

دور التحول الرقمي في مرافق الضيافة السياحية الخاصة في مدينة الرياض

The Role of Digital Transformation in Private Tourism Hospitality

Facilities in the City of Riyadh

إعداد

Faisal Salman ALRashed	20222005569
Fatimah Ali ALAbdulali	20222005385
Ragaai Yihia Khalaf	20212005040
Haneen Mohammed Alotaibi	2021206252
Mohammad Ahmed AL-Oufi	20212005268
Walaa Abdulelah Noman	20212005287
Thamer Ahmed ALDarwishe	20222006167
Bayan Baqer ALHajji	20222005819
Haneen Ahmed ALDarwishe	2021204207
Mousa Saleh ALBalawi	20212005203

إشراف

د. وليد سليمان

2022-2023

شكر وتقدير:

إلى أولئك الأفاضل الذي بذلوا العلم والوقت في سبيل دعمنا بالمعلومة والمشورة لنصل إلى نجاح هذا العمل، نتقدم لهم بأجمل عبارات التقدير والامتنان ونسأل الله لهم التوفيق والسداد وهم:

أ.د محمد السميري / جامعة الإمام محمد بن سعود.

أ.د يوسف الشبل / جامعة الإمام محمد بن سعود.

أ.د ورد بنت أحمد بن طوالة / جامعة الملك عبد العزيز.

أ.د محمود الجمعي / جامعة الملك سعود.

د. ناصر المحسن / وزارة العدل.

أ. سليمان الشبانان / جامعة الملك سعود.

أ. محمد الحميضي / مدير قسم التراخيص بوزارة السياحة بالمملكة العربية السعودية.

أ. عبد الكريم الدرويش / الهيئة السعودية للسياحة.

م. المهندس الزغبى / برنامج جودة الحياة.

قائمة المحتويات:

1.....	المقدمة:
2.....	1. مشكلة الدراسة وأهميتها:
2.....	1.1 مشكلة الدراسة:
3.....	1.2 أهمية الدراسة:
3.....	1.3 أهداف الدراسة:
4.....	1.4 أسئلة الدراسة:
4.....	1.5 المنطلقات النظرية للدراسة:
5.....	1.6 الدراسة العملية وإجراءاتها المنهجية:
7.....	1.7 وصف العينة الأساسية:
7.....	1.7.1 وصف العينة بحسب متغير عدد سنوات الاستثمار في خدمات مرفق الصيانة:
8.....	1.7.2 وصف العينة بحسب متغير نوع مرفق الضيافة السياحي:
9.....	1.7.3 معيار الحكم على درجة الاستجابة:
9.....	1.7.3 أساليب المعالجة الإحصائية:
10.....	1.8 أدوات الدراسة:
10.....	1.8.1 الاستبانة:
11.....	1.8.1.1 صدق الاستبانة (Questionnaire Validity):
13.....	1.8.1.2 ثبات الاستبانة (Reliability Questionnaire):
16.....	1.9 مجالات الدراسة:
16.....	1.10 المصطلحات:

2. الإطار النظري للدراسة والدراسات السابقة:.....	17
2.1 التحول الرقمي:.....	17
2.1.1 مفهوم التحول الرقمي:.....	17
2.1.2 التحول الرقمي وفق رؤية المملكة:.....	17
2.2 قطاع مرافق الضيافة السياحية الخاصة في مدينة الرياض.....	20
2.2.1 السياحة في المملكة العربية السعودية:.....	20
2.2.2 مرافق الضيافة الخاصة في مدينة الرياض.....	21
2.3 دور التحول الرقمي في قطاع السياحة بالمملكة.....	24
2.3.1 استراتيجية التحول الرقمي لقطاع السياحة في المملكة:.....	24
2.3.2 دور التحول الرقمي في مرافق الضيافة السياحية الخاصة في الرياض:.....	26
2.3.3 تحليلات البيانات الضخمة Big Data Analytics:.....	28
2.3.4 تطبيق التحول الرقمي في مرافق الضيافة السياحية الخاصة في الرياض:.....	29
2.4 قراءة ميدانية لعوامل نجاح خدمة مرافق الضيافة السياحية الخاصة التي يقدمها الأفراد.....	32
2.4.1 تحليل SWOT لواقع استخدام الأفراد للمنصات الذكية لعرض مرافق الضيافة السياحية الخاصة:.....	32
2.4.2 استبانة لقياس جدوى استخدام الافراد كمستثمر للتطبيقات الذكية في عرضه للمنتج:.....	34
2.4.2.1 نتائج الفروق تبعًا لمتغير عدد سنوات الاستثمار في خدمات مرافق الصيانة الخاصة:.....	38
2.4.2.2 نتائج الفروق تبعًا لمتغير نوع مرفق الضيافة السياحي:.....	39
2.4.2.3 نتائج الفروق تبعًا لمتغير عدد سنوات الاستثمار في خدمات مرافق الصيانة الخاصة:.....	43
2.4.2.4 نتائج الفروق تبعًا لمتغير نوع مرفق الضيافة السياحي:.....	44
2.5 الدراسات السابقة:.....	47

77.....	3. نتائج الدراسة والتوصيات:
80.....	4. المراجع والمصادر:
85.....	5. ملاحق الدراسة:
85.....	نموذج استبانة البحث:
87.....	التحكيم:
95.....	محاضر الاجتماعات
106	خطاب النشر:
108	6. الملخص:
110	7. المستخلص:

قائمة الجداول:

7.....	جدول 1 توزيع عينة البحث وفقاً لمتغير "عدد سنوات الاستثمار
8.....	جدول 2 توزيع عينة البحث وفقاً لمتغير "نوع مرفق الضيافة السياحي"
12.....	جدول 3 نتائج صدق الإتساق الداخلي لفقرات الاستبانة (ن=20)
12.....	جدول 4 نتائج صدق الإتساق الداخلي لمجاور الاستبانة (ن=20)
13.....	جدول 5 نتائج ثبات الاستبانة بطريقة ألفا كرونباخ (ن=20)
14.....	جدول 6 نتائج ثبات الاستبانة بطريقة إعادة التطبيق (ن=20)
15.....	جدول 7 نتائج ثبات الاستبانة بطريقة التجزئة النصفية (ن=20)
	جدول 8 النتائج المتعلقة بوجهة نظر أفراد العينة حول تحديد دور التحول الرقمي في تنوع الخدمات الرقمية لمرافق
36.....	الضيافة السياحية الخاصة (ن=112)
38.....	جدول 9 نتائج اختبار "تحليل التباين" لمتغير عدد سنوات الاستثمار

- جدول 10 نتائج اختبار "تحليل التباين" لمتغير نوع مرفق الضيافة السياحي 39
- جدول 11 النتائج المتعلقة بوجهة نظر أفراد العينة 41
- جدول 12 نتائج اختبار "تحليل التباين" لدلالة الفروق حول تحديد أثر التحول الرقمي على الأفراد لمتغير عدد سنوات الاستثمار 43
- جدول 13 نتائج اختبار "تحليل التباين" لدلالة الفروق حول تحديد أثر التحول الرقمي على الأفراد تبعًا لمتغير نوع مرفق الضيافة السياحي 44
- جدول 14 نتائج اختبار تحليل التباين لمعنوية نموذج تحليل الانحدار 46
- جدول 15 نتائج تحليل الانحدار الخطي لتأثير استخدام التطبيقات الرقمية على جودة الخدمات المقدمة في مرافق الضيافة السياحية الخاصة 46

قائمة الاشكال:

- رسم توضيحي 1 توزيع عينة البحث وفقًا لمتغير "عدد سنوات الاستثمار" 8
- رسم توضيحي 2 توزيع عينة البحث وفقًا لمتغير "نوع مرفق الضيافة السياحي" 9
- رسم توضيحي 3 المتوسطات الحسابية لفقرات المحور الأول 37
- رسم توضيحي 4 شكل يوضح الفروق حول تحديد دور التحول الرقمي في تنوع الخدمات 39
- رسم توضيحي 5 الفروق حول تحديد أثر التحول الرقمي على الأفراد أصحاب مرافق الضيافة السياحية الخاصة تبعًا لمتغير نوع المرفق 40
- رسم توضيحي 6 المتوسطات الحسابية لفقرات المحور الثاني " أثر التحول الرقمي على الأفراد أصحاب مرافق الضيافة السياحية الخاصة" 42
- رسم توضيحي 7 الفروق حول تحديد أثر التحول الرقمي على الأفراد أصحاب مرافق الضيافة السياحية الخاصة تبعًا لمتغير عدد سنوات الاستثمار 44
- رسم توضيحي 8 الفروق حول تحديد أثر التحول الرقمي على الأفراد أصحاب مرافق الضيافة السياحية الخاصة تبعًا لمتغير نوع المرفق 45

المقدمة:

شهدت السنوات الأخيرة تغيرات اقتصادية واجتماعية رافقت التقدم التكنولوجي في كافة المجالات مما أدى إلى تطور الحركة السياحية على المستوى العالمي بشكل عام وفي المملكة العربية السعودية بشكل خاص، حيث أصبحت إحدى أهم الأسواق العالمية جاذبية للاستثمار في العديد من المشاريع وعلى رأسها مشاريع القطاع السياحي، ويعود ذلك لتوجهات قيادتها الرشيدة التي رسمت خارطة طريق نحو تنمية وطنية مستقبلية شاملة ومتكاملة، واختطت لها مساراً نهضوياً طموحاً تمثل في المشروع الوطني.

انطلاقاً من شهر أبريل 2016 م عندما جاء إعلان ولي عهد المملكة العربية السعودية صاحب السمو الملكي الأمير محمد بن سلمان آل سعود عن رؤية 2030، استعرض فيها بياناً عن خطة التطوير على الأصعدة الاقتصادية، الثقافية والاجتماعية خلال الأعوام القادمة حتى فبراير هذا العام 2022م حيث أطلقت استراتيجية السياحة الرقمية في المملكة، ضمن فعالية "ليب - LEAP" العالمية والرائدة في مجال التكنولوجيا، والتي ستساعد على إثراء جهود وإعادة بناء قطاع السياحة السعودي بما يحقق مستهدفات الرؤية التي تعمل على وضع السعودية ضمن أهم الوجهات السياحية في العالم.

ومن أهم الأنشطة السياحية التي تطمح الوزارة إلى رفع جودة الخدمات المقدمة فيها هي نشاط مرافق الضيافة السياحية الخاصة وذلك من خلال تطوير اللوائح والمعايير الخاصة به من خلال إصدارها لائحة مرافق الضيافة السياحية الخاصة. ولما له من دور مهم وارتباط وثيق في تحقيق أهداف الرؤية في الجانب المتعلق بتنشيط قطاع السياحة واعتباره كأحد أبرز البدائل للاقتصادات ما بعد النفط والسعي للوصول إلى 100 مليون سائح بحلول 2030م. جاءت أهمية هذه الدراسة لتسهم في فتح قنوات جديدة لتنويع مصادر الدخل للفرد بما يساعد على دفع عجلة الاقتصاد وتحقيق التنمية المستدامة.

وقد أشارت بعض البحوث كالتى أجرتها شركة الأبحاث الرقمية الدولية (PSB) في إحدى دراسات شركات صندوق الاستثمارات العامة (شركة البحر الأحمر للتطوير) حيث ركزت على أوجه السياحة في المملكة العربية السعودية وغطت

خمسة مناطق فيها، تناولت مواقف وآراء الشعب السعودي تجاه العمل في قطاع الضيافة والسياحة والتكنولوجيا، حيث يعتقد أربعة من كل عشرة 43% ممن شملهم الاستطلاع بأنها ستلعب دوراً محورياً في اقتصاد المملكة وتطورها مستقبلاً خلال العشر سنوات القادمة ، وعلى رأس هذه المناطق الخمسة مدينة الرياض حيث حقق قطاع الضيافة السياحية فيها تقدماً ملحوظاً في العامين الماضيين.

وفقاً لما تقدم وعلى أثر فتح المملكة أبوابها لحدوم الزوار والسياح وتنوع فعاليات موسم الرياض ازداد الاهتمام بمرافق الضيافة السياحية الخاصة، ونظراً لأهمية السياحة الرقمية في تحسين جودة تقديم خدمات الافراد المهتمين بالسياح وبالتنوع الاقتصادي الذي أثبتته الدراسات جاء بحثنا ليسلط الضوء على دور التحول الرقمي في تعزيز مرافق الضيافة السياحية الخاصة لدى الأفراد في مدينة الرياض عاصمة المملكة العربية السعودية.

1. مشكلة الدراسة وأهميتها:

1.1 مشكلة الدراسة:

نظراً لأهمية التحول الرقمي وهيمنته على جميع القطاعات بشكل عام والقطاع السياحي بشكل خاص والنقلة العظيمة في قطاع السياحة بالمملكة العربية السعودية توافقاً مع رؤية المملكة، حيث حقق قطاع الضيافة السياحي في مدينة الرياض تحديداً نسب إشغال تاريخية لم يسبق أن وصلت لها الرياض على مدار العقود الماضية والتي وصلت لنسبة 100% وهذا عادةً لا يحدث بالمملكة إلا في موسم العمرة (العشر الأواخر من رمضان) في مكة المكرمة.

وسعيًا لتحقيق استراتيجية السياحة في المملكة والتي تتطلع لجذب 100 مليون زيارة سنوية بحلول 2030 زاد الاهتمام بمرافق الضيافة السياحية الخاصة في الرياض قلب المملكة تحديداً والتي تحتضن موسم الرياض الضخم سنوياً وتستقطب العديد من السياح من مختلف بقاع الأرض، وتماشياً مع التحول الرقمي المتسارع وأثره في تحسين جودة تقديم خدمات الافراد المهتمين بالسياح وبالتنوع الاقتصادي جاءت دراستنا لتبحث عن دور التحول الرقمي في تعزيز مرافق الضيافة السياحية الخاصة لدى الأفراد في مدينة الرياض.

1.2 أهمية الدراسة:

الأهمية النظرية:

تُشتق أهمية البحث العلمية من أهمية أنظمة التكنولوجيا الرقمية بالمملكة العربية السعودية، وكذلك من التغيرات المتسارعة والمستمرة في عمليات التحول الرقمي المتماشية مع رؤية 2030 بشكل عام وبالمجال السياحي بشكل خاص. بالإضافة إلى أنه يبحث في دور هذا التطور الرقمي للمساهمة في مشاركة الراغبين من أفراد المجتمع بتأجير مساكنهم للسائحين وفقاً للاشتراطات ورفع معدلات الدخل لديهم. وقد تفتح نتائج البحث آفاقاً جديدة لبحوث أخرى تتناول أساليب مختلفة تساهم في تعزيز هذا القطاع المهم.

الأهمية التطبيقية:

أما الأهمية العملية فهي تتضح في تقديم نتائج البحث التي تقيس جوانب أثر التحول الرقمي والتي من الممكن استخدامها مستقبلاً لتحسين مساهمة الأفراد في تعزيز مرافق الضيافة السياحية الخاصة.

1.3 أهداف الدراسة:

يهدف البحث إلى التعرف على دور التحول الرقمي في تعزيز مرافق الضيافة السياحية الخاصة لدى الأفراد في مدينة الرياض في ظل التحولات المتسارعة وذلك من خلال الأهداف الفرعية التالية:

- 1- التعرف على دور التحول الرقمي في تنوع الخدمات الرقمية لمرافق الضيافة السياحية الخاصة في مدينة الرياض في ظل التحولات المتسارعة.
- 2- توضيح أثر التحول الرقمي في إشراك الأفراد ومساهماتهم في مرافق الضيافة السياحية الخاصة.

1.4 أسئلة الدراسة:

يتمثل السؤال الرئيسي في هذا البحث:

ما دور التحول الرقمي في تمكين الأفراد من المساهمة في تعزيز قطاع الضيافة السياحي في الرياض؟ ويتفرع من هذا

السؤال الأسئلة التالية:

1. ما دور التحول الرقمي في تنوع الخدمات الرقمية لمرافق الضيافة السياحية الخاصة؟

2. ما أثر التحول الرقمي على الأفراد أصحاب مرافق الضيافة السياحية الخاصة؟

1.5 المنطلقات النظرية للدراسة:

بعد الانطلاق في رحلة التحول الرقمي الذي بات أثره ملحوظاً على حياة الفرد وطريقة أداء أنشطته المختلفة، وظهور مجتمع جديد يعتمد اعتماداً متزايداً على التقنيات الرقمية، بل ويؤدي مختلف أنشطته اليومية من خلال القنوات الرقمية، جاءت أهمية تلبية الاحتياجات عبر مواكبة تطوير التقنيات الحديثة، حيث أنه من المتوقع أن يصل الإنفاق العالمي على تكنولوجيا المعلومات فيما يخص التحول الرقمي وحده إلى 7.5 تريليون دولار خلال الفترة القادمة حسب آخر إحصائيات المنتدى الاقتصادي العالمي دافوس.

وعلى صعيد قطاع السياحة أصبحت الأجيال الجديدة لديها قدرات عالية جداً في البحث واكتشاف الوجهات السياحية الرائجة والواعدة في العالم والنظر في البدائل والتقييمات السابقة للسياح، وتفاضل عروض الأسعار وجودة الخدمات المقدمة، وكافة الخيارات في تفاصيل رحلتهم السياحية، وبالتالي فإن حركة التغيير في وجهات السياحة في العالم أصبحت بيد السائح من خلال إتقانه واستخدامه للقنوات الرقمية.

ونظراً إلى أن طابع السياحة يمتد تأثيره على عدة قطاعات، حيث إنها تساهم بنطاقها الواسع في تحفيز زيادة المشاريع ونمو المؤسسات الصغرى والمشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم إلى جانب الشركات الناشئة، فإن الدول تواجه تحديات صعبة لرفع كفاءة السياحة بها حيث ازدادت حدة التنافس بينها لإرضاء السياح لتكون بذلك وجهة عالمية لهم، وعلى

ذلك فإن استراتيجية السياحة الرقمية سوف تساعد على جعل مدينة الرياض في المملكة العربية السعودية ضمن أهم الوجهات السياحية في العالم.

وحسب إحصائيات المنتدى الاقتصادي العالمي، فإنه من المتوقع أن يساهم التحول الرقمي في الطيران والسفر والسياحة إلى توليد قيمة مضافة لقطاع السياحة تصل إلى 305 مليار دولار خلال الفترة (2019-2025 م) ونقل ما قيمته 100 مليار دولار من القطاعات التقليدية إلى المنافسين الجدد، وتوليد فوائد غير مباشرة بقيمة 700 مليار دولار، فنظرًا لتلك الأهمية أصبحت خدمات السياحة مصب اهتمام الحكومات والمستثمرين لجذب عدد أكبر من السياح من خلال تطوير خدمات السياحة من إيواء، طعام، نقل، ترفيه، علاج وغيرها من الاحتياجات الأساسية للسائح. تُوفر قاعدة بيانات منظمة السياحة العالمية معلومات عن طاقة إيواء جميع أنواع الإقامة، وتشير البيانات أن عدد منظمات الضيافة في المملكة العربية السعودية قد بلغ 8,281 في عام 2019 م، توفر ما يفوق 606 ألف غرفة وأكثر من 1.2 مليون سرير. وتعتبر طاقة إيواء المنظمات الفندقية في المملكة من الأعلى عالمياً، وتشير توقعات نمو قطاع مرافق الضيافة في الرياض (نقلاً عن منشآت قطاع الإقامة والطعام) بأنه من المتوقع لمدينة الرياض أن تشهد نمواً معقولاً في هذا القطاع وتحديث تغيرات في أصناف المرافق ونوعية العملاء في عام 2024، مع زيادة أعداد الزائرين من خلال استقطاب السياح لغرض الترفيه في مدينة الرياض.

1.6 الدراسة العملية وإجراءاتها المنهجية:

نوع ومنهج الدراسة:

استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي الذي يقود إلى تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها مما يؤدي للوصول إلى استنتاجات تساعد في تطوير الواقع المدروس، ويعتمد هذا المنهج على دراسة الظاهرة كما توجد فعلياً على أرض الواقع، وكما يهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها تعبيراً كمياً وكيفياً، حيث أنه يصف التعبير الكيفي للظاهرة ويصف خصائصها، وأما التعبير الكمي فيعطي وصفاً رقمياً حيث يوضح الظاهرة بلغة الأرقام.

سنتبع في هذه الدراسة على المناهج الآتية:

- عرض جوانب هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لبيان مفهوم التحول الرقمي ودوره في تنوع الخدمات الرقمية لقطاع الضيافة السياحي في مدينة الرياض، كما من خلاله سيتم دراسة الصعوبات والعوائق التي تواجه استخدام التطبيقات الذكية في تقديم خدمات مرافق الضيافة الخاصة ووصفها وصفاً دقيقاً.
- سنعتمد على المنهج الاستطلاعي لتوضيح مؤشرات أثر استخدام التطبيقات الذكية في تقديم خدمات الضيافة الخاصة، ومدى تأثيرها على التنافسية في مجال قطاع الضيافة السياحي.
- استخدام منهج المسح الاجتماعي في عينة الدراسة، مع الاعتماد على أداة الاستبانة.

مجتمع وعينة الدراسة:

وجدنا بعد الرجوع إلى المسؤولين بوزارة السياحة بالملكة العربية السعودية (قسم التراخيص) عدم توفر أي إحصائيات لديها للأفراد المستثمرين بمرافق الضيافة السياحية الخاصة حيث لا توجد أي لائحة تنظيمية لهذه الفئة. يتمثل مجتمع الدراسة في مجتمع غير محدد من الأفراد بمدينة الرياض الذين يستخدمون التطبيقات الرقمية (عقار، حراج، مستعمل، قوقل ماب) لعرض مرافقهم للاستثمار، وعلى ذلك تم اختيار أسلوب العينة الغير عشوائية وغير الاحتمالية (Non Random Sample) اسلوباً للدراسة حيث تم حصر عينة مقصودة (Intended Sampling) والمتاحة بياناتها على التطبيقات المذكورة وبلغ عددها (500) فرد مستثمر في هذه المرافق، وبالاسترشاد بجدول (Sekaran&Bougie,2010) والاعتماد على معدل خطأ (5%) تبين أن عدد عينة الدراسة (217) وعينة اختبار الصدق والثبات (22) فرد بنسبة (10%).

عند العمل على نشر استبانة البحث تبين وجود تكرار لأرقام التواصل بسبب اشتراك الأفراد في أكثر من تطبيق لعرض مرافقهم الضيافية السياحية مما استدعى الفريق لاستبعاد المتكرر من عينة الدراسة وحصر المتبقي في قائمة جديدة. حيث وصل عدد عينة المجتمع النهائية بعد الفرز النهائي إلى (150) فرد وأصبحت عينة الدراسة (108) حسب الجدول

أدناه بأخذ معدل خطأ (5%)، وعينة اختبار الصدق الجديدة (11) فرد، وتم إعادة اختبار الصدق والثبات بناءً على الفرز النهائي ولغرض اجراء مستوى أدق لاختبار الصدق والثبات للعينة تم إجراء الاختبار على (15) فرد، وتم نشر الاستبيان على عينة دراسة (110) فرد، كما تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) لتحليل نتائج الاستبانة.

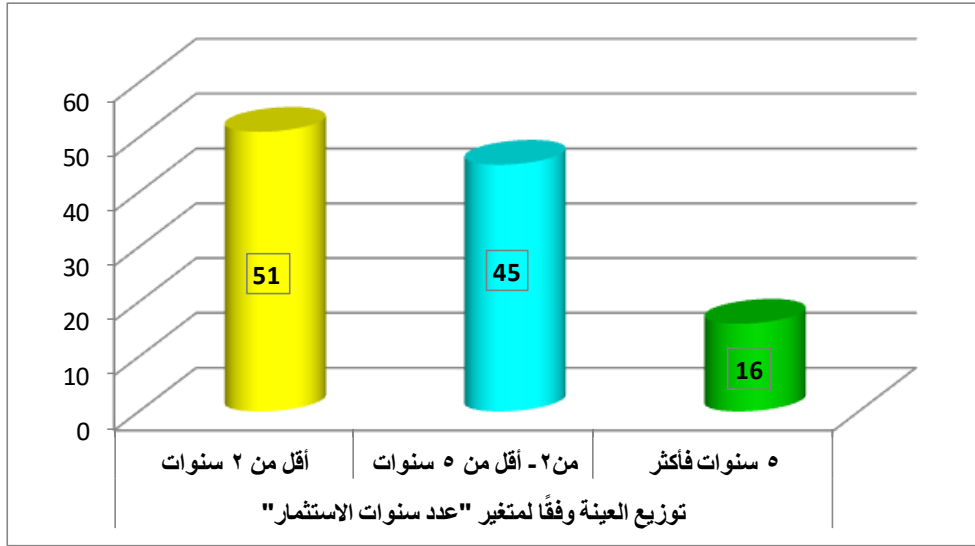
1.7 وصف العينة الأساسية:

تكونت العينة الأساسية للبحث من (112) من مستثمري خدمات مرافق الضيافة السياحية الخاصة بمدينة الرياض. وفيما يلي توزيع العينة وفقاً للمتغيرات الشخصية للمشاركين وهي: (عدد سنوات الاستثمار في خدمات مرفق الصيانة- نوع مرفق الضيافة السياحي).

