

أثر الابتكار التكنولوجي على تنمية القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية وفق رؤية 2030

إعداد الطالبه/

هيام ياسين سيف

إشراف/

د. أسماء أبو عنزة

المشرف الأول ودكتور المقرر

د. دينا سمير السيد حسن علي الوقاد

المشرف الثاني وعضو لجنة البحث العلمي بالجامعة

العام الدراسي:

1446/2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإهداء

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة.. ونصح الأمة.. إلى نبي الرحمة ونور العالمين

نبينا الكريم محمد صل الله عليه وعلى آله وصحبه أجمعين

إلى من كلله الله بالهيبه والوقار.. إلى من علمني الحب والعطاء بدون انتظار.. إلى من أحمل أسمه بكل افتخار.. والذي العزير

إلى التي جعلت طريقي نوراً وإشراقاً إلى التي أرّضعتني الحب والحنان وبلسم الشفاء أُمي الغالية

إلى أخي الراجل التي تبقى ذكراه حية وحاضرة في كل خطوة أخطوها (رحمكم الله وأسكنكم فسيح جناته).

إلى الداعم الذي كان له الأثر الكبير في تطوير أفكاري ودعمه وتوجيهاته القيمة مهنياً وعلمياً

أهدي بحثي هذا

هيام

شكر وتقدير

وتظل تسعى جاهداً في مهمة

والله يعطي من يشاء إذا شكر

الحمد لله حمداً كثيراً كما ينبغي للجلال وجهه وعظيم سلطانه

أقدم أعظم الشكر والتقدير لعائلتي الرائعة وأخص بذلك والدي ووالدتي الذين كانوا دائماً إلهاماً وعملاً لي في كل خطوة طوال هذه الرحلة العلمية

أتقدم بجزيل الشكر والامتنان إلى الدكتوراة أسماء أبو عنزة لقبول الأشراف على رسالتي وعلى ما قدمته لي من توجيهات ونصائح وكذلك

الدكتوراة وينا السيد وجميع أساتذة جامعة ميد أوشن ، لما قدموه لنا طيلة فترة الدراسة

شكراً للأصدقائي المخلصين الذين شجعوني ودفعوني لتحقيق أعلى الدرجات العلمية

كما أخص بذلك زملائي بالعمل الذين كانوا مصدراً للإلهام وخبراتي العملية

قائمة المحتويات

بسم الله الرحمن الرحيم	ب
الإهداء	ج
شكرو وتقدير	د
قائمة الجداول	ط
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	1
1.1 مقدمة:	1
2.1 مشكلة الدراسة:	2
3.1 أهمية الدراسة:	3
4.1 أهداف الدراسة:	4
5.1 تساؤلات الدراسة	5
6.1 فروض الدراسة:	6
7.1 نموذج الدراسة:	6
8.1 المنطلقات النظرية للدراسة:	7
مصادر البيانات:	8
أدوات الدراسة:	8
الأساليب الإحصائية المستخدمة:	9
حدود الدراسة:	10
9.1 الدراسات السابقة:	10

18.....	الفصل الثاني: الإطار النظري
18.....	1.2 المقدمة
19.....	2.2 مدخل إلى الابتكار
19.....	1.2.2 التمييز بين المصطلحات
19.....	2.2.2 الفرق بين الإبداع والابتكار
21.....	3.2.2 مسارات الابتكار
21.....	4.2.2 تطور الابتكار
22.....	5.2.2 خصائص الابتكار
22.....	6.2.2 مبادئ الابتكار ومصادره
23.....	7.2.2 مصادر الابتكار
24.....	8.2.2 عناصر الابتكار
26.....	9.2.2 خطوات الابتكار
26.....	10.2.2 سمات المدراء المبتكرين
27.....	المبحث الأول: تعريف التنمية والتطور والتغير
27.....	1.1.2 مفهوم التنمية والتطور والتغير
32.....	المبحث الثاني: السلوك والمعايير للسياحة في المملكة العربية السعودية:
32.....	1.2.2 تعريف السياحة في اللغة:
32.....	2.2.2 معرفة الإنسان بالسياحة:
35.....	3.2.2 أنماط السياحة:
36.....	4.2.2 أنواع السياحة في المملكة العربية السعودية:

38.....	5.2.2 أثر السياحة على اقتصاديات المملكة العربية السعودية:
41.....	الفصل الثالث
41.....	منهجية وإجراءات الدراسة
41.....	1.3 مقدمة
41.....	2.3 منهجية البحث
41.....	3.3 مجتمع وعينة الدراسة
42.....	4.3 مصادر جمع البيانات:
42.....	5.3 الأساليب الإحصائية:
43.....	6.3 أداة الدراسة
44.....	7.3 صدق أداة الدراسة
44.....	1.7.3 المحور الأول: الابتكار التكنولوجي
47.....	2.7.3 المحور الثاني: تنمية القطاع السياحي
48.....	8.3 ثبات أداة الدراسة:
49.....	الفصل الرابع
49.....	تحليل النتائج
49.....	1.4 مقدمة
49.....	2.4 خصائص عينة الدراسة
50.....	3.4 تحليل استمارة الاستبيان
50.....	1.3.4 الابتكار التكنولوجي
55.....	2.3.4 تنمية القطاع السياحي

56.....	4.4 اختبار فروض الدراسة
61.....	الفصل الخامس
61.....	خلاصة النتائج والتوصيات والمقترحات
61.....	1.5 مقدمة
61.....	2.5 خلاصة نتائج الدراسة
64.....	3.5 التوصيات
64.....	4.5 المقترحات
65.....	المراجع:
65.....	أولاً: المراجع باللغة العربية
68.....	ثانياً: المراجع باللغة الأجنبية:

قائمة الجداول

رقم الصفحة	اسم الجدول	رقم الجدول
43	جدول (1) مستويات موافقة عينة الدراسة على عبارات أداة الدراسة	(1)
44	جدول (2) معاملات الارتباط لعبارات المحور الأول	(2)
47	جدول (3) معاملات الارتباط لعبارات المحور الثاني	(3)
48	جدول (4) معامل الثبات لمحاو استمارة الاستبيان	(4)
49	جدول (5) توزيع عينة الدراسة وفقا لخصائصها	(5)
51	جدول (6) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات البنية التحتية التكنولوجية	(6)
52	جدول (7) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات البرمجيات والتصميمات	(7)
53	جدول (8) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات الخدمات المبكرة	(8)
54	جدول (9) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات التفاعل والتواصل	(9)
55	جدول (10) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات تنمية القطاع السياحي	(10)
56	جدول (11) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الرئيسية	(11)

57	جدول (12) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الاولى	(12)
58	جدول (13) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الثانية	(13)
59	جدول (12) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة	(14)
60	جدول (12) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الرابعة	(15)

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1 مقدمة:

في ظل الظروف المتغيرة، والمعقدة التي يشهدها العالم الاقتصادي اليوم، وتداعيات اقتصاد المعرفة، أصبحت المعارف والعلوم هي المصدر الأهم للميزة التنافسية لأي مؤسسة، مما أوجب الاهتمام البالغ بظاهرة الابتكار التكنولوجي إعتباره الرابط بين مستوى المورد البشري، والمستوى المعرفي والعلمي وهدف اكتساب القطاع السياحي، الميزة التنافسية التي تمكنها من الاستمرار، و البقاء التوسع والصمود، في مواجهة التحديات الكبرى الداخلية منها والخارجية، لابد من التعامل بفكر جديد وأساليب مختلفة لتحرير الطاقات الإبداعية، ومن ثم تنمية القدرة على الابتكار التكنولوجي لدى فرق العمل والأفراد وتوفير البيئة المشجعة والملائمة، من أجل توفير المنتجات والخدمات التي تخدم العملاء وتلبي احتياجاتهم، وبذلك تضمن ولاء العميل مما يجعلها تزيد في ربحيتها بما يعزز مركزها التنافسي، وعلى ضوء ما تقدم تتبلور معالم المشكلة و التي تم بمعالجة ظاهرة الابتكار التكنولوجي كظاهرة متعددة الأبعاد تتداخل فيه عوامل كثيرة في تكوينه و نجاح مشاريعه، منها ما يتعلق بالبيئة الخارجية والداخلية (التنظيمية) للمؤسسة. (أبو المجد، 2022)

