

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

قسم / تخصص علاقات عامة



التحول الرقمي والعلاقات العامة في قطاع الطيران في المملكة العربية السعودية: مطار الملك خالد الدولي

إعداد الطالب/ عبدالله فرحان ذياب

إشراف/

العام الدراسي:

2025

3.....	المستخلص:ABSTRACT
4.....	الإطار العام للبحث
4.....	المقدمة:
5.....	مشكلة الدراسة
5.....	أهمية الدراسة
6.....	أهداف الدراسة
7.....	تساؤلات الدراسة
8.....	فروض الدراسة
9.....	النظرية العلمية المعتمدة
14.....	المراجع العربية
16.....	المراجع الأجنبية

المستخلص: Abstract

في السنوات الأخيرة، شهدت المملكة العربية السعودية تحولاً رقمياً في صناعة الطيران. تدعم هذه التحسينات غير المسبوقه أهداف رؤية 2030 من خلال إعادة تعريف الاتجاهات وتحويل طريقة عمل المطارات وتفاعلها مع الركاب. الهدف هو تحسين جودة الخدمة والكفاءة التشغيلية وإشراك أصحاب المصلحة من خلال اعتماد تقنيات مبتكرة. ركزت معظم الأبحاث العالمية الموجودة في مجال الطيران بشكل أساسي على الكفاءة التشغيلية والابتكار التكنولوجي والتحول الإداري، متجاهلة أهمية التواصل وإدارة العلاقات في العلاقات العامة، وخاصة أثناء التغيير التنظيمي. تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير التحول الرقمي في مطار الملك خالد الدولي على ممارسات الاتصال وثقة الركاب والرضا العام. ستدرس كيف يمكن للمنصات الرقمية تعزيز الشفافية وسمعة المطار وبالتالي تسليط الضوء على مجال العلاقات العامة غير المدروس في قطاع الطيران.

الكلمات المفتاحية: التحول الرقمي، صناعة الطيران، العلاقات العامة، التواصل، تجربة الركاب، رؤية السعودية 2030.

In recent years, Saudi Arabia has been undergoing a digital transformation in its aviation industry. These unprecedented improvements support the goals of Vision 2030 by redefining trends and transforming the way airports operate and interact with passengers. The goal is to enhance service quality, operational efficiency, and stakeholder engagement through the adoption of innovative technologies. Most existing global research in the aviation field has primarily focused on operational efficiency, technological innovation, and managerial transformation, overlooking the importance of communication and relationship management in public relations, particularly during organizational change. This study aims to explore the impact of digital transformation at King Khalid International Airport on communication practices, passenger trust, and overall satisfaction. It will examine how digital platforms can enhance transparency and the airport's reputation and thereby shed light on an under-researched area of Public Relations in the aviation sector.

Keywords: Digital transformation, aviation industry, public relations, communication, passenger experience, Saudi Vision 2030

الإطار العام للبحث

المقدمة:

يشهد قطاع الطيران المدني تغيراً مستمراً في ظل تزايد المنافسة العالمية. ومن العناصر الأساسية لهذا التحول، لا سيما في المملكة العربية السعودية، مبادرة رؤية السعودية 2030. تهدف هذه الخطة الطموحة إلى تحسين جودة الحياة، والخدمات الحكومية، وتعزيز البنية التحتية الرقمية في مطارات المملكة. وتُظهر وثائق ودراسات الاستراتيجية الوطنية الحديثة أن المملكة العربية السعودية تهدف إلى تحويل قطاعي النقل والخدمات اللوجستية - بما في ذلك النقل الجوي - إلى مراكز عالمية بحلول عام 2030 من خلال مبادرات الرقمنة والحكومة الإلكترونية (Alhujaili et al., 2023).

يشهد هذا القطاع تحولاً رقمياً كبيراً، يُعيد تعريف كيفية تفاعل المطارات مع المسافرين وتقديم الخدمات. ويتمحور التحول الرقمي بشكل أساسي حول التطورات التكنولوجية في قطاع الطيران، مدفوعة بتقنيات تُعتبر استراتيجيات أساسية للشركات. ويُشار إلى هذا أيضاً باسم "الرقمنة"، وهو ما يعني تحولاً ثقافياً أو هدفاً اجتماعياً يتمثل في تطوير إطار عمل تجاري جديد للشركات. وقد عززت الابتكارات التقنية بشكل كبير، مما يُمكنها من تغيير سلوكيات وعمليات المؤسسات (Henriette et al., 2016).

على مدار السنوات الماضية، استثمر قطاع الطيران موارد وطاقات كبيرة في التقنيات الرقمية الجديدة، مثل أكشاك الخدمة الذاتية، ومواقع الويب المحمولة، وحلول البرمجيات المعقدة، وغيرها (Andal-Ancion et al., 2003; Milkau and Bott, 2015). يشجع هذا التطور المؤسسة على إعادة النظر في كيفية تحسين أدائها. تساعد هذه التقنية المتقدمة شركات الطيران على تقديم الخدمات وتحسينها من أجل تلبية احتياجات عملائها وتحقيق قيمة أكبر.