1.7.1 وصف العينة بحسب متغير عدد سنوات الاستثمار في خدمات مرفق الصيانة:

عدد سنوات الاستثمار	العدد	النسبة المئوية
أقل من 2 سنوات	51	45.5 %
من 2- أقل من 5 سنوات	45	40.2 %
5 سنوات فأكثر	16	14.3 %
الإجمالي	112	100.0 %

جدول 1 توزيع عينة البحث وفقاً لمتغير "عدد سنوات الاستثمار"

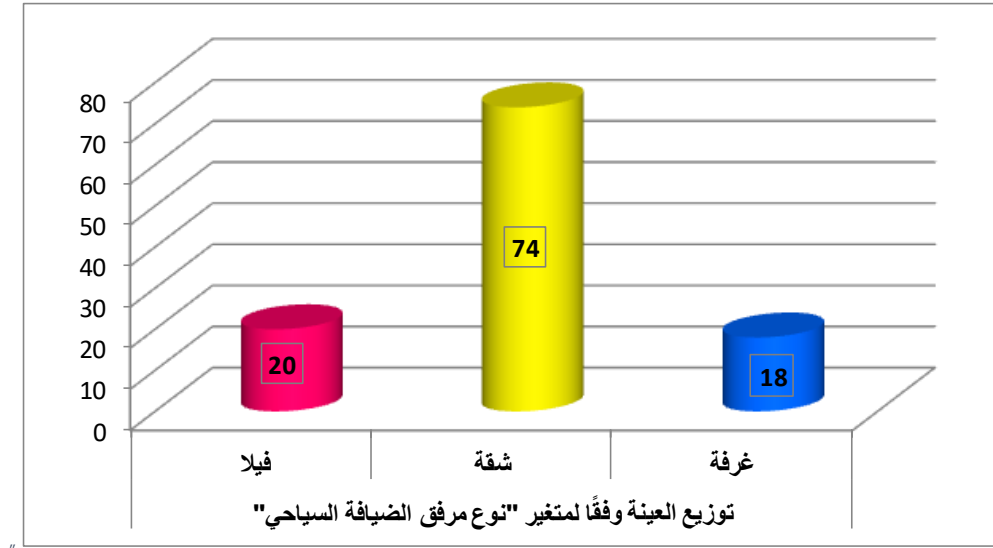


رسم توضيحي 1 توزيع عينة البحث وفقاً لمتغير "عدد سنوات الاستثمار"

1.7.2 وصف العينة بحسب متغير نوع مرفق الضيافة السياحي:

نوع مرفق الضيافة	العدد	النسبة المئوية
فيلا	20	17.8 %
شقة	74	66.1 %
غرفة	18	16.1 %
الإجمالي	112	100.0 %

جدول 2 توزيع عينة البحث وفقاً لمتغير "نوع مرفق الضيافة السياحي"



رسم توضيحي 2 توزيع عينة البحث وفقاً لمتغير "نوع مرفق الضيافة السياحي"

1.7.3 معيار الحكم على درجة الاستجابة:

تم استخدام مقياس (ليكرت ثلاثي) لتحديد درجة الاستجابة بحيث تعطى الدرجة (3) للاستجابة نعم، الدرجة (2) للاستجابة أحياناً/ نوعاً ما، الدرجة (1) للاستجابة لا، وبناءً على ذلك فقد تم استخدام المعيار التالي للحكم على قيم المتوسطات:

- إذا كان المتوسط من (1) إلى (1.67) يكون المستوى ضعيف.
- إذا كان المتوسط أكبر من (1.67) إلى (2.34) يكون المستوى متوسط.
- إذا كان المتوسط أكبر من (2.34) إلى (3.00) يكون المستوى كبير.

1.7.3 أساليب المعالجة الإحصائية:

- تمت الاستعانة ببرنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSSv26) في تنفيذ المعالجات الإحصائية الآتية:
- التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لوصف وجهة نظر أفراد العينة على فقرات الاستبانة.

- معامل ارتباط بيرسون (Pearson's coefficient)، للتأكد من صدق الاستبانة بطريقة الإتساق الداخلي وبطريقة إعادة التطبيق.
- معامل "ألفا كرونباخ" (Alpha Cronbach's)، للتأكد من ثبات الاستبانة
- طريقة التجزئة النصفية (Split-Half Method) لحساب ثبات الاستبانة بمعادلة "سبيرمان وبراون" (Spearman-Brown)، وبمعادلة "جتمان" (Guttman).
- تحليل الانحدار الخطى البسيط (Linear Regression)، لتحديد تأثير استخدام التطبيقات الرقمية على جودة الخدمات المقدمة في مرافق الضيافة السياحية الخاصة.

1.8 أدوات الدراسة:

1.8.1 الاستبانة:

تمثل أداة جمع البيانات التي سيتم الاعتماد عليها في الحصول على البيانات الأولية اللازمة للدراسة الحالية في قائمة استقصاء، حيث سيتم إعداد وتطوير العبارات الخاصة بها بناء على الاستعانة بالمقاييس التي وضعها الباحثون السابقون في مجال البحث، بالإضافة إلى ما ستؤول إليه نتائج الدراسة الاستطلاعية من خلال آراء المستقصي منهم، وسيتم توزيع استمارات الاستقصاء على مفردات العينة، وسيتم تصميم الاستبانة بناء على مقياس ثلاثي لتحديد إجابات أفراد العينة، بحيث تتراوح أوزان الإجابات من نعم (1)، لا (2)، أحياناً (3)، وذلك لطبيعة كل مجال من مجالات الاستبيان مما يمكن من الحصول على بيانات متصلة ولضمان إحداث توزيع طبيعي للبيانات حتى تقبل تطبيق الأساليب الإحصائية عليها، وستكون الاستبانة من الأجزاء التالية:

- الجزء الأول: يتضمن مجموعة من الأسئلة الديموغرافية التي تحدد بعض الصفات الهامة لأفراد مجتمع عينة الدراسة.

- الجزء الثاني: يشمل على استطلاع آراء المبحوثين بشأن أثر استخدام التطبيقات الرقمية على مرافق الضيافة السياحية الخاصة.
- الجزء الثالث: أثر التحول الرقمي في قطاع السياحة على الأفراد أصحاب مرافق الضيافة السياحية الخاصة.

1.8.1.1 صدق الاستبانة (Questionnaire Validity)

تعتبر الأداة صادقة إذا كانت تقيس ما أُعدت لقياسه فقط (العساف، 2016، 429). وتم التأكد من صدق الاستبانة من خلال ما يلي:

1. صدق المحكمين: (Referee Validity)

تم عرض الصورة الأولية من الاستبانة على مجموعة من المحكمين ذوي الخبرة والاختصاص بلغ عددهم (4) محكمين، وذلك بهدف استطلاع آرائهم حول مدى وضوح الصياغة اللغوية والدقة العلمية لفقرات الاستبانة، ومدى انتماء كل فقرة للمحور الذي تمثله، وإبداء ما يرونه بالتعديل أو الإضافة أو الحذف، وتم التعديل في ضوء توجيهات السادة المحكمين، وبذلك تم الحصول على الصورة النهائية من الاستبانة.

2. صدق الإتساق الداخلي: (Internal Consistency Validity)

تم تطبيق الاستبانة على عينة استطلاعية قوامها (20) فرد من غير المشاركين في العينة الأساسية للبحث، وتم استخدام معامل ارتباط "بيرسون" (Person Correlation) في حساب مدى ارتباط كل فقرة بالمحور الذي تمثله، ثم في حساب مدى ارتباط كل محور بالدرجة الكلية للاستبانة، وجاءت النتائج كما يلي:

المحور الأول: دور التحول الرقمي في تنوع الخدمات الرقمية لمرافق الضيافة السياحية الخاصة			المحور الثاني: أثر التحول الرقمي على الأفراد أصحاب مرافق الضيافة السياحية الخاصة		
رقم الفقرة	معامل الارتباط	الدلالة الإحصائية	رقم الفقرة	معامل الارتباط	الدلالة الإحصائية
1	0.649	0.01	1	0.689	0.01

المحور الأول: دور التحول الرقمي في تنوع الخدمات الرقمية لمرافق الضيافة السياحية الخاصة			المحور الثاني: أثر التحول الرقمي على الأفراد أصحاب مرافق الضيافة السياحية الخاصة		
رقم الفقرة	معامل الارتباط	الدلالة الإحصائية	رقم الفقرة	معامل الارتباط	الدلالة الإحصائية
2	0.815	0.01	2	0.805	0.01
3	0.766	0.01	3	0.659	0.01
4	0.629	0.01	4	0.727	0.01
5	0.832	0.01	5	0.785	0.01
6	0.611	0.01	6	0.736	0.01
7	0.815	0.01	7	0.728	0.01
-	-	-	8	0.620	0.01

جدول 3 نتائج صدق الإتساق الداخلي لفقرات الاستبانة (ن=20)

يتضح من الجدول (3) أن معاملات ارتباط كل فقرة بالمحور الذي تمثله كانت ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.01)، مما يؤكد على أن جميع فقرات الاستبانة تتمتع بدرجة كبيرة من الصدق الداخلي.

محاو الاستبانة	معامل الارتباط	الدلالة الإحصائية
المحور الأول: دور التحول الرقمي في تنوع الخدمات الرقمية لمرافق الضيافة السياحية الخاصة	0.859	دال عند 0.01
المحور الثاني: أثر التحول الرقمي على الأفراد أصحاب مرافق الضيافة السياحية الخاصة	0.896	دال عند 0.01

جدول 4 نتائج صدق الإتساق الداخلي لمحاو الاستبانة (ن=20)

يتبين من الجدول (4) أن معاملات ارتباط أبعاد الاستبانة بدرجة الكلية بلغت على الترتيب: (0.859)، (0.896)، وكانت هذه القيم ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.01)، مما يؤكد على أن محاو الاستبانة تتمتع بدرجة كبيرة من الصدق الداخلي.

1.8.1.2 ثبات الاستبانة (Reliability Questionnaire)

يقصد بثبات الأداة هو " التأكد من أن الإجابة ستكون واحدة تقريباً إذا تكرر تطبيقها على الأشخاص ذاتهم وفي نفس الظروف (العساف، 2016، 430). وتم التأكد من ثبات الاستبانة من خلال ما يلي:

1. الثبات بطريقة ألفا كرونباخ: (Alpha Cronbach's)

تم استخدام معامل الثبات "ألفا كرونباخ" (α) لحساب ثبات محاور الاستبانة ودرجتها الكلية وتم ذلك بالاستعانة بالبرنامج الإحصائي (SPSS) للبيانات التي الحصول عليها من العينة الاستطلاعية، وجاءت النتائج كما يعرض الجدول التالي:

معامل الثبات	عدد الفقرات	محاور الاستبانة
0.851	7	المحور الأول: دور التحول الرقمي في تنوع الخدمات الرقمية لمرافق الضيافة السياحية الخاصة
0.865	8	المحور الثاني: أثر التحول الرقمي على الأفراد أصحاب مرافق الضيافة السياحية الخاصة
0.894	15	الدرجة الكلية للاستبانة

جدول 5 نتائج ثبات الاستبانة بطريقة ألفا كرونباخ (ن=20)

يتضح من الجدول (5) أن معاملات ثبات محاور الاستبانة بمعادلة " ألفا كرونباخ" بلغت على الترتيب: (0.851)، (0.865)، كما بلغ معامل الثبات للاستبانة (0.894)، وتؤكد هذه القيم على أن الاستبانة تتمتع بدرجة مرتفعة من الثبات.

2. الثبات بطريقة إعادة التطبيق: (Test-Retest Method)

تم تطبيق الاستبانة على أفراد العينة الاستطلاعية، ثم أُعيد تطبيق نفس الاستبانة مرة أخرى على نفس الأفراد بفواصل زمنية مقداره (أسبوع)، وتم استخدام معامل ارتباط "بيرسون" (Person Correlation) في حساب مدى الارتباط بين درجات التطبيقين الأول والثاني، وتعتبر قيم معامل الارتباط الناتجة عن معاملات ثبات الاختبار، وجاءت النتائج كما يعرض الجدول الآتي:

محاور الاستبانة	معامل الارتباط	الدلالة الإحصائية
المحور الأول: دور التحول الرقمي في تنوع الخدمات الرقمية لمرافق الضيافة السياحية الخاصة	0.836	دال عند 0.01
المحور الثاني: أثر التحول الرقمي على الأفراد أصحاب مرافق الضيافة السياحية الخاصة	0.852	دال عند 0.01
الدرجة الكلية للاستبانة	0.874	دال عند 0.01

جدول 6 نتائج ثبات الاستبانة بطريقة إعادة التطبيق (ن=20)

يتبين من الجدول (6) أن معاملات ثبات محاور الاستبانة بطريقة "إعادة التطبيق" بلغت على الترتيب: (0.836)، (0.852)، كما بلغ معامل الثبات للاستبانة (0.874)، وتؤكد هذه القيم على أن الاستبانة تتمتع بدرجة مرتفعة من الثبات.

3. الثبات بطريقة التجزئة النصفية: (Split-Half Method)

تمت تجزئة فقرات الاستبانة إلى نصفين: الفقرات الفردية في مقابل الفقرات الزوجية، وتم استخدام معامل ارتباط "بيرسون" (Person Correlation) في حساب مدى الارتباط بين درجات النصفين، وتم تعديل الطول بمعادلة "سبيرمان وبراون"، وبمعادلة "جتمان"، وجاءت النتائج كما يبين الجدول الآتي:

معامل الثبات		معامل الارتباط	محاور الاستبانة
جتمان	سبيرمان وبراون		
0.871	0.884	0.792	المحور الأول: دور التحول الرقمي في تنوع الخدمات الرقمية لمرافق الضيافة السياحية الخاصة
0.858	0.859	0.752	المحور الثاني: أثر التحول الرقمي على الأفراد أصحاب مرافق الضيافة السياحية الخاصة
0.886	0.893	0.806	الدرجة الكلية للاستبانة

جدول 7 نتائج ثبات الاستبانة بطريقة التجزئة النصفية (ن=20)

يتضح من الجدول (7) النتائج الآتية:

- معاملات محاور الاستبانة بمعادلة "سبيرمان وبراون" بلغت على الترتيب: (0.884)، (0.859)، وبمعادلة "جتمان" بلغت على الترتيب: (0.871)، (0.858)، وتؤكد جميع هذه القيم على أن محاور الاستبانة تتمتع بدرجة مرتفعة من الثبات. معامل الثبات العام للاستبانة بمعادلة "سبيرمان وبراون" بلغ (0.893)، وبمعادلة "جتمان" بلغ (0.886)، وتؤكد هذه القيم على أن الاستبانة ككل تتمتع بدرجة مرتفعة من الثبات.

1.9 مجالات الدراسة:

المجال المكاني: اقتصرَت الدراسة على عينة غير عشوائية ممثلة لمرافق الضيافة السياحية الخاصة التابعة للأفراد في مدينة الرياض.

المجال البشري: نظراً لتقييد البحث بفترة زمنية محدودة ولكبر حجم المجتمع بمدينة الرياض، اعتمدنا في دراستنا على عينة غير عشوائية مكونة من (150) عينة تمثل أصحاب مرافق الضيافة السياحية الخاصة بمدينة الرياض.

المجال الزمني:

- أجريت الدراسة الاستطلاعية في الفترة من (2022/10/11م) إلى (2022/11/1م).
- أُجريت الدراسة الأساسية في الفترة (2022/11/2م) إلى (2022/12/15م).

1.10 المصطلحات:

التحول الرقمي: عملية انتقال من نموذج عمل تقليدي إلى نموذج عمل يعتمد على التقنيات الرقمية في ابتكار المنتجات والخدمات، وتوفير قنوات جديدة من العائدات التي تزيد من قيمة منتجاتها.

السائح: الشخص الذي يسافر خارج محل إقامته الأصل أو الاعتيادي، لأي سبب غير الكسب المادي أو الدراسة سواء في داخل بلده أو خارجها.

الأفراد: كل فرد من افراد المجتمع السعودي مواطناً أم مقيماً ويملك أي نوع من أنواع مرافق الضيافة السياحية الخاصة.

الموافق: هي جميع الأصول المملوكة من قبل الافراد لغرض خدمة المبيت او الضيافة السياحية او غيره.

مرفق الضيافة السياحي الخاص: وحدة سكنية مملوكة لأفراد مؤثثة ومستقلة، توفر خدمة المبيت بشكل يومي للسائح مقابل أجر.

السكن التشاركي: هي علاقة قائمة بين طرفين (المالك والمستأجر) حيث يقوم الطرف الأول بتأجير وحداته السكنية لصالح السُيَّاح رسميًا على المدى القصير خلال المواسم السياحية نظير مبلغ مقطوع، من خلال التطبيقات التي تتيح هذا النوع من التراخيص.

2. الإطار النظري للدراسة والدراسات السابقة:

2.1 التحول الرقمي:

2.1.1 مفهوم التحول الرقمي:

هو تحول تنظيمي متكامل مرتبط بتطبيق التكنولوجيا الرقمية، لتسهيل الإجراءات والعمليات الإدارية والتي تهدف إلى رفع جودة خدمات المستفيدين، للوصول إلى مرحلة النضج الرقمي (الحارثي، 2030).

أصبح التحول الرقمي في عصرنا الحديث ضرورة حتمية ووسيلة لتحسين وتجويد الخدمات المقدمة للمواطن والمقيم والزائر في المملكة من حيث؛ السرعة، الدقة، الجودة، العدالة، الشفافية، والاهتمام الملحوظ بالابتكار. ويؤدي التحول الرقمي إلى إنتاج كميات كبيرة وجديدة من المعلومات التي تساهم في التخطيط الاستراتيجي وصنع القرار.

2.1.2 التحول الرقمي وفق رؤية المملكة:

المملكة العربية السعودية هي قلب العالمين العربي والإسلامي وقوة الاستثمار والمحور الذي يربط القارات الثلاث. حيث إن مزاياها الجغرافية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية مكنتها من اتخاذ مكانة رائدة للاضطلاع بدور ريادي واستثمار قوتها وموقعها الاستراتيجي لخلق اقتصاد أكثر تنوعًا واستدامة من خلال تقليل الاعتماد على النفط وتنويع مصادر الدخل.

والقاعدة الأساسية لتحقيق هذا الهدف؛ هي تحقيق الفائدة الكاملة من التحول الرقمي، وذلك عبر تفعيل دور الجهات الحكومية بالتعاون مع القطاع الخاص لدعم التحول الرقمي، والذي سيسهم بشكل كبير في رسم خارطة الطريق نحو رفع مستوى التنوع الاقتصادي تعزيز الابتكار، وتحقيق التنمية المستدامة وهو ما سوف يسهم في تصنيف المملكة العربية السعودية عالميًا على كافة الأصعدة.

ولقد اختزلت (الحارثي، 2020) في دراستها فوائد ومميزات للتحول الرقمي في المملكة في؛

- تسريع طريقة العمل اليومية.
- سرعة ومرونة تطبيق خدمات جديدة.
- رفع كفاءة سير العمل.
- تقليل الأخطاء والإنفاق.
- زيادة الإنتاجية وتحسين المنتجات.
- إمكانية الاستفادة من التقنيات الحديثة لتطوير الأداء والتنبؤ والتخطيط للمستقبل.
- رفع مستويات الشفافية والحوكمة.
- استمرارية الأعمال والخدمات.
- تجويد الخدمات المقدمة للمستفيدين زيادة رضا المستفيدين.

والتحول الرقمي أحد مستهدفات رؤية 2030 في جميع قطاعات المملكة، لأهميته في تعزيز الاقتصاد المستدام وتحقيق ميزة تنافسية على المستوى الدولي، حيث إن التقنيات الرقمية تُعد عاملاً مؤثراً في كيفية عمل البلدان وجاهزيتها للمستقبل وتعزيز اقتصادها الرقمي في التطور والازدهار، للارتقاء بكفاءة الأداء إلى مستويات غير مسبوقة (سلايمي وبوشي، 2019).

ولبناء مستقبل تقدمي للبلاد، والبدء في إطلاق اقتصاد متعطش للمعرفة ولغة تجارة إلكترونية غامرة وضعت المملكة رؤية تركز على مجتمع حيوي، واقتصاد مزدهر، وأمة طموحة. وتتكامل هذه الركائز لتحقيق أهداف المملكة. فصُممت برامج تحقيق الرؤية لترجمة رؤية السعودية 2030 إلى واقع.

تسعى المملكة إلى تحقيق التحول لجميع قطاعاتها بحلول عام 2030، واستثمار التكنولوجيا لتحويل العمل التقليدي إلى إلكتروني، فالقطاعات تنتج كمّاً هائلاً من المعاملات والمعلومات التي تحتاج تقنيات لتسهيل عملية إدارتها رقمياً وإمكانية إتمام المعاملات إلكترونياً.

تتجه المملكة العربية السعودية وتتقدم نحو أسلوب جديد ومتقدّم لتسريع مراحل التطور المتعلقة بالتحول الرقمي لمواكبة التطور التكنولوجي العالمي وذلك بتقديم مستوى متميز وبوسائل إلكترونية متكاملة وسهلة وأمنة؛ من أي مكان وفي أي وقت، فتتم إعادة هيكلة بعض برامج تحقيق الرؤية واستُحدثت برامج جديدة لعكس طموحات وقدرات بلادنا وتحقيق رؤية 2030 على أكمل وجه، والتي تتضمن برنامج التحول الوطني حيث يهدف بدوره إلى تطوير البنية التحتية وتهيئة البيئة الممكنة لتحقيق رؤية المملكة 2030 وذلك بالتركيز على التحول الرقمي. (الرحيلي والضحوي، 2020).

تحصد المملكة العربية السعودية اليوم جائزة القيادة الحكومية التي يمنحها الاتحاد الدولي للاتصالات والتي تهدف إلى تبني أفضل السياسات والأنظمة التي تدعم الاقتصاد الرقمي وتحفز الاستثمار والابتكار وتساهم في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

قفزات هائلة سجلها التحول الرقمي في السعودية في السنوات الماضية، بعد أن جعلته رؤية 2030 في قلب جهود التنوع الاقتصادي، والممكن الأول للاستراتيجيات وبرامج التحول في كل القطاعات، من خلال رؤية وطنية رقمية. هذه الرؤية توفر لقطاع خدمات تقنية المعلومات سنوات من النمو الفائق السرعة، للوصول إلى مستويات الأسواق الأكثر تقدماً في التجارة الإلكترونية. وعلى الجانب الآخر تحتل المملكة العربية السعودية المرتبة الثالثة عالمياً في استخدام القنوات الرقمية وانتشار الهواتف الذكية متقدمة على دول مثل بريطانيا والولايات المتحدة وبعض الدول الأوروبية،

وتمثل السعودية فرصة فريدة للنمو غير المسبوق لمنصات مرافق الضيافة السياحية ومن المتوقع أن تحقق نمو سريع في قطاع مرافق الضيافة السياحي الخاص في مدينة الرياض .

2.2 قطاع مرافق الضيافة السياحية الخاصة في مدينة الرياض

2.2.1 السياحة في المملكة العربية السعودية:

تشمل أهداف رؤية المملكة تعزيز القطاع السياحي لخلق مجتمع حيوي وإنشاء اقتصاد مزدهر عبر التنوع والاستثمار بطرق تجعل المملكة العربية السعودية على خريطة التجارة والمنافسة العالمية والسياحة في صميم تحقيق هذه الرؤية ، ويعد قطاع السياحة أحد القطاعات الاقتصادية الأكثر قدرة على دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة في العديد من الدول، ويرجع ذلك إلى قدرته على جذب الاستثمارات الأجنبية وزيادة الدخل القومي، ورفع نسبة النمو في الناتج المحلي الإجمالي، وتوفير فرص العمل والحد من مشكلات البطالة والفقر. مشهور ويوسف (2021) نقلاً عن Baytona (2019).

حيث إن أهم أهداف وتوجهات رؤية المملكة تنوع القاعدة الاقتصادية، باعتبار أن تنوع الاقتصاد من أهم مقومات استدامته، ورغم أن الغاز والنفط يمثلان دعامة أساسية للاقتصاد السعودي، إلا أن التوسع الاستثماري في القطاعات الأخرى قد زاد، خاصة في القطاع السياحي. ومن أهم الأنشطة الاقتصادية التي تتمتع بأهمية كبيرة في العالم هي السياحة، حيث يقوم عليها اقتصاد الكثير من الدول، فوفقاً لمنظمة السياحة العالمية فإن سوق السياحة العالمي سوف ينمو ثلاثة أضعاف حجمه بحلول عام 2030، كما أشارت الدلائل والإحصائيات عام 2001 إلى أن السياحة ستشكل الركن الأساسي لاقتصاديات الخدمات، حيث إن عدد السياح والإيرادات السياحية في تزايد مستمر بلغ (692.7) مليون سائح.

