المتغيرات والابعاد (المتعة، راحة البال، الجمالية، تقديم الخدمة، السياحة الداخلية) ترتبط مع نفسها بقيم اعلى من باقي المحاور الاخرى، وعليه يمكن القول ان هذه المتغيرات مستقلة عن بعضها البعض.

النموذج البنائي:

يوضح الشكل الموالي النموذج البنائي بعد توظيف ادلة الصدق التقاربي والصدق التمايزي.

الشكل (01) النموذج الهيكلي



المصدر من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SmartPLS4

مؤشرات جودة المطابقة:

بعد التطرق الى اختيار فرضيات الدراسة الميدانية، وجب التطرق الى مؤشرات جودة النموذج

البنائي، وتتمثل هذه المؤشرات في R^2 ، Q^2 ، F^2 ، GOF ، والجدول التالي يوضح اهم النتائج:

معامل الارتباط بيرسون: وهو احد المؤشرات البارامترية المستخدمة لقياس قوة واتجاه العلاقة الخطية بين متغيرات الدراسة (المتعة، راحة البال، الجمالية، تقديم الخدمة، السياحة الداخلية) وتتراوح قيمته بين 1 و-1 (الجموعي و فرحات، 2023، صفحة 268)

الجدول رقم (05): نتائج اختبار معامل الارتباط

معامل الارتباط	
R^2	
0,458	المتعة
0,523	راحة البال
0,425	الجمالية
0,591	تقديم الخدمة
0,394	جودة التجربة السياحية

المصدر من اعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج Smart PLS4

مؤشر معامل التفسير F^2 : يشير هذا المعامل الى مدى قوة وقدرة المتغيرات المستقلة في التأثير على المتغير التابع وهو ما يعرف حسب (بن زواي و بوسنة، 2020) بمدى مساهمة كل متغير مستقل في معامل التحديد الكلي للنموذج وحسب (Yakupl, 2019) ان مقياس كوهين 1988 في تقدير مجال قوة التأثير إذا كان اقل من 0,02 تأثير ضعيف وإذا كان محصور بين 0.02 و 0,15 تأثير صغير وإذا كان محصور بين 0.15 و 0.35 تأثير متوسط و اذا كان اكبر من 0,35 تأثير قوي.

الجدول رقم(06): نتائج اختبار قوة التأثير F^2

معامل التأثير F^2		
الملاحظة	F^2	
صغير	0.120	المتعة
صغير	0.055	راحة البال
صغير	0.074	الجمالية
صغير	0.027	تقديم الخدمة
قوي	0.582	السياحة الداخلية

المصدر من اعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج Smart PLS4

اختبار الفرضيات:

- هل تؤثر جودة التجربة السياحية على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر؟
1. الفرضية الرئيسية: يوجد اثر ذو دلالة احصائية لجودة التجربة السياحية بكل ابعادها (المتعة، راحة البال، الجمالية، تقديم الخدمة) على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر عند مستوى الدلالة 5%.

• الفرضيات الفرعية:

1. يوجد اثر ذو دلالة احصائية لبعد المتعة على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر عند مستوى الدلالة 5%.
2. يوجد اثر ذو دلالة احصائية لبعد راحة البال على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر عند مستوى الدلالة 5%.
3. يوجد اثر ذو دلالة احصائية لبعد الجمالية على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر عند مستوى الدلالة 5%.
4. يوجد اثر ذو دلالة احصائية لبعد تقديم الخدمة على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر عند مستوى الدلالة 5%.