درست الأبحاث الدولية الحديثة بشكل كبير التحول الرقمي من منظور تكنولوجي وتشغيلي، مع التركيز على الأتمتة والذكاء الاصطناعي وتحسين الكفاءة (Kraus et al., 2022; Chin et al., 2022; Verhoef et al., 2021). بينما بحث (Al Altheeb and Alqarni, 2021) دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في دعم تبادل المعرفة بين المطارات السعودية. وقد أكدت أبحاث أخرى على عوامل جودة الخدمة مثل الموثوقية والاستجابة والتعاطف (Parasuraman et al., 1988; Al-Qahtani, 2021). ومع ذلك، فإن دراسات أقل تناولت أبعادها التواصلية والعلائقية وكيفية استخدام المطارات للمنصات الرقمية للتواصل مع المسافرين وبناء الثقة وإدارة السمعة المؤسسية. ويذكر (Henriette et al., 2016) و (Milkau and Bott, 2015) أن الرقمنة ليست مجرد عملية تقنية، بل هي أيضاً تحول ثقافي واجتماعي يتطلب أشكالاً جديدة من التفاعل بين المؤسسات ومستخدميها.

لا تزال هناك فجوة واضحة في الأبحاث الموجهة للعلاقات العامة، وخاصة في المنطقة العربية، حيث تدرس دراسات محدودة كيفية إدارة المطارات للاتصالات الرقمية وعلاقات المسافرين وثقة أصحاب المصلحة. وفي جوهر الأمر، تبحث الدراسة التالية في كيفية تأثير التحول الرقمي في مطار الملك خالد الدولي على ممارسات الاتصال ورضا المسافرين والجودة الشاملة لتجربة الخدمة وسمعة المؤسسة.

مشكلة الدراسة

رغم التطور التقني الذي تشهده مطارات المملكة، لا تزال بعض التحديات المتعلقة بالاتصال والتشغيل. وتشمل هذه التحديات محدودية التكامل بين المنصات الرقمية، وعدم اتساق جودة التفاعل الرقمي بين مباني المسافرين، وعدم كفاية استخدام ملاحظات المسافرين وتحليلات البيانات لتحسين فعالية التواصل وإشراك أصحاب المصلحة (Kraus et al., 2022);

(Chin et al., 2022; Verhoef et al., 2021). هناك فجوة بحثية في فهم كيفية تأثير التحول الرقمي على جودة التواصل وإدارة العلاقات في تجارب المسافرين وسمعة المؤسسة. تحظى الكفاءة والأتمتة باهتمام كبير، بينما يُهملُ العنصر البشري في التفاعل والمشاركة. يُعدّ سد هذه الفجوة أمرًا أساسيًا لتطوير نهج أكثر شمولية تجربة المسافرين، يجمع بين التطورات التكنولوجية واستراتيجيات التواصل الفعالة.

علاوة على ذلك، هناك نقص ملحوظ في الأبحاث الموجهة للعلاقات العامة حول كيفية إدارة المطارات في المنطقة العربية والخليجية للتواصل الرقمي، والسمعة، وثقة أصحاب المصلحة. وهذا يُبرز الحاجة إلى دراسة سياقية تستكشف كيفية تأثير التحول الرقمي على التواصل العام وعلاقات المسافرين في قطاع الطيران المدني في المملكة العربية السعودية.

أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من استكشافها جانبًا جديدًا في العلاقات العامة لم يُبحث فيه بشكل كافٍ، ألا وهو علاقة التواصل الرقمي بين المطارات والمسافرين في سياق التحول الرقمي. وبينما ركزت الدراسات السابقة حول التحول الرقمي في قطاع الطيران بشكل رئيسي على الكفاءة التكنولوجية والتشغيلية في السياقات الغربية، يُسهم هذا البحث في منظور العلاقات العامة والتواصل مُتجذر في السياق السعودي والخليجي، حيث يتقدم التحديث الرقمي بوتيرة متسارعة في ظل رؤية السعودية 2030. من منظور أكاديمي، تُضيف هذه الدراسة إلى الدراسات السابقة حول التحول الرقمي والعلاقات العامة والتواصل الاستراتيجي في المؤسسات الخدمية من خلال:

- تسليط الضوء على كيفية استخدام مطار الملك خالد للمنصات الرقمية (التطبيقات، والمواقع الإلكترونية، وروبوتات الدردشة، ووسائل التواصل الاجتماعي، والبوابات الذكية) كأدوات تواصل تُسهم في بناء الثقة والرضا والسمعة.

• تقديم تحليل مُستند إلى الثقافة لممارسات التواصل الرقمي في قطاع الطيران العربي، والذي لا يزال مُمثلاً تمثيلاً ناقصاً في الأبحاث الأكاديمية.

من منظور عملي، تدعم الدراسة جهود مطار الملك خالد الدولي من خلال:

• تقديم معلومات قيّمة لأقسام العلاقات العامة ومديري التواصل حول كيفية تصميم استراتيجيات تفاعل رقمية متمحورة حول الإنسان، تُسهم في بناء علاقات طويلة الأمد مع المسافرين.