وفي عامنا الحالي أظهر تقرير دولي أن عدد السياح ارتفع عالمياً بنسبة 172% خلال الأشهر السبعة الأولى من سنة 2022، وأوضح تقرير منظمة السياحة الدولية، أن عدد السياح الدوليين ارتفع إلى 474 مليون سائح، مقابل 175 مليون سائح بالفترة نفسها من عام 2021. واعتمدت المملكة الاستراتيجية الوطنية للسياحة التي ترسم أبرز ملامح تطلعات القطاع السياحي بما يتماشى مع أهداف رؤية 2030، وستضم الجهات السياحية العشرة (الباحة والجوف، المنطقة الشرقية وجدة، الطائف والعلاء، حائل والمدينة المنورة وعسير والرياض) 35 موقعاً للزيارة بحلول 2022. (موقع وزارة السياحة)

الجدير بالذكر أن وزارة السياحة نجحت خلال العام الماضي على جذب 100,000 سعودي للعمل في قطاع السياحة من خلال برنامج "مستقبلك سياحة".

وتتعاون الوزارة مع منظمة السياحة العالمية لتأسيس أكاديمية سياحية دولية مقرها الرياض تساهم في تدريب الراغبين بالعمل في القطاع السياحي من مختلف دول العالم. كما طورت وزارة السياحة سلسلة من المعايير الجديدة بلغ عددها 31 معياراً تهدف إلى تعزيز جودة التدريب السياحي. كما تم تفعيل المنصة الرقمية للتدريب التابعة لوزارة السياحة مطلع هذا العام، وتجاوز عدد المسجلين 226,000 ألف متدرب.

وأتاحت المنصة التقديم على برامج تدريبية لتطوير المهارات وكفاءة العمل وقد استفاد منها أكثر من 110,000 موظف وباحث عن فرصة عمل. كما وسعت منظومة السياحة في المملكة حضورها الدولي، وحازت على 28 جائزة عالمية، كما دشنت الهيئة السعودية للسياحة 12 مكتباً ضمن سبعة أسواق رئيسية عالمية (واس، 2022).

2.2.2 مرافق الضيافة الخاصة في مدينة الرياض

يعكس هذا الانتعاش السياحي المطرد في المملكة الطلب القوي على السفر الدولي، والذي يترتب من خلاله زيادة القدرة الاستيعابية لاستقبال العديد من السواح وتوفير مرافق الضيافة السياحية التي تلبي هذا النوع من السياحة.

تهدف وزارة السياحة إلى تطوير وتنظيم الاعمال والأنشطة المتعلقة بقطاع السياحة في المملكة العربية السعودية وخلق بيئة خصبة لصناعة السياحة عبر اصدار مجموعة من اللوائح والقوانين المنظمة للقطاع بما يحقق اهداف رؤية المملكة 2030، ومن أهم الأنشطة السياحية نشاط مرافق الضيافة السياحية الخاصة الذي تطمح الوزارة إلى رفع جودة الخدمات المقدمة فيه من خلال تطوير اللوائح والمعايير الخاصة به.

تعود صناعة مرافق الضيافة السياحية في جذورها إلى فترات تاريخية عميقة في حياة الانسان منذ ان ارتبطت بشكل وثيق مع ظهور الضيافة بأبسط صورها مقتصرة على إشباع حاجات المسافرين، ونتيجة لتطور وسائل النقل وما صاحبه من توثيق للعلاقات بين مختلف المدن وتزايد حركة المسافرين، برزت الحاجة لإنشاء الأماكن العامة لإيواء المسافرين وتقديم الخدمات المرافقة لهم، وهكذا تكونت صناعة مرافق الضيافة السياحية في صورتها النظامية.

ونجد فيما يلي بعض أسباب انتشار مرافق الضيافة السياحية عالمياً وهي:

- الأهمية العظمى الذي تمثلها مرافق الضيافة السياحية الخاصة كنشاط اقتصادي في العديد من الدول.
- الإيرادات السياحية من تعزيز مرافق الضيافة من الروافد الأساسية للدخل القومي.
- دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياحية للبلد المضيف.
- مرافق الضيافة السياحية الخاصة وما لها من ارتباطات متشابكة مع القطاع الخاص والعام للازدهار السياحي والذي يساهم في تطوير وفي توفير فرص عمل جديدة.
- توفر مرافق الضيافة السياحية الخدمات التي تلبى احتياجات هذا النوع من السياحة.
- تنوع المقومات السياحية محفز للطلب السياحي.
- ضرورة توافر مرافق الضيافة السياحية بمختلف انواعها ودرجاتها في شتى انحاء البلاد وتطور في الخدمات والمرافق الاخرى بما يلبي احتياجات ورغبات السائحين.

- المقومات السياحية والثقافية والتاريخية المتميزة تشكل عنصراً هاماً للسياحة بالنسبة لطلبات مرافق الضيافة السياحية.
 - زيادة الطلب السياحي الذي يسهم من خلاله الانتشار والتوسع في إيجاد مرافق الضيافة المناسبة والتي تعتبر البنية الفوقية اللازمة لاستغلال المقومات السياحية المتنوعة والمنتشرة والتي تلي رغبات السائحين.
 - من أهم ما يحققه الايواء السياحي هو استدامة التنمية العمرانية.
 - يمثل الايواء السياحي وحدة اقتصادية مشتركة تسعى جميع البلدان إلى تحقيقها من أهمها تقديم خدمات المأوى والطعام والشراب للأفراد مقابل اجر معين.
- ولقد حظي القطاع السياحي في المملكة بالاهتمام والدعم اللازمين على جميع المستويات تشريعياً وتنظيمياً ومالياً ولا تزال التسهيلات اللازمة لأجل النمو بهذا القطاع والوصول به إلى المستهدفات النهائية قائمة على أعلى المستويات.
- إن مرافق الضيافة السياحية هي الواجهة الأساسية لاستقبال السياح والضيوف من جميع أنحاء العالم مما يستوجب توفير الخدمة بما يتناسب معهم. فقد وضعت الهيئة مجموعة من التنظيمات الجديدة التي ترسم خريطة مميزة لواقع الفنادق والشقق المخدومة والمنتجعات في المملكة مع تصنيف يبدأ من نجمة واحدة إلى 6، في خطوة نحو ترجمة رؤية المملكة 2030 واستراتيجية تنمية السياحة الوطنية. كما أسهمت التنظيمات في تحسين تجربة الزائر بما يتناسب مع تطلعات القطاع السياحي لتعزيز مكانة المملكة على خريطة السياحة العالمية.
- قامت الحكومة السعودية بالعديد من المبادرات والخطوات الناجحة بهدف وضع السعودية على خارطة السياحة العالمية، أبرز وأحدث هذه الخطوات هي موسم الرياض المليء بالمرح والرفاهية والفعاليات الرائعة، والتي لاقت نجاحاً محلياً وعربياً وعالمياً، حيث كان سبباً جوهرياً بتوافد الملايين من السياح العرب والأجانب لحضور فعالياتهم.
- وتبعاً لذلك في الآونة الأخيرة انتشر ما يعرف بالسكن التشاركي أو بيوت العطلات والتي يطلق عليها الآن مرافق الضيافة الخاصة (كما ورد تسميتها في موقع وزارة السياحة) والتي يملكها أفراد من المواطنين أو المقيمين وهي بدورها

أسهمت في زيادة عدد مرافق الضيافة بالمملكة العربية السعودية وبمدينة الرياض تحديدا وأسهمت أيضا في زيادة الخيارات المتاحة للسائح واسعار أفضل وبالتالي شهدت اقبالا وأفضلية بالنسبة للسائحين خاصة بعد موسم الرياض حيث يُعرّف السكن التشاركي أو المؤقت السياحي وفقاً لما جاء في (المولد، 2020) بأنها هي علاقة قائمة بين طرفين (المالك والمستأجر) حيث يقوم الطرف الأول بتأجير وحداته السكنية لصالح السائح رسمياً على المدى القصير خلال المواسم السياحية نظير مبلغ مقطوع، من خلال التطبيقات التي تتيح هذا النوع من التراخيص. وهناك عدد من الدول المتقدمة التي تطبق هذا النوع من السكن التشاركي ليس فقط في الجانب السياحي بل حتى للسكن العام، ومن بينها «الولايات المتحدة الأمريكية، والدول الأوروبية»، إضافة إلى عدد من البلدان النامية مثل «المغرب، وتونس، ولبنان»، وتُعد أحد أهم الأنماط المهمة لتنمية السياحة على المستوى العالمي.

أما في الرياض فيخطط هذا النوع من الإيواء خطواته الأولى تحت مسمى مرافق الضيافة السياحية حيث تم تعديل لائحته لتتواءم مع أفضل التجارب الدولية وبشراكة مع أبرز الاستشاريين العالميين في مجال الضيافة السياحية الخاصة والتي اشتملت على عدد من الإجراءات والتسهيلات للمستثمرين، إضافة إلى تعديلات تمثل ركيزة مهمة لتنفيذ الاستراتيجية العامة لتنمية السياحة، حيث وضعت اللائحة 7 مميزات لجذب السياح الأجانب للتمتع بالإقامة في المملكة العربية السعودية، أهمها إتاحة أنواع وخيارات للضيوف من خلال إضافة أنواع جديدة مثل المنتجعات والمخيمات، ورياضات وأنشطة ترفيهية، علاوة على تطوير آليات الرقابة للتأكد من جودة الخدمات.

2.3 دور التحول الرقمي في قطاع السياحة بالمملكة

2.3.1 استراتيجية التحول الرقمي لقطاع السياحة في المملكة:

انبثاقاً من أهمية التحول الرقمي وسرعة انتشاره والوصول السريع إلى المعلومات، حيث اجتاحت التحولات الرقمية العالم بعد ما أبرزت جائحة كورونا أهمية التحول الرقمي في تمكين النمو الاقتصادي وريادة الأعمال ولفت أنظار

الشركات السياحية إلى ضرورة اتباع نهج تسويقي استباقي يحفظ وهج وزخم نشاطها أثناء الأزمات ويتيح لها تسخير التقنية الرقمية في كل القطاعات وخاصةً القطاع السياحي ، كل ذلك وغيره أدى إلى رسم معالم مستقبل السياحة الرقمية في المملكة العربية السعودية بدءاً بإطلاق استراتيجية السياحة الرقمية والتي تأتي ضمن جهود الوزارة لتنمية قطاع السياحة المحلية حيث ستساعد في بناء مستقبل السياحة وتحقيق أهداف الرؤية 2030 في هذا الجانب. (باز، 2022)

فلقد تبدل مشهد القطاع السياحي السعودي منذ إطلاق الاستراتيجية الوطنية للسياحة عام 2019، وما أنجزته المملكة في إطار التحوّل الاقتصادي من إصلاحات جوهرية أسهمت في زيادة الاستثمارات. حيث بلغ عدد السياح المحليين (زوار المبيت) 63.8 مليون عام 2021 (زيادة بنسبة 33.6% مقارنةً بعام 2019 وبلغ إنفاق السياح المحليين 80.9 مليار ريال سعودي (زيادة بنسبة 32.2% مقارنةً بعام 2019).

وبلغ عدد الدول المؤهلة لزيارة المملكة من خلال التأشيرة الإلكترونية 49 دولة وهي تشكل 80% من الزيارات الدولية وزادت عدد السجلات التجارية في قطاع السياحة إلى 260% (منذ عام 2015)، وبلغت زيادة عدد تراخيص الأعمال السياحية الجديدة الصادرة عام 2021 53% مقارنةً بعام 2020.

أطلق معالي وزير السياحة الأستاذ أحمد بن عقيل الخطيب استراتيجية السياحة الرقمية في المملكة وتأتي هذه الاستراتيجية ضمن جهود وخطط الوزارة لتنمية قطاع السياحة المحلية وقد جرى الإعلان عنها ضمن فعالية "ليب" العالمية والرائدة في مجال التكنولوجيا. والتي ستساعد على إثراء جهود إعادة بناء قطاع السياحة في المملكة، بما يحقق مستهدفات رؤية المملكة 2030 والتي تعمل على وضع المملكة ضمن أهم الوجهات السياحية في العالم. وأضاف معالي الوزير أن تجربة المملكة في تنفيذ هذه الاستراتيجية ستكون ملهمة لقطاع السياحة العالمي، وأكد على ترحيب المملكة بإبداعات العقول الذكية والمبتكرة من مختلف أرجاء العالم.

وتتضمن الاستراتيجية الرقمية في المملكة 9 برامج إضافة إلى 31 مبادرة يجري العمل على تنفيذها لمدة ثلاثة أعوام حيث سيتم استكمالها بحلول عام 2025.

وسوف يتم من خلال هذه البرامج والمبادرات تطوير بيئة عمل ذكية تدعم رحلة التحول الرقمي في القطاع، بحيث تستفيد منها منظومة السياحة في المملكة، وتوفر منصة شاملة لتلبية كافة الاحتياجات، مع التركيز بشكل أساسي على رضى العميل فيما يخص الخدمات المتاحة. ولتحقيق ذلك سوف تعمل وزارة السياحة على توظيف أحدث التقنيات لتعزيز فعالية اتخاذ القرارات، وتعظيم قيمة البيانات المتوفرة، وإتاحة الفرص الثمينة أمام المستثمرين. ويهدف تطبيق الاستراتيجية إلى توفير تجربة سلسلة للسياح والجهات المعنية بما يدعم ازدهار قطاع السياحة،

كما تعمل الاستراتيجية على تبني نماذج عمل رقمية مبتكرة من شأنها أن تساهم في رفع مستوى الطلب على الخدمات السياحية. وتشمل النماذج الجديدة وضع لوائح مبتكرة لتنظيم الفنادق الذكية، واعتماد طرق مرنة لإجراءات السفر الرقمي، وتوفير تجارب سفر سلسلة للسياح ورجال الأعمال ومنتسبي الجهات الحكومية. كما تشمل تشجيع توفير الخدمات الجديدة وتأسيس الشركات الناشئة في القطاع السياحي من خلال الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي والبيانات لجذب المستثمرين، وتعزيز جاهزية الوجهات، وتبسيط الضوء على الفرص الاستثمارية المتاحة. ويجري العمل ضمن الاستراتيجية على تطوير نظام مرن وفعال يدعم رحلة التحول الرقمي للقطاع، ويساهم في تبني ثقافة الابتكار. واتساقاً مع ذلك، ستقود وزارة السياحة جهود تطوير مؤشر عالمي للسياحة الرقمية بهدف تحفيز المنافسة ضمن القطاع على مستوى العالم.

2.3.2 دور التحول الرقمي في مرافق الضيافة السياحية الخاصة في الرياض:

شكلت البيئة التنظيمية في مدينة الرياض، تغييرات كبيرة تتعلق بشكل رئيسي بالتقنيات الذكية في عصر المعلومات الحديث لتحقيق الأهداف المتوقعة، وقد تعدد نظم أداء الأفراد مقدمي خدمات مرافق الضيافة السياحية، التي تتراوح بين ظهور تكنولوجيا جديدة أو تطبيقات جديدة تلبي احتياجات السائح في بيئة تسويقية جديدة .

أشادت العديد من الجهات إلى أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث أنها تعتبر من العوامل الفعالة في التنمية الاقتصادية وتطورها، فإن جودة الخدمات لن تتم إلا بإتاحة واستخدام التكنولوجيا في مختلف

مجالات السياحة والضيافة، من تخطيط وترويج وتسويق وتعاقد وحجز وتسوية مالية وغيرها من سلسلة مراحل التشغيل، كما أنها تعمل على تحسين الاتصال وتساعد على تطور أداء نشاط العاملين في مرافق الضيافة السياحية الخاصة ودقة المعلومات وغيرها من الإنجازات المحققة.

وقد حققت منظمات الضيافة عبر إدارة تكنولوجيا المعلومات عدة إنجازات تمثلت في تفعيل وإطلاق مبادرات، والعديد من مساهمة الأفراد الهامة في توأم التقنيات الرقمية والخدمات المتقدمة بمخلف المراحل التشغيلية، أبرزها:

- تحديث الأنظمة والأجهزة في البنية التحتية لتقنية المستخدمة في كافة مرافق الضيافة الذكية، وذلك من خلال تركيب أحدث الأجهزة والتقنيات المتاحة كجيل سادس من الشبكة اللاسلكية في أجهزة الشبكة والاتصالات متعددة الاستخدام لتلبي معظم الخدمات التقنية لزوار المرافق.
- العمل على مواءمة عمليات إتمام مراحل تأجير مرفق الضيافة حسب إجراءات نظام دخول وخروج النزلاء، وذلك بتركيب وتشغيل الأنظمة الذكية عن بعد في التحكم الشامل بالأجهزة الإلكترونية والكهربائية وتوفيرها بتقنيات الطاقة المتجددة التي تدعم الاستدامة في المدن الذكية وغيرها من أنظمة الحماية المرئية المتطورة.
- التحسن المستمر لإمكانيات التوأم الرقمي لإداره مرافق الضيافة مع خدمات ذكية والمتصلة لتطوير الحلول التي توفر زيادة الفوائد التشغيلية وملاحظات سريعة من خلال الأجهزة المتصلة كافة مثل إنترنت الأشياء وتحليلات البيانات لقواعد البيانات المتوفرة والسحابة.
- تقديم الأنظمة المحدثة في خدمات الحجز والسداد الإلكتروني عبر القنوات الرقمية لتطبيقات الويب المختصة والتي صُممت للوصول إلى جميع معلومات مزودي خدمات الضيافة الإلكترونية، وأيضا عبر تطبيقات الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية والتي يمكن تحميل التطبيق البرمجي من متاجر التطبيقات الرسمية، ومن ثم إتمام المتطلبات بما يتوافق مع آليات الحجوزات لكل مرحلة.

- وفرت العديد من مرافق الضيافة إمكانية تسجيل الدخول Check in باستخدام تقنيات الذكاء في خلال 30 ثانية في ثلاث خطوات تتضمن تسجيل هوية العميل عبر النظم المتطورة لمطابقة عملية تأكيد الحجز من خلال الكود الرقمي مع جهاز خاص بالعمل، ثم الحصول بشكل تلقائي على مفتاح الغرفة او المرفق الضيافة المؤكد. تستخدم معظم المنصات نظام روبوتات الدردشة للإجابة المباشرة على استفسارات العملاء بشكل فوري على مدار الساعة، كما يمكن استخدام التقنية تحليل البيانات الضخمة لتعزيز اكتساب العملاء والاحتفاظ بالبيانات من خلال قاعدة العمليات الرقمية للمنصة التي يتم فيها، ايضاً تخزين رغبات واحتياجات المستخدمين من الاجراءات السابقة لهم، وتحليلات البيانات الضخمة كمحرك للابتكارات وتطوير خدمات الضيافة والسياحة في التقنيات المستقبلية لمدينة الرياض.

2.3.3 تحليلات البيانات الضخمة Big Data Analytics:

تعد تحليلات البيانات الضخمة استثماراً مهماً لنمو الكثير من المنظمات والافراد رواد الأعمال وخصوصاً في قطاع الضيافة والسياحة، حيث يتم جمع البيانات ومن مجموعة متنوعة من المصادر وتتم معالجتها وتقنية جودة البيانات وتحليلها، وتتضمن تحليلات البيانات الضخمة فحص كميات كبيرة من البيانات. للحصول على نتائج عن الأنماط والارتباطات المخفية وتحقيق رؤى واضحة لاتخاذ قرارات العمل المناسبة.

وفقاً لتقرير BCG، تعد البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي من أحد الابتكارات العالمية الرائدة التي تم استخدامها على نطاق واسع في معظم الصناعات وساهمت هذه الموجة التقنية العميقة Deep Tech بشكل كبير في الابتكارات صناعات الهاتف المحمول والاتصالات السلكية واللاسلكية. <https://www.bcg.com>

على العكس من ذلك، فإن الواقع المعزز / الافتراضي (AR / VR) هو أقل التقنيات استخداماً، مع مدخلات منخفضة نسبياً في الصناعة والخدمات الاستهلاكية والمنتجات وغيرها، وكما أشار (Hobson & Williams 1995) إلى أن الواقع الافتراضي، مجهز بمكونات التصور التفاعلي لتجربة افتراضية في مجال السياحة التي تؤثر على التخطيط لرحلة

السياح وأيضا التأثير على صناعة الضيافة والسياحة في تقديم المرافق كواقع افتراضي. فأن الاستجابة تزايد اتجاه التسويق التجريبي، فإن تكنولوجيا الواقع الافتراضي تتضمن الوسائط المتعددة تساعد المسوقين في السياحة الرقمية (Williams 2006)، الواقع الافتراضي تعد من الأدوات الرقمية الجديدة قادرة على دعم العملاء المستخدمين خلال عملية صنع القرار، من خلال توفير بيانات ومعلومات مخصصة عالية التي تحدث قيمة مضافة في ترويج مرافق الضيافة السياحية.

Williams, P., & Hobson, J. S. (1995). Virtual reality & tourism: Fact or fantasy? Tourism Management, 16 (6), 423-427.

2.3.4 تطبيق التحول الرقمي في مرافق الضيافة السياحية الخاصة في الرياض:

لتوحيد المفاهيم والتأكيد على وضوح استخدامات القنوات الرقمية كجزء رئيسي من البيئة الرقمية للضيافة، فهي وسائل اتصالات رقمية لعرض المعلومات أو تقديم المنتجات والخدمات الرقمية للمستخدمين مثل المواقع أو البوابات الرقمية، تطبيقات الأجهزة الذكية، البريد الإلكتروني، مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي، وغيرها من خدمات مراكز الاتصال.

تشكل هيكل القنوات الرقمية عدد من الوسائل المتعددة للمستخدمين. التي يتم من خلالها تقديم البيانات الرقمية وعرض المنتجات أو الخدمات في مختلف القنوات الرقمية، حيث تمثل هذه القنوات الواجهة للمستخدم، ويمكن أن ترتبط المنصات والمنتجات والخدمات الرقمية في التكامل عبر الأنظمة التقنية في أنواع مراكز الاتصال للقنوات الرقمية.



المرتكزات الأساسية في عمليات القنوات الرقمية، تتمحور حول كل من:

- تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بما توفره من أدوات ووسائل رقمية جديدة لتقديم الخدمات من خلالها، وتعبير عن المنتج الرقمي كحلول رقمية في نطاق واحد تقدم كمجموعة واحدة عن طريق القنوات الرقمية لتمكين المستفيد من انجاز طلب أو خدمه.
 - مرافق الضيافة المملوكة من قبل أفراد، والمدارة من قبل مشغلين آخرين اي الشركات ومنظمات الضيافة ويمثلون جانب العرض.
 - المستخدمون أي (العملاء) ويمثلون جانب الطلب.
- تعتبر تطبيقات الهاتف الذكي من أبرز الأمثلة للتقنيات الذكية، والتي يستفيد منها الكثير من المستخدمين والسائحين عند زيارتهم لمختلف المقاصد من مرافق الضيافة السياحية ومن أبرز الأمثلة لتلك التطبيقات هو تطبيق خرائط جوجل Google Maps، والعديد من التطبيقات تقدم تقنية الوصول إلى الأماكن الأقرب اليك التي يفيد منها المستخدم في التنقل بشكل أسرع في اكتشاف الأماكن والتعرف عليها.
- فيما يلي سنستعرض أبرز القنوات الرقمية كأحد المنافذ لمنصات التي تقدم فيها خدمات الافراد لمرافق الضيافة:
- موقع وتطبيق جاذر ان Gather n تعتبر كأحد منصة مرخصة من وزارة السياحة للسكن التشاركي وتمكين الأفراد استثمار مرافقهم في ادراجها في المنصة، وتأجير أماكن يمتلكها أفراد مثل شقق، فلل، شاليهات، مزارع، استراحات، منتجعات، مخيمات، وغيرها من بيوت العطلات، وتتميز المنصة بآلية الحجز آمنة، وتنوع خيارات خدمات مرافق الضيافة في مدينة الرياض وكافة المناطق حول المملكة العربية السعودية.
 - موقع وتطبيق TripAdvisor كأحد التطبيقات العالمية للمستخدمين المتخصصة في مجال خدمات الحجز لمرافق الضيافة وتخطيط الرحلات السياحية في مساعدة السائح على تخطيط رحلاته السياحية إلى وجية معينة بناءً على إرشادات ملايين السائحين الذين ذهبوا إلى تلك الوجهة من قبل.

