

Entrepreneurial projects in ecotourism as an approach to promoting ecotourism, with
reference to the case of Saudi Arabia

أ.د. بوشنب موسى

د. رفيق نعماني*

جامعة الشهيد أمحمد بوقرة بومرداس – الجزائر

جامعة الشهيد أمحمد بوقرة بومرداس – الجزائر

moussaboucheneb@gmail.com

narafik65@gmail.com

تاريخ النشر: 2026/05/25

تاريخ القبول للنشر: 2026/04/30

تاريخ الاستلام: 2026/04/16

ملخص

تعتبر السياحة من أبرز القطاعات التي تسهم في دعم الاقتصاد العالمي وتعزيز التنمية المستدامة، وقد أولت المملكة العربية السعودية اهتمامًا خاصًا بقطاع السياحة في إطار رؤية 2030، حيث ركزت على تنمية السياحة البيئية باعتبارها أحد المسارات الإستراتيجية لتحقيق التوازن بين النمو الاقتصادي والحفاظ على الموارد الطبيعية. يهدف هذا البحث إلى دراسة مدى مساهمة السياحة الرقمية في تعزيز المشاريع الريادية في السياحة البيئية بالسعودية، مع التركيز على الآليات التي يمكن من خلالها استثمار الحلول الرقمية في دعم الابتكار وريادة الأعمال في هذا المجال، وقد خلصت النتائج إلى أن توظيف السياحة الرقمية يسهم بشكل مباشر في تحسين الترويج للمشاريع السياحية البيئية، وتوسيع قاعدة المستفيدين، وتعزيز مشاركة المجتمعات المحلية، فضلًا عن دعم تنافسية الوجهات السياحية السعودية على المستويين الإقليمي والدولي. الكلمات المفتاحية: السياحة الرقمية، السياحة البيئية، ريادة الأعمال، التنمية المستدامة، النمو الاقتصادي. تصنيفات JEL: Z32، M49.

Abstract

Tourism plays a vital role in supporting the global economy and fostering sustainable development. Within the framework of Saudi Vision 2030, the Kingdom of Saudi Arabia has prioritized the tourism sector, with a particular focus on ecotourism as a strategic pathway to balance economic growth and environmental preservation.

This study investigates the contribution of digital tourism to enhancing entrepreneurial projects in Saudi Arabia's ecotourism sector, emphasizing mechanisms that enable the effective integration of digital solutions to foster innovation and sustainability. The findings indicate that digital tools significantly improve the promotion of ecotourism initiatives, expand target audiences, encourage community engagement, and enhance the competitiveness of Saudi destinations both regionally and globally

Keywords: Digital tourism; ecotourism; entrepreneurship; sustainable development; economic growth.

Jel Classification Codes: Z32, M49.

* المؤلف المراسل.

تعد السياحة من أهم القطاعات الاقتصادية التي تسهم في تعزيز التنمية المستدامة ودعم النمو الاقتصادي للدول، ومع تزايد الاهتمام العالمي بالقضايا البيئية، برزت السياحة البيئية كأحد أهم الأنماط السياحية التي تجمع بين الاستمتاع بجمال الطبيعة والحفاظ على الموارد الطبيعية، بما يحقق توازناً بين متطلبات التنمية وحماية البيئة.

وفي ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها العالم الرقمي، تحولت التكنولوجيا الرقمية إلى أداة أساسية لإعادة تشكيل قطاع السياحة من خلال تطوير منصات الحجز الإلكترونية، والتسويق عبر الوسائط الاجتماعية، واستخدام تقنيات الواقع الافتراضي والذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة السائح. هذه التحولات أفرزت فرصاً واعدة للمشاريع الريادية، خاصة في مجال السياحة البيئية، حيث بات بالإمكان توظيف الحلول الرقمية للترويج للمواقع البيئية، وإدارة الموارد السياحية بكفاءة، وجذب شرائح واسعة من السياح المهتمين بالسياحة المستدامة.

أصبحت السياحة في العقود الأخيرة أحد أعمدة الاقتصاد العالمي، إذ لا تقتصر أهميتها على كونها قطاعاً اقتصادياً يدر عوائد مالية ويوفر فرص عمل، بل تتعدى ذلك لتكون وسيلة للتقارب الثقافي والاجتماعي بين الشعوب، وفضاءاً للتبادل الحضاري والمعرفي. ومع تنامي التحديات البيئية التي يشهدها العالم اليوم، مثل التغير المناخي وفقدان التنوع البيولوجي والاستغلال المفرط للموارد الطبيعية، بدأ الاهتمام يتجه بشكل متزايد نحو أنماط جديدة من السياحة أكثر توافقاً مع مبادئ التنمية المستدامة، وفي مقدمتها السياحة البيئية، التي تقوم على احترام البيئة الطبيعية والحفاظ على النظم البيئية، مع ضمان استفادة المجتمعات المحلية من العوائد السياحية.

إن الجمع بين السياحة الرقمية والريادة السياحية البيئية يفتح آفاقاً واسعة لتطوير منتجات وخدمات سياحية مبتكرة، ويسهم في بناء صناعة سياحية مستدامة قادرة على مواجهة التحديات البيئية والاقتصادية والاجتماعية. كما يتيح هذا التوجه فرصاً لتعزيز مكانة الوجهات السياحية البيئية على الصعيدين المحلي والدولي، ويمنح المجتمعات المحلية أدواراً أكثر فاعلية في الاستفادة من العوائد وتحقيق التنمية المستدامة.

على الرغم من التزايد الملحوظ في الاهتمام بالسياحة البيئية كخيار استراتيجي لتحقيق التنمية المستدامة، إلا أن هذا المجال ما يزال يواجه عدة تحديات أبرزها ضعف الترويج على المستوى العالمي، وقلة تبني الحلول الرقمية الحديثة من قبل المشاريع الريادية، إضافة إلى محدودية الوعي لدى بعض المجتمعات المحلية بأهمية دمج التكنولوجيا في تطوير السياحة البيئية. وفي ظل التحولات الرقمية المتسارعة التي يشهدها قطاع السياحة عالمياً، يطرح هذا البحث الإشكالية التالية:

كيف يمكن للسياحة الرقمية أن تكون مدخلاً لتعزيز المشاريع الريادية في السياحة البيئية، وبأي آليات يمكن توظيف الأدوات الرقمية لخدمة هذا القطاع وضمان استدامته؟

وبناءً على ذلك، جاءت فرضيات الدراسة الموالية لترجم الإشكالية إلى مداخل قابلة للفحص والتحليل، حيث تسعى إلى التحقق من دور الأدوات الرقمية في تحسين كفاءة المشاريع الريادية البيئية، وقياس أثرها على جاذبية الوجهات السياحية، فضلاً عن استكشاف التحديات التي قد تحول دون تحقيق الأهداف المرجوة.