• مساعدة هيئات الطيران ومشغلي المطارات على مواءمة التواصل الرقمي مع أهداف رؤية 2030 المتعلقة بجودة الخدمة والشفافية والابتكار.

• تحسين قدرة المطار على إدارة السمعة وردود الفعل وثقة أصحاب المصلحة من خلال تطبيق ممارسات فعّالة للعلاقات العامة الرقمية.

لذلك، تُسهم الدراسة التالية في سد الفجوة بين التكنولوجيا والتواصل، مُعتبرةً التحول الرقمي ليس مجرد أداة تشغيلية، بل عملية تواصل استراتيجية أيضاً. كما يُمكن لهذا البحث أن يُعزز مصداقية المؤسسة ويهدف إلى زيادة رضا المسافرين. كما يُقدم البحث رؤى عملية أقسام التواصل في المطارات وصانعي القرار حول كيفية تصميم استراتيجيات تفاعل رقمية تُعزز الرضا والثقة والسمعة المؤسسية.

علاوة على ذلك، يُعدّ توقيت هذه الدراسة بالغ الأهمية، إذ تشهد المطارات السعودية تحولاً رقمياً متسارعاً، مثل إدخال البوابات الذكية، والعضويات الرقمية، ومنصات الخدمة الآلية، ومكتب إلكتروني، ومنصة للخدمات الطبية للطيران (GACA, 2024). ويُقدّم استكشاف هذا التحول رؤى قيّمة حول كيفية تطور استراتيجيات الاتصال وتجارب المسافرين خلال التحديث الرقمي.

أهداف الدراسة

يستكشف هذا البحث كيف يُعيد التحول الرقمي صياغة التواصل وإدارة العلاقات العامة بين مطار الملك خالد وركابه. ويتناول تحديداً تأثير الابتكار التكنولوجي على طريقة تفاعل المطار مع المسافرين وإدارة علاقاته مع أصحاب المصلحة. ويسعى البحث إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية. أولاً، يبحث في كيفية تأثير التحول الرقمي على عمليات التواصل وإدارة العلاقات في المطار. ثانياً، يُحلل كيفية مساهمة استراتيجيات العلاقات العامة في تجربة المسافر الرقمية وتأثيرها على مستويات الرضا والثقة. وأخيراً، يستكشف هذا البحث تحديات التواصل التي قد تنشأ في المطارات التي تعتمد على أنظمة آلية أكثر من التفاعلات

البشرية. ونتيجةً لذلك، يهدف البحث إلى اقتراح توصيات عملية دمج ممارسات التواصل المتمحورة حول الإنسان والعلاقات العامة الاستراتيجية في بيئة مطار رقمية.

تساؤلات الدراسة

السؤال البحثي الرئيسي هو:

كيف تؤثر تجربة المسافر الرقمية على التواصل وإدارة العلاقات ورضا العملاء في مطار الملك خالد الدولي؟

الأسئلة الفرعية:

1. استراتيجية التواصل

كيف يستخدم مطار الملك خالد الدولي المنصات الرقمية (مثل المواقع الإلكترونية، وتطبيقات الهاتف المحمول، ووسائل التواصل الاجتماعي) للتواصل مع المسافرين؟

2. إشراك أصحاب المصلحة

بأي طرق تدعم الأدوات الرقمية بناء العلاقات والتفاعل بين المطار وركابه؟

3. التواصل التنظيمي وإدارة السمعة

كيف يؤثر التواصل الرقمي على الصورة العامة للمطار وسمعته لدى المسافرين؟

4. الثقة والرضا

كيف يرى المسافرون التفاعلات الرقمية (مثل تسجيل الوصول الذاتي، وإشعارات الهاتف المحمول) من حيث الشفافية والاستجابة والموثوقية؟

5. التوازن البشري مقابل الرقمي

كيف يحافظ المطار على التواصل البشري مع أتمتة عمليات التواصل والخدمة؟

6. معالجة الأزمات والملاحظات

كيف تدعم قنوات التواصل الرقمي إدارة الأزمات ومعالجة ملاحظات المسافرين ضمن إطار العلاقات العامة للمطار؟

فروض الدراسة

يطبق هذا البحث منهجاً نوعياً لاستكشاف وتفسير عمليات التواصل، والتصورات، وديناميكيات العلاقات الناشئة عن التحول الرقمي في مطار الملك خالد الدولي. ويُستخدم البحث النوعي عندما يكون الهدف هو فهم كيفية تجربة الأفراد لظاهرة ما وتفسيرها (Creswell, 2018; Merriam, 2009). لذلك، صيغت الفرضيات مقترحات مفاهيمية بدلاً من فرضيات إحصائية. وبهذه الطريقة، سترشد هذه الفرضيات تحليل بيانات المقابلات وتفسيرها، واستكشاف العلاقات بين التحول الرقمي والتواصل ورضا المسافرين.

الفرضية الأولى - الرئيسية

من المتوقع أن تؤثر جودة التجارب الرقمية للمسافرين على مدى فعالية المطار في التواصل وإدارة العلاقات والحفاظ على رضا العملاء. يُمثل هذا الاقتراح الفكرة الشاملة التي تربط التحول الرقمي بنتائج التواصل في مطار الملك خالد الدولي.