- **Airbnb** موقع ويب يقدم خدمات تشاركية في حصول المستأجر على أماكن للإقامة السياحية، وبين تأجير الأفراد مرافقهم حتى يتمكن الضيوف بالاستفادة من الخدمات المقدمة، وتعمل المنصة على تعطيل نموذج الضيافة التقليدي، حيث يختار السياح العيش مع السكان المحليين بدلا من الإقامة في الفنادق، يحتوي الموقع على أكثر من 800 ألف إعلان موزعة حول العديد من مدن العالم، وبدأت Airbnb عام في سان فرانسيسكو، كاليفورنيا 2008 عندما قرر مصممان لهما مساحة إضافية في منزلهما استضافة ثلاثة مسافرين يبحثون عن مكان للإقامة، لتتحول إلى الشركة خاصة ممولة في تأجير كافة العقارات بمختلف أنواعها وصولاً إلى تأجير اليخوت والبواخر، الآن أصبحت المنصة لديها الملايين من حسابات المجانية للمضيفين والضيوف للاستفادة من المرافق الضيافة السياحية، وصلت القيمة التقريبية للشركة في عام 2015 لحوالي 20 بليون دولار أمريكي، وأعلنت مؤخراً عملية الاكتتاب في الأسواق الأمريكية. <https://news.airbnb.com/about-us>
- **ALMosafer** شركة إلكترونية تأسست في المملكة العربية السعودية لتصبح شركة متعددة القنوات، توفر تجربة عملاء سلسلة ومريحة عبر أحدث المنصات الإلكترونية ووكالات السفر و حجوزات الفنادق وبيوت العطلات والشاليهات في المملكة.
- وكما ان هناك تطبيقات محلية للعرض وطلب الخدمات المرافق بمختلف مستويات المحتويات المعلنة من خلالها، مثل بيوت السعودية bayut، سوق المفتوح - Aqar وغيرها.
- **Mabaat** أطلقت شركة مبات العقارية عبر منصتها على الإنترنت في عام 2020، والتي تتبع نهج المسارات الجديدة لقطاع السياحة وتسريع النمو الاقتصادي التشاركي في سوق الإيجارات قصيرة الأجل وإدارة العقارات الراقية نيابة عن ملاكها في مدينة الرياض وعدة مناطق رئيسة في المملكة العربية السعودية، وتساهم في تحسين تنوع الاستثمارات العقارية السكنية. من خلال جذب الضيوف المستأجرين على المدى القصير، والحفاظ على مستويات عالية من الإشغال داخل عقارات المحفظة، ومتابعة العمليات اليومية للمنصة في الحجوزات وجميع العمليات بدءاً من تسجيل الوصول والمغادرة والتنظيف والصيانة وسجلات الخدمة التي تشارك مالكي العقارات في إتمام

جميع العمليات، ويمكنهم تتبع نتائجهم ومستويات الإشغال والأسعار، وضمان الحفاظ على المرافق بعد مغادرة النزلاء.

تعتمد المواقع الالكترونية الكبرى المتخصصة في حجز الخدمات مرافق الضيافة السياحي على قواعد بيانات تتضمن بيانات من مستخدمين لها حول العالم، وتتم عملية البحث على هذه المواقع من خلال تقنيات الذكاء بحيث يمكنها تلبية رغبات واحتياجات المستخدمين بشكل متميز وفقاً للمعايير الخدمات الضيافة التي يتطلع لها العملاء.

2.4 قراءة ميدانية لعوامل نجاح خدمة مرافق الضيافة السياحية الخاصة التي يقدمها الأفراد

2.4.1 تحليل SWOT لواقع استخدام الأفراد للمنصات الذكية لعرض منتجات مرافق الضيافة السياحية الخاصة:

تشكل التقنيات الرقمية عنصراً هاماً للمستثمرين في خدمات الضيافة، فهو يشكل اتحاد العلاقة بين إدارة استراتيجيات الخدمات الرقمية وأعمال الأفراد مقدمين مرافق الضيافة السياحية في كيان واحد، وسعيهم على تحديد وتحقيق الأهداف المتوقعة في سرعة الاستجابة والمرونة.

بناء الاستراتيجية الرقمية تساعد الأفراد مقدمين خدمة المرافق الضيافية على تحقيق المزيد من التقدم في ريادة الأعمال، التي تعتمد على القدرات والمهارات التقنية والمعارف التي يمتلكها الفرد رائد الأعمال، والتي تمكنه من القيام بتنفيذ المهام والأعمال المرتبطة بإدارة المشروعات كالخطيط والتنظيم والتمويل والتسويق، وسماة مرتبطة بالإبداع والابتكار، وقد تتأثر اتخاذ القرارات الاستراتيجية في القدرة الفرد رائد الأعمال على صناعة القرارات الفعالة للخطيط المنظم في دورة حياة المشروع، وتتمثل في اكتشاف الفرص وحل المشكلات، وتعدد المعارف ببناء العلاقات والتفاوض، والمعرفة الاقتصادية والمالية، وكذلك في القدرة على وضع تحليل النقاط الفعالة.

تحليل سوات (SWOT Analysis):

يستخدم تحليل سوات SWOT analysis على نطاق واسع كأحد أهم أساليب التخطيط الاستراتيجي فيما يتعلق بتقييم العوامل الداخلية (من قوة وضعف)، العوامل الخارجية (من فرص وتهديدات) والاستفادة القصوى منها. وتعتمد تحليل SWOT على عمليات الإدارة فيما يلي:

- عملية التنظيم.
- عملية القيادة في التوجيه والتحفيز.
- الرقابة على الأداء المستهدف والأداء الفعلي، كشف الفجوات.

نقاط القوى	نقاط الضعف
• تطبيق وإطلاق المنتجات بشكل أسرع للسوق. • تطوير نماذج أعمال جديدة تركز على النتائج المضمونة، مثل ضمانات أداء الأصول المحددة. • الإمكانات المتقدمة لجمع البيانات وتخزينها. • تعزيز تجربة العملاء، وتحليل السلوك لتحديد تفاعلات العملاء، وتحسين المنتجات والخدمات بشكل مستمر. • المراقبة بشكل لحظي. • تخفيض نفقات الصيانة التشغيلية وانقطاع التشغيل.	• التحديات التقنية: وتتمثل في النواحي التقنية الخاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات- والبرمجيات وأنظمة التشغيل، • نقص في تطبيق المعايير والبروتوكولات التي تنظم العمل الالكترونية. • ضعف الجودة في عرض البيانات في قالب مرئي عالية الدقة. • عدم إدراك بعض الأفراد أصحاب مرافق الضيافة استخدامات المنصات السياحة الرقمية. • عدم مواكبة التطورات في التجارة الرقمية • ضعف التكامل الأنظمة والعمليات.

الفرص	التحديات
• زيادة الكفاءة التشغيلية عبر المعلنين • تخفيض تكاليف الخدمة السياحية المقدمة، وبالتالي تمتع المنتج السياحي بميزة تنافسية. • إنشاء وتشغيل تطبيقات ويب متطورة لخدمات المرافق الضيافة تتطلب قدراً كبيراً من الجهد والوقت وتمويل عمليات التطوير، مع الأخذ في الاعتبار عدم اليقين.	• تعرّض كميات كبيرة من البيانات لخطر الاختراق إذا لم تُوضع آلية حماية للبيانات موثوقة. • القيود المفروضة على مبادرات مشاركة البيانات وقدرات التكامل من أكبر المعوقات في تطوير وفعالية التحول الرقمي. • التحديات الاجتماعية: محدودية المعرفة. • التحديات القانونية

2.4.2 استبانة لقياس جدوى استخدام الافراد كمستثمر للتطبيقات الذكية في عرضه للمنتج:

يقدم هذا الجزء عرضاً للنتائج التي تم التوصل إليها بعد تطبيق أداة البحث والتحليل الإحصائي للبيانات، مع مناقشة هذه النتائج وتفسيرها في ضوء الإطار النظري والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث.

وقد سعى البحث الحالي إلى الإجابة عن التساؤل الرئيس الآتي: " ما دور التحول الرقمي في تمكين الأفراد من

المساهمة في تعزيز مرافق الضيافة السياحية الخاصة في مدينة الرياض؟"

وتفرع عن التساؤل الرئيس الأسئلة التالية:

1. ما دور التحول الرقمي في تنوع الخدمات الرقمية لمرافق الضيافة السياحية الخاصة؟

2. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين وجهة نظر أفراد العينة حول تحديد دور التحول الرقمي في تنوع الخدمات الرقمية لمرافق الضيافة السياحية الخاصة تبعًا لمتغيري (عدد سنوات الاستثمار في خدمات مرفق الصيانة- نوع مرفق الضيافة السياحي)
3. ما أثر التحول الرقمي على الأفراد أصحاب مرافق الضيافة السياحية الخاصة؟
4. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين وجهة نظر أفراد العينة حول تحديد أثر التحول الرقمي على الأفراد أصحاب مرافق الضيافة السياحية الخاصة تبعًا لمتغيري (عدد سنوات الاستثمار في خدمات مرفق الصيانة- نوع مرفق الضيافة السياحي)؟
5. هل يوجد تأثير دال إحصائيًا لاستخدام التطبيقات الرقمية على جودة الخدمات المقدمة في مرافق الضيافة السياحية الخاصة؟

ويتم عرض نتائج كل سؤال على النحو التالي:

نتائج السؤال الأول:

ينص السؤال الأول على: " ما دور التحول الرقمي في تنوع الخدمات الرقمية لمرافق الضيافة السياحية الخاصة؟"

وللإجابة عن السؤال الأول، تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لوجهة نظر أفراد العينة من مستثمري خدمات مرافق الضيافة السياحية الخاصة بمدينة الرياض على المحور الأول من الاستبانة، والمتعلق بتحديد دور التحول الرقمي في تنوع الخدمات الرقمية لمرافق الضيافة السياحية الخاصة، وجاءت النتائج الإجمالية كما يعرض الجدول التالي:

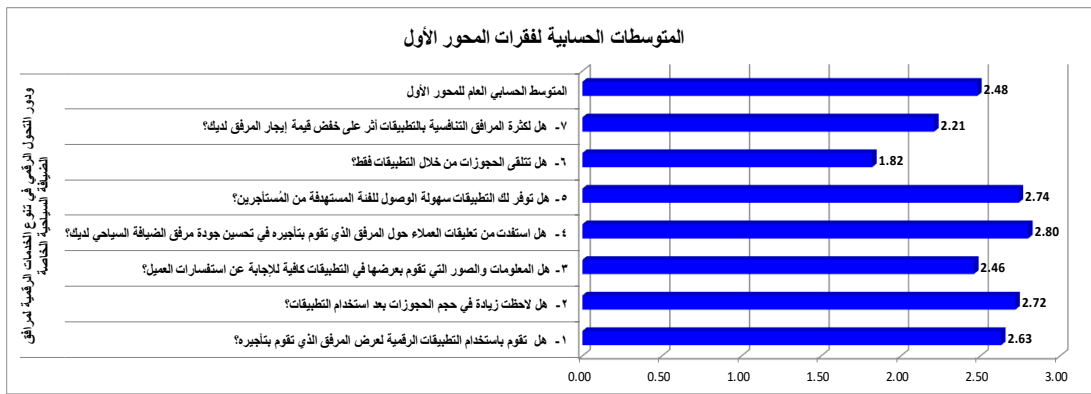
م	الفقرات	التكرارات والنسب	بدائل الاستجابة			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	مستوى الدور	الترتيب
			نعم	أحياناً	لا					
1	هل تقوم باستخدام التطبيقات الرقمية لعرض المرفق الذي تقوم بتأجيريه؟	ت	82	18	12	2.63	0.67	%86.8	كبير	4
		%	73.2	16.1	10.7					
2	هل لاحظت زيادة في حجم الحجوزات بعد استخدام التطبيقات؟	ت	87	19	6	2.72	0.56	%89.8	كبير	3
		%	77.6	17.0	5.4					
3	هل المعلومات والصور التي تقوم بعرضها في التطبيقات كافية للإجابة عن استفسارات العميل؟	ت	59	45	8	2.46	0.63	%81.1	كبير	5
		%	52.7	40.2	7.1					
4	هل استفدت من تعليقات العملاء حول المرفق الذي تقوم بتأجيريه في تحسين جودة مرفق الضيافة السياحي لديك؟	ت	92	18	2	2.80	0.44	%92.4	كبير	1
		%	82.1	16.1	1.8					
5	هل توفر لك التطبيقات سهولة الوصول للفئة المستهدفة من المُستأجرين؟	ت	88	19	5	2.74	0.53	%90.4	كبير	2
		%	78.6	17.0	4.5					
6	هل تتلقى الحجوزات من خلال التطبيقات فقط؟	ت	32	28	52	1.82	0.85	%60.1	متوسط	7
		%	28.6	25.0	46.4					
7	هل لكثرة المرافق التنافسية بالتطبيقات أثر على خفض قيمة إيجار المرفق لديك؟	ت	47	41	24	2.21	0.77	%72.9	متوسط	6
		%	42.0	36.6	21.4					
المتوسط الحسابي العام للمحور الأول										
						2.48	0.63	%81.8	كبير	

جدول 8 النتائج المتعلقة بوجهة نظر أفراد العينة حول تحديد دور التحول الرقمي في تنوع الخدمات الرقمية لمرافق الضيافة السياحية الخاصة (ن=112)

يتبين من الجدول (8) أن المتوسط الحسابي العام للمحور الأول بلغ (2.48) وبوزن نسبي (81.8%)، وهي قيم تؤكد على أن التحول الرقمي له دور كبير في تنوع الخدمات الرقمية لمرافق الضيافة السياحية الخاصة، وذلك من وجهة نظر أفراد العينة من مستثمري خدمات مرافق الضيافة السياحية الخاصة بمدينة الرياض.

وقد احتلت الفقرة رقم (4): "هل استفدت من تعليقات العملاء حول المرفق الذي تقوم بتأجيره في تحسين جودة مرفق الضيافة السياحي لديك؟" المرتبة الأولى بين فقرات المحور الأول بمتوسط حسابي (2.80) وبوزن نسبي (92.4%) وبمستوى كبير، تلتها الفقرة رقم (5): "هل توفر لك التطبيقات سهولة الوصول للفئة المستهدفة من المستأجرين؟" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2.74) وبوزن نسبي (90.4%) وبمستوى كبير.

وحصلت الفقرة رقم (7): "هل لكثرة المرافق التنافسية بالتطبيقات أثر على خفض قيمة إيجار المرفق لديك؟" على المرتبة السادسة – وقبل الأخيرة- بمتوسط حسابي (2.21) وبوزن نسبي (72.9%) وبمستوى متوسط، بينما شغلت الفقرة رقم (6): "هل تتلقى الحجوزات من خلال التطبيقات فقط؟" المرتبة السابعة – والأخيرة- بمتوسط حسابي (1.82) وبوزن نسبي (72.9%) وبمستوى متوسط. والشكل التالي يتضمن تمثيل بياني لهذه النتائج:



رسم توضيحي 3 المتوسطات الحسابية لفقرات المحور الأول

نتائج السؤال الثاني:

ينص السؤال الثاني على: "هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين وجهة نظر أفراد العينة حول تحديد دور التحول الرقمي في تنوع الخدمات الرقمية لمرافق الضيافة السياحية الخاصة تبعاً لمتغيري (عدد سنوات الاستثمار في خدمات مرافق الصيانة- نوع مرافق الضيافة السياحي)؟"

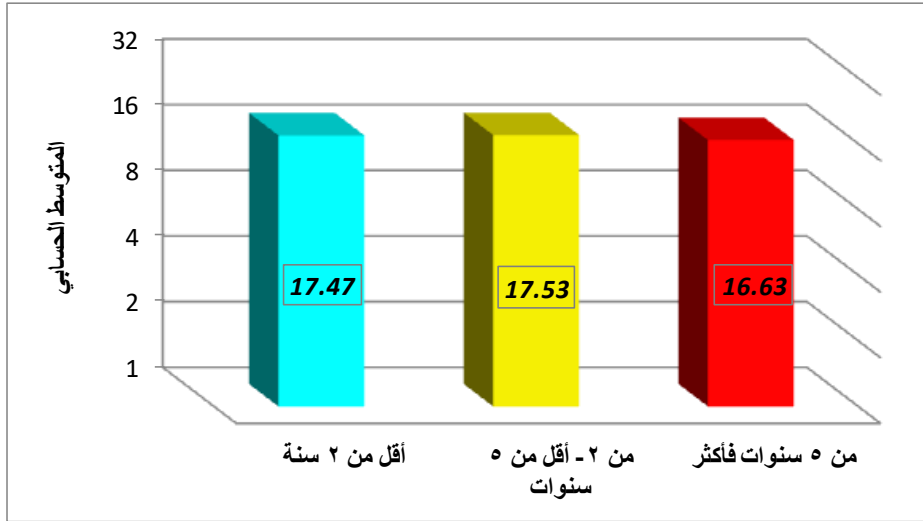
وللإجابة عن السؤال الثاني للبحث، تم استخدام اختبار "تحليل التباين أحادي الاتجاه" (One Way ANOVA) للتعرف على دلالة الفروق بين وجهة نظر أفراد العينة من المستثمرين في خدمات مرافق الضيافة السياحية الخاصة بمدينة الرياض حول تحديد دور التحول الرقمي في تنوع الخدمات الرقمية لمرافق الضيافة السياحية الخاصة تبعاً لمتغيري (عدد سنوات الاستثمار - نوع مرافق الضيافة السياحي).

2.4.2.1 نتائج الفروق تبعاً لمتغير عدد سنوات الاستثمار في خدمات مرافق الصيانة الخاصة:

نتائج اختبار "تحليل التباين" لدلالة الفروق حول تحديد دور التحول الرقمي في تنوع الخدمات الرقمية لمرافق الضيافة السياحية الخاصة تبعاً لمتغير عدد سنوات الاستثمار:

الدلالة الإحصائية	قيمة الدلالة	قيمة "ف"	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
غير دالة إحصائياً	0.442	0.823	5.297	2	10.594	بين المجموعات
			6.437	109	701.656	داخل المجموعات
				111	712.250	التباين الكلي

جدول 9 نتائج اختبار "تحليل التباين" لمتغير عدد سنوات الاستثمار



رسم توضيحي 4 شكل يوضح الفروق حول تحديد دور التحول الرقمي في تنوع الخدمات

2.4.2.2 نتائج الفروق تبعاً لمتغير نوع مرفق الضيافة السياحي:

نتائج اختبار "تحليل التباين" لدلالة الفروق حول تحديد دور التحول الرقمي في تنوع الخدمات الرقمية لمرافق

الضيافة السياحية الخاصة تبعاً لمتغير نوع مرفق الضيافة السياحي.

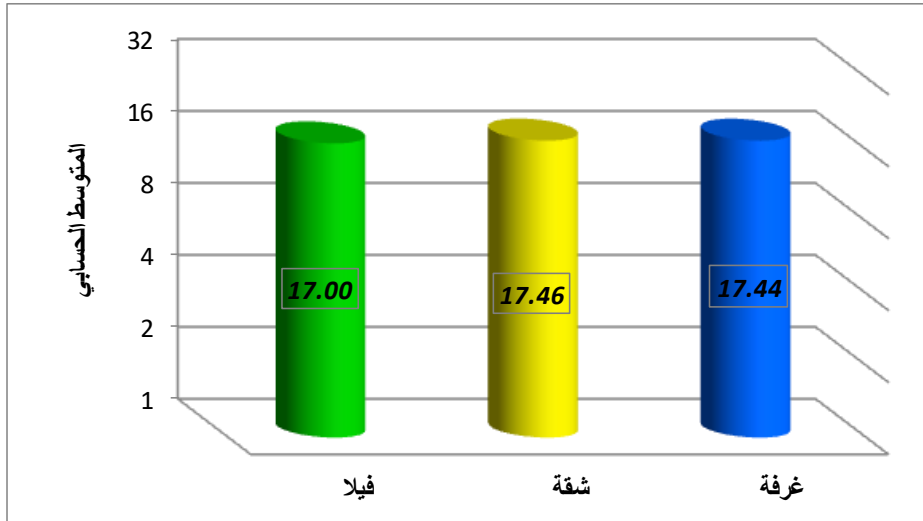
الدالة الإحصائية	قيمة الدلالة	قيمة "ف"	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
غير دالة إحصائياً	0.769	0.264	1.714	2	3.427	بين المجموعات
			6.503	109	708.823	داخل المجموعات
				111	712.250	التباين الكلي

جدول 10 نتائج اختبار "تحليل التباين" لمتغير نوع مرفق الضيافة السياحي

يتبين من الجدول (10) أن قيمة "ف" لاختبار تحليل التباين بلغت (0.264)، وكانت غير دالة إحصائياً، مما يؤكد

على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين وجهة نظر أفراد العينة من مستثمري خدمات مرافق الضيافة

السياحية الخاصة حول تحديد دور التحول الرقمي في تنوع الخدمات الرقمية لمرافق الضيافة السياحية الخاصة بمدينة الرياض تبعاً لمتغير نوع مرفق الضيافة السياحي.



رسم توضيحي 5 الفروق حول تحديد أثر التحول الرقمي على الأفراد أصحاب مرافق الضيافة السياحية الخاصة تبعاً لمتغير نوع المرفق

نتائج السؤال الثالث:

ينص السؤال الثالث على: "ما أثر التحول الرقمي على الأفراد أصحاب مرافق الضيافة السياحية الخاصة؟"

وللإجابة عن السؤال الثالث، تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لوجهة نظر أفراد العينة من مستثمري خدمات مرافق الضيافة السياحية الخاصة بمدينة الرياض على المحور الثاني من الاستبانة، والمتعلق بتحديد أثر التحول الرقمي على الأفراد أصحاب مرافق الضيافة السياحية الخاصة.

وجاءت النتائج الإجمالية كما يعرض الجدول التالي:

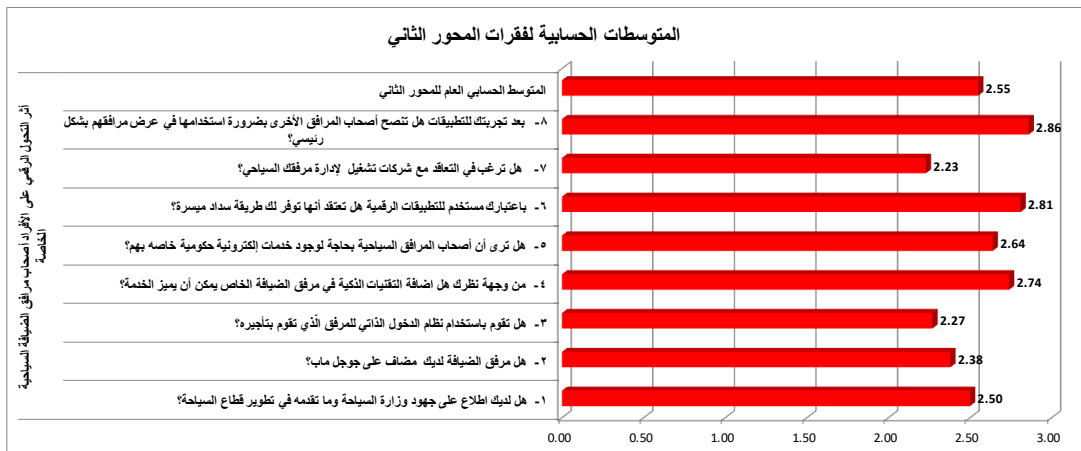
م	الفقرات	التكرارات والنسب	بدائل الاستجابة			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	مستوى الأثر	الترتيب
			نعم	نوعًا ما	لا					
1	هل لديك اطلاع على جهود وزارة السياحة وما تقدمه في تطوير قطاع السياحة؟	ت	71	26	15	2.50	0.72	82.5%	كبير	5
		%	63.4	23.2	13.4					
2	هل مرفق الضيافة لديك مضاف على جوجل ماب؟	ت	65	25	22	2.38	0.80	78.5%	كبير	6
		%	58.0	22.3	19.6					
3	هل تقوم باستخدام نظام الدخول الذاتي للمرفق الذي تقوم بتأجيره؟	ت	58	26	28	2.27	0.84	74.9%	متوسط	7
		%	51.8	23.2	25.0					
4	من وجهة نظرك هل اضافة التقنيات الذكية في مرفق الضيافة الخاص يمكن أن يميز الخدمة؟	ت	88	19	5	2.74	0.53	90.4%	كبير	3
		%	78.6	17.0	4.5					
5	هل ترى أن أصحاب المرافق السياحية بحاجة لوجود خدمات إلكترونية حكومية خاصة بهم؟	ت	80	24	8	2.64	0.61	87.1%	كبير	4
		%	71.4	21.4	7.1					
6	باعتبارك مستخدم للتطبيقات الرقمية هل تعتقد أنها توفر لك طريقة سداد ميسرة؟	ت	94	15	3	2.81	0.46	92.3%	كبير	2
		%	83.9	13.4	2.7					
7	هل ترغب في التعاقد مع شركات تشغيل لإدارة مرفقك السياحي؟	ت	52	34	26	2.23	0.81	73.6%	متوسط	8
		%	46.4	30.4	23.2					
8	بعد تجربتك للتطبيقات هل تنصح أصحاب المرافق الأخرى بضرورة استخدامها في عرض مرافقهم بشكل رئيسي؟	ت	99	10	3	2.86	0.42	94.4%	كبير	1
		%	88.4	8.9	2.7					
المتوسط الحسابي العام للمحور الثاني										
						2.55	0.64	84.1%	كبير	

جدول 11 النتائج المتعلقة بوجهة نظر أفراد العينة

يتضح من الجدول (11) أن المتوسط الحسابي العام للمحور الثاني بلغ (2.55) وبوزن نسبي (84.1%)، وهي قيم تؤكد على أن التحول الرقمي له أثر كبير على الأفراد أصحاب مرافق الضيافة السياحية الخاصة، وذلك من وجهة نظر أفراد العينة من مستثمري خدمات مرافق الضيافة السياحية الخاصة بمدينة الرياض.