سنقوم باختبار فرضيات الدراسة عند مستوى المعنوية 0.05 بالاعتماد على مخرجات برنامج

SmartPls ، والنتائج موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (07): نتائج مؤشر ارتباط متغيرات النموذج القياسي Variable correlation

القرار	القيمة الاحتمالية	قيمة اختبار T	الانحراف المعياري	معاملات الانحدار

المتعة - < السياحة الداخلية	0,324	0,095	3,404	0,001	مقبول
راحة البال - < السياحة الداخلية	0,208	0,094	2,409	0,016	مقبول
الجمالية - < السياحة الداخلية	0,240	0,083	2,795	0,005	مقبولة
تقديم الخدمة - < السياحة الداخلية	0,124	0,071	1,486	0,137	مرفوضة
جودة التجربة س- < السياحة الداخلية	0,816	0,102	8,027	0,000	مقبولة

المصدر من اعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج Smart PLS4

مؤشر القدرة التنبؤية Q² : وهو مؤشر يسمح بتقييم الجودة الكلية للنموذج (ويتم ذلك من خلال تقييم جودة كل المعادلة الهيكلية للنموذج) (Hattou, Hammoutene, & Grenier, 2018, p. 21) ولتكون الصلة التنبؤية لنموذج المسار لبناء المتغير التابع يجب ان تكون قيم Q² أكبر من الصفر لمتغير كامن داخلي.

الجدول رقم(08): نتائج اختبار القدرة التنبؤية

مؤشر القدرة التنبؤية Q ²			
Q ²	SSO	SSE	
0,264	214,245	291,000	المتعة
0,463	260,466	485,000	راحة البال
0,302	203,017	291,000	الجمالية
0,364	246,738	388,000	تقديم الخدمة
0,108	172,999	194,000	السياحة الداخلية

المصدر من اعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج Smart PLS4

مؤشر جودة المطابقة GOF: يعمل على قياس مدى الاعتماد على نموذج الدراسة، ويتم حساب هذا المؤشر من خلال الجمع بين النموذج الهيكلية بحساب متوسط التباين المستخرج AVE والنموذج الهيكلية بحساب متوسط R² ، ويمكن تلخيصه في العلاقة التالية: $GOF = \sqrt{(R^2 * AVE)}$

جدول رقم(09): مؤشر جودة المطابقة GOF

GOF	R ²	AVE
.0503	0.394	.0641

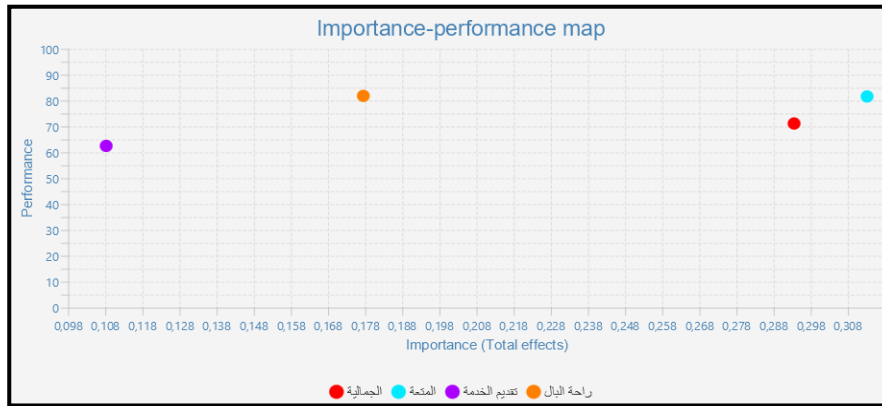
المصدر من اعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج Smart PLS4

من خلال الجدول السابق نلاحظ ان قيمة مؤشر جودة المطابقة اكبر من 0.36 ، وعليه يمكن

القول ان جودة نموذج الدراسة جد عالية.

خريطة الاهمية و الاداء: تقوم منهجية IPMA بتوسيع نتائج PLS حيث يعتمد التحليل وفق هذه المنهجية على معاملات المسار الغير معيارية، وتتكون الخريطة من محورين محور سيني الذي يمثل أهمية المتغيرات أما المحور العيني يمثل أداء المتغيرات (لحسن، 2021، صفحة 1154) ولتطبيق اختبار خريطة الاهمية والاداء يجب تحديد متغير الهدف الذي يمثل في دراستنا السياحة الداخلية في الجزائر ويوضح الشكل و الجدول التالي نتائج الاختبار:

الشكل رقم(02): نتائج الاهمية والاداء ابعاد جودة الخدمات السياحية



المصدر من اعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج Smart PLS4

الجدول رقم (09): نتائج الاهمية والاداء ابعاد جودة الخدمات السياحية

الاهمية	الاداء	المتغيرات
0.313	81.632	المتعة
0.293	71.174	الجمالية
0.177	81.851	راحة البال
0.108	62.515	تقديم الخدمة

المصدر من اعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج Smart PLS4

2- اختبار الفرضية الرئيسية الثانية:

- هل يوجد تأثير للمتغيرات الشخصية والديموغرافية على جودة التجربة السياحية و ترقية السياحة الداخلية في الجزائر عند مستوى معنوية 5% ؟

1- بالنسبة للجنس:

- هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في إجابات الافراد نحو جودة التجربة السياحية و ترقية السياحة الداخلية تعزى للجنس عند مستوى معنوية 5%.

H_0 : لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية في إجابات الافراد نحو جودة التجربة السياحية و ترقية السياحة الداخلية تعزى للجنس عند مستوى معنوية 5%.

H_1 : يوجد فروق ذات دلالة احصائية في إجابات الافراد نحو جودة التجربة السياحية و ترقية السياحة الداخلية تعزى للجنس عند مستوى معنوية 5%.

الجدول رقم (10): نتائج اختبار T test بالنسبة للجنس

SIG	T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الجنس	
0.847	0.193	0.472	3.959	ذكر	جودة التجربة السياحية
		0.414	3.977	انثى	
0.962	0.047	0.497	4,256	ذكر	السياحة الداخلية
		0.518	4.268	انثى	

المصدر من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

من الجدول رقم (12) نلاحظ أن القيمة الاحتمالية SIG لكل المحاور كانت أكبر من مستوى الدلالة (0.05) وكانت القيمة فيشر F لكل المحاور (0.193-0.047) اقل من القيمة الجدولية 1.658، ومنه نرفض الفرضية البديلة " يوجد فروق ذات دلالة احصائية في إجابات الافراد نحو جودة التجربة السياحية وترقية السياحة الداخلية تعزى الجنس عند مستوى معنوية 5%" ونقبل الفرضية العدمية أي " لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية في إجابات الافراد نحو جودة التجربة السياحية وترقية السياحة الداخلية تعزى لمتغير الجنس عند مستوى معنوية 5%".

2- بالنسبة للعمر

• هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في إجابات الافراد نحو جودة التجربة السياحية و ترقية السياحة الداخلية في الجزائر تعزى لمتغير العمر عند مستوى معنوية 5% .

H_0 : لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية في إجابات الافراد نحو جودة التجربة السياحية و ترقية السياحة الداخلية في الجزائر تعزى لمتغير العمر عند مستوى معنوية 5%

H_1 : يوجد فروق ذات دلالة احصائية في إجابات الافراد نحو جودة التجربة السياحية و ترقية السياحة الداخلية في الجزائر تعزى لمتغير العمر عند مستوى معنوية 5% .

الجدول رقم (11): نتائج اختبار ANOVA ONE WAY بالنسبة للعمر

SIG	F	مربع المتوسطات	Ddl	مجموع المربعات		
0.049	2.719	0.524	03	1.573	بين المجموعات	جودة التجربة السياحية
		0.193	93	17.928	داخل المجموعات	
			96	19.500	المجموع	
0.002	5.183	1.150	03	3.469	بين المجموعات	السياحة الداخلية
		0.223	93	20.744	داخل المجموعات	
			96	24.213	المجموع	

المصدر: من اعداد الباحث بناء على مخرجات SPSS

من الجدول رقم (11) نلاحظ أن القيمة الاحتمالية SIG لكل المحاور كانت أقل من مستوى الدلالة 5% وكانت القيمة فيشر F لكل المحاور (5.183-2.719) اكبر من القيمة الجدولية 2.13 ومنه نقبل الفرضية البديلة أي " يوجد فروق ذات دلالة احصائية في إجابات الافراد نحو جودة التجربة السياحية و السياحة الداخلية تعزى لمتغير العمر عند مستوى معنوية 5% ".