الفرضية الثانية - استراتيجية التواصل

من المتوقع أنه عندما تتمتع المطارات بتواصل مفتوح ومتسق وشفاف عبر منصاتها الرقمية، فإنها تُعزز وضوح وسرعة التفاعل مع المسافرين.

الفرضية الثالثة - إشراك أصحاب المصلحة

تفترض هذه الدراسة أن الأدوات الرقمية التفاعلية تبني علاقات بين المطار وركابه من خلال تعزيز الحوار والمشاركة المستمرين.

الفرضية الرابعة - إدارة السمعة

من المتوقع أن يُسهم استخدام المطار للردود السريعة والشفافة في الاتصالات الرقمية بشكل إيجابي في ترسيخ مصداقيته لدى المسافرين، مما يُعزز صورته العامة وسمعته الإيجابية.

الفرضية الخامسة - الثقة والرضا

تقترح هذه الدراسة أن المسافرين الذين يختبرون تفاعلات رقمية فعّالة وشفافة وسهلة الاستخدام هم أكثر عرضة للثقة في المطار، ويُعبّرون عن مستويات أعلى من الرضا عن خدماته.

الفرضية السادسة - التوازن البشري مقابل الرقمي

إن تحقيق التوازن بين الأنظمة الآلية والتفاعل البشري يُمكن أن يُعزز الارتباط العاطفي للمسافرين بالمطار، ويُعزز ثقتهم به.

الفرضية السابعة - التعامل مع الأزمات وردود الفعل

تقترح هذه الدراسة أن الاستخدام الفعال لقنوات الاتصال الرقمية خلال الأزمات والاستجابة السريعة لردود فعل الركاب من شأنه أن يعزز ثقة أصحاب المصلحة ويعزز الثقة في مجال العلاقات العامة.

النظرية العلمية المعتمدة

النظرية العلمية المعتمدة لإعداد البحث

تجربة المسافرين الرقمية في المطارات وتأثيرها على جودة الخدمة ورضا العملاء والسمعة

في إعداد هذا البحث، سيتم اعتماد العديد من النظريات العلمية لتحليل العلاقة بين الاتصالات الرقمية وجودة الخدمة ورضا الركاب والسمعة في سياق التحول الرقمي للمطارات.

1. نظرية التميز

تقدم نظرية التميز، التي طورها (Grunig and Hunt 1984)، أربعة نماذج للعلاقات العامة تمثل مناهج مختلفة للاتصال:

- 1 - نموذج وكالة الصحافة - اتصال أحادي الاتجاه يركز على الدعاية والتلاعب بوسائل الإعلام لتشكيل التصور العام.
- 2 - نموذج المعلومات العامة - نشر معلومات صادقة في اتجاه واحد مع ردود فعل محدودة من الجمهور.
- 3 - نموذج غير متماثل ثنائي الاتجاه - يُستخدم الاتصال ثنائي الاتجاه لإقناع الجمهور أو التأثير عليه، ولكن في المقام الأول لصالح المنظمة.
- 4 - نموذج متماثل ثنائي الاتجاه - اتصال ثنائي الاتجاه يهدف إلى تحقيق التفاهم المتبادل والمنفعة من خلال الحوار والشفافية والثقة.

من بين نماذج العلاقات العامة المختلفة، يُعتبر النموذج المتماثل ثنائي الاتجاه النهج الأكثر فعالية. يهدف التواصل في هذا النموذج إلى أن يكون تكميلياً وحوارياً بدلاً من التلاعب أو أحادي الجانب. يؤكد المؤلفون على أهمية كيفية مشاركة المؤسسات في الحوار المستمر، والاستماع إلى مخاوف أصحاب المصلحة، ودمج الملاحظات في عملية صنع القرار.

وبناءً على ذلك، يجادل الباحثون بأن المؤسسات الممتازة تستخدم التواصل الاستراتيجي القائم على البحث لبناء علاقات طويلة الأمد ومفيدة للطرفين مع أصحاب المصلحة. يعزز هذا النهج ثقة الجمهور وشرعيته، مما يساهم في الفعالية العامة للمؤسسة.

إنه يضع العلاقات العامة كوظيفة إدارة استراتيجية حيوية تستند إلى التواصل المتماثل ثنائي الاتجاه الذي يعزز التفاهم المتبادل بين المؤسسات وجمهورها.

يساعد تطبيق نظرية التميز في هذه الدراسة في شرح كيفية إدارة المطار للتواصل الرقمي مع الركاب بشكل استراتيجي. ويوفر عدسة لتقييم ما إذا كانت الأنظمة الرقمية من خلال التطبيقات والمواقع الإلكترونية وأنظمة الملاحظات تتبنى مبادئ الشفافية والحوار والمشاركة الضرورية للعلاقات العامة الفعالة.