وقد حازت الفقرة رقم (8): " بعد تجربتك للتطبيقات هل تنصح أصحاب المرافق الأخرى بضرورة استخدامها في عرض مرافقهم بشكل رئيسي؟" على المرتبة الأولى بين فقرات المحور الثاني بمتوسط حسابي (2.86) وبوزن نسبي (94.4%) وبمستوى كبير، في حين جاءت الفقرة رقم (6): " باعتبارك مستخدم للتطبيقات الرقمية هل تعتقد أنها توفر لك طريقة سداد ميسرة؟" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2.81) وبوزن نسبي (92.3%) وبمستوى كبير.

وحصلت الفقرة رقم (3): " هل تقوم باستخدام نظام الدخول الذاتي للمرفق الذي تقوم بتأجيره؟" على المرتبة السابعة – وقبل الأخيرة- بمتوسط حسابي (2.27) وبوزن نسبي (74.9%) وبمستوى متوسط، بينما حصلت الفقرة رقم (7): "هل ترغب في التعاقد مع شركات تشغيل لإدارة مرفقك السياحي؟" على المرتبة الثامنة – والأخيرة- بمتوسط حسابي (2.23) وبوزن نسبي (73.6%) وبمستوى متوسط. والشكل التالي يتضمن تمثيل بياني لهذه النتائج:



رسم توضيحي 6 المتوسطات الحسابية لفقرات المحور الثاني " أثر التحول الرقمي على الأفراد أصحاب مرافق الضيافة السياحية الخاصة"

نتائج السؤال الرابع:

ينص السؤال الرابع على: "هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين وجهة نظر أفراد العينة حول تحديد أثر التحول الرقمي على الأفراد أصحاب مرافق الضيافة السياحية الخاصة تبعاً لمتغيري (عدد سنوات الاستثمار في خدمات مرفق الصيانة- نوع مرفق الضيافة السياحي)؟"

وللإجابة عن السؤال الرابع للبحث، تم استخدام اختبار "تحليل التباين أحادي الاتجاه" (One Way ANOVA) للتعرف على دلالة الفروق بين وجهة نظر أفراد العينة من المستثمرين في خدمات مرافق الضيافة السياحية الخاصة بمدينة الرياض أثر التحول الرقمي على الأفراد أصحاب مرافق الضيافة السياحية الخاصة تبعاً لمتغيري (عدد سنوات الاستثمار - نوع مرفق الضيافة السياحي)، وجاءت النتائج كما يلي:

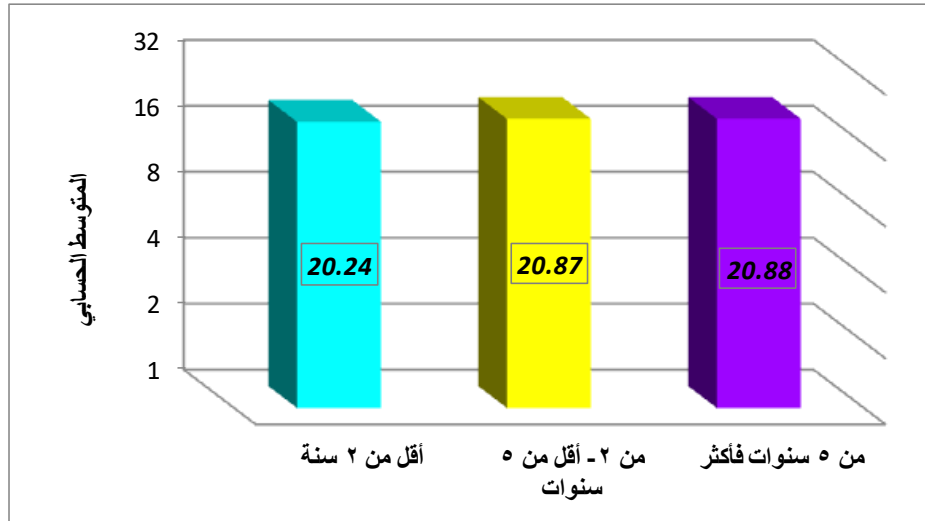
2.4.2.3 نتائج الفروق تبعاً لمتغير عدد سنوات الاستثمار في خدمات مرافق الصيانة الخاصة:

نتائج اختبار "تحليل التباين" لدلالة الفروق حول تحديد أثر التحول الرقمي على الأفراد أصحاب مرافق الضيافة السياحية الخاصة تبعاً لمتغير عدد سنوات الاستثمار.

الدلالة الإحصائية	قيمة الدلالة	قيمة "ف"	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
غير دالة إحصائياً	0.412	0.893	7.718	2	15.436	بين المجموعات
			8.643	109	942.126	داخل المجموعات
				111	957.563	التباين الكلي

جدول 12 نتائج اختبار "تحليل التباين" لدلالة الفروق حول تحديد أثر التحول الرقمي على الأفراد لمتغير عدد سنوات الاستثمار

يتضح من الجدول (12) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين وجهة نظر أفراد العينة من مستثمري خدمات مرافق الضيافة السياحية الخاصة حول تحديد أثر التحول الرقمي على الأفراد أصحاب مرافق الضيافة السياحية الخاصة بمدينة الرياض تبعاً لمتغير عدد سنوات الاستثمار في خدمات مرافق الضيافة.



رسم توضيحي 7 الفروق حول تحديد أثر التحول الرقمي على الأفراد أصحاب مرافق الضيافة السياحية الخاصة تبعاً لمتغير عدد سنوات الاستثمار

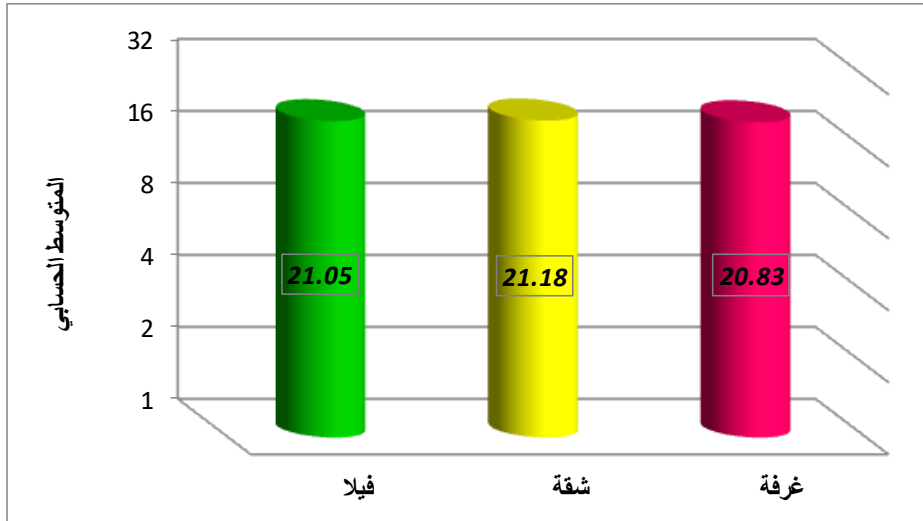
2.4.2.4 نتائج الفروق تبعاً لمتغير نوع مرفق الضيافة السياحي:

الدلالة الإحصائية	قيمة الدلالة	قيمة "ف"	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
غير دالة إحصائياً	0.413	0.891	7.698	2	15.396	بين المجموعات
			8.644	109	942.166	داخل المجموعات
				111	957.563	التباين الكلي

جدول 13 نتائج اختبار "تحليل التباين" لدلالة الفروق حول تحديد أثر التحول الرقمي على الأفراد تبعاً لمتغير نوع مرفق الضيافة السياحي

يتبين من الجدول (13) أن قيمة "ف" لاختبار تحليل التباين بلغت (0.891)، وكانت غير دالة إحصائياً، مما يؤكد على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين وجهة نظر أفراد العينة من مستثمري خدمات مرافق الضيافة

السياحية الخاصة حول تحديد أثر التحول الرقمي على الأفراد أصحاب مرافق الضيافة السياحية الخاصة بمدينة الرياض تبعاً لمتغير نوع مرفق الضيافة السياحي.



رسم توضيحي 8 الفروق حول تحديد أثر التحول الرقمي على الأفراد أصحاب مرافق الضيافة السياحية الخاصة تبعاً لمتغير نوع المرفق

نتائج السؤال الخامس:

ينص السؤال الخامس على: "هل يوجد تأثير دال إحصائيًا لاستخدام التطبيقات الرقمية على جودة الخدمات

المقدمة في مرافق الضيافة السياحية الخاصة؟"

وللإجابة عن السؤال الخامس تمت صياغة الفرض الآتي: "يوجد تأثير دال إحصائيًا عند مستوى (0.05) لاستخدام

التطبيقات الرقمية على جودة الخدمات المقدمة في مرافق الضيافة السياحية الخاصة".

ولاختبار صحة هذا الفرض، تم إجراء تحليل الانحدار الخطي (Linear Regression)، لتحديد تأثير استخدام

التطبيقات الرقمية على جودة الخدمات المقدمة في مرافق الضيافة السياحية الخاصة، وجاءت النتائج على النحو

الآتي:

الدالة الإحصائية	قيمة الدالة	قيمة "F"	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
0.05	0.00	60.379	339.340	1	339.340	الانحدار
			5.620	110	618.223	البواقي
				111	957.563	المجموع

جدول 14 نتائج اختبار تحليل التباين لمعنوية نموذج تحليل الانحدار

يتضح من الجدول (14) أن النسبة الفائية بلغت (60.379)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05). وهذا يؤكد على معنوية نموذج تحليل الانحدار ويشير إلى وجود تأثير دال إحصائياً لاستخدام التطبيقات الرقمية على جودة الخدمات المقدمة في مرافق الضيافة السياحية الخاصة.

المتغير التابع	المتغير المستقل	معامل الانحدار B	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	النسبة المئوية للإسهام %	قيمة "T"	مستوى الدلالة	الدالة الإحصائية
استخدام التطبيقات الرقمية	الثابت	8.445	0.565	0.354	35.4%		0.00	0.05
	جودة الخدمات المقدمة	0.690						0.05

جدول 15 نتائج تحليل الانحدار الخطي لتأثير استخدام التطبيقات الرقمية على جودة الخدمات المقدمة في مرافق الضيافة السياحية الخاصة

يتبين من الجدول (15) أن معامل التحديد (R square) بلغ (0.354)، وهي قيمة تدل على أن استخدام التطبيقات الرقمية يؤثر بنسبة (35.4%) على جودة الخدمات المقدمة في مرافق الضيافة السياحية الخاصة بمدينة الرياض.

2.5 الدراسات السابقة:

1. دراسة: حسن، م.، محمد، & عبد العاطي. (2018).

عنوان الدراسة:

" استخدام العملاء المحليين لتطبيقات الهواتف الذكية في حجز الغرف الفندقية."

هدف الدراسة:

تحديد مدى استخدام عملاء الفنادق المحليين لتطبيقات الهواتف الذكية في حجز الفنادق.

عينة البحث:

تم أخذ عينة تتكون من (500) عميل من العملاء المحليين وهم فئة الشباب الذين يمتلكون الدراية المثلى في استخدام الأجهزة الذكية.

نتائج الدراسة:

- حاجة شركات التطبيقات إلى تحسين سرعة دخول العملاء للتطبيقات الذكية.
- التطبيقات الذكية يجب أن تكون سهلة الاستخدام وبسيطة غير معقدة ليتمكن الأفراد من استخدامها.
- على الشركات المتخصصة بالتطبيقات العمل على تقليل التنبيهات الصادرة من التطبيقات.
- يجب أن يكون هناك تواصل بين الفنادق وشركات التطبيقات الذكية بهدف تحسين الخدمة والتأكد من تحديث معلومات الفنادق والسياسات لها بشكل دوري.
- يجب أن يتخلى العملاء المحليين عن طريقة الحجوزات التقليدية وإعطاء الثقة للتطبيقات الذكية في إتمام عمليات الحجوزات.

2. دراسة: ماجد & عامر & وسام (2018)

عنوان الدراسة:

"تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثرها في جودة خدمة قطاع السياحة والفندقة."

هدف الدراسة:

هدف البحث إلى بيان مقدار اسهام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جودة الخدمات السياحية والفندقية وتحديد العلاقة والأثر بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وجودة الخدمات السياحية.

منهج البحث:

اعتمد البحث على المنهج الوصفي والتحليلي.

عينة البحث:

نسبة 20% (عشوائية) من النزلاء في أربعة فنادق في العاصمة العراقية بغداد.

نتائج الدراسة:

يعد قطاع السياحة والفندقة هو الأكثر ريادة في الانترنت بسبب توافقه التام مع الوسائل التكنولوجية التفاعلية، وقدرته على استيعاب مجموعة شاملة من التطبيقات الخاصة بخدمات السياحة الالكترونية، تتوزع من الخدمات الكلاسيكية العادية إلى جوازات الطيران.

3. دراسة: شريف، سويلم، ابالحبيب، & عبد القادر/مؤطر. (2019).

عنوان الدراسة:

"استخدام المتعاملين السياحيين للإعلام الإلكتروني ودوره في تنمية السياحة المحلية."

هدف الدراسة:

- تقييم الاعلام الالكتروني المحلي على مستوى ولاية أدرار من خلال الوقوف على مدى استخدامه والخدمات التي يقدمها محلياً.
- تشخيص واقع السياحة في ولاية أدرار وإبراز المقومات السياحية التي تزخر بها.
- معرفة مدى اعتماد متعاملي السياحة المحلية على الإعلام الالكتروني في نشاطاتهم السياحية.

منهج البحث:

تم استخدام المنهج المسحي.

عينة البحث:

تم اختيار العينة الطبقية العشوائية من (الوكالات السياحية، الفنادق والجمعيات والهيئات السياحية).

نتائج الدراسة:

- جميع المتعاملين السياحيين يفكرون في توسيع نشاطهم وخدماتهم عبر الانترنت كوسيلة إعلامية الكترونية.
- أغلب المتعاملين السياحيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي كمنصة إعلامية إلكترونية للترويج لنشاطاتهم وتسويق خدماتهم والبعض الآخر يعتمد على البريد الإلكتروني.

4. دراسة: زقب، عسيلة، عبد الفتاح، محده، & ابراهيم. (2019).

عنوان الدراسة:

"التسويق الإلكتروني ودوره في صناعة السياحة".

هدف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تبيان أهمية التسويق الإلكتروني ودوره في صناعة السياحة في ظل التغيرات الجذرية الحاصلة في البيئة التسويقية والتي دفعت العديد من الهياكل السياحية والفندقية إلى إعادة التفكير في الدور الأساسي للتسويق.

منهج البحث:

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي.

عينة البحث:

تم اختيار المركب السياحي بمنتجع " الغزال الذهبي " كعينة.

نتائج الدراسة:

أظهرت الدراسة أن المركب السياحي لا يركز كثيراً على استراتيجيات التسويق السياحي الإلكتروني وبالأخص استراتيجية التسويق التنافسية بحكم أنه الوحيد بالمنطقة والوطن.

5. دراسة: قادري عبد القادر (2019)

عنوان الدراسة:

"السياحة العالمية وعلاقتها بالتحول الرقمي العالمي في عصر الانترنت".

هدف الدراسة:

تناولت الدراسة موضوع السياحة العالمية ومؤشراتها الأساسية، بهدف معرفة العلاقة بين حركة السياحة والتطور في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عبر العالم.

منهج البحث:

استخدام النهج التحليلي من خلال جدول لتحليل الإحصائي للمؤشرات المستخرجة من التقارير الدولية، والمواقع الرسمية لتغطية البيانات الخاصة بالدراسة.

عينة البحث:

عدد السياح الوافدين، عدد مستخدمي الانترنت، عدد المواقع الالكترونية السنوية عبر العالم.

نتائج الدراسة:

يوجد تأثير إيجابي للتحويل الرقمي العالمي على حركة السياحة العالمية.

6. دراسة: جعفري، زكريا، مليك، & محمد. (2021).

عنوان الدراسة:

" أثر التسويق الإلكتروني في الترويج للخدمات السياحية."

هدف الدراسة:

يهدف البحث إلى دراسة تأثير التسويق الإلكتروني على جودة الخدمة السياحية وتحقيق نتائج موضوعية قابلة للتعميم مجتمع البحث الأصلي.

منهج البحث:

استعانة الدراسة بالمنهج الوصفي حيث أنه يُعد من أكثر مناهج البحث ملائمة للعلوم الاجتماعية ومنها الاتصالية، كما أن هدف الدراسات الوصفية هو شرح خصائص ظاهرة.

عينة البحث:

تم اعتماد وكالة قراي تور بولاية أم البواقي لكونها تستخدم دمج التكنولوجيا في عملها وكذلك حيوية موقعها.

نتائج الدراسة:

- وجود علاقة بين التسويق الإلكتروني وتطوير تقديم الخدمات السياحية.
- التسويق الإلكتروني يساهم في توفير المعلومات للوكالة السياحية فيما يخص العملاء.

7. دراسة: مسعود، دشري، لندة، بوصبيح ابراهيم، عبد الغني، & معيزة. (2020).

عنوان الدراسة:

" دور التسويق الإلكتروني السياحي والفندقي في تدعيم التنمية السياحية دراسة حالة-مجموعة من المؤسسات السياحية والفندقية في ولاية الوادي."

هدف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى معرفة دور التسويق الإلكتروني السياحي والفندقي في تدعيم التنمية السياحية في ولاية الوادي. وأيضاً تهدف إلى إبراز دور التسويق الإلكتروني السياحي في تدعيم التنمية السياحية والتعرف على عناصر المزيج التسويقي الإلكتروني السياحي والفندقي.

منهج البحث:

المنهج الوصفي والمنهج التحليلي الذي اعتمد عليه في التعليق على مختلف الجداول والأشكال وغيرها.

عينة البحث:

عينة الدراسة عبارة عن (93) استمارة وزعت على عمال وإداريين في وكالات سياحية وفنادق في ولاية الوادي وتم اختيارهم وفق المعاينة العشوائية.

نتائج الدراسة:

- ضرورة توسيع استخدام التسويق الالكتروني السياحي والفندقي لدى مختلف المؤسسات السياحية والفندقية بهدف جذب السياح الأجانب.
- يكمن جوهر التسويق الالكتروني السياحي والفندقي في التعرف على احتياجات ورغبات السياح من خلال التنسيق بين جميع عناصر وأنشطة التسويق الالكتروني.
- التسويق الالكتروني السياحي ساعد على تخفيض تكاليف المؤسسات السياحية وزيادة سرعة الاستجابة والوصول للسواح.
- يعتبر التسويق الالكتروني السياحي من المحددات الرئيسية للتنمية وتفعيل قطاع السياحة.

8. دراسة: براحلية فاطمة الزهراء، & دزيري جميل منال، هرامزة لينة. (2020).

عنوان الدراسة:

"مساهمة الاتصال الرقمي في تطوير الخدمات السياحية."

هدف الدراسة:

- الوصول إلى معرفة الدور الذي يلعبه الاتصال الرقمي في تفعيل وتنشيط الخدمات السياحية.
- محاولة معرفة المعوقات التي تحول دون الاستغلال الأمثل لتكنولوجيا الاتصالات الرقمية في الخدمة السياحية.
- تحليل العلاقات التكاملية بين الاتصال الرقمي وتكنولوجيات الاتصال الحديثة والخدمات السياحية المقدمة من طرف مؤسسات السياحة والسفر.

منهج البحث:

اعتمدت الدراسة على استخدام المنهج الوصفي التحليلي.

عينة البحث:

تم استخدام العينة العشوائية المنتظمة بأسلوب الدورة (الأسبوع الصناعي) بحيث تم اختيار الأحد من الأسبوع الأول والاثنين من الأسبوع الثاني والثلاثاء من الأسبوع الثالث وهكذا إلى ان ينتج بناء الفترة الزمنية للعينة. كما تم اختيار وكالة أطلس التونسية للسياحة ووكالة يوبي تور الجزائرية للسياحة كمثال للوكالات السياحية.

نتائج الدراسة:

- تقبل الجمهور للاعتماد على الوسائل الحديثة للاتصال الرقمي في عرض الخدمات.
- تبين ان الوكالات السياحية تهتم بالصفحة الرئيسية الخاصة بها على الفيسبوك من خلال نشر المنشورات التي تجذب العملاء.
- تعتمد الوكالات السياحية على الوسائل الرقمية الحديثة لترويج خدماتها من خلال اللجوء للفيسبوك والمواقع الإلكترونية واليوتيوب.

9. دراسة: بسام & رضا (2021).

عنوان الدراسة:

أثر التحول الرقمي على تحقيق الأهداف الاستراتيجية في شركة مصر للطيران.

هدف الدراسة:

هدفت الدراسة إلى استكشاف الدور الوسيط لكل من اليقظة الإستراتيجية والابتكار التنظيمي في العلاقة بين التحول الرقمي والأهداف الإستراتيجية في شركة مصر للطيران.

منهج البحث:

استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وكذلك استمارة الاستبانة لتحقيق هدف الدراسة.

عينة البحث:

عينة عشوائية على العاملين في شركة مصر للطيران وفروعها.

نتائج الدراسة:

أوضحت نتائج الدراسة أن اليقظة الإستراتيجية والابتكار التنظيمي يلعبان دوراً وسيطاً في العلاقة بين التحول الرقمي وتحقيق الأهداف الإستراتيجية في شركة مصر للطيران.

10. دراسة: فتيحة، معنان، زهراء، كانش، كانش خميسي & براي (2021).

عنوان الدراسة:

" التحول الرقمي كألية لتدعيم التسويق السياحي والفندقي."

هدف الدراسة:

يهدف البحث إلى معرفة دور التحول الرقمي في تدعيم التسويق السياحي، حيث تضمنت الدراسة لبعض الفنادق السياحية.

ويهدف البحث أيضا إلى اظهار دور وتأثير كل من التحول الرقمي والتسويق السياحي فيها، وذلك للوصول إلى فهم أفضل لمدى تأثير التحول الرقمي على التسويق السياحي والفندقي، وبيان مدى فاعلية التسويق السياحي على أداء الفنادق السياحية.

منهج البحث:

استعانة الدراسة بالمنهج الوصفي لدراسة المشكلة ووصفها وصفا دقيقا، فمن خلاله يتم إزالة الغموض على بعض المفاهيم المتعلقة بالتحول الرقمي.

عينة البحث:

تم اخذ عينة لخدمات فندق (Campanile Smart LyonEst) وفندق (Eccleston Squqre)

نتائج الدراسة:

التدرج في عمليات التحول الرقمي من خلال توفر العامل المناسب للتنظيم على غرار التدريب والتأهيل والعمل على تطوير برمجيات التكنولوجيا الحديثة للتحول الرقمي والعمل على تعميمه في العديد من الدول.

11. دراسة: نهله وسماح (2021)

عنوان الدراسة:

"تأثير التحول الرقمي على القدرة التنافسية والقيمة المضافة للقطاع السياحي."

هدف الدراسة:

يهدف البحث إلى إبراز أهمية التحول الرقمي على تطوير المنتج السياحي وأثره على تنمية القطاع السياحي المصري.

منهج البحث:

المنهج الوصفي الاستنباطي وقد تم استخدام البحث الميداني عن طريق توزيع الاستبانة.

عينة البحث:

عينه عشوائية (150 مفردة) من المعنيين والمخططين للنشاط السياحي والسفر بالأجهزة السياحية الحكومية في شركات السياحة، وكذلك المسؤولين في وزارة السياحة والخبراء المختصين في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

نتائج الدراسة:

وجود أهمية لتوافر البنية الأساسية والاستراتيجيات الأساسية اللازمة لتطبيق التحول الرقمي والعمل على نشر الخدمات الرقمية المستهدفة في المؤسسات بالإضافة إلى أهمية العمل على إزالة الصعوبات التي تواجه تطبيق التحول الرقمي في قطاع وتطوير المنتج السياحية السياحة السياحي المصرية المصري.

12. دراسة: محمد، فاروق & إسلام (2021)

عنوان الدراسة:

"تأثير تطبيقات الهواتف الذكية على أداء الشركات السياحية فئة أ."

هدف الدراسة:

تناولت الدراسة التعرف على مدى استخدام تطبيقات الهواتف الذكية، وتأثير استخدامها في رفع كفاءة وفعالية أنشطة وخدمات شركات السياحة فئة أ.

منهج البحث:

تم استخدام المنهج الوصفي.

عينة البحث:

تم اختيار العينة العشوائية البسيطة لاختيار عينة الدراسة من الشركات السياحية فئة أ بالقاهرة الكبرى حيث تم توزيع 300 استمارة واسترداد 272 استمارة.

نتائج الدراسة:

أظهرت النتائج أن العديد من الشركات السياحية لديها ضعف كبير في الأداء الإلكتروني حيث يوجد عدد كبير منها لا يوجد لديهم مواقع الكترونية، وأن استخدام شركات السياحة لتطبيقات الهواتف الذكية سوف يساعد في التواصل المستمر مع العملاء في أي وقت مما يزيد من الاهتمام بآرائهم.

13. دراسة: زينب عباس زعزوع، شريف حمدي. (2021).

عنوان الدراسة:

"تأثير وباء كوفيد-19 على نجاح واستقرار المشروعات الصغيرة والمتوسطة في جمهورية مصر العربية"

هدف الدراسة:

التقدم بمقترحات وتوصيات قد تساعد أصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة وكذلك متخذي القرار في إيجاد الحلول والوسائل المناسبة لمواجهة وباء كوفيد-19.