- يساعد التحول الرقمي في رفع كفاءة إدارة المشاريع الريادية البيئية من خلال تحسين التخطيط والتسويق والتواصل مع السياح؛

- يسهم اعتماد السياحة الرقمية في تعزيز مشاركة المجتمعات المحلية في المشاريع السياحية البيئية وزيادة استفادتها الاقتصادية؛

- توجد تحديات (تشريعية، تقنية، أو مالية) قد تحد من فعالية تطبيق السياحة الرقمية في دعم المشاريع الريادية البيئية بالسعودية.

أهداف البحث

- يسعى هذا البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، من أهمها:
- توضيح مفهوم السياحة الرقمية وإبراز مجالاتها وتطبيقاتها في القطاع السياحي.
- دراسة السياحة البيئية باعتبارها خيارًا استراتيجيًا للتنمية المستدامة.
- تحليل دور المشاريع الريادية في دعم السياحة البيئية.
- إبراز العلاقة التكاملية بين السياحة الرقمية وريادة الأعمال في السياحة البيئية.

2. ريادة الأعمال الرقمية

1.2 تعريف ريادة الأعمال: الريادة تعني التفرد والاعتماد على الاختلاف والتنوع والتوافق والطرق الجديدة، ولا تعتمد على النماذج والعادات السائدة التي يفعلها الآخرون، وإنما هي الوصول إلى منتجات وطرق فريدة وجديدة لا تتطابق مع الطرق المعتادة أو الطرق المعمول بها، من خلال ما سبق يمكن أن نخلص إلى أن الريادة تحتوي المعاني التالية: (مهدي، 2015، صفحة 155)

- إيجاد أشياء جديدة أصيلة ذات قيمة
 - مرتبطة بالمخاطر
 - تأخذ بالاعتبار الموارد المالية والمعنوية
 - مرتبطة بتوفير الحوافز للعاملين والاستقلالية من أجل زيادة القناعات لديهم
- كما تم تعريف ريادة الأعمال من طرف burch 1986 على أنها مجموعة أنشطة تقدم على الاهتمام، وتوفير الفرص، وتلبية الحاجات والرغبات من خلال الإبداع وإنشاء المنشآت كما أشار Barrow إلى أن ريادة الأعمال هي عملية الانتفاع بتشكيلة واسعة من المهارات من أجل تحقيق قيمة مضافة لمجال محدد من مجالات النشاط البشري، وتكون المحصلة لهذا الجهد إما زيادة في الدخل أو استقلالية أعلى إضافة إلى الإحساس بالفخر نتيجة الجهد الإبداعي المبذول، هذا وترتكز ريادة الأعمال على ثلاثة أبعاد: (الميريك، 2019، صفحة 26)

- 1- أن يكون العمل حراً: ويقصد به أن يكون العمل مستقلاً مالمالكه رائد الأعمال، وليس العمل لدى الآخرين
 - 2- أن يتضمن نوعاً من المخاطرة: سواء كانت مصاحبة للفكرة الجديدة أو الأسلوب الحديث أو السوق الجديدة، وأياً كان فالمقصود بالمخاطرة أي المخاطرة المدروسة والمخططة مسبقاً لاحتمال تبعاتها
 - 3- أن يكون إبداعياً: فالجانب الإبداعي هو ما يميز المشروع الريادي عن غيره من المشروعات التقليدية الأخرى والإبداع ليس محصوراً بالاختراعات الجديدة بل قد يكون بصفات كثيرة تميز المشروع أو منتجاته عن المشروعات الأخرى
- كما عرفها الاتحاد الأوروبي على أنها الأفكار والطرق التي تمكن من خلق وتطوير نشاط ما عن طريق مزج المخاطرة والابتكار والإبداع والفاعلية في التسيير وذلك ضمن مؤسسة جديدة أو قائمة فيما أشار robert hisrich إلى الريادة بكونها عملية تكوين شيء ما مختلف ذو قيمة عن طريق تكريس الوقت والجهد الضروري، بافتراض مخاطر مالية وسيكولوجية واجتماعية مصاحبة، وجني العوائد المالية الناتجة، إضافة إلى الرضا الفردي، وبعبارة أخرى أنها عملية خلق القيمة عن طريق استثمار الفرصة من خلال موارد متفردة. (جبريل، 2020، صفحة 17)

2.2 أهمية زيادة الأعمال: ولذلك تعتبر زيادة الأعمال من البنود المهمة في اقتصاديات الدول الصناعية المتقدمة و الأمل الواعد في الدول النامية، حيث تسهم المشروعات الريادية مساهمة فاعلة في تطور التنمية الاقتصادية الشاملة، كما تعد نواة بناء المنشآت الصغيرة والمتوسطة والكبيرة، حيث يؤمن المشروع الريادي الدخل الكافي للريادي وعائلته، بالإضافة إلى دوره في استحداث وظائف جديدة والحد من البطالة في المجتمع فضلاً عن ظهور أنماط جديدة من السلع والخدمات تسهم في نمو وفتح أسواق جديدة تسهم في تقليل الفجوة بين اقتصاديات الدول. (قرن، 2015، صفحة 13)

تكمّن أهمية زيادة الأعمال في أنها تعمل على مساعدة المجتمعات على التنمية، ومن ثم الخروج بأجيال يدركون الفرص، ويبادرون في تبنيها، ويمتلكون روح الابتكار، والإبداع، ويستثمرون الموارد المتاحة بطريقة منظمة من أجل الخروج بمشروعات ناجحة تحقق الريح والنمو، ومن هذا المنطلق تعد زيادة الأعمال مهمة في المجتمعات المعاصرة لما تحدثه من آثار إيجابية تتمثل فيما يأتي: (موسى، 2021، صفحة 594)

- إحداث التغيير والتحول؛
- إذ يعد الإبداع من أهم الخصائص المميزة للريادة، خاصة وأن المنظمات الريادية تعمل كوكيل للتغيير من خلال ممارسة الأنشطة الريادية؛
- إيجاد العديد من المشروعات التي تعد مهمة لتطوير الاقتصاد وتنميته؛
- إيجاد فرص العمل ذات الأهمية على المدى الطويل من أجل تحقيق النمو الاقتصادي؛
- زيادة الكفاءة من خلال زيادة التنافس.