3- بالنسبة مدة الرحلة

• هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في إجابات الافراد نحو جودة التجربة السياحية و ترقية السياحة الداخلية في الجزائر تعزى لمدة الرحلة السياحية عند مستوى معنوية 5% .

H_0 : لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية في إجابات الافراد نحو جودة التجربة السياحية و ترقية السياحة الداخلية في الجزائر تعزى لمتغير مدة الرحلة السياحة عند مستوى معنوية 5%
 H_1 : يوجد فروق ذات دلالة احصائية في إجابات الافراد نحو جودة التجربة السياحية و ترقية السياحة الداخلية في الجزائر تعزى لمتغير مدة الرحلة السياحة عند مستوى معنوية 5% .

الجدول رقم (12): نتائج اختبار ANOVA ONE WAY بالنسبة لمدة الرحلة السياحية

SIG	F	مربع المتوسطات	Ddl	مجموع المربعات		
0.130	1.933	0.382	3	1.145	بين المجموعات	جودة التجربة السياحية
		0.197	93	18.355	داخل المجموعات	
			96	19.500	المجموع	
0.806	0.327	0.084	3	0.253	بين المجموعات	السياحة الداخلية
		0.258	93	23.960	داخل المجموعات	
			96	24.213	المجموع	

المصدر: من اعداد الباحث بناء على مخرجات SPSS

من الجدول رقم (12) نلاحظ أن القيمة الاحتمالية SIG لك المحاور كانت أكبر من مستوى الدلالة (0.05) وكانت القيمة F لكل المحاور (1.933-0.327) اقل من القيمة الجدولية 2.13 ، ومنه نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية العدمية أي " لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية في إجابات الافراد نحو جودة التجربة السياحية و السياحة الداخلية تعزى لمتغير مدة الرحلة السياحية عند مستوى معنوية 5% " .

4. النتائج:

الفرضية الرئيسية: يتبين من خلال قيمت P-valurs التي كانت اقل من 0,05 وقيمت T التي بلغت 8,027 وهي اكبر من القيمة الجدولية (1,660) انه يوجد اثر ذو دلالة احصائية بين جودة التجربة السياحية بكل ابعادها(المتعة، الجمالية، راحة البال، تقديم الخدمة) على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر عند مستوى معنوية 0.05، و يتبين من خلال معامل الارتباط الذي بلغ 39,4% انه يوجد علاقة ارتباط متوسطة وإيجابية بين جودة التجربة السياحية و ترقية السياحة الداخلية في الجزائر اي كلما زادة مستوى جودة التجربة السياحية زاد توجه السياح نحو السياحة الداخلية في الجزائر، ومن خلال معامل التأثير F^2 يتضح انه يوجد تأثير قوي لجودة التجربة السياحية على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر.

الفرضية الأولى: من خلال قيمت T التي بلغت 3,404 وهي اكبر من القيمة الجدولية (1,660) وكانت قيمة P-valurs المصاحبة لقيمة T (0,001) وهي اقل من 0,05 ومنه يمكن القول انه يوجد اثر ذو دلالة احصائية لبعده المتعة على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر عند مستوى الدلالة 5%، ومن خلال معامل الارتباط الذي بلغ 45,8% يتضح انه يوجد علاقة ارتباط متوسطة بين بعد المتعة و ترقية السياحة الداخلية في الجزائر، وتشير قيمة قوة التأثير F^2 الى وجود تأثير ضعيف لبعده المتعة على ترقية

السياحة الداخلية في الجزائر ان حصول السائح على رحلة ممتعة من خلال المشاركة في نشاط سياحي او الاستمتاع بمشاهدة نشاط سياحي يزيد من سعادته خلال الرحلة السياحية وهو ما يدفعه الى تكرار زيارته السياحية الى نفس المقصد السياحي.