منهج البحث:

الدراسة الاستطلاعية، والمنهج الوصفي التحليلي.

عينة البحث:

عينة الدراسة 384 مشاركاً وهم مديرون وموظفون وملاك المشروعات الصغيرة أو متوسطة، وقد تم مراعاة أن تكون تلك العينة ممثلة للمجتمع الأصلي.

نتائج الدراسة:

وضع مجموعة من السيناريوهات لمواجهة الازمات، ينتج عن تعديل بعض الفنيات في بيئة العمل حتى تتماشى مع الوضع الحالي من حيث الانفاق على المشروعات والتوظيف واستيراد المواد الخام. كما يجب الاستفادة القصوى من التكنولوجيا، وتزويد العاملين بالوسائل والادوات اللازمة للعمل عن بعد في وقت الازمات.

14. دراسة: رشا عبد الحميد أحمد. (2021).

عنوان الدراسة:

"تفاعلية الإعلانات بالمواقع الالكترونية وعلاقتها بجودة الخدمات."

هدف الدراسة:

هدفت الدراسة إلى معرفة الدور التي تقوم به الإعلانات الإلكترونية في عملية الترويج الإلكتروني بشركات السياحة المصرية، باختلاف نمط ملكيتها (حكومية – خاصة) وذلك في ضوء اختبار مجموعة من المتغيرات الوسيطة مثل جودة الخدمات السياحية.

منهج البحث:

الدراسات الوصفية ونهج المسح وتحليل المضمون.

عينة البحث:

الشركات السياحية في مصر باختلاف ونمط ملكيتها (قطاع عام وخاص) والتي لها مواقع الكترونية وعينة عمدية لمواقع الشركات السياحية الممثلة بالقطاع الحكومي والخاص وحوالي (12) موقعا الكترونيا.

نتائج الدراسة:

يمثل الموقع الإلكتروني للشركات السياحية المتمثلة في القطاع الخاص والقطاع الحكومي الوجود الرسمي لها عبر الشبكة العنكبوتية وقد تميزت الشركات السياحية الخاصة منها والحكومية بتقديم مواقعها بأكثر من لغة. أظهرت نتائج الدراسة التحليلية للموقع الإلكتروني للشركات السياحة اهتمام الشركات عينة الدراسة باستخدام أسلوبين) تكنيك السحب- تكنيك الدفع (، في تقديم المعلومات والبيانات المختلفة على مواقعها الإلكترونية، مما يزيد من التفاعلية بين مسؤولي الشركة والعملاء.

تميز الموقع الإلكتروني لشركة مصر للسياحة والكرنك كعينة حكومية بتقديم المضمون بشكل بسيط لتسهيل التصفح لزيادة الاستخدام بالإضافة إلى سرعة تحميل الموقع، كما أن هناك اهتمام بتقديم معلومات كاملة عن نشأة الشركة والخدمات التي تقدمها، وكذلك الشركات الخاصة.

عقد مؤتمر سنوي لممثلي شركات السياحة ومسؤولي وزارة السياحة والغرف السياحية لبحث مشاكل وعرض المقترحات المستقبلية في ظل الاعلام الرقمي، حتى لا يكون هناك حاجز بين القطاع الحكومي والخاص.

15. دراسة: حفيظة سليمان البراشدية (2021).

عنوان الدراسة:

"ريادة الأعمال الرقمية ظل جائحة كورونا (كوفيد19) الفرص والتحديات."

هدف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى التعرف على دور جائحة كورونا في إعادة تشكيل قطاع ريادة الأعمال، والتعرف على الفرص والتحديات أمام ريادة الأعمال الرقمية عالميًا.

منهج البحث:

استخدمت الدراسة المنهج النوعي التحليلي؛ وذلك من خلال استخدام طريقة تحليل SWOT لواقع ريادة الأعمال الرقمية في سلطنة عمان.

عينة البحث:

تم اخذ عينة لقطاع ريادة الأعمال الرقمية بسلطنة عمان

نتائج الدراسة:

إمكانية استخدام Big Data لتوظيف البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي في تعزيز استخدام المعلومات لإنجاح مشاريع ريادة الأعمال الرقمية في السلطنة ودراسة التحديات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نحو التحول الرقمي.

16. دراسة: عبد المنعم درويش، ص.، & صفوت. (2022).

عنوان الدراسة:

"أثر تقنية المساعدين الافتراضيين على فعالية أداء التسويق الرقمي في الفنادق الخمس نجوم."

هدف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على أثر تقنية المساعدين الافتراضيين على فعالية أداء التسويق الرقمي في الفنادق الخمس نجوم.

منهج البحث:

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي.

عينة البحث:

مجموعة من العاملين بالإدارة العليا والتسويق بالفنادق الخمس نجوم عدد (25) فندق بمحافظة (القاهرة - الإسكندرية).

نتائج الدراسة:

- أدراك غالبية افراد عينة الدراسة لمفهوم تقنية المساعدين الافتراضيين.
- وجود أثر لتقنية المساعدين الافتراضيين في فعالية التسويق الرقمي من خلال متقوم به التقنية من (تعديل التصميمات الاعلانية، توفير المعلومات عن العملاء والسوق السياحي، الوصول إلى نتائج دقيقة وسريعة).
- تطبيق تقنية المساعدين الافتراضيين يسهم في تلاشي المشكلات السابقة للتواصل باستخدام الذكاء الاصطناعي من خلال استخدام الأسلوب البشري في التواصل مع العملاء من خلال قاعدة بيانات سابقة.

17. دراسة: بوضياف (2022).

عنوان الدراسة:

"أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الميزة التنافسية للمؤسسة السياحية دراسة عينة من الوكالات السياحية بولايات: بسكرة -باتنة- سطيف"

هدف الدراسة:

هدفت الدراسة إلى تحديد أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسات السياحية.

منهج البحث:

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي.

عينة البحث:

الوكالات السياحية بولايات (بسكرة، باتنة وسطيف).

نتائج الدراسة:

- أغلب زبائن الوكالات السياحية لا يقبلون على الحجز عبر شبكة الانترنت بسبب عدم تعميم خدمة الدفع الالكتروني على الخط ويفضلون الحجز عبر الوكالات السياحية على اعتبار انهم مضطرون للذهاب إلى الوكالات لإتمام عملية الدفع المالي.
- توجد علاقة ارتباط بين "تكنولوجيا المعلومات والاتصال" و"الميزة التنافسية" حيث قدرت شدة الارتباط ب 72% وهي نسبة جيدة جداً.
- أغلب الوكالات السياحية التي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي للترويج الإعلان تتحصل على إيرادات مالية عالية.

18. دراسة: زينب حسين عبد الجابر محمد، م.، محمد، محمد احمد غنام & نها (2022).

عنوان الدراسة:

"تأثير التحول الرقمي على مستوى أداء جودة الخدمة المقدمة بالقطاع السياحي والفندقي وفقا لرؤية مصر 2030م."

هدف الدراسة:

التعرف على تأثير التحول الرقمي على مستوى أداء جودة الخدمة المقدمة بالقطاع السياحي والفندقي وفقا لرؤية مصر 2030 والتعرف على العلاقة التأثيرية بين التحول الرقمي وتحسين مستوى أداء جودة الخدمة المقدمة بالقطاع السياحي والفندقي.

منهج البحث:

الدراسة الاستنباطي والمنهج الوصفي التحليلي.

عينة البحث:

تم تحديد عينة البحث بأربعة بيانات ديموغرافية تمنح العينة مزيداً من الشمولية تمثلت في (النوع ، العمر ، مقر العمل ، سنوات الخبرة.

نتائج الدراسة:

ضرورة الإسراع في المشروع القومي للتحول الرقمي وفقا لرؤية مصر 2030م وقيام الدولة بدعم استراتيجيات التسويق الالكتروني السياحي والفندقي لدعم الأسواق السياحية الحالية والمرتبطة لتنمية الحركة السياحية بمصر.

19. دراسة: الموجي (2022).

عنوان الدراسة:

" دور التحول الرقمي في رفع كفاءة العاملين في المجال السياحي."

هدف الدراسة:

- دراسة مفهوم التحول الرقمي وأهمية تطبيقه في قطاع السياحة.
- إبراز أسباب التحول من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الرقمية الحديثة.
- دراسة الإجراءات التي تم اتخاذها لتطبيق التحول الرقمي في القطاع السياحي.
- استعراض وتحليل طرق الإدارة الرقمية كمفهوم مبتكر لثورة المعلومات.
- تقديم وعرض بعض التقنيات والوسائل الرقمية اللازمة في قطاع السياحة.

منهج البحث:

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري بناءً على أسلوب البحث المكتبي، وعلى الجانب الاستنباطي في الدراسة الميدانية.

عينة البحث:

عينة من المسؤولين والمختصين بوزارة السياحة والهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي ووزارة الآثار والمديرون التنفيذيون ومديرو التسويق والسياحة بشركات السياحة فئة (أ).

نتائج الدراسة:

أشار الخبراء بوزارة السياحة أن تطبيق التحول الرقمي تم بشكل أولي وسوف يتم استكمالها على مدار السنوات القادمة. فغياب الرؤية الشاملة للتحول الرقمي في الأجهزة السياحية الرسمية المصرية وضعف الأساليب الرقمية

الحديثه التي تعتمد على الابتكار في طرق التسويق للمنتج السياحي المصري أثر سلباً على نصيب مصر من الطلب السياحي العالمي.

20. دراسة: حبيبة، قيطون, & بالهادف. (2022).

عنوان الدراسة:

" دور التسويق الرقمي في صناعة السياحة دراسة حالة فندقي الماريوت وهيلتون."

هدف الدراسة:

تسليط الضوء على مدى أهمية استخدام التسويق السياحي الالكتروني في صناعة السياحة وكذا تسليط الضوء على واقع هذا النوع من التسويق السياحي في الدول العربية عامة وكل من الجزائر، تونس، مصر والامارات العربية المتحدة بصفة خاصة.

منهج البحث:

تم استخدام المنهج التحليل الاستقرائي.

عينة البحث:

فندق ماريوت وفندق هيلتون.

نتائج الدراسة:

حافضة العلامات التجارية لهيلتون تتفوق على حافضة ماريوت باعتبارها الأكثر قيمة في العالم، والتي حصلت على أعلى مرتبة الشرف فقد كانت العلامة التجارية الوحيدة التي حصلت على مستوى عبقرى في مؤشر الذكاء الرقمي السنوي لـ L2. فالتسويق الرقمي يساهم في صناعة السياحة من خلال تفعيل تقنيات المزيج التسويقي الرقمي.

21. دراسة: درناني. (2022).

عنوان الدراسة:

" دور المعاملات الرقمية وتطبيقات الدفع الالكتروني في تنمية السياحة بالجزائر. "

هدف الدراسة:

إبراز أهمية إدخال المعلومات الرقمية ومعلومات الاتصال لتنشيط قطاع السياحة في الجزائر، وخاصة بعدما ظهرت نية جادة لدى صانعي القرار في قطاع السياحة لإدخال نظم التكنولوجيا الرقمية للترويج السياحي، ومواكبة آخر التطورات التكنولوجية في مجال المعلومات الرقمية.

منهج البحث:

تم استخدام المنهج الوصفي والتحليل.

عينة البحث:

مستخدمي الأجهزة النقالة في الجزائر.

نتائج الدراسة:

- المعاملات الرقمية وتطبيقات الدفع الالكتروني لها تأثير كبير في نمو وتفعيل القطاع السياحي محلياً ودولياً.
- لا يزال القطاع السياحي في الجزائر بعيد كل البعد عن استغلال التكنولوجيا الحديثة وتقنيات الذكاء الصناعي لاسيما السياحة الافتراضية.
- عدم إدراك القائمين على القطاع السياحي في الجزائر بأهمية التكنولوجيا وهذه التقنيات المتقدم في الذكاء الصناعي خاصة في ظل التنافس الهائل بين الدول في مجال تطوير السياحة.

22. دراسة: سعيدة باهي & أحسن بن ميسي (2018)

عنوان الدراسة:

"أبعاد ظاهرة التأجير لدى القاطن كصيغة "للإيواء السياحي" دراسة حالة مدينة جيجل."

هدف الدراسة:

ناقشت هذه الدراسة ظاهرة جديدة وهي "التاجر لدى القاطن" كصيغة جديدة لتغطية العجز المسجل لهيكل الايواء السياحي ودورها في تنمية السياحة في المنطقة.

منهج البحث:

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي.

عينة البحث:

20% من عدد سكان مدينة جيجل المحصاة عام 2008.

نتائج الدراسة:

ضرورة الاستفادة من فرضية الإقامة عند القاطن باعتبارها صيغة جديدة لهيكل الاستقبال بالغة الأهمية.

23. دراسة: اسماعيل محمد & حسن عودة & سحب جبار (2018)

عنوان الدراسة:

"الايواء السياحي عرضاً وطلباً مقارنة بين إقليم كردستان العراق وبقية المحافظات."

هدف الدراسة:

- التعرف على إنجازات إقليم كردستان في مجال الايواء السياحي.
- التعرف على إنجازات بقية محافظات العراق في مجال الايواء السياحي.
- اجراء مقارنة بين الموقعين.
- محاولة استفادة كل موقع من تجربة الآخر من أجل النهوض بتنمية وتطوير الايواء السياحي في العراق.

منهج البحث:

المنهج الوصفي إذ ان البحث يتناول دراسة معاصرة كما ان البحث سيعتمد على مؤشرات كمية إحصائية لمتابعة ما تحقق من إنجازات على صعيد الايواء السياحي في موقعي الدراسة والمنهج المقارن.

عينة البحث:

دراسة الايواء السياحي لثلاث محافظات من إقليم كردستان وخمسة عشر محافظة متمثلة ببقيّة محافظات العراق.

نتائج الدراسة:

تعد أماكن الايواء السياحي من أهم الخدمات التي يحتاجها السياح وتشكل نسبة (40-50%) من انفاقات السياح. يوجد العديد من أماكن الايواء وبأنواع مختلفة أشهرها الفنادق السياحية. هناك تفوق واضح ويكاد يكون مطلق لإقليم كردستان العراق على بقية المحافظات في مجال التنمية وتطوير الايواء السياحي. حيث تفوق الاقليم بواقع (24) مؤشراً إحصائياً من أصل (26).

على صعيد العرض السياحي فان معدلات النمو أكثر استقراراً في الاقليم مقارنة ببقيّة المحافظات حيث التذبذب الواضح وعدم الاستقرار مع ارتفاع في درجة الانحراف بين المعدلات. وعلى صعيد الطلب السياحي فأن معدلات النمو

أكثر استقرارا في الاقليم مقارنة ببقية المحافظات حيث التذبذب الواضح وعدم الاستقرار مع ارتفاع في درجة الانحراف مع المعدلات. اما على صعيد التنوع في اماكن الايواء السياحي فان الاقليم أكثر تنوعا ويضم ثلاثة أنواع (فنادق، موتيلات، قرى سياحية) في حين بقية المحافظات لا يوجد فيها الا الفنادق فقط.

24. دراسة: رشيد & يوسف (2019)

عنوان الدراسة:

"محددات اختيار السائح الجزائري لنمط الإيواء بالوجهة السياحية."

هدف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة توضيح المكانة الهامة للخدمات السياحية والفندقية خاصة في تنمية الاقتصاد الوطني، والوقوف على أسباب تراجع الخدمات السياحية والفندقية في الجزائر وتقييم أداء المنظمات الفندقية واستخراج نقاط ضعفها.

منهج البحث:

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي.

عينة البحث:

عينه عشوائية بسيطة مكونة من 80 سائح جزائري.

نتائج الدراسة:

- وُجد أن العوامل التسويقية تؤثر على قرار اختيار السائح لنمط الإيواء بالوجهة السياحية.

- ضرورة التوزيع الجيد لمرافق الإيواء وسهولة الوصول إليها.
- أهمية دراسة سلوك المستهلك السياحي بصفة دورية من أجل التعرف على حاجاته ورغباته.

25. دراسة: هادي قاسم & جرنال الآداب (2021)

عنوان الدراسة:

التباين المكاني لخدمات الإيواء السياحي (الفنادق) في العراق باستثناء إقليم كردستان.

هدف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى استعراض المغريات السياحية في المحافظات العراقية باستثناء إقليم كردستان لعدم توفر البيانات اللازمة عن إقليم كردستان؛ إذ إن هذه المغريات الجاذبة للسياحة والتي أثرت على التوزيع الجغرافي للفنادق وإيجاد تباين مكاني في ذلك التوزيع فضلاً عن تصنيف أنواع الفنادق في المحافظات.

منهج البحث:

المنهج الوصفي التحليلي.

عينة البحث:

دراسة الفنادق في محافظات العراق ماعدا (إقليم كردستان) للمدة 2015-2019.

نتائج الدراسة:

- تعد الفنادق من العناصر المهمة والرئيسية في عملية التنمية السياحية في أي بلد، لا سيما العراق ذات الإرث الحضاري والتاريخي والديني فضلاً عن المقومات الطبيعية.

- توصلت الدراسة إلى عدم وجود تخطيط من الجهات المعنية في التوزيع الجغرافي للفنادق
- أثبتت الدراسة أن هناك تباين وعدم وجود تجانس في اعداد الفنادق الفعلية والمستقبلية التي ينبغي إنجازها بما يتناسب مع المقومات السياحية.

26. دراسة: عيبر السيد فايد. (2019)

عنوان الدراسة:

"محددات تطبيق السياحة الذكية كأحد تطبيقات التجارة الالكترونية في شكل (B2C) لجذب السياح للمملكة العربية السعودية."

هدف الدراسة

التعرف على واقع تسويق السياحة الذكية كأحد تطبيقات التجارة الالكترونية في شكل (B2C) بالمملكة العربية السعودية.

توضيح تأثير استخدام انترنت الأشياء بالمواقع السياحية كأحد محددات تطبيق السياحة الذكية. معرفة أثر تفعيل أحدث الاتصالات المتنقلة بمواقع شركات السياحة السعودية كأحد محددات تطبيق السياحة الذكية.

منهج البحث:

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي حيث تم التعرض للدراسات السابقة التي تناولت السياحة الذكية.

عينة البحث:

- عينة من المستهلكين الذي يقومون بالتسوق السياحي عبر الانترنت عبر استمارة الكترونية تم نشرها بشكل متاح للأفراد في كل الدول.

نتائج الدراسة:

واقع السياحة عبر الانترنت في المملكة العربية السعودية لا يشجع على جذب السياح إلى المملكة بسبب قلة المواقع المتخصصة في التسويق السياحي.

تفعيل أحدث وسائل الاتصالات المتنقلة سيساهم بشكل قوي في جذب السياح للمواقع الالكترونية السياحية. أهمية الذكاء الاصطناعي بالمواقع السياحية عبر الانترنت مما يجذب السياح للمواقع.

27. دراسة: هيفاء حمود الشمري (2020).

عنوان الدراسة:

توجهات مستخدمي السياحة الرقمية في ضوء التحول الوطني للمملكة العربية السعودية.

هدف الدراسة:

التعرف على العوامل المحفزة لمستخدمي السياحة الرقمية ومعرفة اثارها الإيجابية والسلبية.

منهج البحث:

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي باتباع اسلوبي دراسة الحالة، وتحليل المحتوى مع الاعتماد على أداة الملاحظة.

عينة البحث:

تم الاعتماد على منهج المسح الاجتماعي بالعينة حيث شمل 200 شخص من أعضاء هيئة تدريس منسوبي جامعة حائل.

نتائج الدراسة:

يجب ان يشارك صانعو السياسات في هذه العملية الاستراتيجية بطبيعتها.

الدعم المستمر للعوامل المحفزة لمستخدمي السياحة الرقمية.

ضرورة تبني مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال حتى تستطيع الشركات السياحية جذب السياح.

28. دراسة: شيخة محمد العاجزة (2020)

عنوان الدراسة:

دور المسارات والجولات السياحية الرقمية في إبراز معالم الجذب السياحية في مدينة الرياض للتحويل نحو المدن

السياحية الذكية.

هدف الدراسة:

بناء تطبيق ويب سياحي لاستكشاف وتصنيف المقومات السياحية في مدينة الرياض. بالإضافة توظيف تقنيات

التصوير البانورامي لأهم المقومات السياحية ورسم مسارات وجولات سياحية ذكية عن طريق الأجهزة المتنقلة وسطح

المكتب.

منهج البحث:

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي المكاني.

عينة البحث:

المعالم السياحية في مدينة الرياض.

نتائج الدراسة:

تفعيل مفهوم السياحة الذكية وتحويلها لتكون قطاع فعال.

ضرورة التوجه نحو تفعيل التقنيات الجيومكانية الحديثة في القطاع السياحي.

29. دراسة: شركة البحر الأحمر للتطوير (2020).

عنوان الدراسة:

مستقبل السياحة في المملكة العربية السعودية (الشباب السعودي في قطاع السياحة: التطلعات والتوجهات المستقبلية)

هدف الدراسة:

ركزت على أوجه السياحة في المملكة العربية السعودية ويهدف تحديد أهمية القطاعات في الازدهار الاقتصادي والتنمية المستقبلية.

منهج البحث:

المنهج الوصفي المسحي

عينة البحث:

(855) شخص تمت مقابلتهم بشكل مباشر وانقسمت إلى نوعين: الموظفين المحتملين والآباء المؤثرين.

نتائج الدراسة:

استنتاج ان هذه القطاعات أكثر أهمية للمستقبل التي تحظى باهتمام الشباب السعودي كمهن عصرية.

30. دراسة: ريم (2022).

عنوان الدراسة:

الحكومة الرقمية في ضوء برامج التحول الرقمي وتحقيق مستهدفات رؤية المملكة العربية السعودية 2030.

هدف الدراسة:

تناولت الدراسة أحد موضوعات الساعة في العصر الرقمي وظل الثروة الصناعية الرابعة، والتحول الرقمي، والتطبيقات الرقمية. بهدف الوقوف الفعلي على جهود الهيئة لمعرفة إنجازاتها، وتطلعاتها المستقبلية.

منهج البحث:

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي باتباع أسلوب دراسة الحالة، وتحليل المحتوى مع الاعتماد على أداة الملاحظة.

عينة البحث:

هيئة الحكومة الرقمية السعودية من خلال موقعها الرسمي على شبكة الانترنت والمنصات الرقمية.

نتائج الدراسة:

تعد الحكومة الرقمية ضرورة حتمية لتحسين، وتجويد الخدمات المقدمة للمواطنين من الجهات الحكومية. من التوصيات ضرورة الاهتمام ببناء الحكومة الرقمية في العصر الرقمي.

3. نتائج الدراسة والتوصيات:

النتائج:

1. يعتمد نجاح التسويق السياحي لخدمة مرفق الضيافة السياحي الخاص وارتفاع العوائد المالية للفرد في استثماره على استخدامه للتطبيقات الرقمية وتنوعها وانتشارها في السوق السياحي.
2. من خلال التواصل مع المختصين بوزارة السياحة في المملكة العربية السعودية تبين أنه لا يتوفر حالياً لديهم قواعد بيانات للأفراد المستثمرين في قطاع السكن السياحي الخاص وليس لدى الوزارة لائحة رسمية تساعد على ضبط جودة مرفق الضيافة السياحي الخاص ووضع مواصفات وشروط خاصة لتوفيرها في المرفق وتضمن الحصول على خدمة سكن سياحي مطابق لمبدئ الجودة الشاملة بحيث تنعكس إيجاباً على رفع عائد الناتج المحلي لقطاع السياحة في المملكة وعلى رفع مستوى رضا السائح عن هذه الخدمات.
3. توجد فجوة بين الفرد المستثمر في مرافق الضيافة السياحي الخاصة بمدينة الرياض ووصوله إلى إدراك ومعرفة جهود وزارة السياحة في رفع الناتج المحلي للعوائد من خلال تطبيق استراتيجية التحول الرقمي لقطاع السياحة حيث إن هذا الفرد ليس لديه أي معلومات عن البرامج والمبادرات التي تقدمها وزارة السياحة تسهيلاً ودعمًا له في نجاح مشروعه الاستثماري.
4. في ظل الاجتهادات الشخصية للأفراد المُقدمين لخدمة السكن السياحي الخاص بمدينة الرياض وانتشار التطبيقات الرقمية المختلفة فإن السوق الرقمي لخدمات السكن الخاصة في مدينة الرياض يواجه ارتفاع في الطلب نتيجة تنوع وكثرة النشاطات السياحية في المدينة الأمر الذي يحتاج إلى احتواء وتنظيم ومراقبة هذه التطبيقات حفاظاً على جودة ومصداقية العروض المطروحة عليها وصولاً لتقديم خدمة مميزة تضيء الجهود التي تبذلها استراتيجية التحول الرقمي في قطاع السياحة.