في ظل التحولات الاقتصادية التي عرفها العالم، ظهر مفهوم العولمة، وكأحد مظاهرها ظهرت الإقليمية للحفاظ على كيانات الدول، وتكتلت الدول فيما بينها للوقوف أمام الدول الكبرى، على شكل أقاليم مشكلة بذلك قوة اقتصادية متفردة بميزة اقتصادية تجمعها كالصناعة، الزراعة أو السياحة.... الخ

تعد السياحة واحدة من أهم مصادر الدخل في الاقتصاد الوطني للعديد من دول العالم، حيث تمثل أحد أهم مكونات الصادرات الخدمية ذات التأثير الكبير في ميزان المدفوعات، كما أنها من الأنشطة التي تساهم بفعالية في زيادة الناتج المحلي الإجمالي وزيادة إيرادات النقد الأجنبي، وتمثل السياحة صناعة متطورة ومتعددة الاتجاهات والتشابكات مع مجمل الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية سواء بشكل مباشر وغير مباشر. (عنيزات، 2021)

تعتبر السياحة قاطرة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، إذ تساهم بنسبة 12 % من مجموع الإنتاج العالمي، و 7 % من الاستثمارات العالمية، و 11.8 % من عدد العاملين فيها، ومن المتوقع أن يبلغ عدد السياح في العالم نحو 1.6 مليار سائح بحلول سنة 2020م ينفقوا أكثر من 2000 مليار دولار وهذا حسب تقرير المنظمة العالمية للسياحة. (النظامي، 2021)

والمملكة العربية رغم ما تمتلكه من مقومات سياحية كبيرة جداً نادراً ما تكون مجتمعة في بلد واحد من شريط ساحلي يمتد على طول 1200 كلم، وصحاري مصنفة من أجمل صحاري العالم، قادرنا على جعلها عجلة التنمية الاقتصادية وخاصة مع التوجه العالمي إلى صناعة السياحة الصحراوية والتي أصبحت تعرف بـسياحة الأغنياء، إذ تساهم بنسبة 70% من عائدات القطاع السياحي في بعض الدول العربية للمملكة العربية السعودية، لكن السياحة السعودية لم ترتقي إلى المستوى المطلوب إذا ما قورنت بالبلدان المجاورة حيث تمثل 1.1% من نسبة السوق الإفريقي مقابل 20.8% لجنوب إفريقيا، 19% لتونس، و14.9% للمغرب. (خديش، 2023)

وعلى الرغم من الأهمية المتزايدة للقطاع السياحي في العديد من دول العالم، إلا أننا نجد في المملكة العربية السعودية لم يرتقي إلى المستوى المطلوب الذي يكفل بلوغ الأهداف المرجوة منه، وبقيت إنجازاته جد محدودة إذا ما قورنت بدول الجوار، ولتعمق والتركيز أكثر في القطاع السياحي.

ومن ثم جاءت هذه الدراسة للتعرف على أثر الابتكار التكنولوجي على تنمية القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية وفق رؤية المملكة العربية السعودية 2030

2.1 مشكلة الدراسة:

يستهدف القطاع السياحي في السعودية، رفع عدد الزيارات السنوية السياحية للمملكة إلى 100 مليون زائر بحلول عام 2030، ووفق مؤشرات الأداء لمستهدفات عام 2030، تتضمن هذه الزيارات نحو 55 مليون زيارة من الخارج، بالإضافة إلى 45 مليون زيارة من الداخل، مع توفير مليون فرصة وظيفية؛ وزيادة 10% من الناتج المحلي الإجمالي للدولة. (سنوسي، 2020)

وتتسارع خطوات القطاع السياحي الوطني نحو المستقبل، مستنيراً باستراتيجيته ورؤية المملكة العربية السعودية 2030، ومشاريعه ومبادراته التي تعمل بلا توقف معلنة عن وجهات سياحية ذات تنوع جغرافي وتاريخي، وتسلب الضوء على الموارد الطبيعية والكنوز الأثرية والأماكن التاريخية، التي تلبى تطلعات السياح.