2. نظرية إدارة العلاقات

تركز نظرية إدارة العلاقات (Ledingham and Bruning (1998 على الإدارة الاستراتيجية للعلاقات بين المؤسسات والجمهور. وتؤكد على أن العلاقات العامة لا ينبغي أن تدير التواصل فحسب، بل ينبغي أن تعزز أيضاً الثقة طويلة الأمد والالتزام والمشاركة المتبادلة. ووفقاً (Ledingham and Bruning (1998، فإن الأبعاد الرئيسية للعلاقة الناجحة تشمل الثقة والانفتاح والمشاركة والاستثمار والالتزام، وكلها تؤثر على ولاء الجمهور ورضاه. وتوضح نتائجهما أن المشاركة التنظيمية القوية والدعم الواضح للجمهور الرئيسي يمكن أن يعزز الولاء والسمعة عندما تكون هذه المشاركة معروفة لدى هؤلاء الجمهور. تحدث هذه العملية على مرحلتين: أولاً، يجب على المؤسسات بناء علاقات حقيقية من خلال المشاركة النشطة؛ وثانياً، يجب عليها توصيل هذه الإجراءات بشكل فعال لتعزيز العلاقة.

تدعم النظرية التالية فهم كيفية قيام المطارات بإنشاء علاقات طويلة الأمد مع الركاب والحفاظ عليها من خلال الاتصالات الرقمية. وهذا أمر بالغ الأهمية لأنه يدعم البحث في كيفية تحسين التفاعلات الرقمية لمشاركة الركاب والمساهمة في الصورة العامة للمطار وولائه.

3. نظرية التواصل الحواري

قدّمها Kent and Taylor (2002) ووسّعها Botan and Taylor (2004)، وتناقش هذه النظرية أهمية الحوار. شرح (Kent and Taylor (2002 مفهوم الحوار كأساس نظري للعلاقات العامة الأخلاقية. يتضمن الحوار كتوجه خمس سمات: التبادلية، والتقارب، والتعاطف، والمخاطرة، وأخيراً، الالتزام. تتبنى هذه المبادئ الافتراضات الضمنية والصريحة التي تشكل أساس مفهوم الحوار. يناقش الباحثان كيف يمكن للعلاقات التنظيمية-العامة أن تستفيد من التوجه الحواري. كما يتطرق إلى كيفية تعزيز فعالية المنظمة من خلال وجود علاقة مفتوحة ثنائية الاتجاه مع الجمهور. في هذا السياق، يساعد ذلك في تفسير كيفية استخدام المطارات للمنصات الرقمية لتعزيز التواصل المستمر من خلال التفاعل وردود الفعل وبناء العلاقات مع الركاب.

4. نظرية الاتصال المؤسسي

وفقًا (Cornelissen 2017)، لا يقتصر الاتصال المؤسسي على تبادل المعلومات بين المؤسسة وأصحاب المصلحة فيها، بل يشمل أيضًا البناء الرمزي وإبراز الصورة المرغوبة للمؤسسة. يُعدّ الإبراز الاستراتيجي للصورة الإيجابية جوهرًا لمفهوم الهوية المؤسسية. تُمكن هذه الظاهرة المؤسسات من بناء سمعة قوية والحفاظ عليها لدى أصحاب المصلحة. ولكي تُطوّر المؤسسات هوية مؤسسية فريدة تؤثر على كيفية نظر أصحاب المصلحة إليهم، مما يؤثر على سمعتهم وأدائهم العام، فهم بحاجة إلى ضمان اتساق التواصل والرمزية والسلوك.

تعتمد الهوية المؤسسية على بناء صورة للمنظمة تميز مكانتها في نظر مجموعات أصحاب المصلحة المهمين. إنها ليست مجرد صورة متوقعة تصميم مرئي وتواصل، ولكنها أيضًا تهتم بشكل أساسي بماهية المنظمة - جوهر المنظمة كما هو موضح في رسالتها واستراتيجياتها وثقافتها. عندما تكون الصورة أو السمعة التي يحملها أصحاب المصلحة متوافقة مع الرسائل المتوقعة في التواصل والرمزية والسلوك، فمن المرجح أن تحظى المنظمة بالاحترام والفهم بالطريقة التي تقصدها. كما يُنظر إلى الهوية المؤسسية الجيدة على أنها أصل غير ملموس للمنظمة نظرًا إمكاناتها في خلق القيمة. إن الطابع غير الملموس يجعل تكرارها من قبل الشركات المنافسة أكثر صعوبة.

يشير (Cornelissen 2017) أيضًا إلى أن قوة سمعة المنظمة تعتمد على الدرجة التي تكون فيها قيمها المنقولة أصلية ومميزة ومتسقة. تُظهر الأبحاث القائمة على تقييمات أصحاب المصلحة أن المؤسسات ذات السمعة القوية تُظهر مستويات عالية من الوضوح (تكون مواضيع الشركة واضحة في جميع الاتصالات) والتميز (هوية فريدة ومعروفة) والأصالة (القيم المضمنة في الثقافة) والشفافية (الانفتاح بشأن الإجراءات) والاتساق (رسائل موحدة عبر جميع القنوات). بعبارة أخرى، تُبنى السمعة وتُحافظ عليها عندما تتواصل المؤسسات بهوية مؤسسية أصيلة وفريدة ومميزة تتماشى مع الثقافة الداخلية مع الإدراك الخارجي.