التوصيات:

1. تقوم الجهات المختصة بقطاع السياحة في المملكة العربية السعودية بالعمل على اعتماد لائحة رسمية لمرافق الضيافة السياحي الخاص تنظم الاشتراطات والمواصفات لمثل هذه المرافق لضمان جودة ما يقدم للسائح من خدمة.
2. السماح للفرد بالاستثمار في مجال مرافق الضيافة السياحي الخاص بعد حصوله على شهادة الاعتماد في الضيافة السياحية والتي تُمنح له عبر التقديم الإلكتروني على برنامج دعم الشهادات الاحترافية بصندوق تنمية الموارد البشرية حيث يحصل الفرد على دورة افتراضية في هذا المجال برسوم مالية مدعومة.
3. تقوم الجهات المختصة بالهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع بالتنسيق مع وزارة السياحة بالمملكة العربية السعودية بوضع آلية لضبط ما يقدم من عروض لمرافق الضيافة السياحية الخاصة عبر التطبيقات الرقمية بحيث لا يتم تمكين المستثمر في مجال مرافق الضيافة السياحية الخاصة من التسجيل في التطبيقات الرقمية الخاصة بهذه العروض الا بعد أن يتم التأكد إلكترونياً من أن المستثمر في هذا النوع من الخدمات مُسجل في قاعدة البيانات لدى وزارة السياحة وحاصل على التصاريح الرسمية اللازمة للنشاط.
4. منح المستثمر في مجال مرافق الضيافة السياحية الخاصة المزيد من التسهيلات عبر توفير منصة تشاركية الكترونية ورسمية بالتعاون مع الجهات المختصة (كوزارة السياحة، وزارة التجارة، وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان) تسمح له بإكمال جميع إجراءات تسجيل واعتماد مرافقه السياحي بطريقة سلسلة.
5. وضع آلية لدعم المستثمر المتميز (من خلال تطبيق معايير إدارة الجودة الشاملة بوزارة السياحة بالمملكة فيما يخص خدمات مرافق الضيافة السياحية الخاصة) ومنحه الفرصة للترويج الاعلامي لمنتجه السياحي عبر تقديم العروض من خلال التطبيقات الرسمية للهيئة العامة للترفيه المعنية بالإعلان عن النشاطات السياحية بمدينة الرياض (بعد التنسيق مع المختصين بقطاع السياحة) مما يرفع مستوى المنافسة بين المستثمرين في هذه المرافق وينعكس إيجاباً على تحسين الجودة ورضا العميل.

6. أهمية دمج المنصات الرقمية وبوابات الخدمات الإلكترونية للجهات الحكومية في منصة واحدة، ودراسة إمكانية تمكين القطاع الخاص من تطوير منظومة تقنية تلبي احتياجات العميل من الجهات الحكومية، ومواكبة التجربة بالتطورات الحديثة لتحسين تجربة العميل.
7. تحويل منزل قريب من مكان سياحي إلى مضيّف للسائحين مع توفير خدمات ضيافة فائقة.
8. إنشاء برنامج نقاط مكافآت للسياح الأكثر ارتيادا على مرفقك وتقديم عامل جذب كالهدايا والعروض للسائحين.
9. تكوين نظام إدارة المرافق الضيافة السياحية هام للأفراد أصحاب المرافق التي تتعامل مع الحجوزات وعمليات وإدارة القنوات وتشمل أيضا الوحدات الأساسية لإدارة قناة الإيرادات والتدبير المنزلي وإدارة بيانات العملاء والتقارير، وتساعد على تقديم التوصيات حول كيفية اختيار النظام الأنسب لأعمال الضيافة لدى الأفراد أصحاب المرافق المتعددة.
10. إعداد الهيكل الأساسي لنظام إدارة الممتلكات PMS property management system لأتمتة العمليات اليومية والمهام الإدارية التي تساعد في إدارة الحجوزات عبر الإنترنت بشكل فعال لنظام إدارة الممتلكات مما يحقق الرضا للعملاء لأنه يدعم التكامل مع الخدمات في توفير خدمة موثوقة وعالية الجودة.
11. إن جودة الخدمة المرافق المقدمة من الأفراد القائمين تقاس على التزامهم بالمعايير والمتطلبات حسب اللوائح المعتمدة في تقديم الخدمات، والتي إن طبقت بالشكل المطلوب ستعود بالنفع على الافراد أنفسهم في رفع فعالية الكفاءة وزيادة القيمة لاستثماراتهم في مرافق الضيافة وبالتالي ستعكس جودة الخدمة المقدمة على زيادة الأرباح المتوقعة.

4. المراجع والمصادر:

1. Baytona (2019).
2. Elmogy, S. A. (2022). دور التحول الرقمي في رفع كفاءة العاملين في المجال السياحي. Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality, 23(1), 104-126.
3. اسماعيل محمد علي الدباغ, م. م حسن عودة غضاب, & م. م سحر جبار كيلان. (2018). الايواء السياحي عرضاً وطلباً مقارنة بين اقليم كردستان العراق وبقية المحافظات. Journal of Administration and Economics, (115), 260-281Hadi, S. Q (2021). التباين المكاني لخدمات الإيواء السياحي (الفنادق) في العراق. Al-Adab Journal, 1(139), 227-248.
4. باز, 2022
5. براحلية فاطمة الزهراء, & دزيري جميل منال, هرامزة لينة. (2020). مساهمة الاتصال الرقمي في تطوير الخدمات السياحية.
6. بن حملاوي, نونة. (2019). واقع وآفاق التسويق السياحي الإلكتروني بالمؤسسات السياحية الجزائرية: دراسة حالة الديوان الوطني الجزائري للسياحة onat.
7. بوشابو, رشيد, بودبزة, يوسف, حمودة, & سامي (مشرف). (2019). محددات اختيار السائح الجزائري لنمط الإيواء بالوجهة السياحية (Doctoral dissertation, جامعة جيجل).
8. بوضياف. (2022). اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الميزة التنافسية للمؤسسة السياحية دراسة عينة من الوكالات السياحية بولايات: بسكرة-باتنة-سطيف (Doctoral dissertation, université mohamed khider biskra).
9. بيرتيني (2016).

10. جاد الله، ر. ع. ا. أ.، & رشا عبد الحميد أحمد. (2021). تفاعلية الإعلانات بالمواقع الإلكترونية وعلاقتها بجودة الخدمات: دراسة تحليلية على شركات السياحة المصرية. مجلة بحوث كلية الآداب. جامعة المنوفية، 32(124)، 3-12.
11. جعفري، زكريا، مليك، & محمد. (2021). أثر التسويق الإلكتروني في الترويج للخدمات السياحية.
12. الحارثي، 2020.
13. حبيبة، قيطون، & بالهادف. (2022). دور التسويق الرقمي في صناعة السياحة دراسة حالة فنادق الماريوت وهيلتون.
14. حسن، م.، محمد، & عبد العاطي. (2018). استخدام العملاء المحليين لتطبيقات الهواتف الذكية في حجز الغرف الفندقية. المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة 83-109، 12(1).
15. حسين عبد الجابر محمد، م.، محمد، & محمد احمد غنام. (2022). تأثير التحول الرقمي على مستوى أداء جودة الخدمة المقدمة بالقطاع السياحي والفندقي وفقا لرؤية مصر 2030م. مجلة كلية السياحة والفنادق. جامعة المنصورة، 11(3)، 463-587.
16. حفيظة سليمان البراشدية. (2021). ريادة الأعمال الرقمية ظل جائحة كورونا (كوفيد19): الفرص والتحديات. 5، 1(1)، Journal of Information Studies & Technology (JIS&T).
17. د صفاء رفاعي، مجلة الدراسات الإنسانية والأدبية 2020
18. د. هيفاء حمود الشمري. (2020). توجهات مستخدمي السياحة الرقمية في ضوء التحول الوطني للمملكة العربية السعودية. مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، 62(6)، 172-195.
19. درناني. (2022). دور المعاملات الرقمية وتطبيقات الدفع الإلكتروني في تنمية السياحة بالجزائر.
20. الرابعي، المجلة العربية الدولية لتكنولوجيا المعلومات والبيانات 2020.
21. زبيدة شريك-دمدوم سعاد. (2020). الاستثمار السياحي في الجزائر (Doctoral dissertation)، جامعة محمد بوضياف المسيلة).

22. زقب, عسيلة, عبد الفتاح, محده, & ابراهيم. (2019). التسويق الالكتروني ودوره في صناعة السياحة.
23. سعيدة باهي, & أحسن بن ميسي. (2018). أبعاد ظاهرة التأجير لدى القاطن كصيغة "للإيواء السياحي" دراسة حالة مدينة جيجل. Sciences & Technologie. D, Sciences de la terre, 51-62.
24. سكمارزو (2017).
25. سلايحي وبوشي, 2019.
26. سليمة (2016).
27. سمير, بسام, & ابو زيد. (2021). أثر التحول الرقمي علي تحقيق الأهداف الإستراتيجية في شركة مصر للطيران: الدور الوسيط لليقظة الإستراتيجية والابتكار التنظيمي. مجلة كلية السياحة والفنادق-جامعة مدينة السادات, 5(2), 170-148. (الاقتصادية جريدة العرب الاقتصادية الدولية, 2022).
28. شداد, 2019.
29. شركة البحر الأحمر للتطوير (2020).
30. شريف حمدي, ز. ز., & زينب زعزوع/. (2021). تأثير وباء كوفيد-19 على نجاح واستقرار المشروعات الصغيرة والمتوسطة في جمهورية مصر العربية (دراسة ميدانية). مجلة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية, 22(1), 254-219.
31. شريف, سويلم, ابالحبيب, & عبد القادر/مؤطر. (2019). استخدام المتعاملين السياحيين للإعلام الإلكتروني ودوره في تنمية السياحة المحلية (Doctoral dissertation, جامعة أحمد دراية-ادرا). 32. شيخة محمد العاجزي. (2020). دور المسارات والجولات السياحية الرقمية في إبراز معالم الجذب السياحية في مدينة الرياض للتحول نحو المدن السياحية الذكية: دور المسارات والجولات السياحية الرقمية في إبراز معالم الجذب السياحية في مدينة الرياض للتحول نحو المدن السياحية الذكية. Journal of Arts and Social Sciences [JASS], 11(2), 57-96.
33. الضحوي والرحيلي, 2020.

34. عبد الحفيظ يوسف, س., & عبد الوهاب مشهور, ن. (2021). تأثير التحول الرقمي على القدرة التنافسية والقيمة المضافة للقطاع السياحي. *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*, 21(3), 233-271.
35. عبد المنعم درويش, ص., & صفوت. (2022). أثر تقنية المساعدين الافتراضيين علي فعالية اداء التسويق الرقمي في الفنادق الخمس نجوم. *مجلة كلية السياحة والفنادق. جامعة المنصورة*, 11(3), 377-415.
36. عبير السيد فايد. (2019). محددات تطبيق السياحة الذكية كأحد تطبيقات التجارة الالكترونية في شكل (B2C) لجذب السياح للمملكة العربية السعودية. *Journal of Economics and Administrative Sciences*, 25(110), 118-118.
37. العساف, صالح بن حمد (2016). المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، ط6. الرياض، دار الزهراء للنشر والتوزيع.
38. الفالوجي، محمد، ورد، في المجلة العربية للقياس والتقييم 2021.
39. فتيحة، معنان، زهراء، كانش، كانش خميسي، & براي. (2021). التحول الرقمي كألية لتدعيم التسويق السياحي و الفندقى.
40. قادري عبد القادر (2019).
41. م. م ماجد ابراهيم حمادي، م. عامر علي محمد، & م. د وسام علي حسين. (2018). تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثرها في جودة خدمة قطاع السياحة والفندقة. *مجلة دراسات محاسبية ومالية*, 13(45).
42. محمد، فاروق & إسلام (2021).
43. مسعود، دشري، لندة، بوصبيع ابراهيم، عبد الغني، & معيزة. (2020). دور التسويق الإلكتروني السياحي والفندقي في تدعيم التنمية السياحية دراسة حالة—مجموعة من المؤسسات السياحية والفندقية في ولاية الوادي.
44. مشهور ويوسف (2021).

45. مشهور ويوسف (2021، ص 239).

46. نوال بنت علي البلوشية، نيهان بن حارث الحراصي، & علي بن سيف العوفي. (2020). واقع التحول الرقمي

في المؤسسات العمانية. 2, 2020(1), Journal of Information Studies & Technology (JIS&T).

47. هشام وسميه (2021، ص 218).

المواقع الالكترونية:

1. (GOV.SA المنصة الوطنية الموحدة)

2. (http://vision2030.gov.sa، 2017)

3. (السعودية، 2017)

4. (السياحة و.، https://2u.pw/1h02hX، 2022)

5. (السياحة و.، https://2u.pw/ypEn4s، 2022)

6. (السياحة و، https://hcdp.mt.gov.sa/Home/ProgramDetails/TourismDestinationsChallenge،

(2022)

7. (المشي، 2022)

8. (المواطن، 2017)

9. (الوطني، 2017)

10. (برنامج جودة الحياة، 2030 رؤية السعودية).

11. (خطة تنفيذ برنامج جودة الحياة، 2020)

12. (موقع وزارة السياحة، 2022).

13. (واس، 2022)

14. https://news.airbnb.com/about-us

15. <https://tinyurl.com/2k4m8rjc>

5. ملاحق الدراسة:

نموذج استبانة البحث:

عزيزي المستثمر في مرفق الضيافة السياحي الخاص في مدينة الرياض، بين يديك استبانة بحث تُخَرِّج (لطلاب درجة الماجستير) لقياس مدى فاعلية التحول الرقمي في مرفق الضيافة السياحي الخاص، نأمل منك التكرم مشكوراً في الإجابة عن هذه الأسئلة:

١/ هل انت مستثمر في مدينة الرياض؟	نعم	لا		
٢/ عدد سنوات استثمارك في خدمات مرافق الضيافة السياحية الخاصة:	سنة أو أقل	من سنتين إلى 4 سنوات	خمس سنوات أو أكثر	
٣/ نوع مرفق الضيافة السياحي الذي تقوم بتأجيره هل هو:	فيلا	شقة	غرفة	أخرى
٤/ هل تقوم باستخدام التطبيقات الرقمية لعرض المرفق الذي تقوم بتأجيره؟	نعم	لا		
٥/ هل لاحظت زيادة في حجم الحجوزات بعد استخدام التطبيقات؟	نعم	لا		
٦/ هل المعلومات والصور التي تقوم بعرضها في التطبيقات كافية للإجابة عن استفسارات العميل؟	نعم	لا		
٧/ هل استفدت من تعليقات العملاء حول المرفق الذي تقوم بتأجيره في تحسين جودة مرفق الضيافة السياحي لديك؟	نعم	لا		
٨/ هل توفر لك التطبيقات سهولة الوصول للفئة المستهدفة من المُستأجرين؟	نعم	لا		

		لا	نعم	٩/هل تتلقى الحجوزات من خلال التطبيقات فقط؟
		لا	نعم	١٠/هل لكثرة المرافق التنافسية بالتطبيقات أثر على خفض قيمة إيجار المرفق لديك؟
		لا	نعم	١١/هل لديك اطلاع على جهود وزارة السياحة وما تقدمه في تطوير قطاع السياحة؟
		لا	نعم	١٢/هل مرفق الضيافة لديك مضاف على جوجل ماب؟
		لا	نعم	١٣/هل تقوم باستخدام نظام الدخول الذاتي للمرفق الذي تقوم بتأجيره؟
		لا	نعم	١٤/من وجهة نظرك هل اضافة التقنيات الذكية في مرفق الضيافة الخاص يمكن أن يميز الخدمة؟
		لا	نعم	١٥/هل ترى أن أصحاب المرافق السياحية بحاجة لوجود خدمات إلكترونية حكومية خاصه بهم؟
		لا	نعم	١٦/باعتبارك مستخدم للتطبيقات الرقمية هل تعتقد أنها توفر لك طريقة سداد ميسرة؟
		لا	نعم	١٧/هل ترغب في التعاقد مع شركات تشغيل لإدارة مرفقك السياحي؟
		لا	نعم	١٨/بعد تجربتك للتطبيقات هل تنصح أصحاب المرافق الأخرى بضرورة استخدامها في عرض مرافقهم بشكل رئيسي؟

التحكيم

بسم الله الرحمن الرحيم

الموضوع طلب تحكيم استبانة بحث علمي (1)

عنوان البحث العلمي: دور التحول الرقمي في مرافق الضيافة السياحية الخاصة في مدينة الرياض.

أهدافها: تهدف الدراسة إلى التعرف على دور التحول الرقمي في مساهمة الأفراد في توفير خدمات الضيافة السياحية الخاصة في

مدينة الرياض في ظل التحولات المتسارعة وذلك من خلال الأهداف الفرعية التالية:

1. التعرف على دور التحول الرقمي في تنوع الخدمات الرقمية لقطاع الإيواء السياحي في الرياض في ظل التحولات المتسارعة.

2. توضيح أثر التحول الرقمي في إشراك الأفراد ومساهماتهم في الإيواء السياحي.

3. توضيح العائد على الأفراد من جراء مساهماتهم الرقمية في توفير مرافق الإيواء السياحي.

4. أثر دخول الأفراد في مجال الإيواء السياحي.

الغاية من الاستبانة:

1. قياس أثر التحول الرقمي على تطوير قطاع الضيافة السياحي الخاص في مدينة الرياض.

2. قياس مدى قدرة الفرد المستثمر في قطاع الضيافة السياحي الخاص من الاستفادة من التحول الرقمي في

تقديم خدمة السكن للسائح ورفع العوائد المالية للفرد نفسه.

تم التعديل	الملاحظة داخل الاستبانة
	المؤهل العلمي لا داعي لوضعه لأن المؤجرين المستثمرين لا يشترط حصولهم على مؤهلات علمية.
	سؤالك هل يوجد لديك تصريح للسكن؟ هذا السؤال يجعل شيئاً من الخوف والرغبة لدى الفرد غير نظامي
	لفظ المنصات الرقمية (وضح ماهي) بعض الافراد قد لا يعرف المعنى.

اسم المحكم: أ. سليمان ناصر الشبانان.

الشهادة واللقب العلمي: محاضر بكلية إدارة الأعمال، جامعة الملك سعود. تاريخ التحكيم: 2022/11/14 م.

بسم الله الرحمن الرحيم

الموضوع طلب تحكيم استبانة بحث علمي (2)

عنوان البحث العلمي: دور التحول الرقمي في مرافق الضيافة السياحية الخاصة في مدينة الرياض.

أهدافها: تهدف الدراسة إلى التعرف على دور التحول الرقمي في مساهمة الأفراد في توفير خدمات الضيافة السياحية الخاصة في

مدينة الرياض في ظل التحولات المتسارعة وذلك من خلال الأهداف الفرعية التالية:

1. التعرف على دور التحول الرقمي في تنوع الخدمات الرقمية لقطاع الإيواء السياحي في الرياض في ظل التحولات

المتسارعة.

2. توضيح أثر التحول الرقمي في إشراك الأفراد ومساهماتهم في الإيواء السياحي.

3. توضيح العائد على الأفراد من جراء مساهماتهم الرقمية في توفير مرافق الإيواء السياحي.

4. أثر دخول الأفراد في مجال الإيواء السياحي.

الغاية من الاستبانة:

1. قياس أثر التحول الرقمي على تطوير قطاع الضيافة السياحي الخاص في مدينة الرياض.

2. قياس مدى قدرة الفرد المستثمر في قطاع الضيافة السياحي الخاص من الاستفادة من التحول الرقمي في

تقديم خدمة السكن للسائح ورفع العوائد المالية للفرد نفسه.

بعد المناقشة تم الأخذ بما يناسب خيارات البحث	الملاحظة داخل الاستبانة
	بدلاً من أحيانا (ضع لم أجرب)
	بدلاً من أحيانا (ضع لا أعلم)

اسم المحكم: د. ناصر المحسن

الشهادة واللقب العلمي: دكتور في جامعة الإمام محمد بن سعود سابقاً (وزارة العدل حالياً).

تاريخ التحكيم: 2220/11/16م.

بسم الله الرحمن الرحيم

الموضوع: طلب تحكيم استبانة بحث علمي (3)

عنوان البحث العلمي: دور التحول الرقمي في مرافق الضيافة السياحية الخاصة في مدينة الرياض.

أهدافها: تهدف الدراسة إلى التعرف على دور التحول الرقمي في مساهمة الأفراد في توفير خدمات الضيافة السياحية الخاصة في مدينة الرياض في ظل التحولات المتسارعة وذلك من خلال الأهداف الفرعية التالية:

1. التعرف على دور التحول الرقمي في تنوع الخدمات الرقمية لقطاع الإيواء السياحي في الرياض في ظل التحولات المتسارعة.

2. توضيح أثر التحول الرقمي في إشراك الأفراد ومساهمتهم في الإيواء السياحي.

3. توضيح العائد على الأفراد من جراء مساهمتهم الرقمية في توفير مرافق الإيواء السياحي.

4. أثر دخول الأفراد في مجال الإيواء السياحي.

الغاية من الاستبانة:

1. قياس أثر التحول الرقمي على تطوير قطاع الضيافة السياحي الخاص في مدينة الرياض.

2. قياس مدى قدرة الفرد المستثمر في قطاع الضيافة السياحي الخاص من الاستفادة من التحول الرقمي في تقديم خدمة السكن للسائح ورفع العوائد المالية للفرد نفسه.

المحور الأول: أثر استخدام التطبيقات الرقمية على مرافق الضيافة السياحية الخاصة بمدينة الرياض.

الغاية منه: قياس أثر التحول الرقمي في تطور خدمات توفير سكن الضيافة السياحي الخاص في مدينة الرياض

م	سؤال المحور	يصلح	لا يصلح	الملاحظات
1	نوع مرفق الضيافة السياحي الذي تقوم بتأجيره:		×	لا يتعلق
2	هل تقوم باستخدام التطبيقات الرقمية لعرض المرفق الذي تقوم بتأجيره؟	×		
3	هل لاحظت زيادة في حجم الحجوزات بعد استخدام التطبيقات؟	×		
4	هل المعلومات والصور التي تقوم بعرضها في التطبيقات كافية للإجابة عن استفسارات العميل؟	×		
5	هل استفدت من تعليقات العملاء حول المرفق الذي تقوم بتأجيره في تحسين جودة مرفق الضيافة السياحي لديك.	×		
6	هل توفر لك التطبيقات سهولة الوصول للفئة المستهدفة من المستأجرين؟	×		
7	هل تتلقى الحجوزات من خلال التطبيقات فقط؟	×		
8	هل لكثرة المرافق التنافسية بالتطبيقات أثر على خفض قيمة إيجار المرفق لديك؟	×		

المحور الثاني: أثر التحول الرقمي على الأفراد المستثمرين في تقديم خدمات سكن الضيافة السياحي الخاص بمدينة الرياض.

الغاية منه: معرفة كيف ساهم التحول الرقمي في رفع العوائد المالية لدى الأفراد المستثمرين في تقديم خدمات السكن

السياحي الخاص بمدينة الرياض.

م	سؤال المحور	يصلح	لا يصلح	الملاحظات
1	هل لديك اطلاع على جهود وزارة السياحة وما تقدمه في تطوير قطاع السياحة؟		×	لا يتعلق
2	هل مرفق الضيافة لديك مضاف على جوجل ماب؟			
3	هل تقوم باستخدام نظام الدخول الذاتي للمرفق الذي تقوم بتأجيريه؟			
4	من وجهة نظرك هل اضافة التقنيات الذكية في مرفق الضيافة الخاص يمكن أن يميز الخدمة؟			
5	هل ترى أن أصحاب المرافق السياحية بحاجة لوجود خدمات إلكترونية حكومية خاصه بهم؟			

6	باعتبارك مستخدم للتطبيقات الرقمية هل تعتقد أنها توفر لك طريقة سداد ميسرة؟		
7	هل ترغب في التعاقد مع شركات تشغيل لإدارة مرفقك السياحي؟		
8	بعد تجربتك للتطبيقات هل تنصح أصحاب المرافق الأخرى بضرورة استخدامها في عرض مرافقهم بشكل رئيسي؟		

ملاحظات عامة أن وجدت:

اسم المحكم: د. الجمعي محمود بولعراس

الشهادة واللقب العلمي: دكتوراه

• التوقيع

تاريخ التحكيم: ٢٥ / 11 / 2022 م.

بسم الله الرحمن الرحيم

الموضوع طلب تحكيم استبانة بحث علمي (4)

عنوان البحث العلمي: دور التحول الرقمي في مرافق الضيافة السياحية الخاصة في مدينة الرياض.

أهدافها: تهدف الدراسة إلى التعرف على دور التحول الرقمي في مساهمة الأفراد في توفير خدمات الضيافة السياحية

الخاصة في مدينة الرياض في ظل التحولات المتسارعة وذلك من خلال الأهداف الفرعية التالية:

1. التعرف على دور التحول الرقمي في تنوع الخدمات الرقمية لقطاع الإيواء السياحي في الرياض في ظل التحولات

المتسارعة.

2. 2. توضيح أثر التحول الرقمي في إشراك الأفراد ومساهماتهم في الإيواء السياحي.

3. 3. توضيح العائد على الأفراد من جزاء مساهماتهم الرقمية في توفير مرافق الإيواء السياحي.

4. 4. أثر دخول الأفراد في مجال الإيواء السياحي.

الغاية من الاستبانة:

1. قياس أثر التحول الرقمي على تطوير قطاع الضيافة السياحي الخاص في مدينة الرياض.