وأصبحت المملكة مقصداً للسياح من دول المنطقة والعالم، حتى بلغ عدد التأشيرات الصادرة -حتى قبل جائحة كورونا- نحو 450 ألف تأشيرة، منذ إطلاق التأشيرة السياحية من قبل هيئة السياحة السعودية في المملكة في عام 2019،

من خلال استهداف 49 دولة كمرحلة أولى، وتسهيل الحصول عليها يتم إصدار التأشيرات السياحية إلكترونياً أو عبر منافذ الدخول إلى المملكة ضمن ضوابط تنظيمية محددة. (أبو المجد، 2021)

كما أدت التطورات التكنولوجية إلى المساهمة في دعم وتطوير وتنمية القطاع السياحي، حيث أن الابتكار التكنولوجي كالبرمجيات والتواصل الاجتماعي يمكن السياح من التفاعل والتعرف على المناطق السياحية بكل سهولة. وقد قام الباحث بإجراء مقابلة مع مجموعة من العاملين في القطاع السياحي، وقد قام باستطلاع آرائهم من خلال استبانة، وقد انتهت المقابلة إلى وجود قصور في الدراسات والمراجع التي تناولت موضوع الابتكار التكنولوجي وتأثيره على التنمية السياحية، علاوة على وجود تأثير قوي وفعال للابتكار التكنولوجي على تنمية القطاع السياحي طبقاً لرؤية المملكة 2030.

ومما سبق يمكننا تلخيص مشكلة الدراسة في الإجابة على تساؤل ما هو أثر الابتكار التكنولوجي على تنمية القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية وفق رؤية المملكة 2030؟

3.1 أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في تناولها إحدى الموضوعات الحيوية في العصر الحديث حيث تناولت موضوع أثر الابتكار التكنولوجي على تنمية القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية وفق رؤية المملكة 2030، والتي لم تتم دراستها بشكل كافٍ لذلك، من المؤمل أن تكون الدراسة الحالية مجلة علمية حديثة، وتكون هدفاً للباحثين لإجراء الدراسات المتعلقة بنوع الدراسات الحالية، كما تكمن أهمية الدراسات في معالجتها للابتكار التكنولوجي، تنمية القطاع السياحي.

الأهمية العلمية:

تكمن أهمية الدراسة العلمية في أنها تساهم في توضيح الأطر النظرية لجميع المتغيرات التي تناولتها الدراسة من جهة، وفي تفصيل كيفية قياس تلك المتغيرات من جهة أخرى، وتنبع أهميتها مما يلي: تلقي الدراسة الضوء على مفاهيم الابتكار التكنولوجي بهذه المواضيع على وجه الخصوص، يقدم توصيات تتعلق بالتعرف أثر الابتكار التكنولوجي على تنمية القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية وفق رؤية المملكة 2030.

الأهمية العملية:

تنبع الأهمية العملية لهذه الدراسة من كونها تدرس أثر الابتكار التكنولوجي على تنمية القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية وفق رؤية المملكة 2030 على الاستفادة من نتائج هذه الدراسة في تحقيق مدى فاعلية تطبيق هذه الأنظمة في مؤسساتهم، ومن هنا فإن هذه الدراسة تساعد الشركات على تبني سياسات واضحة ومناسبة، واتخاذ القرارات المناسبة فيما يتعلق بالابتكار التكنولوجي، تنمية القطاع السياحي، وذلك من خلال الأخذ في الاعتبار التوصيات التي قدمتها هذه الدراسة.

4.1 أهداف الدراسة:

يكمّن الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في التعرف على أثر الابتكار التكنولوجي بأبعاده (البنية التحتية التكنولوجية- البرمجيات والتصميمات- الخدمات المبتكرة- التفاعل والتواصل) على تنمية القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية وفق رؤية المملكة 2030.

ويتفرع من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية التي تتمثل في:

- التعرف على مدى تأثير البنية التحتية التكنولوجية على تنمية القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية وفق رؤية المملكة 2030.
- معرفة مدى تأثير البرمجيات والتصميمات كأحد أبعاد الابتكار التكنولوجي على تنمية القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية وفق رؤية المملكة 2030.
- التعرف على مدى تأثير الخدمات المبتكرة للابتكار التكنولوجي على تنمية القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية وفق رؤية المملكة 2030.
- التعرف على وجود أثر ذو دلالة إحصائية للتفاعل والتواصل على تنمية قطاع السياحي في المملكة العربية السعودية وفق رؤية المملكة 2030.
- التوصل إلى مجموعة من النتائج والتوصيات حول الموضوع محل الدراسة.