يدعم الإطار فهم كيفية قيام مطار كينغفيلد الدولي بموائمة استراتيجيات الاتصال الخاصة به عبر الأقسام لتقديم تجربة ركاب رقمية موحدة ومتناسكة. من خلال التأكد من وجود الاتساق والأصالة في التفاعلات الرقمية، يمكن للمطارات تعزيز هويتها المؤسسية وتعزيز ثقة أصحاب المصلحة وتحسين رضا العملاء. لذلك، توفر النظرية إطارًا مفيدًا لتحليل كيفية تأثير تجربة الركاب الرقمية على فعالية الاتصالات وإدارة العلاقات والإدراك العام للخدم.

5. نموذج قبول التكنولوجيا / Technology Acceptance Model (TAM)

وضع (1989) Davis نموذج قبول التكنولوجيا (TAM). يوفر الإطار فهماً لكيفية قبول الأفراد للتقنيات الجديدة واستخدامهم لها. يقترح النموذج أن هناك عاملين رئيسيين يؤثران على النوايا السلوكية للمستخدمين: الفائدة المتصورة وسهولة الاستخدام المتصورة. يشير عامل الفائدة المتصورة إلى الدرجة التي يعتقد بها الشخص أن استخدام نظام معين يعزز من أدائه الوظيفي. بمعنى آخر، مدى إمكانية استخدام النظام بشكل مفيد. إنه يعكس توقعات المستخدم بأن التكنولوجيا ستوفر فوائد ملموسة، مثل تحسين الكفاءة أو الراحة أو الفعالية. من ناحية أخرى، تشير سهولة الاستخدام المتصورة إلى المدى الذي يعتقد فيه الفرد أن استخدام النظام سيكون خالياً من الجهد.

يُظهر بحث ديفيس باستمرار أن الفائدة المتصورة لها تأثير أقوى على الاستخدام الفعلي للتكنولوجيا من سهولة الاستخدام. يكون المستخدمون أكثر استعداداً لتبني نظام ما عندما يعتقدون أنه يقدم فوائد ذات مغزى، حتى لو تطلب الأمر بعض الجهد لاستخدامه. يؤدي هذا إلى علاقة سببية، حيث تؤثر سهولة الاستخدام بشكل غير مباشر على الاستخدام من خلال الفائدة - بمعنى آخر، سهولة الاستخدام ← الفائدة ← الاستخدام. كلما كان النظام أسهل في التشغيل، زادت فائدته، وبالتالي، زاد احتمال اعتماده من قبل المستخدمين.

في سياق هذا البحث، توفر TAM إطاراً قيماً لتحليل كيفية إدراك الركاب للخدمات الرقمية وتبنيم لها في مطار الملك خالد الدولي. ويشمل ذلك تطبيقات الهاتف المحمول، وتسجيل الوصول الرقمي، والأتمتة، مما سيساعدنا على فهم كيفية تقييم الركاب لفائدة وسهولة استخدام هذه التقنيات.

6. SERVQUAL

ابتكروا (1988) Parasuraman et al., مقياساً متعدد العناصر، يُسمى SERVQUAL، لقياس جودة الخدمة. يمكن أن يدعم المقياس تقييم توقعات العملاء وتصوراتهم حول جودة الخدمة. يمكن أن يساعد في العثور على المجالات التي تتطلب اهتماماً إدارياً وإجراءات لتحسين جودة الخدمة. تم تعديل هذا المقياس بشكل أكبر من قبل (Aydin and Yildirim 2012) لصناعة الطيران. يقيس هذا النموذج جودة الخدمة في خمسة أبعاد: الملموسات، والموثوقية، والاستجابة، والضمان، والتعاطف. حتى لو تم استخدام SERVQUAL تقليدياً لقياس جودة الخدمة، فإن أبعاده الأساسية - الموثوقية، والاستجابة، والضمان، والتعاطف، والملموسات - يمكن أن تفيد التفسير الموضوعي لتجارب الركاب في السياقات الرقمية. في هذه الدراسة النوعية، توجه هذه الأبعاد استكشاف كيفية تشكيل الاتصالات الرقمية لجودة الخدمة المدركة ورضا العملاء.

7. نظرية التحول الرقمي

يوضح إطار عمل التحول الرقمي، الذي وضعه (Henriette et al., 2016)، عملية التغيير التنظيمي التي يحفزها تطبيق التقنيات الرقمية لتعزيز الكفاءة والابتكار والقدرة التنافسية. يوفر بحثهم نموذجًا مفاهيميًا لفهم التحديات الاستراتيجية والتنظيمية والثقافية التي تواجهها الشركات أثناء تطورها من خلال الرقمنة. والأهم من ذلك، أن التحول الرقمي لا يقتصر على تبني تقنيات جديدة فحسب، بل يتعلق أيضًا بتطوير وأتمتة العمليات التجارية لتحسين جودة الخدمة والمرونة والتواصل مع العملاء.