3.2 منافع زيادة الأعمال: لقد أظهرت الاستطلاعات بأن مالكي المنظمات الصغيرة يعتقدون بأن العمل الشاق يحقق عائدات أفضل ومرضي أكثر من العمل لدى شخص آخر، وقبل تقديم أي مشروع جديد على الريادي أن يهتم بالمنافع الاقتصادية التي تقدمها الريادة له وهي: (حسين، 2013، صفحة 399)

- فرصة التفرد: الريادي يبدأ بالأعمال لأنه يرى في ذلك الاستقلالية والفرصة لتحقيق التميز في الإنتاج أو الخدمة ويهدف الحصول على الميزة التنافسية ولضمان النمو السريع والتنوعية الجيدة
- الفرصة لتحقيق أقصى الإمكانيات: العديد من الأفراد يرون في بداية أعمالهم أنها لا تكون فيها تحديات أو صعوبات ولكن الرياديين يرون عكس ذلك إذ يحتاج العمل إلى الجد والمثابرة والتحدي) العمل بخطط مدروسة (فاعمل بالنسبة للريادي هو أداة تحقيق الذات والتعبير عنها وهو يدرك بان وجود حدود وحواجز النجاح هي الإبداع والرؤيا والحماس
- فرصة لجني أرباح محترمة: رغم أن النقود هي ليست القوة الأساسية للريادي فان الأرباح يمكن أن تكون عنصراً محفزاً في قراراتهم لتقديم مشاريع جديدة للسوق وأغلب الرياديين لم يصبحوا يوماً أغنياء جداً ولكنهم قد يحققون ثروات لا بأس بها.

- تلعب الريادة دوراً كبيراً في الاقتصاد الوطني كونها قادرة على أن تُسهم وبشكل فعال في إعادة تقويم وهيكلة الإنتاج في العديد من الدول النامية فهي تعد الأساس الذي تقوم عليه التنمية الشاملة وعليه فلها العديد من الآثار والمنافع الاقتصادية.

- الآثار التنموية للريادة : تعتبر الريادة عملية ديناميكية لتأمين تراكم الثروة التي تقدم عن طريق الأفراد مفهوم الريادة يجب النظر إليه ببعض المرونة لأننا نجد تباين في المفهوم بين الدول المتقدمة والدول النامية، إذ يكون في الدول المتطورة مرتبط بالاختراعات والتفرد، أما في الدول فإن من يأخذ روح المبادرة والتحرك ويخاطر وينشأ عملاً جديداً، يعمل

من خلاله على المساهمة في أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية، بأنه رياديا، ويمكن تلخيص دور الريادة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية بشكل عام في ما يلي : (مهدي، 2015، صفحة 94)

- رفع مستوى الانتاجية؛
- خلق فرص عمل جديدة؛
- المساهمة في تنوع الانتاج نظرا لتباين مجالات ابداع الرياديين؛
- زيادة القدرة على المنافسة وذلك من خلال المعرفة الدقيقة الواعية للبيئة المحلية والبيئة الخارجية وتطوير أساليب العمل من خلالها والتفاعل معها بإيجابية
- نقل التكنولوجيا؛
- التجديد وإعادة الهيكلة في المشاريع الاقتصادية؛
- إيجاد أسواق جديدة.

4.2 أبعاد ريادة الأعمال: (الدليبي، 2019، صفحة 94) الإجراءات الاستباقية: هي اتخاذ الإجراءات والمبادرات من خلال اكتشاف الفرص المتاحة، والبحث عن الأسواق التي تدعم من المركز التنافسي للمؤسسة، وقدرتها وجاهزيتها لتقديم المنتجات الجديدة التي تتميز بها عن المؤسسات الأخرى في ذات الصناعة.

تحمل المخاطر: تعرف المخاطرة بأنها عملية اتخاذ قرارات جريئة لغرض اغتنام فرص معينة لغرض الوصول لنتيجة إيجابية، حيث تمثل المخاطرة إطار للوصول إلى الريادة الذي يشير للريادة في المغامرة.

الابتكار والإبداع: إن تبني المؤسسات للأنشطة الإبداعية يؤدي إلى خلق قيمة لها، ويساعدها في السعي لإيجاد حلول غير تقليدية للمشكلات.

انتهاز الفرص: يعد أمر انتهاز الفرص أو استغلالها أمراً في بالغ الأهمية، وهي قدرة المؤسسة على استغلال الظروف التي تواجهها في خلق منتجات أو خدمات توافي ذلك.

إن السلوك الريادي هو الذي يحدد المنظمة بشكل هادف ومستمر وبشكل مجال عملياتها بتميز واستغلال الفرص الريادية الموجهة نحو الإبداع وهو المعيار في المنظمات التي تستخدم إستراتيجية الريادة والتي تطور وتحسن منتجاتها وخدماتها استجابةً للتغيرات البيئية التنافسية وتطمح أي منظمة، في الوصول الى الريادية في مجال أعمالها، وعندما تصل إلى مستوى الريادية وتتخطى المحيط الأحمر وتصل الى المحيط الأزرق بحيث تكون قادرة على الوقوف أمام المنظمات دون منافس لأنها فريدة بمنتجاتها وخدماتها المبتكرة في السوق. (ميسون، 2024، صفحة 392)

5.2 العوامل المؤثرة على ريادة الأعمال ومعوقاتها: أشار اليماني (2016) و Saleh (2014) إلي أن هناك 3 عوامل تؤثر علي اتجاه الأفراد نحو ريادة الأعمال. تتمثل هذه العوامل فيما يلي: (الرميدي، 2018، صفحة 375)

- أ- الخصائص الديموغرافية: وتشمل الجنس، والسن، والطبقة الاجتماعية، والقُدوة، والدخل، ومستوي التعليم، ومستوي تعليم الوالدين، ووظيفة الوالدين، والخبرات السابقة، والدين، والحالة الاجتماعية، وحجم الأسرة
- ب-العوامل السياقية: تشمل التعليم، وبيئة الأعمال، والعوامل الثقافية.
- ت-السمات الشخصية: وتشمل الإنجاز، وقبول المخاطرة، وتحمل الغموض، والابتكار، والتحكم الذاتي الداخلي، والاستباقية، الاندفاع للعمل، الاستعداد الذاتي للعمل لساعات طويلة، التفاؤل.