2. قياس مدى قدرة الفرد المستثمر في قطاع الضيافة السياحي الخاص من الاستفادة من التحول الرقمي في

تقديم خدمة السكن للسائح ورفع العوائد المالية للفرد نفسه.

تم التعديل	الملاحظة داخل الاستبانة
	الغاء العمر من الاستبانة، التلطف في أسلوب السؤال،
	استخدم أخرى في خيارات السؤال، المؤهل العلمي لا داعي له فالمستثمر قد لا يحمل مؤهلات عليا.
	اجعل أسلوبك سهل وبسيط في طرح السؤال، لا يحبز السؤال عن الخصوصيات كالعوائد

اسم المحكم: الأستاذ الدكتور محمد بن عبد الله السمهري

الشهادة واللقب العلمي: أستاذ العقيدة والمذاهب المعاصرة (جامعة الإمام). تاريخ التحكيم: 2022/11/23 م

محاضرات الاجتماعات

محضر اجتماع رقم (1)

الأمر المستند إليه:

توجيه قائدة الفريق بوضع آلية لسير جدول أعمال المشروع.

الوقت والمكان:

في يوم (الأربعاء) الموافق (2022/10/4) عبر برنامج (ZOOM) سعت : 7:0-7:40م.

المجتمعون:

1. م. فاطمة العلي: قائدة الفريق.

2. أ. ولاء عبدالاله: عضو.

3. أ. بيان الحاجي: عضو.

4. م. موسى البلوي: عضو.

5. م. رجائي خلف: عضو.

هدف الاجتماع:

تعريف الفريق بالجدول الزمني للمشروع ومتطلبات المشروع.

المناقشة:

1. بدء الاجتماع بكلمة ترحيبية من قائدة الفريق م. فاطمة العلي ومقدمه عن خبراتها العملية.

2. تم إعطاء الفرصة للأعضاء المشاركين بالتعريف بأنفسهم وما يحملون من مؤهلات.

3. تم الاتفاق على تحديد اجتماع اسبوعي مبدئيا كل يوم اثنين الساعة 7م والاتفاق لاحقاً على مواعيد لاجتماع اخر.

4. الاتفاق على ترشيح أعضاء فعالين لاستكمال أعضاء الفريق ليصل للعدد المسموح به.

5. على كل عضو إرسال بيانات التسجيل لقائدة الفريق لاستكمال تسجيل الأعضاء على موقع الجامعة الخاص

بمجموعات مادة المشروع على أن يتم إنهاء تسجيل الأعضاء بواسطة قائد الفريق بنهاية يوم الخميس الموافق

(2022/10/6م).

6. تم الاتفاق على آلية التواصل وتبادل المعلومات باستخدام برنامج TRELLO.

7. تم إنشاء تذاكر عمل على برنامج تريلو بمسميات معينة تم الاتفاق عليها وذلك حسب المتطلبات الأسبوعية

للمشروع على أن يقوم كل عضو بتسجيل فكرتين كعنوان لمشروع بحد أقصى يوم الجمعة الموافق

(2022/10/7م) واستعراض العناوين المقترحة من بقية الاعضاء ليتم التصويت عليها في الاجتماع القادم.

وعلى ذلك تم الاعتماد والتزم المجتمعون:

م. فاطمة العلي

محضر اجتماع رقم (2)

الأمر المستند إليه:

توجيه قائد الفريق بوضع آلية لسير جدول أعمال المشروع.

الوقت والمكان:

في يوم (الأثنين) الموافق (2022/10/11) عبر برنامج (ZOOM) سعت : 7:00-7:40م.

المجتمعون:

م. فيصل الراشد (القائد)	أ. ولاء عبدالاله	م. موسى البلوي	أ. ثامر الدرويش	م. حنين محمد
م. فاطمة العلي	أ. بيان الحاجي	م. رجائي خلف	أ. حنين الدرويش	م. محمد العوفي

هدف الاجتماع:

الإعلان عن قرار الجامعة بتغيير قائد الفريق، استكمال خطة البحث.

المناقشة:

1. بدء الاجتماع بكلمة ترحيبية من قائد الفريق الجديد.
2. تم توجيه الشكر ل م. فاطمة العلي، على جهودها السابقة في إدارة الفريق وتمنى الأعضاء لها دوام الصحة وأن تتجاوز الظروف الصحية التي تمر بها.
3. تم استعراض الأفكار التي طرحها الأعضاء لاختيار فكرة المشروع.
4. تم التصويت على فكرة المشروع والاختيار النهائي لموضوع السياحة في مدينة الرياض.

وعلى ذلك تم الاعتماد والتزم المجتمعون:

م. فيصل الراشد

محضر اجتماع رقم (3)

الأمر المستند إليه:

توجيه قائد الفريق بوضع آلية لسير جدول أعمال المشروع.

الوقت والمكان:

في يوم (الأثنين) الموافق (2022/10/24) عبر برنامج (ZOOM) سعت : 7:40-7:0 م.

المجتمعون:

م. فيصل الراشد (القائد)	أ. ولاء عبدالاله	م. موسى البلوي	أ. ثامر الدرويش	م. حنين محمد
م. فاطمة العلي	أ. بيان الحاجي	م. رجائي خلف	أ. حنين الدرويش	م. محمد العوفي

هدف الاجتماع:

مراجعة Proposal Plan.

المناقشة:

1. استعراض الخطة المقترحة التي تم الانتهاء من كتابتها.
2. الاستماع لمناقشات الأعضاء حول بعض الملاحظات في الخطة والتعديل الفوري خلال الاجتماع.
3. السماح للأعضاء بالتعديلات المقترحة وانتهاءها خلال فترة لا تتجاوز (يومين) وتسليمها مباشرة لقائد الفريق.
4. المتابعة مع قائد الفريق لحين رفع الخطة للجامعة.

وعلى ذلك تم الاعتماد والتزم المجتمعون:

م. فيصل الراشد

محضر اجتماع رقم (4)

الأمر المستند إليه:

توجيه قائد الفريق بوضع آلية لسير جدول أعمال المشروع.

الوقت والمكان:

في يوم (الأثنين) الموافق (2022/11/1) عبر برنامج (ZOOM) سعت : 7:0-7:40م.

المجتمعون:

م. فيصل الراشد (القائد)	أ. ولاء عبدالاله	م. موسى البلوي	أ. ثامر الدرويش	م. حنين محمد
م. فاطمة العلي	أ. بيان الحاجي	م. رجائي خلف	أ. حنين الدرويش	م. محمد العوفي

هدف الاجتماع:

وضع خطة العمل للجزء الثاني من المشروع.

المناقشة:

1. تم تقديم الشكر للأعضاء على إنجازهم لرفع خطة المشروع في الوقت المحدد.
2. اقتراح خطة توزيع المهام للجزء الثاني من المشروع.
3. وضع الاقتراح على برنامج التريلو للاستعراض والتصويت.

وعلى ذلك تم الاعتماد والتزم المجتمعون:

م. فيصل الراشد

محضر اجتماع رقم (5)

الأمر المستند إليه:

توجيه قائد الفريق بوضع آلية لسير جدول أعمال المشروع.

الوقت والمكان:

في يوم (الأثنين) الموافق (2022/11/8) عبر برنامج (ZOOM) سعت : 10:40-7:0 م.

المجتمعون:

م. فيصل الراشد (القائد)	أ. ولاء عبدالاله	م. موسى البلوي	أ. ثامر الدرويش	م. حنين محمد
م. فاطمة العلي	أ. بيان الحاجي	م. رجائي خلف	أ. حنين الدرويش	م. محمد العوفي

هدف الاجتماع:

عرض رد الجامعة على الخطة المقترحة للبحث وما ذكر من ملاحظات، وكيف سيتم العمل على تصحيحها.

المناقشة:

1. قام قائد الفريق باستعراض خطة البحث والملاحظات الواردة من الجامعة حولها.
2. خلال الاجتماع تم مناقشة الملاحظات والاستماع لراي الأعضاء.
3. تم اقتراح الردود لتصحيح الملاحظات.
4. تم تصحيح الملاحظات بجهود الفريق.

وعلى ذلك تم الاعتماد والتزم المجتمعون:

م. فيصل الراشد

محضر اجتماع رقم (6)

الأمر المستند إليه:

توجيه قائد الفريق بوضع آلية لسير جدول أعمال المشروع.

الوقت والمكان:

في يوم (الأثنين) الموافق (2022/11/15) عبر برنامج (ZOOM) سعت : 9:40-7:0م.

المجتمعون:

م. فيصل الراشد (القائد)	أ. ولاء عبدالاله	م. موسى البلوي	أ. ثامر الدرويش	م. حنين محمد
م. فاطمة العلي	أ. بيان الحاجي	م. رجائي خلف	أ. حنين الدرويش	م. محمد العوفي

هدف الاجتماع:

مناقشة إجراءات كتابة البحث وجمع البيانات.

المناقشة:

1. قام قائد الفريق بالاستماع لملاحظات الأعضاء حول كيفية جمع البيانات.
2. تم شرح بعض العوائق التي وجدت في الموضوع من خلال الاستفسارات التي تم الرد عليها من قبل المختصين بوزارة السياحة.
3. على كل عضو طرح اقتراح لاستبانة البحث ووضع اسئلة موضوعية لتضمينها في الاستبانة
4. على قائد الفريق جمع الملفات من الأعضاء اول بأول والعمل على تجهيزها.

وعلى ذلك تم الاعتماد والتزم المجتمعون:

م. فيصل الراشد

محضر اجتماع رقم (7)

الأمر المستند إليه:

توجيه قائد الفريق بوضع آلية لسير جدول أعمال المشروع.

الوقت والمكان:

في يوم (الأثنين) الموافق (2022/11/22) عبر برنامج (ZOOM) سعت : 7:0-8:40م.

المجتمعون:

م. فيصل الراشد (القائد)	أ. ولاء عبدالاله	م. موسى البلوي	أ. ثامر الدرويش	م. حنين محمد
م. فاطمة العلي	أ. بيان الحاجي	م. رجائي خلف	أ. حنين الدرويش	م. محمد العوفي

هدف الاجتماع:

مناقشة استبانة البحث واسالتها.

المناقشة:

1. قام قائد الفريق باستعراض اقتراحات الأعضاء حول اسئلة استبانة البحث.
2. تم التعديل على بعض الاسئلة وإعادة توجيهها لخدمة الاستبانة واهداف البحث.
3. الاتفاق على ضرورة الاستعانة بمحكمين لإجراء التحكيم على الاستبانة.
4. الاتفاق على الاستعانة بمحلل احصائي لتحليل بيانات الاستبانة.

وعلى ذلك تم الاعتماد والتزم المجتمعون:

م. فيصل الراشد

محضر اجتماع رقم (8)

الأمر المستند إليه:

توجيه قائد الفريق بوضع آلية لسير جدول أعمال المشروع.

الوقت والمكان:

في يوم (الأثنين) الموافق (2022/11/29) عبر برنامج (ZOOM) سعت : 7:0-8:40م.

المجتمعون:

م. فيصل الراشد (القائد)	أ. ولاء عبدالاله	م. موسى البلوي	أ. ثامر الدرويش	م. حنين محمد
م. فاطمة العلي	أ. بيان الحاجي	م. رجائي خلف	أ. حنين الدرويش	م. محمد العوفي

هدف الاجتماع:

اعتماد الاستبانه النهائية للبحث.

المناقشة:

1. قام قائد الفريق باستعراض ملف المشروع بعد إضافة مهام الأعضاء المنجزة.
2. قام م. ثامر باستعراض ملاحظات المحكمين على استبانه البحث.
3. الاتفاق على تصحيح ملاحظات المحكمين خلال يومين.
4. على الأعضاء تسليم مهامهم خلال الأسبوع القادم كحد اقصى يوم الاحد 2022/12/5م.

وعلى ذلك تم الاعتماد والتزم المجتمعون:

م. فيصل الراشد

محضر اجتماع رقم (9)

الأمر المستند إليه:

توجيه قائد الفريق بوضع آلية لسير جدول أعمال المشروع.

الوقت والمكان:

في يوم (الأثنين) الموافق (2022/12/5) عبر برنامج (ZOOM) سعت : 7:0-8:40م.

المجتمعون:

م. فيصل الراشد (القائد)	أ. ولاء عبدالاله	م. موسى البلوي	أ. ثامر الدرويش	م. حنين محمد
م. فاطمة العلي	أ. بيان الحاجي	م. رجائي خلف	أ. حنين الدرويش	م. محمد العوفي

هدف الاجتماع:

الاتفاق على توزيع استبانة البحث بعد جمع بيانات التواصل.

المناقشة:

1. قام قائد الفريق باستعراض الملف النهائي للبحث بعد التعديلات.
2. قام م. ثامر باستعراض الاستبانة النهائية التي سيتم نشرها وعرض رأي المحلل الاحصائي حولها.
3. الاتفاق على نشر الاستبانة للفترة المستهدفة لمدة أسبوع وبذل كل الجهود للانتهاء من ذلك.
4. لوحظ وجود تكرار في ارقام التواصل بسبب تسجيل الافراد لعينة البحث في أكثر من تطبيق.
5. ضرورة العمل على فرز قوائم التواصل وتدقيقها للوصول الى قائمة جديدة بأرقام التواصل مع عينة البحث.
6. البدء بنشر الاستبانة على عينة البحث من جميع الأعضاء بعد توزيع القوائم عليهم.

وعلى ذلك تم الاعتماد والتزم المجتمعون:

م. فيصل الراشد

محضر اجتماع رقم (10)

الأمر المستند إليه:

توجيه قائد الفريق بوضع آلية لسير جدول أعمال المشروع.

الوقت والمكان:

في يوم (الأثنين) الموافق (2022/12/12) عبر برنامج (ZOOM) سعت : 10:40-7:0 م.

المجتمعون:

م. فيصل الراشد (القائد)	أ. ولاء عبدالاله	م. موسى البلوي	أ. ثامر الدرويش	م. حنين محمد
م. فاطمة العلي	أ. بيان الحاجي	م. رجائي خلف	أ. حنين الدرويش	م. محمد العوفي

هدف الاجتماع:

كتابة نتائج البحث والتوصيات.

المناقشة:

1. قام قائد الفريق باستعراض الملف النهائي للبحث بعد التعديلات.
2. استعراض نتائج التحليل الاحصائي لعينة البحث.
3. مناقشة نتائج التحليل ووضع اقتراحات للنتائج والتوصيات التي سيخرج بها البحث.
4. كتابة النتائج والتوصيات التي تمت مناقشتها والاتفاق عليها.
5. الاتفاق على موعد الرفع النهائي للبحث بتاريخ (2022/12/16م) سائلين الله التوفيق.
6. توجيه الشكر لكل عضو في الفريق على التزامه وتفاعله مع الاجتماعات السابقة والآراء القيمة التي أنتجت عن الخروج بهذا العمل.

وعلى ذلك تم الاعتماد والتزم المجتمعون:

م. فيصل الراشد

خطاب النشر

Edition Kounouz El Hikma

مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع



مجلة الحكمة

للدراسات الاجتماعية

ISSN: 2353-0529

EISSN: 2600-643x

التاريخ: 2022/12/16م

الموضوع: **ومحمد بالنشر**

إلى عناية الأساتذة الأفاضل : نعمان ولاء-الراشد فيصل-العبدالعالي فاطمة-خلف رجائي-العتيبي حنين-
العوفي محمد-الدرويش ثامر-الحاجي بيان-الدرويش حنين-البلوي موسى.
قسم إدارة المشاريع كلية الإدارة جامعة الجميع الذكية.

يسرنا نحن المشرفين على المجلة أن نعلمكم بأن اللجنة العلمية لمجلة الحكمة للدراسات
الاجتماعية الصادرة عن مؤسسة الحكمة للدراسات والنشر منذ سنة 2009 بالرقم الدولي
المعياري 2353-0529. قد أجازت دراستكم تحت عنوان : " دور التحول الرقمي في مرافق
الضيافة السياحية الخاصة في مدينة الرياض "

والذي سيصدر في العدد الأول المجلد الحادي عشر 2023
وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

منحت هذه الشهادة بطلب من المعفي (ة) لاستعمالها في حدود ما يسمح به القانون

EURL KOUNOUZ EL-HIKMA
EDITION
Cité des Moudjahidine N°22 A
BEN-AKNOUN - ALGER
RC N° 16/00-1009336 B 16

مدير المجلة
أ.د. عبد القادر تومي

38 Mapesbury road NW2 4JD LONDON.UK بريطانيا

العنوان: حي المجاهدين رقم 22 (بن عكنون) - الجزائر

الهاتف: 00213.556.01.36.02

الموقع الإلكتروني www.kounouzelhikma.com

البريد الإلكتروني: kounouzelhikma@yahoo.fr

6. الملخص:

انطلاقاً من رؤية المملكة العربية السعودية (2030م) والتي تسعى إلى الوصول إلى مجتمع يعيش فيه كل مواطن حياة سعيدة ومُرضية بمستوى معيشي بضمن بيئة صحية وأمنة للعائلات، وتمكين المواطن والقطاع الخاص، لإطلاق قدراتهم من خلال خلق بيئة جاذبة للاستثمارات المحلية للعمل على تنويع الاقتصاد ومصادر الدخل بما يعود على دخل المواطن والنتائج المحلي بالفائدة المرجوة.

تناولنا في هذه الدراسة البحثية ظاهرة حديثة في السوق السياحي بالمملكة العربية السعودية وهي مشاركة الأفراد في الاستثمار بقطاع الضيافة السياحية الخاصة بمدينة الرياض وتعرضنا فيها بشكل خاص بدراسة دور التحول الرقمي الذي تعيشه المملكة العربية السعودية في تمكين هؤلاء الأفراد من المساهمة الفاعلة في تعزيز قطاع مرافق الضيافة السياحية الخاصة بمدينة الرياض.

كان الهدف في هذه الدراسة هو دراسة أثر هذا التحول الرقمي على نجاح الفرد المستثمر في تقديم خدمات مرافق الضيافة السياحية الخاصة عبر استخدامه للتطبيقات الرقمية للترويج لمرفقه السياحي الخاص بمدينة الرياض ورفع مستوى التنافسية في العروض المقدمة فيما يخص هذه المرافق وتنوعها بشكل يوفر للسائح جميع الخيارات الشرائية، تماشياً مع أهداف استراتيجية التحول الرقمي السياحي المُعلنة من قبل وزارة السياحة بالمملكة العربية السعودية وهي تطوير بيئة عمل ذكية تعمل على ازدهار قطاع السياحة في المملكة وتنعكس إيجاباً على رفع الناتج المحلي الإجمالي لقطاع السياحة في المملكة إلى 10%، وصولاً إلى رفع مستوى جودة الخدمات المقدمة وتقنين أسعار المرافق وتطبيق إدارة الجودة الشاملة فيها مما سيؤثر إيجاباً على الخيارات السياحية للسائح ويجعل قطاع السياحة المصدر الأول للدخل القومي والوصول إلى مئة مليون سائح بحلول عام (2030م).

Summary:

The study aimed to know the role of digital transformation in enabling individuals to contribute to the promotion of investment by providing the service of its tourism hospitality facility in Riyadh, Saudi Arabia. Through its use of these applications, the study also exposed the efforts of the Ministry of Tourism in implementing the digital transformation strategy through programs and initiatives that were prepared to qualify the individual to enter the tourism market by providing intellectual and material support, training, and consultations.

It was concluded that the use of digital applications by the individual invested in private tourism hospitality facilities has a significant impact on increasing the demand for his product and raising the return for it. Also, these applications helped the individual to improve and develop his product and led to the diversity of the products offered and raised the level of competitiveness in the tourism market, which is reflected positively on the level of tourist satisfaction and an increase in the gross domestic product of the Kingdom of Saudi Arabia for the tourism sector and reaching one hundred million tourists by the year (2030 AD).

7. المستخلص:

تماشياً مع التحول الرقمي المتسارع وأثره في تحسين جودة تقديم خدمات الافراد المهتمين بالسياحة وبالتنوع الاقتصادي جاءت دراستنا لتبحث عن دور التحول الرقمي في تعزيز مرافق الضيافة السياحية الخاصة لدى الافراد في مدينة الرياض عاصمة المملكة العربية السعودية تُشتق أهمية البحث العلمية من أهمية أنظمة التكنولوجيا الرقمية بالمملكة العربية السعودية، وكذلك من التغيرات المتسارعة والمستمرة في عمليات التحول الرقمي المتماشية مع رؤية 2030 بشكل عام وبالمجال السياحي بشكل خاص.

بالإضافة إلى أنه يبحث في دور هذا التطور الرقمي للمساهمة في مشاركة الراغبين من أفراد المجتمع بتأجير مساكنهم للسائحين وفقاً للاشتراطات ورفع معدلات الدخل لديهم. وذلك من خلال إيجاد العلاقة التأثيرية للتحول الرقمي وتعزيز مرافق الضيافة السياحية الخاصة لدى الافراد، وتحقيقاً لأهداف البحث تمثلت الدراسة في مجتمع محدد من الأفراد بمدينة الرياض الذين يستخدمون التطبيقات الرقمية مثل (عقار، حراج، مستعمل، قوقل ماب) لعرض مرافقهم للاستثمار، وعلى ذلك تم اختيار أسلوب العينة غير العشوائية والذين لديهم المعلومات المتخصصة عن موضوع الدراسة.

قد تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لبيان مفهوم التحول الرقمي ودوره في تنوع الخدمات الرقمية لقطاع الضيافة السياحي في مدينة الرياض، والمنهج الاستطلاعي لتوضيح مؤشرات أثر استخدام التطبيقات الذكية في تقديم خدمات الضيافة الخاصة، كذلك منهج المسح الاجتماعي مع الاعتماد على أداة الاستبانة التي تم نشرها على عدد (112) من الافراد المستثمرين في مرافق الضيافة السياحية الخاصة، كما تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) لتحليل نتائج الاستبانة.

توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها وجود فجوة بين الفرد المستثمر في مرافق الضيافة السياحي الخاصة بمدينة الرياض ووصوله إلى إدراك ومعرفة جهود وزارة السياحة، بشكل التحول الرقمي نجاح التسويق السياحي لخدمة مرفق الضيافة السياحي الخاص مما يؤدي الى ارتفاع العوائد المالية للفرد في استثماره عبر استخدامه للتطبيقات

الرقمية، أصبح التحول الرقمي لخدمات السكن الخاصة يواجه ارتفاع في الطلب نتيجة تنوع وكثرة النشاطات السياحية في مدينة الرياض. وأهم ما يوصي به البحث حث الجهات المختصة بقطاع السياحة في المملكة العربية السعودية بالعمل على اعتماد لائحة رسمية لمرفق الضيافة السياحي الخاص تنظم الاشتراطات والمواصفات لمثل هذه المرافق لضمان جودة ما يقدم للسائح من خدمة، والسماح للفرد بالاستثمار في مجال مرافق الضيافة السياحي الخاص بعد حصوله على شهادة الاعتماد في مرافق الضيافة السياحية الخاصة.

Abstract:

In line with the accelerated digital transformation and its impact on improving the quality of providing services to individuals interested in tourism and economic diversification, our study came to search for the role of digital transformation in enhancing private tourism hospitality facilities for individuals in the city of Riyadh, the capital of the Kingdom of Saudi Arabia. The importance of scientific research is derived from the importance of digital technology systems in the Kingdom of Saudi Arabia and from the rapid and continuous changes in digital transformation processes that are in line with Vision 2030 in general and the tourism field in particular. In addition, it is looking at the role of this digital development to contribute to the participation of those who wish to rent their homes to tourists according to the requirements and raise their income rates. This is done by finding the influential relationship of digital transformation and the promotion of private tourism hospitality facilities for individuals, and to achieve the objectives of the research, the study consisted of a specific community of individuals in Riyadh who use digital applications such as (real estate, forestry, user, Google Map) to display their facilities for investment, and accordingly it was Choosing a non-random sample method who have specialized information on the subject of the study, the descriptive analytical approach was relied upon to explain the concept of digital transformation and its role in the diversity of digital services for the tourism hospitality sector in the city of Riyadh, and the survey approach to clarify the indicators of the impact of the use of smart applications in providing private hospitality services As well as the social survey approach, with reliance on the questionnaire tool that was published on a number of (112) individuals investing in private tourism hospitality facilities, and the statistical analysis program (SPSS) was used to analyze the results of the questionnaire between the individual investing in the tourism hospitality facilities of the city of Riyadh and his access to awareness

and knowledge of the efforts of the Ministry of Tourism, the digital transformation constitutes the success of the Tourism marketing to serve the private tourism hospitality facility, which leads to higher financial returns for the individual in his investment through his use of digital applications. The digital transformation of personal housing services has been facing a rise in demand due to the diversity and abundance of tourism activities in Riyadh. The most important thing that the research recommends is urging the competent authorities in the tourism sector in the Kingdom of Saudi Arabia to work on adopting an official regulation for the private tourism hospitality facility that regulates the requirements and specifications for such facilities to ensure the quality of the service provided to the tourist and to allow the individual to invest in the field of private tourism hospitality facilities after obtaining a certificate Accreditation in private tourism hospitality facilities.