يحدد الإطار ثلاثة عناصر رئيسية في التحول الرقمي. الأول هو المخاطر الاستراتيجية، ويشير إلى كيفية إعادة تشكيل التحول الرقمي لنماذج الأعمال والمنافسة في السوق وإشراك العملاء. ويدعو المؤسسات إلى أن تكون أكثر مرونة والاستفادة من الأدوات الرقمية في بيئات سريعة التغير شديدة التنافسية. أما الثاني فهو المخاطر التنظيمية والثقافية، حيث أوضح التكيف الداخلي اللازم للتحول الناجح، بما في ذلك تعزيز الثقافة الرقمية وتعزيز التعاون وإعادة تعريف الأدوار والكفاءات. كان الأخير هو رهانات التنفيذ، والتي تركز على الحاجة إلى مشاريع تجريبية، والتجريب، والتنسيق بين الإدارات لضمان التوافق بين القدرات التكنولوجية والأهداف التنظيمية.

تسلط هذه النتائج الضوء على أن التحول الرقمي يتطلب محاذاة قوية بين الاستراتيجية والتكنولوجيا والثقافة. يوفر الإطار أساسًا أساسيًا لفهم كيفية دمج المؤسسات للحلول الرقمية في هياكلها الاستراتيجية والتشغيلية. يدعم هذا البحث تحليل كيفية إدارة المطارات، مثل مطار الملك خالد الدولي، الجوانب الاستراتيجية والتنظيمية لتحولها الرقمي لتحسين تجربة الركاب الرقمية. كما يضع الدراسة في السياق الأوسع لرؤية المملكة العربية السعودية 2030. بالنظر إلى أن المطارات تنتقل حاليًا نحو العمليات الذكية والأنظمة الرقمية المتكاملة. بشكل عام، توفر هذه النظرية الأساس السياقي لفهم كيفية تطور الاتصالات والتكنولوجيا وجودة الخدمة معًا أثناء التحديث الرقمي.

المراجع العربية

الهيئة العامة للطيران المدني (2024). (GACA) التقرير السنوي لعام 2024. الرياض: GACA. متوفر على:

<https://gaca.gov.sa/en/Reports-Categories/Annual-Reports/Annual-Report-2024>

(تاريخ الوصول: 20 أكتوبر 2025).

الحجيلي، ر.، البقي، م.، أبو العلا، ع.، خياط، م. (2023) "تأثير تطبيق الحكومة الإلكترونية على رؤية السعودية 2030

لتصبح مركزًا لوجستيًا دوليًا"، المجلة الدولية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات (IJICT)، 212، ص 180-187.

تشين، ه. س.، يو، ج. ك.، ن.، سون، ب. ل.، وتيه، ب. ل. (2022) "اتجاهات التحول الرقمي في صناعات الخدمات"، مجلة

صناعات الخدمات (نشر إلكتروني مسبق). كراوس، س.، بالمر، س.، كايلر، ن.، كالينجر، ف. ل.، وسبيتزر، ج. (2022) "التحول

الرقمي في بحوث الأعمال والإدارة: تحليل بيليوم تري"، التنبؤ التكنولوجي والتغيير الاجتماعي، 173، 121072.

فيرهوف، ب. س.، كانان، ب. ك.، وإنمان، ج. ج. (2021) "خلق تجربة العملاء في عالمنا الرقمي اليوم"، مجلة أبحاث الخدمة،

24(1)، ص 3-16.

الذيب، ت. م.، والقرني، أ. (2021) "واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لدعم تبادل المعرفة في المطارات الدولية

في المملكة العربية السعودية: دراسة حالة"، المجلة الأكاديمية الدولية متعددة اللغات، 10(4)، ص 100-115. القحطاني، أ.

(2021) "المسافرون الأجانب وSERVQUAL: قياس تصورات جودة الخدمة في المطارات السعودية"، مجلة إدارة النقل

الجوي، 92، 23-1020.

كورنيليسين، ج. (2017) "الاتصالات المؤسسية: دليل النظرية والتطبيق". الطبعة الخامسة. لندن: SAGE.

كريسويل، ج. و. (2018) "تصميم البحث: مناهج نوعية وكمية ومختلطة". الطبعة الخامسة. ناوونند أوكس، كاليفورنيا:

منشورات SAGE.

ميلكو، يو. وبوت، ج. (2015) "الرقمنة في المدفوعات: من التوافقية إلى النماذج المركزية؟"، مجلة استراتيجيات وأنظمة المدفوعات، 9(3)، ص. 321-340. هنرييت، إي.، فكي، م.، وبوغزالة، إ. (2016). تحديات التحول الرقمي. في: وقائع مؤتمر البحر الأبيض المتوسط لنظم المعلومات (MCIS 2016)، الورقة 33.

أيدين، ك.، ويلدريم، س. (2012). "قياس جودة الخدمة باستخدام مقياس SERVQUAL في قطاع الطيران: تطبيق على الخطوط الجوية التركية"، المجلة الأوروبية للأعمال والإدارة، 4(4)، ص. 118-125.