6.2 بيئة ريادة الأعمال: بيئة ريادة الأعمال يطلق عليها النظام الإيكولوجي لريادة الأعمال وهو العناصر الفيزيائية والبيولوجية المجتمعة في البيئة والتي تتفاعل مع بعضها البعض. (الخولي، 2022، صفحة 35)

3. السياحة الرقمية

1.3 مفهوم السياحة: حسب منظمة السياحة العالمية: UNWTO تعرف السياحة بأنها: "الأنشطة التي يقوم بها الأشخاص أثناء رحلاتهم وإقامتهم في أماكن خارج بيئتهم المعتادة لفترة زمنية متتالية لا تتجاوز سنة واحدة لأغراض الترفيه أو العمل أو غيرها من الأغراض غير المتعلقة بممارسة نشاط مدفوع الأجر في المكان الذي يزورونه". ووفقا لمنظمة السياحة العالمية دائما "يعتبر السائح هو الشخص الذي يسافر لمسافة لا تقل عن 80 كيلومترا من منزله لأغراض غير العمل. (الغفار، 2024، صفحة 486)

يشمل التوجه الريادي للمؤسسات السياحية مجموعة من الخصائص المتمثلة في "الإبداع والمخاطرة، التنظيم وكسب الميزة التنافسية"، ويعتبر التوجه الريادي كأداة لتجديد القيمة وإعادة تصحيح مسار هذه المؤسسات، فضلا عن دوره الفعال في ممارسة هذه الأخيرة للأنشطة والمشاريع التطويرية وإبداعية واستحداث وابتكار خدمات سياحية جديدة، باستغلال الأمثل للموارد المالية والمادية وكذا رأس المال الفكري والبشري الذي يدفع المؤسسة السياحية نحور الريادية والإبداع وتطوير قدراتها للاستجابة للتغيرات في البيئة الداخلية والخارجية لديها، وتتميز الريادة السياحية بجملة من السمات والمميزات نذكرها باختصار في النقاط التالية: (الرزاق، 2019، صفحة 249)

- تعمل الريادة السياحية على تقديم خدمات جديدة ذات قيمة، سواء كان ذلك بابتكار أعمال ومشاريع جديدة، أو القيام بتحديث الإجراءات الإدارية على مستوى المؤسسة، أو من خلال تطوير أساليب وقنوات تقديم الخدمة للزبائن.
- تركز الريادة السياحية على التخطيط الجيد والفعال في إنجاح مشاريعها الريادية من جهة، ومن جهة أخرى التنبؤ بالمستقبل ورسم أبعاده لإبقاء المؤسسة السياحية في مرتبة ريادية وتحقيق التميز.
- تسعى المؤسسات والشركات السياحية من خلال تبنيها لمفهوم الريادة إلى التفرد والاستقلالية في العمل ابتكاري، من خلال تطوير الأفكار الجديدة لتقديم خدمات حديثة ومبتكرة، تتماشى مع رغبات وحاجات الزبائن والسياح.

مفهوم السياحة الرقمية مرتبط بالخدمات التي تقوم بتوفيرها تكنولوجيا المعلومات والاتصال وذلك لغرض إنجاز الخدمات السياحية والفندقية بشكل عام والقيام بترويجها عبر مختلف الشبكات وبذلك فهي تستخدم جميع شركاء القطاع السياحي من مؤسسات وهيئات وافراد وتعتمد على ادارته على التقنيات الحديثة. (الجنابي، 2023، صفحة 29)

2.3 تعريف السياحة الرقمية: السياحة الرقمية هي الانتقال من السياحة التقليدية الى السياحة الرقمية من خلال استعمال وسائل وتطبيقات التكنولوجيا الحديثة في كل التعاملات والخدمات المقدمة في قطاع السياحة. (خاتمة، 2024، صفحة 101)

كما تعرف السياحة الرقمية على أنها الدعم الرقمي للتجربة السياحية قبل وأثناء وبعد ناط السائح، حي تتخلل السياحة الرقمية العديد من الأنشطة عبر الانترنت التي من خلالها التخطيط لرحلات وإدارة السفر وتطبيقات الدليل السياحي المحمول علة الهواتف الذكية والقدرة على استكشاف صور العطلات بسهولة في المنزل دون التنقل لعين المكان. (نادي، 2023، صفحة 231)

أما السياحة الرقمية فهي تلك الخدمات التي توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصال بغرض إنجاز وترويج الخدمات السياحية والفندقية عبر مختلف الشبكات المفتوحة والمغلقة، معتمدة في ذلك على مبادئ وأسس التجارة الإلكترونية.

بعبارة أخرى، تتمثل السياحة الإلكترونية في استعمال جميع شركاء القطاع السياحي من مؤسسات وهيئات وأفراد لتكنولوجيا المعلومات والاتصال. وقد تستخدم هذه التكنولوجيات في إنشاء كيانات سياحية يتطلب تشغيلها أيضا قدرا من المعرفة التكنولوجية لدى أصحابها، مثلا الفنادق الذكية التي تتطلب قدرا هاما من التقنيات الحديثة في تشغيلها وإدارتها. (فضلون، 2020، صفحة 241)

تجربة سياحية في بيئة إلكترونية كبديل للتجربة الفعلية أو الرحلة الحقيقية إلى المقصد السياحي، حيث يعتمد هذا النوع من السياحة على التقنية العالية التي تحرر السائح من قيد الزمن والمسافة والتكلفة هذا من جهة. ومن جهة أخرى فهي تعبر عن الملاحظة في شوارع مناطق بيئات الواقع الافتراضي بهدف الإنتقال فكرياً إلى أماكن مادية، وهي تتألف عادة من سلسلة من صور الفيديو كما يمكن استخدام عناصر الوسائط الأخرى مثل المؤثرات الصوتية والموسيقى والسرد القصصي والنصوص المكتوبة (السمدوني، 2023، صفحة 2529)

4.3 مقومات السياحة الرقمية: مقومات السياحة الرقمية: تعتمد السياحة رقمية على ثلاث مقومات أساسية وهي: (خاتمة، 2024، صفحة 104)

أ- الحقيقة الرقمية: تتيح المتاحف الرقمية للسائح تجربة المواقع السياحية افتراضيا باستخدام نظارات ثلاثية الأبعاد وشاشات عالية الجودة ومؤثرات صوتية، أو عبر كاميرات تنقل المزارات مباشرة، مما يسمح بالتجول في الفضاء الافتراضي باستخدام الحاسوب.

ب- الإبداع: إن قطاع السياحي هو أكثر القطاعات الإقتصادية تعرضا للتأثر التي تعكس تغيرات في الأذواق والتفضيلات، دخل قطاع السياحة مرحلة جديدة من المنافسة بشكل مباشر في الإبداع في عرض المنتج السياحي من خلال استخدام التقنيات الحديثة ومدى التطور التي وصلت إليه التكنولوجيا، ويتم ذلك بالإدارة من جانب المسؤول عن عرض المنتج السياحي في أن يصل بالسائح الى قيمة مضافة أو بنوع من الإتحاد بين البيئة الافتراضية التي تترجم لتتحول إلى حقيقة واقعية يعيشها السائح.