5.1 تساؤلات الدراسة

السؤال الرئيسي: هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للابتكار التكنولوجي بأبعاده (البنية التحتية التكنولوجية- البرمجيات والتصميمات- الخدمات المبتكرة- التفاعل والتواصل) على تنمية القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية وفق رؤية المملكة 2030؟

وينتق من السؤال الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية التي تتضمن:

السؤال الفرعي الأول: ما مدى تأثير البنية التحتية التكنولوجية على تنمية القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية وفق رؤية المملكة 2030؟

السؤال الفرعي الثاني: إلى أي مدى تؤثر البرمجيات والتصميمات كأحد أبعاد الابتكار التكنولوجي على تنمية القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية وفق رؤية المملكة 2030؟

السؤال الفرعي الثالث: ما مدى تأثير الخدمات المبتكرة للابتكار التكنولوجي على تنمية القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية وفق رؤية المملكة العربية السعودية 2030؟

السؤال الفرعي الرابع: هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية التفاعل والتواصل كبعد من أبعاد الابتكار التكنولوجي على تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفق رؤية 2030؟

6.1 فروض الدراسة:

الفرضية الرئيسية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) للابتكار التكنولوجي بأبعاده (البنية التحتية التكنولوجية- البرمجيات والتصميمات- الخدمات المبتكرة- التفاعل والتواصل) على تنمية القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية وفق رؤية المملكة 2030.

ويتفرع منه مجموعة من الفرضيات الفرعية تتمثل فيما يلي:

الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) للبنية التحتية التكنولوجية على تنمية القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية وفق رؤية المملكة 2030.

الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) للبرمجيات والتصميمات على تنمية القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية وفق رؤية المملكة 2030.

الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) للخدمات المبتكرة للابتكار التكنولوجي على تنمية القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية وفق رؤية المملكة 2030.

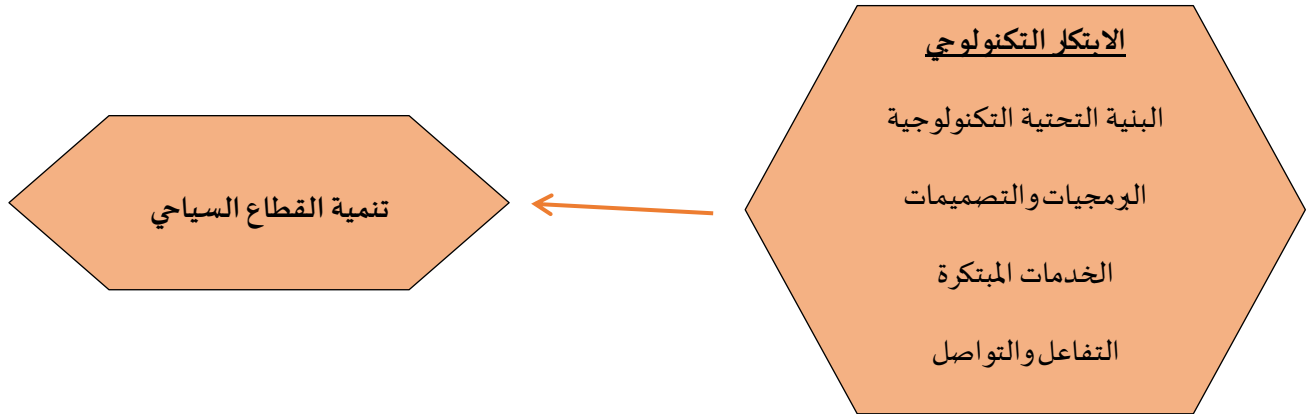
الفرضية الفرعية الرابعة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) للتفاعل والتواصل للابتكار التكنولوجي على تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفق رؤية المملكة 2030.

7.1 نموذج الدراسة:

يهدف هذا النموذج إلى التعرف على أثر الابتكار التكنولوجي بأبعاده (البنية التحتية التكنولوجية- البرمجيات والتصميمات- الخدمات المبتكرة- التفاعل والتواصل) على تنمية القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية وفق رؤية المملكة 2030.