أندال-أنسيون، أ.، كارترايت، ب. أ.، ويبب، ج. س. (2003). "التحول الرقمي للشركات التقليدية"، مراجعة إدارة معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا سلون، 44(4)، ص. 34-41. بوتان، س. وتايلور، م. (2004) "العلاقات العامة: واقع المجال"، مجلة الاتصالات، 54(4)، ص. 645-661.

ليدينغهام، ج. أ. وبرونينغ، س. د. (1998) "إدارة العلاقات في العلاقات العامة: أبعاد العلاقة بين المنظمة والجمهور"، مجلة العلاقات العامة، 24(1)، ص. 55-65.

كينت، م. ل. وتايلور، م. (2002) "نحو نظرية حوارية للعلاقات العامة"، مجلة العلاقات العامة، 28(1)، ص. 21-37.

باراسورامان، أ.، وزيثامل، ف. أ.، وبيري، ل. ل. (1988) "جودة الخدمة: مقياس متعدد العناصر لقياس تصورات المستهلكين لجودة الخدمة"، مجلة البيع بالتجزئة، 64(1)، ص. 12-40. ديفيس، ف. د. (1989) "الفائدة المتصورة، وسهولة الاستخدام المتصورة، وقبول المستخدم لتكنولوجيا المعلومات"، مجلة MIS الفصلية، 13(3)، ص. 319-340.

ميريام، س. ب. (2009) البحث النوعي: دليل التصميم والتنفيذ. سان فرانسيسكو، كاليفورنيا: جوسي-باس.

جرونيچ، ج. إي. وهانت، ت. (1984) إدارة العلاقات العامة. نيويورك: هولت، راينهارت، ووينستون.

General Authority of Civil Aviation (GACA). (2024) *Annual Report 2024*. Riyadh: GACA. Available at: <https://gaca.gov.sa/en/Reports-Categories/Annual-Reports/Annual-Report-2024> (Accessed: 20 October 2025).

Alhujaili, R., Albaqami, M., Aboulola, O. and Khayyat, M. (2023) 'E-government implementation's impact on Saudi Vision 2030 to become an international logistic centre', *International Journal of Informatics and Communication Technology (IJICT)*, 12(2), pp. 180–187.

Chin, H.S., Yow, J.K.N., Soon, B.L. and Teh, P.L. (2022) 'Digital transformation trends in service industries', *The Service Industries Journal* (advance online publication).

Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F.L. and Spitzer, J. (2022) 'Digital transformation in business and management research: A bibliometric analysis', *Technological Forecasting and Social Change*, 173, 121072.

Verhoef, P.C., Kannan, P.K. and Inman, J.J. (2021) 'Customer experience creation in today's digital world', *Journal of Service Research*, 24(1), pp. 3–16.

Altheeb, T.M. and Alqarni, A. (2021) 'The reality of using information and communication technology to support knowledge sharing in international airports in the Kingdom of Saudi Arabia: A case study', *International Multilingual Academic Journal*, 10(4), pp. 100–115.

Al-Qahtani, A. (2021) 'Expatriate passengers and SERVQUAL: Measuring service quality perceptions at Saudi airports', *Journal of Air Transport Management*, 92, 102023.

Cornelissen, J. (2017) *Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice*. 5th edn. London: SAGE.

Creswell, J.W. (2018) *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 5th edn. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Milkau, U. and Bott, J. (2015) 'Digitalisation in payments: From interoperability to centralised models?', *Journal of Payments Strategy & Systems*, 9(3), pp. 321–340.

Henriette, E., Feki, M. and Boughzala, I. (2016) *Digital Transformation Challenges*. In: *Proceedings of the Mediterranean Conference on Information Systems (MCIS 2016)*, Paper 33.

Aydın, K. and Yıldırım, S. (2012) 'The measurement of service quality with the SERVQUAL scale in the airline industry: An application in Turkish Airlines', *European Journal of Business and Management*, 4(4), pp. 118–125.

Andal-Ancion, A., Cartwright, P.A. and Yip, G.S. (2003) 'The digital transformation of traditional businesses', *MIT Sloan Management Review*, 44(4), pp. 34–41.

Botan, C. and Taylor, M. (2004) 'Public relations: State of the field', *Journal of Communication*, 54(4), pp. 645–661.

Ledingham, J.A. and Bruning, S.D. (1998) 'Relationship management in public relations: Dimensions of an organization–public relationship', *Public Relations Review*, 24(1), pp. 55–65.

Kent, M.L. and Taylor, M. (2002) 'Toward a dialogic theory of public relations', *Public Relations Review*, 28(1), pp. 21–37.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1988) 'SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality', *Journal of Retailing*, 64(1), pp. 12–40.

Davis, F.D. (1989) 'Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology', *MIS Quarterly*, 13(3), pp. 319–340.

Merriam, S.B. (2009) *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.

Grunig, J.E. and Hunt, T. (1984) *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston.

Midocean University

College of Management

Department of Public Relation



**Digital Transformation and Public Relations in Saudi Arabia's
Aviation Industry: King Khalid International Airport**

Prepared by:

Abdullah Farhan Theyab

Supervised by:

Year:2025