ج- التذوق الجمالي: عند استخدام السائح المدركات البصرية والسمعية واللمس أثناء السياحة الرقمية أو زيارة المتاحف الرقمية يجعله يشعر بالمتعة والسرور المقترن بالإكتشاف والتأمل والتغير المعرفي والتخيل والشعور بالغموض وحب الإستطلاع مما يؤدي إلى زيادة الشعور لدى السائح في السياحة الرقمية.

5.3 السياحة البيئية: تعريف الصندوق العالمي للبيئة: "السفر إلى مناطق طبيعية لم يلحق بها التلوث ولم يتعرض توازنها الطبيعي إلى الاختلال و ذلك للاستمتاع بمناظرها و نباتاتها وحيواناتها البرية وحضاراتها في الماضي والحاضر" إن العلاقة بين السياحة والبيئة هي علاقة توازن بين التنمية وحماية البيئة ويؤكد إعلان مانيتا 1980 على أن الاحتياجات السياحية لا ينبغي أن تلبي بطريقة تلحق الضرر بالمصالح الاجتماعية والاقتصادية لسكان المناطق السياحية أو البيئة أو بالموارد الطبيعية والمواقع التاريخية والثقافية التي تعتبر عوامل جذب رئيسية للسياحة ويشدد الإعلان على أن هذه الموارد جزء من تراث البشرية وأنه ينبغي على المجتمعات المحلية والوطنية والمجتمع الدولي بأكمله القيام بالخطوات اللازمة للحفاظ عليها. (مامن، 2018، صفحة 728)

ويمكن تعريف السياحة البيئية أنها السفر لاستكشاف المواقع الطبيعية ذات المناظر الخلابة والموارد الطبيعية الغنية، والاستمتاع بالمعالم الثقافية والعادات والتقاليد التي تمثل التراث المحلي تهدف السياحة البيئية إلى تعزيز وعي السياح بالمسؤولية البيئية، من خلال الحفاظ على المواقع الطبيعية وحمايتها من أي أضرار قد تنجم عن كثرة الزيارات، كما تساهم السياحة البيئية في تقليل التأثيرات السلبية الناتجة عن الأنشطة السياحية، وتفتح المجال أمام السكان المحليين

للمشاركة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وتعزز من تبادل العادات والقيم الأخلاقية بينهم وبين الزوار (حمزة، صفحة 494)

4. السياحة الرقمية في السعودية (المعلومات، 2023، صفحة 5)

يمثل مفهوم السياحة الرقمية تطور التجارب السياحية في العصر الرقمي ويمكن أن يتمثل ذلك التطور في دمج التقنيات الحديثة في الأنشطة السياحية التقليدية مثل استخدام التطبيقات الإلكترونية في المطارات والفنادق لتسهيل وتسريع عمليات تسجيل الوصول والمغادرة مما يوفر مستوى أعلى من الراحة للسياح. يمكن أيضا أن يمتد التطور التقني في قطاع السياحة ليلعب دورا أكبر من ذلك حيث أصبح ممكنا للتجارب السياحية الرقمية أن تتجاوز الحدود الجغرافية والزمنية، مما يسمح للسائحين باستكشاف الوجهات من خلال الوسائل الافتراضية مثل تقنيات الواقع الافتراضي والواقع المعزز والميتافيرس.

1.4 تطور السياحة الرقمية في السعودية: تعد الأحداث التالية من أبرز المحطات التي ساهمت في تطوير صناعة السياحة استجابة للتقدم التقني، وتحول طريقة السياح في السفر وكيف تحولت الصناعة استجابة لظهور الأدوات الرقمية بدءا من انتشار الإنترنت على نطاق واسع في التسعينيات إلى ظهور سلسلة الكتل.

- ظهور الإنترنت: أدى الانتشار الواسع النطاق للإنترنت في التسعينيات إلى وضع الأساس للسياحة الرقمية حيث سمح بإنشاء مواقع الانترنت ووكالات السفر عبر الإنترنت والأشكال المبكرة لأنظمة الحجز عبر الإنترنت. وكالات السفر عبر الإنترنت أواخر التسعينيات - أوائل العقد الأول من القرن الحادي والعشرين: بدأت شركات مثل إكسبيديا وبوكينج تكتسب شعبية مما مكن المسافرين من البحث وحجز رحلات الطيران والفنادق وخدمات السفر الأخرى عبر الإنترنت.

- ظهور المراجعات والتقييمات عبر الإنترنت: العقد الأول من القرن الحادي والعشرين: سمح ظهور منصات مثل موقع تريب ادفايزر للمسافرين بمشاركة تجاربهم وآرائهم حول الوجهات وأماكن الإقامة والمعالم السياحية، مما أثر على قرارات المسافرين الآخرين.

- ظهور وسائل التواصل الاجتماعي: منتصف العقد الأول من القرن الحادي والعشرين: لعبت منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وانستجرام دورا مهما في الترويج لتجارب السفر ومشاركة الصور والتأثير على اتجاهات السفر. - ثورة الأجهزة المحمولة: أدى انتشار الهواتف الذكية وتطبيقات الأجهزة المحمولة إلى تغيير الطريقة التي يصل بها الأشخاص إلى المعلومات والخدمات قبل وأثناء سفرهم حيث سهلت التطبيقات الخاصة بالسفر التخطيط للرحلات والتنقل والوصول إلى المعلومات المتعلقة بالسفر.

- التخصيص وتحليل البيانات: بمساعدة تحليل البيانات بدأت شركات السفر في تقديم تجارب أكثر تخصيصا للمستخدمين وتصميم توصيات بناء على تفضيل المستخدم وسلوكه.