الفرضية الثانية: من خلال قيمت T التي بلغت 2,409 وهي اكبر من القيمة الجدولية (1,660) وكانت قيمة P-valurs المصاحبة لقيمة T 0,016 وهي اقل من 0,05 ومنه يمكن القول انه يوجد اثر ذو دلالة احصائية لبعد راحة البال على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر عند مستوى الدلالة 5%، و يتضح من خلال معامل الارتباط الذي بلغ 52.3% انه يوجد علاقة ارتباط متوسطة بين بعد راحة البال و ترقية السياحة الداخلية في الجزائر، وتشير قيمة قوة التأثير F^2 الى وجود تأثير ضعيف لبعد راحة البال على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر، فعندما يحصل السائح على رحلة مريحة وخالية من الضجيج يساهم في زيادة شعور السائح بالراحة الجسدية و النفسية وبالتالي تصبح الوجهة السياحية تمثل مهرب يلجئ إليه عند مواجهة ضغوطاته الحياتية.

الفرضية الثالثة: من خلال قيمت T التي بلغت 2,795 وهي اكبر من القيمة الجدولية (1,660) وكانت قيمة P-valurs المصاحبة لقيمة 0,005 وهي اقل من 0,05 ومنه يمكن القول انه يوجد اثر ذو دلالة احصائية لبعد الجمالية على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر عند مستوى الدلالة 5%، ومن خلال معامل الارتباط الذي بلغ 42.5% يتضح انه يوجد علاقة ارتباط متوسطة بين بعد الجمالية و ترقية السياحة الداخلية في الجزائر، وتشير قيمة قوة التأثير F^2 الى وجود تأثير ضعيف لبعد الجمالية على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر، يعد جمالية المناظر الطبيعية والمعالم و المرافق والمباني عامل هام في جذب السياح حيث يرغبون في التقاط صور لتلك المناظر ومختلف المعالم ،و التي تدفعهم الى تكرار الزيارة في مناسبات اخرى وقد يصطحبون رفقاتهم او افراد عائلتهم لزيارة المكان.

الفرضية الرابعة: من خلال قيمت T التي بلغت 1,486 وهي اقل من القيمة الجدولية (1,660) وكانت قيمة P-valurs المصاحبة لقيمة T اقل من 0,05 ومنه يمكن القول انه لا يوجد اثر ذو دلالة احصائية لبعد تقديم الخدمة على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر عند مستوى الدلالة 5%، وتشير قيمة قوة التأثير F^2 الى وجود تأثير ضعيف لبعد تقديم الخدمة على ترقية السياحة الداخلية في الجزائر.

الفرضية الخامسة: من خلال اختبار T test واختبار ANOVA ONE WAY تبين انه لا يوجد اثر ذو دلالة احصائية في اجابات الافراد نحو جودة التجربة السياحية عند مستوى معنوية 5% تعزى لمتغيرات الجنس ومدة الرحلة السياحية، وتبين انه يوجد تأثير لإجابات الأفراد نحو جودة التجربة السياحية يعزى لمتغير العمر.

الفرضية السادسة: من خلال اختبار T test واختبار ANOVA ONE WAY تبين انه لا يوجد اثر ذو دلالة احصائية في اجابات الافراد نحو السياحة الداخلية عند مستوى معنوية 5% تعزى لمتغيرات الجنس ومدة الرحلة السياحية، وتبين انه يوجد تأثير لإجابات الأفراد نحو السياحة الداخلية يعزى لمتغير العمر.

- يتبين من خلال اختبار خريطة الاداء والاهمية IPMA ان بعد المتعة اثناء الرحلة السياحية حاز على أعلى قيمة للأهمية وقيمة عالية للأداء اي ان زيادة في بعد المتعة بوحدة واحدة تزداد ترقية السياحة الداخلية في الجزائر ب0.313 اي ان الزيادة بوحدة واحدة ينتقل الاداء من 81.632 الى 81.945 كما يمكن ترتيب ابعاد جودة التجربة السياحية حسب درجة الاهمية كما يلي : بعد المتعة، بعد الجمالية، بعد راحة البال، بعد تقديم الخدمة.