المتغير المستقل: الابتكار التكنولوجي بأبعاده (البنية التحتية التكنولوجية- البرمجيات والتصميمات- الخدمات المبتكرة- التفاعل والتواصل)

المتغير التابع: تنمية القطاع السياحي.



من إعداد الباحث

8.1 المنطلقات النظرية للدراسة:

قد تختلف وتتعدد النظريات في الدراسات العلمية باختلاف نوعية الدراسة ومنهجها وفي هذه الدراسة يتم اتباع

نظريتين يتمثلوا في:

النظرية البنائية: بسبب اعتماد الباحث في هذه الدراسة على مجموعة من التجارب السابقة، كالرجوع إلى كتب العلماء السابقين في نفس الموضوع، أو الاعتماد على المراجع سواء كانت (رسائل علمية سابقة - أو أحد المقالات،... الخ)، ومن بين المراجع التي اعتمد عليها في الحصول على المعلومات الواردة. في دراستها والعمل على فهمها وإعادة صياغتها بطريقة الخاصة بما يحقق هدف الدراسة ويستخلص استنتاجاتها وتوصياتها.

النظرية المعرفية: اعتمدت على مشكلة للدراسة ومحاولة حلها من خلال افتراض مجموعة من الفرضيات والوصول إلى الإجابة على صحة هذه الفرضيات من خلال الاستبيانات والتحليل الإحصائي واستخلاص مجموعة من النتائج والتوصيات حول هذه الدراسة، بالإضافة إلى ذلك فقد استفاد الباحث من مجموعة من المراجع والدراسات السابقة في دراستها بهدف جمع البيانات والمعلومات التي يمكن الاستفادة منها في هذه الدراسة، ويقوم الباحث بنفسه بهذه الدراسة من خلال معرفته واكتشافه لكل التعريفات التي يحتاجها في هذه الدراسة.

المنهجية وطرق البحث:

نظرا لطبيعة الدراسة التي تهدف إلى التعرف على للابتكار التكنولوجي بأبعاده (البنية التحتية التكنولوجية- البرمجيات والتصميمات- الخدمات المبتكرة- التفاعل والتواصل) على تنمية القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية وفق رؤية المملكة 2030، وعلى هذا الأساس تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي حيث استخدمنا في الجانب النظري المنهج الوصفي الذي يعمل على توضيح متغيرات الدراسة، مع استخدام المنهج التحليلي في الدراسة الميدانية لأنه يعمل على التحليل والربط بين النتائج التي توصل إليها و يعمل على تفسيرها ثم إصدار الأحكام المناسبة.

مصادر البيانات:

اعتمدت الدراسة على المصادر التالية في جمع البيانات والمعلومات:

- المصادر الثانوية: قام الباحث بالرجوع إلى الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والأدبيات والتقارير والأبحاث والدراسات السابقة التي تتناول موضوع الدراسة والبحث في مواقع الإنترنت المختلفة لتقديم الإطار النظري المتعلق بهذه الدراسة.
- المصادر الأولية: قام الباحث بإعداد استبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات مباشرة من أفراد العينة، حيث تكونت من عدد من الفقرات بهدف التعرف للابتكار التكنولوجي بأبعاده (البنية التحتية التكنولوجية- البرمجيات والتصميمات- الخدمات المبتكرة- التفاعل والتواصل) على تنمية القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية وفق رؤية المملكة 2030.

أدوات الدراسة:

تم العمل على الاستبانة للتناسب مع متغيرات الدراسة من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، حيث تكونت من قسمين رئيسيين هما:

- القسم الأول: وهو الجزء الخاص بالمتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة من العاملين بالقطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية والمتمثلة بـ: النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، والوضع المهني.
- القسم الثاني: اشتمل القسم الثاني على الفقرات والأبعاد التي تقيس متغيرات الدراسة المستقل والتابع.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

لاختبار أسئلة وفرضيات الدراسة والإجابة عنها قام الباحث باستخدام التقنيات الإحصائية للعلوم الاجتماعية

SPSS - Statistical Package for Social Sciences كما يلي:

— أولاً: أساليب الإحصاء الوصفي Descriptive Statistic Measures: والتي تم استخدامها لوصف الخصائص

الديمغرافية والوظيفية للعاملين عينة الدراسة، وتشمل:

- التكرارات: لوصف الخصائص الشخصية والوظيفية للعاملين عينة الدراسة.
- النسب المئوية: تم استخدامها لمعرفة التوزيعات التكرارية للعاملين عينة الدراسة.
- المتوسط الحسابي: استخدم لمعرفة متوسط إجابات للعاملين عينة الدراسة عن فقرات الأبعاد.
- الانحراف المعياري: استخدم لمعرفة تشتت إجابات العاملين عينة الدراسة عن المتوسط الحسابي.

ثانياً: الإحصاء التحليلي:

- معامل الثبات كرو نباخ الفا: للتعرف على مدى الاتساق الداخلي لفقرات ابعاد متغيرات الدراسة.
- الانحدار المتعدد: لاختبار أثر المتغير المستقل في المتغير التابع.
- ارتباط بيرسون: للتحقق من عدم وجود ارتباط ذاتي عالي بين ابعاد المتغير المستقل.
- Kolmogorov-Smnov للتعرف على تحقق ظاهرة التوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة.
- تحليل الانحدار الهرمي: لاختبار دور المتغير المعدل في تحسين أثر المتغير المستقل في المتغير التابع.

حدود الدراسة:

- حدود موضوعية: قامت الدراسة بقياس للابتكار التكنولوجي بأبعاده (البنية التحتية التكنولوجية- البرمجيات والتصميمات- الخدمات المبتكرة- التفاعل والتواصل) على تنمية القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية وفق رؤية المملكة 2030.
- حدود مكانية: القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية.
- حدود زمنية: العام الدراسي 2024.
- حدود بشرية: تم التطبيق على العاملين في القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية.

9.1 الدراسات السابقة:

الدراسات باللغة العربية:

1. دراسة (أبوالمجد، 2022)

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أحد أهم الاتجاهات التكنولوجية الحديثة في مجال الإرشاد السياحي ألا وهو الابتكار التكنولوجي، تعد الدراسة هي الدراسة البحثية الأولى التي تناقش مفهوم التكنولوجيا والابتكار من منظور متخصصي الإرشاد السياحي، ناقشت الدراسة أهمية الابتكار عامة، ثم تطرقت للابتكار من منظور متخصصي قطاع السياحة والسفر والإرشاد السياحي.

اتخذت الدراسة من تطبيقات الهواتف المحمولة نموذجاً، وهيكلت أنواع الابتكار في تطبيقات الهواتف إلى خمس فئات وهي، تطبيقات المرشد السياحي، تطبيقات الخرائط والملاحة، تطبيقات الترجمة الفورية التطبيقات الافتراضية، والتطبيقات القارئة للأكواد الرقمية مثلت تلك التطبيقات أدوات عمل تكنولوجية معاصرة، كان لها أثر وفضل كبير في تسهيل أداء عمل المرشد السياحي، في عصر التحول الرقمي، كما قدمت الدراسة بعض الأفكار الابتكارية لتحسين فاعلية تلك التطبيقات.

خلصت الدراسة إلى أن الابتكار التكنولوجي من أهم أنواع الابتكارات التي يمكن توظيفها في خدمة مجال الإرشاد السياحي حاضراً ومستقبلاً، وأن الحلول التقنية عبر تطبيقات الهواتف المحمولة هي الأداة التكنولوجية الأكثر قدرة على حل العديد من المشكلات التي تقابل هذا القطاع. يمكن الاعتماد على البيانات التي توفرها تلك التطبيقات في تكوين قواعد بيانات عالمية، تشمل أعداد وتصنيفات المرشدين السياحيين على مستوى العالم، وهو ما سيساهم بشكل كبير في تنظيم لوائح العمل وسن التشريعات، كما تعد تطبيقات الهواتف من أهم منصات العمل الافتراضية المحتملة مستقبلاً، التي يمكن الاعتماد عليها كلياً في توفير فرص عمل لفئة المرشدين السياحيين افتراضياً وعبر الإنترنت.