- الواقع الافتراضي والواقع المعزز: استخدام تقنيات الواقع الافتراضي والواقع المعزز في صناعة السفر لتوفير تجارب غامرة وجولات سياحية

2.4 مبادرات دعم السياحة الرقمية في المملكة العربية السعودية: بذلت العديد من الجهات الحكومية في المملكة جهودا كبيرة لتعزيز البعد الرقمي في قطاع السياحة إدراكا منها لأهمية التحول الرقمي في إثراء التجربة السياحية. اتخذت هذه الجهات تدابير واستراتيجيات هادفة لتحقيق تطلعاتها في تحسين التفاعل مع الجهات السياحية وتسهيل وصول الزوار

إلى الخدمات. تعكس الدولة التزامها برفع نسبة مساهمة القطاع في اقتصاد المملكة من خلال تبني التقنيات والحلول الرقمية الحديثة

- جهود وزارة السياحة: أطلقت الوزارة استراتيجية السياحة والتي تضمنت أهدافا محددة تتعلق بقطاع السياحة لتتماشى مع رؤية 2030 ومن بينها:

- رفع مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي إلى أكثر من 10 %
- توفير مليون فرصة عمل إضافية.
- جذب 100 مليون سائح سنويا بحلول عام 2030.
- استراتيجية السياحة في المملكة العربية السعودية: تقدم وزارة السياحة من خلال موقعها الإلكتروني الفرص المتاحة والجاهزة لاستثمار في مجال السياحة مثل مخيمات الكرفانات ومنتجعات السياحة الزراعية ومنتجعات المغامرات الجبلية والفنادق وذلك لتسهيل وصول المستثمرين لفرص الاستثمار في مجال السياحة
- استراتيجية السياحة الرقمية: تأتي كجزء من جهود وزارة السياحة لتطوير وتعزيز قطاع السياحة في المملكة وتتألف الاستراتيجية من 9 برامج و31 مبادرة تنفذ على مدى ثلاث سنوات حتى عام 2025. تعمل تلك البرامج والمبادرات على تطوير بيئة عمل ذكية تدعم عملية التحول الرقمي في قطاع السياحة. تستهدف الاستراتيجية تحقيق عدة محاور أساسية تشمل
- تسهيل إجراءات السفر: تقديم حلول رقمية. لتبسيط وتسهيل إجراءات السفر للزوار من خلال تقنيات متقدمة. سهولة ممارسة الأعمال التجارية: إطلاق منصة موحدة تربط مزودي الخدمات السياحية وتطبيقاتهم
- الابتكار: إنشاء بيئة تفاعلية تسهم في تمكين المبتكرين في مجال التقنيات لتطوير حلول رقمية مبتكرة في قطاع السياحة

- السفر الرقمي: دعم وتعزيز تطبيقات الواقع السياحي الممتد، مثل التقنيات الواقع الافتراضي والواقع المعزز.
- تعزيز الاستدامة: تشجيع ومكافأة السياح الذين يتبنون ممارسات صديقة للبيئة خلال رحلتهم للمملكة.
- دعم عملية اتخاذ القرار: تطوير حلول تمكن من جمع وتحليل البيانات المتعلقة بقطاع السياحة، مما يدعم عمليات اتخاذ القرارات المستنيرة
- القوى العاملة الرقمية الاحترافية: تطوير قاعدة من المهنيين ورواد الأعمال في مجال السياحة المجهزين بالمهارات الرقمية اللازمة.

- جذب المستثمرين: إنشاء شبكة من المستثمرين في قطاع السياحة وتشجيع مشاركتهم من خلال منصات رقمية. هذه المحاور ستساهم بشكل كبير في تحقيق أهداف استراتيجية السياحة الرقمية وتطوير قطاع السياحة في المملكة.
- 3.4 إطار عمل استراتيجية السياحة الرقمية يشتمل إطار عمل الإستراتيجية على نظام مرن وفعال يدعم عملية التحول الرقمي في قطاع السياحة ويسهم في تعزيز ثقافة الابتكار، تم دعم تلك الجهود بالتعاون والشراكة مع منظمة السياحة العالمية والبنك الدولي، بالإضافة إلى الشركاء الرقميين المتمثلين في شركات مثل مايكروسوفت وسيسكو، تساهم تلك الجهات المشاركة بتقديم الخبرات والمعرفة في مجال التقنية والابتكار، مما يساهم في تنفيذ الاستراتيجية بكفاءة. تهدف الاستراتيجية إلى اعتماد نماذج أعمال رقمية مبتكرة تسهم في تعزيز الطلب على الخدمات السياحية، من بينها:

- وضع لوائح مبتكرة لتنظيم الفنادق الذكية.

- تشجيع توفير الخدمات الجديدة.
- اعتماد طرق مرنة لإجراءات السفر الرقمي توفير تجارب سفر سلسلة للسياح ورجال الأعمال وممثلي الجهات الحكومية.
- تأسيس الشركات الناشئة في القطاع السياحي من خلال الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي والبيانات لجذب المستثمرين.
- رفع جاهزية الوجهات السياحية.
- نظام التأشيرات الإلكترونية: أدخلت المملكة تطورات كبيرة في نظام التأشيرات الخاص بها والتي تمكن وصول السياح إلى معلومات شاملة عن التأشيرة وعملية تقديم مبسطة. اعتباراً من الربع الأخير من عام 2019 بدأت المملكة باستقبال السياح من الخارج بتأشيرة سياحية إلكترونية صالحة لمدة عام، تتيح لهم البقاء داخل المملكة لفترة متواصلة تصل إلى 90 يوماً. بدأ تطبيق نظام التأشيرات الجديد في عام 2019 للقادمين من 49 دولة وتم توسيع المبادرة لتشمل ثمانية بلدان جديدة ليصل إجمالي عدد البلدان المؤهلة إلى 57 دولة. بالإضافة إلى ذلك، قامت المملكة مؤخراً بتوسيع نطاق إتاحة التأشيرة السياحية الإلكترونية لذوي الإقامة الدائمة في دول مجلس التعاون الخليجي والاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة والمملكة المتحدة وحاملي تأشيرات الزيارة إلى الولايات المتحدة والمملكة المتحدة ومنطقة الشنغن.
- يعكس هذا القرار المساعي الشاملة لقطاع السياحة في المملكة بالتعاون مع مختلف الهيئات الحكومية، للوصول لأهداف رؤية السعودية 2030 والتي يأتي من بينها تحقيق هدف 100 مليون زيارة سنوية بحلول عام 2030 .
- دورات تدريبية للأمن السيبراني في القطاع السياحي: نظمت وزارة السياحة دورة تدريبية عن الأمن السيبراني في القطاع السياحي وأهميته وماهية البيانات الواجب حمايتها وأنواع الهجمات السيبرانية وبيان خطورتها وطرق الحماية من الهجمات السيبرانية والتعريف بجهود الدولة والجهات ذات الاختصاص. استهدفت الدورة العاملون في إدارة تقنية المعلومات في القطاع السياحي وخريجو وخريجات كليات علوم الحاسب الآلي الراغبون بالعمل في القطاع السياحي والمهتمون بمجال الأمن السيبراني وأمن تطبيقات الويب.
- روح السعودية: روح السعودية هو تطبيق ومنصة تفاعلية تشرف عليها الهيئة السعودية للسياحة، وتعد دليل السائح لجميع المواقع السياحية والمطاعم والأسواق والمأوى والفنادق والشواطئ والمتاحف والحدائق في السعودية، مدعومة بالصور. كما تقدم المنصة الكثير من المعلومات التي تهم السائح وتسهل الوصول للعديد من الخدمات السياحية مثل: حجز الفنادق، وحجوزات الطيران، ودليل محدث للفعاليات، والخرائط لمواقع الأماكن السياحية: مما يسهل الوصول إليها. بجانب تطبيق الهاتف المحمول.
- تمثل روح السعودية البوابة الرقمية الرسمية لاكتشاف جمال المملكة وتراثها الثقافي الغني وكرم ضيافتها الأصيل. كمنصة رئيسية تابعة للهيئة السعودية للسياحة، تقدم روح السعودية محتوىً ملهمًا ومعلومات محدثة حول الوجهات والتجارب والفعاليات في أنحاء المملكة. وتعكس المنصة التزام المملكة باستقبال العالم وإبراز تحولها إلى وجهة سياحية عالمية رائدة.