5. خلاصة: تعبر جودة التجربة السياحية على رد الفعل النفسي الناجم عن زيارة وجهة سياحية او المشاركة في نشاط سياحي، وتعد التجربة السياحية عامل مهم في التأثير على السياحة الداخلية في الجزائر فالصورة النمطية التي يبنيها السائح حول تجربته التي عاشها خلال زيارته السياحية تؤثر على اتجاه السياح نحو تكرار زيارتهم الى المعالم السياحية وبالتالي ترقية السياحة الداخلية في الجزائر، فعندما يحصل السائح على رحلة ممتعة ومريحة تفيده في تخفيف الضغوط اضافة الى جمالية المناظر الطبيعية والمعالم السياحية ووجود خدمات تلبي احتياجاته تتكون لديه صورة ايجابية حول تلك الزيارة، مما يدفعه الى تكرار زيارته مرة أخرى الى نفس المقصد السياحي كما يقوم بدعوة الاصدقاء وافراد العائلة لزيارة الوجهة السياحية التي زارها ومن هنا يبرز دور جودة التجربة السياحية في زيادة تنشيط السياحة الداخلية وزيادة الوعي بالمعالم السياحية، ان قياس جودة التجربة السياحية هو امر ذاتي اي ان القياس يرتكز على التقييم الذاتي داخلي للفرد من خلال درجة المتعة حيث يشعر بالاستمتاع والمرح بالأشياء التي يقوم بها خلال السفر ومستوى راحة البال التي يحصل عليها الفرد (السائح) خلال الرحلة السياحية اضافة الى بعد الجمالية الذي يعكس مدى تأثير جمال الوجهة السياحية من مناضر وتضاريس ومعالم على جذب انتباه السائح وجعله يشعر بالانغماس في البيئة السياحية، ويعد بعد تقديم الخدمة مهم في قياس جودة التجربة السياحية كون ان السائح يحتاج الى اشباع حاجياته خلال الرحلة السياحية.

التوصيات: من خلال النتائج التي توصلت إليها الدراسة يمكن طرح التوصيات التالية:

- ضرورة الاهتمام بجودة التجربة السياحية لأنها عامل مهم في تقييم السائح للبيئة السياحية.
- ضرورة توسيع الدراسات حول جودة التجربة السياحية فهي تعد ظاهرة تسويقية خاصة في حالة التجربة الايجابية للوجهة السياحية.
- على القائمين على القطاع السياحي للولاية تطوير المقاصد السياحية من خلال توفير خدمات تلبي حاجيات السياح اضافة الى توفير أنشطة ترفيهية لتجنب السائح الملل اثناء الزيارة.
- ضرورة الاهتمام بالجانب الجمالي للمقصد السياحية من خلال الحفاظ على نظافة الاماكن السياحية والعمل على ترميم المعالم السياحية.
- ضرورة توفير وسائل الراحة والامان بالاماكن السياحية ليحس السائح بالراحة والاطمئنان خلال رحلته السياحية.

6. قائمة المراجع:

- 1- Hattou, F., Hammoutene, A., & Grenier, E. (2018, 05 12). THE EVALUATION OF THE THEORY OF PLANNED BEHAVIOR VIA STRUCTURAL EQUATIONS MODELING BASED ON THE PARTIAL LEAST SQUARES METHOD: AN OVERVIEW. *REVUE DES SCIENCES COMMERCIALES*, 17(01), pp. 16-25.
- 2- Faizan, A., Kashif, H., & Neethiahnanthan, A. (2014, 08 20). Memorable customer experience: examining the effects of customers experience on memories and loyalty in Malaysian resort hotels. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 144, pp. 273-279.
- 3- Fred, L., Moira, C., & Hugh, W. (2016). Customer experience quality: an exploration in business and consumer contexts using repertory grid technique. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(06), pp. 846-869.
- 4- Hair, J., & Alamer, A. (2022, 12). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, 02(01), pp. 1-16.
- 5- Pramod, S., & Jogendra, K. N. (2019, 04 30). Examining experience quality as the determinant of tourist behavior in niche tourism: an analytical approach. *Journal of Heritage Tourism*, 15(01), pp. 76-92.
- 6- Reihaneh, A. T., Azam, Y., Negin, M., & Khoshfetrat, A. (2022, 03 09). Host-tourist interaction revisit intention and memorable tourism experience through relationship quality and perceived service quality in ecotourism. *Journal of Ecotourism*, 22(03), pp. 406-429.
- 7- Yakupl, A. (2019). *Structural Equation Modeling Approaches to E-Service Adoption*. turkey: IGI Global.
- 8- ألياس قشوط، و صورية كحول. (2016, 06 30). مقومات السياحة الصحراوية في الجزائر ومتطلبات تنشيطها. *مجلة التنمية الاقتصادية*, 01(01)، الصفحات 55-73.
- 9- زكية حيرش، و رضوان مسموس. (2021, 12 01). تنشيط السياحة الداخلية كآلية لمواجهة آثار كوفيد 19 على القطاع السياحي -دراسة تجارب بعض الدول-. *مجلة الإبداع*, 11(02)، الصفحات 60-77.
- 10- طارق سعيد، و عبد الرزاق بن حبيب. (2015, 12 31). نمذجة أثر محيط الخدمة على المتغيرين الرضى، التجربة المعاشة و أثرهما على تشكل سلوك الوفاء عند الزبون.-حالة الخدمات الفندقية لمدينة تلمسان. *les cahiers du mecas*, 11(01)، الصفحات 189-218.