4.4 التحديات والفرص التي تواجه السياحة الرقمية في السعودية: يمكن إبرازها فيما يلي:

1. التحديات في مجال الأمن السيبراني: تواجه السياحة الرقمية تحديات تتعلق بالأمن السيبراني وخصوصية البيانات فمع تزايد استخدام التقنيات الرقمية في السياحة يصبح من الضروري حماية البيانات الشخصية والمالية للسياح لذا

يعد ضروريا أن تقوم الشركات والمؤسسات المعنية بالسياحة بتبني السياسات اللازمة لحماية البيانات وعدم استغلالها لغير الغرض المعلن.

2. التكلفة العالية لاستثمار الأولي في السياحة الرقمية: تواجه الشركات والمؤسسات في صناعة السياحة الرقمية تحديا لارتفاع التكلفة المطلوبة لاستثمار الأولي في أدوات رقمية متقدمة مثل منصات الميتافيرس وتقنيات الواقع الافتراضي وغيرها. تشكل تلك التكاليف ً المادية عائق ً ًا خاصة ً ًا أمام العديد من الشركات الصغيرة والمتوسطة وتحديدًا في بداية رحلتها نحو التحول الرقمي.

3. تدريب العاملين بالسياحة على التقنيات الرقمية: يتطلب التحول الرقمي في مجال السياحة تدريب الموظفين على استخدام التقنيات الرقمية ويشمل ذلك تدريب العمالة على العديد من التقنيات والمنصات الرقمية لضمان تقديم الخدمة رقميا. قد يواجه بعض العاملين بالقطاع صعوبات في التأقلم مع بعض التقنيات أو الرغبة في العمل بالطرق التقليدية.

4. الفجوة الرقمية لدى السياح: قد يكون هناك فجوة بين السياح الذين يمتلكون المهارات الرقمية وبين الذين ليس لديهم تلك المهارة وهو ما يمكن أن يعيق بعض السياح من الاستفادة الكاملة من تجارب السفر الرقمية.

5. إيجابيات وفرص السياحة الرقمية: على الرغم من تلك التحديات، إلا أن مواكبة التحول الرقمي أصبح أمرا ضروريا في جميع القطاعات، يتحرك العالم بسرعة نحو التفاعل الرقمي والاعتماد

- الجولات الافتراضية: تتيح تقنية الواقع الافتراضي للسائحين القيام بجولات افتراضية غامرة للوجهات حتى قبل وصولهم للمملكة حيث يمكنهم استكشاف المعالم والمتاحف والعجائب الطبيعية بزاوية درجة.

- تحسين تجارب زيارة المتاحف: يمكن للواقع المعزز أن يعزز تجربة زيارة المتاحف بالمملكة حيث يمكن للسياح استخدام تطبيقات الواقع المعزز على هواتفهم الذكية أو نظارات الواقع المعزز للوصول إلى معلومات إضافية أو نماذج ثنائية الأبعاد أو عرض أحداث تاريخية تتعلق بالمعروضات التي يشاهدونها

- أدلة السفر التفاعلية: يمكن أن يقدم الواقع الافتراضي والواقع المعزز أدلة سفر تفاعلية حيث يمكن للسياح استخدام تطبيقات الواقع المعزز لمسح الكتيبات أو خرائط المدينة والوصول إلى محتوى مثل مقاطع الفيديو والأدلة الصوتية حول الأماكن التي يمكنهم استكشافها في المدن السعودية

- عمليات إعادة بناء المواقع التاريخية : يمكن استخدام تقنية الواقع الافتراضي في إعادة إنشاء المواقع أو المباني التاريخية التي تهدمت مما يتيح للسياح استكشاف المدن السعودية القديمة أو المواقع الأثرية في شكلها الأصلي

- استخدامات تقنية الواقع المعزز في المتاحف: تعد إحدى أهم استخدامات الواقع المعزز في المتاحف هي توفير معلومات إضافية تكميلية للعروض واللوحات حيث يشير الزوار بهواتفهم المحمولة نحو الأعمال الفنية المدعومة بتقنية الواقع المعزز ليتم عرض نصوص أو الاستماع لمرشدين افتراضيين أو عروض افتراضية أمامهم.

5. خاتمة

خلص البحث إلى أن السياحة الرقمية أصبحت أحد المحركات الأساسية لتطوير السياحة البيئية ودعم المشاريع الريادية في هذا المجال، خصوصًا في السياق السعودي الذي يشهد طفرة نوعية في القطاع السياحي. فقد أوضحت الدراسة

أن استخدام الأدوات الرقمية يتيح فرصًا أوسع للتسويق والترويج، ويمنح المشاريع الريادية قدرة أكبر على التواصل مع الأسواق المحلية والدولية، فضلاً عن دوره في تحسين تجربة السائح وتعزيز وعيه البيئي.

كما أكدت النتائج أن دمج الابتكار الرقمي في السياحة البيئية يساهم في توسيع قاعدة العملاء، ويزيد من فعالية إدارة الموارد الطبيعية، ويشجع على المشاركة المجتمعية، الأمر الذي يرفع من قدرة الجهات السعودية على المنافسة عالميًا. وبناءً على ذلك، فإن تعزيز السياحة الرقمية ليس خيارًا تكميليًا، بل يمثل عنصرًا محوريًا لتحقيق التوازن بين التنمية الاقتصادية والحفاظ على البيئة. ويوصي البحث بضرورة دعم رواد الأعمال في السياحة البيئية عبر برامج تدريب وتمويل موجهة، وتبني سياسات رقمية مرنة تساهم في تحويل الابتكارات إلى مشاريع ريادية ناجحة ومستدامة، هذا ويمكن تقديم مجموعة من التوصيات التي من شأنها أن تساهم في تعزيز وتطوير السياحة البيئية:

- تطوير بنية تحتية رقمية متكاملة لدعم رواد الأعمال في السياحة البيئية، وتسهيل وصولهم إلى الأسواق العالمية؛
- إطلاق برامج تدريبية متخصصة لتمكين أصحاب المشاريع الريادية من توظيف أدوات السياحة الرقمية بكفاءة؛
- تشجيع الشراكات بين القطاعين العام والخاص لتعزيز الابتكار الرقمي في السياحة البيئية؛
- دعم استخدام التقنيات الناشئة مثل الذكاء الاصطناعي والواقع المعزز في تصميم منتجات وتجارب سياحية صديقة للبيئة؛

- تعزيز الوعي المجتمعي بأهمية السياحة البيئية الرقمية كخيار تنموي مستدام يحقق التوازن بين الاقتصاد والبيئة.

إختبار فرضيات الدراسة

الفرضية الأولى: يساعد التحول الرقمي في رفع كفاءة إدارة المشاريع الريادية البيئية من خلال تحسين التخطيط والتسويق والتواصل مع السياح.

الدراسة أوضحت أن التحول الرقمي في السعودية (من خلال المنصات السياحية، التطبيقات الذكية، والحجوزات الإلكترونية) أسهم في رفع مستوى التنظيم والتخطيط، وفتح آفاق جديدة للتسويق السياحي. هذا يتفق مباشرة مع الفرضية.

الفرضية الثانية: يساهم اعتماد السياحة الرقمية في تعزيز مشاركة المجتمعات المحلية في المشاريع السياحية البيئية وزيادة استفادتها الاقتصادية.

الدراسة تشير إلى إشراك المجتمع المحلي في بعض المشاريع عبر منصات رقمية للترويج للتراث والحرف، لكن لم تتوسع كل المشاريع بنفس الدرجة. هذا يعني أن الفرضية صحيحة مبدئيًا، لكن تطبيقها ما زال متفاوتًا.

الفرضية الثالثة: توجد تحديات (تشريعية، تقنية، أو مالية) قد تحد من فعالية تطبيق السياحة الرقمية في دعم المشاريع الريادية البيئية بالسعودية.

الدراسة أبرزت أن هناك تحديات تواجه المشاريع الصغيرة والمتوسطة في تبني الرقمنة (مثل ضعف التمويل، الحاجة إلى تدريب تقني، وأحيانًا بطء الإجراءات التنظيمية). هذا يتفق مع الفرضية بشكل مباشر.

6. قائمة المراجع

1. زيدان عبد الرزاق، التسويق الإلكتروني كمدخل لتحقيق الريادة للمؤسسات السياحية، مجلة الدراسات المحاسبية والمالية المتقدمة، المجلد 3 العدد 01، 2019.

2. -كرار محمد مدلول الجنابي وآخرون، دور السياحة الرقمية في تعزيز استراتيجية التنمية المستدامة، مجلة دراسات الاقتصاد والأعمال، المجلد 10، العدد 02، 2023.
- عميمر فضيلة، لواتي خاتمة، دور المتاحف الرقمية في تحقيق السياحة الرقمية وتعزيز السياحة التنافسية تجربة مصر، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 12 العدد 04، 2024.
- مراد ماحي، مفيدة نادي، دور التطبيقات السياحية الرقمية في هرض الخدمات السياحية في الجزائر: دراسة تحليلية، مجلة إقتصاد المال والأعمال، المجلد 08 العدد 01، 2023.
3. -هني أمينة، شاشوة فضلون، السياحة الإلكترونية ودورها في تفعيل القطاع السياحي تجربة الجزائر- تونس - الأردن، مجلة المالية والأسواق، المجلد 07، العدد 01، 2020.
4. -السياحة الرقمية كأحد تطبيقات التكنولوجيا في السياحة (بالإشارة إلى المتاحف الرقمية) ، مجلة روح القوانين، عدد خاص.
- صباح بلقيدوم، حياة مامن، السياحة البيئية ...حلقة وصل بين الاستثمار السياحي والمجال البيئي لتحقيق التنمية المستدامة- نماذج عالمية وعربية متميزة من عالم السياحة البيئية - مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية العدد 9 جوان 2018.
- فراح أيوب، زواوي عمر حمزة، السياحة البيئية كآلية لدعم الأمن البيئي في إطار التنمية المستدامة - الصين أنموذجا - مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 19، العدد 01
5. -جابر مهدي، أثر حاضنات المشروعات في تعزيز ريادة الأعمال بمدينة عنابة، مجلة العلوم الاقتصادية، العدد 16، المجلد 02، 2015.
- أحمد بن عبد الرحمان الشميمري، وفاء بنت ناصر المبيريك، ريادة الأعمال، العبيكان للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الرياض، 2019.
6. -وائل محمد جبريل، مدى توافر ريادة الأعمال لدى طلبة كلية الاقتصاد بجامعة عمر المختار فرع درنة (ليبيا)، المجلة العلمية المستقبل الاقتصادي، العدد 01، المجلد 05، 2020
7. -سعيد محمد أبو قرن، واقع ريادة الأعمال في الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة " دراسة مقارنة بين قسبي التعليم المستمر في جامعتي الأزهر والإسلامية "، مذكرة ماجستير، تخصص إدارة أعمال، جامعة غزة، 2015.
8. -أحمد محمد بكري موسى، منظومة ريادة الأعمال بجامعات كل من سنغافورة وتايوان والمملكة العربية السعودية " دراسة مقارنة "، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 02، 2021
9. -ميسون علي حسين، الريادة في منظمات الأعمال مع الإشارة لتجربة بعض الدول بحث نظري، مجلة جامعة بابل، العدد 02، المجلد 21، 2013.
10. -جابر مهدي، أثر حاضنات المشروعات في تعزيز ريادة الأعمال بمدينة عنابة، مجلة دراسات لجامعة الأغواط، العدد 35، 2015.
11. -باسم طارق فنوص الدليبي، أثر ممارسات القيادة التحويلية في تحقيق ريادة الأعمال: دراسة ميدانية في الكليات الأهلية العراقية، مذكرة ماجستير، تخصص: إدارة أعمال، جامعة آل البيت، العراق 2019.

- بسام سمير الرميدي، تقييم دور الجامعات المصرية في تنمية ثقافة ريادة الأعمال لدى الطلاب، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، العدد السادس، 2018.
- 12. -أحمد الخولي، ريادة الأعمال ببساطة، دار الجندي للنشر والتوزيع، 2022، القاهرة.