- 11- عبد الكريم كاظم عجيل. (30 01, 2019). أهمية الثقافة السياحية في تنمية السياحة الدينية في العراق. مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، 06(01)، الصفحات 92-118.
- 12- عطلة لحسن. (22 12, 2021). دراسة اهم العوامل المؤثرة على اداء القطاع السياحي في الجزائر باستخدام منهجية خريطة الاهمية - الاداء lpma. مجلة الواحات للبحوث و الدراسات، 14(03)، الصفحات 1134-1159.
- 13- علي بغداد. (31 10, 2022). قياس أثر أبعاد جودة التجربة السياحية على نشر الكلمة المنطوقة الإلكترونية الإيجابية للمقصد السياحي. مجاميع المعرفة، 08(03)، الصفحات 204-223.
- 14- فريد بختي، و رضا بهياني. (08 06, 2020). السياحة الصحراوية كأسلوب لترقية السياحة الداخلية في الجزائر دراسة حالة ولاية تمنراست. مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، 05(02)، الصفحات 158-172.
- 15- قادة مختار محمودي، و أحمد محمودي. (31 07, 2014). فاعلية جودة تقديم الخدمة في تحقيق ولاء المستهلك لسوق خدمة الهاتف النقال بالجزائر - حالة مؤسسة أوراسكوم تليكوم الجزائر OTA. مجلة الإستراتيجية والتنمية، 04(07)، الصفحات 182-202.
- 16- محمد الشريف بن زواي، و محمد رضا بوسنة. (30 12, 2020). تحليل أثر الحوكمة الجامعية على جودة العملية التدريسية من وجهة نظراتأذة العلوم الاقتصادية بجامعة أم البواقي. مجلة الباحث الاقتصادي، 07(01)، الصفحات 139-156.
- 17- محمد العيد ختيم. (27 04, 2021). السياحة الصحراوية كأداة لتحقيق التنمية المستدامة في الجزائر. مجلة الإستراتيجية والتنمية، 11(03)، الصفحات 153-171.
- 18- معتز حميد رحيم الخزعلي. (2021). التجربة السياحية الإبداعية وأثرها في تعزيز الارتباط بالمكان - دراسة تحليلية لآراء عينة من السياح في منطقة الاهور - مجلة كلية التربية للبنات للعلوم الانسانية، 28(05)، الصفحات 483-518.
- 19- مومن بكوش الجموعي، و أحمد فرحات. (31 08, 2023). معامل الارتباط الخطي البسيط " بيرسون" والاختبارات البديمة. مجلة دراسات نفسية وتربوية، 16(02)، الصفحات 265-277.
- 20- نجاه بن تركية. (31 12, 2017). السياحة الرياضية رافد لتنشيط السياحة الداخلية في الجزائر. مجلة العلوم الإدارية والمالية، 01(01)، الصفحات 280-294.