2. دراسة (عنيزات، 2021)

هدفت الدراسة إلى قياس أثر المنظمة الذكية (ذكاء الأعمال، التوجه الإبداعي، التعلم المستمر، فهم البيئة، التكيف) في الابتكار التكنولوجي (ابتكار المنتج، ابتكار العمليات، طرق الدفع الجديدة)، في ظل وجود الريادة الرقمية كمتغير وسيط في طلال أبو غزالة العالمية في الأردن.

ولتحقيق أهداف الدراسة، قامت الباحثة بتطوير استبانة شملت (57) فقرة؛ لجمع البيانات الأولية من مجتمع الدراسة المكون من (116) موظفاً من الإدارات العليا والوسطى في طلال أبو غزالة العالمية، وتكونت وحدة التحليل من المديرين التنفيذيين، المديرين، مساعدي المديرين، ورؤساء الأقسام العاملين في المنظمة.

وتبنت الباحثة أسلوب المسح الشامل ودراسة الحالة، وتم استخدام المنهج الكمي؛ وفي ضوء ذلك، تم جمع البيانات وتحليلها واختبار الفرضيات، باستخدام الحزم الإحصائية اللازمة من خلال اعتماد العديد من الأساليب الإحصائية أبرزها: تحليل الانحدار المتعدد والبسيط وتحليل المسار لاختبار فرضيات الدراسة.

وقد اعتمدت الدراسة على ثلاث متغيرات هما متغير مستقل متمثل في المنظمة الذكية بأبعادها (ذكاء الأعمال، التوجه الإبداعي، التعلم المستمر، فهم البيئة، التكيف)، ومتغير تابع متمثل في الابتكار التكنولوجي (ابتكار المنتج، ابتكار العمليات، طرق الدفع الجديدة)، ومتغير وسيط متمثل في الريادة الرقمية.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: وجود أثر ذي دلالة إحصائية للمنظمة الذكية بدلالة أبعادها (ذكاء الأعمال، التوجه الإبداعي، التعلم المستمر، فهم البيئة، التكيف) في الابتكار التكنولوجي بدلالة أبعاده مجتمعة (ابتكار المنتج، ابتكار العمليات، طرق الدفع الجديدة) في طلال أبو غزالة العالمية في الأردن، وجود أثر ذي دلالة إحصائية للمنظمة

الذكىة بدلالة أبعادها (ذكاء الأعمال، التوجه الإبداعي، التعلم المستمر، فهم البيئة، التكيف) في الريادة الرقمية في طلال أبو غزالة العالمية في الأردن، وجود أثر ذي دلالة إحصائية للريادة الرقمية في الابتكار التكنولوجي بأبعاده مجتمعة في طلال أبو غزالة العالمية في الأردن، وجود أثر ذي دلالة إحصائية للمنظمة الذكىة بأبعادها في الابتكار التكنولوجي بأبعاده مجتمعة من خلال الريادة الرقمية في طلال أبو غزالة العالمية في الأردن.

في ضوء النتائج تم صياغة مجموعة من التوصيات أهمها: إعطاء مزيد من الاهتمام لعناصر المنظمة الذكىة والريادة الرقمية في "طلال أبو غزالة العالمية" لما لهما من أثر فاعل في الابتكار التكنولوجي، بالإضافة إلى ضرورة توسيع الدراسات المستقبلية في البيئة العربية خاصة الأردنية لتشمل المتغيرات المبحوثة في منظمات أخرى.

3. دراسة (خديش، 2023)

هدفت الدراسة إلى تحليل أثر الابتكار التكنولوجي على تحقيق التفوق التنافسي، خاصة في ظل المنافسة الشديدة التي تشهدها بيئة الأعمال، حيث أصبح لزاما على المنظمات أن تتبنى الفكر الإبداعي والاشكاري سعيا منها لتنفيذ الاستراتيجيات التنافسية بنجاح.

تم اتباع المنهج الوصفي في الجانب النظري، والاعتماد على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات وتحليلها باستخدام برنامج SPSS V.23 في الجانب التطبيقي، والذي تم توزيعه على عينة حجمها 30 موظفا وموظفة بالبنك الوطني الجزائري قسنطينة.

توصلت الدراسة إلى نتائج متعددة أهمها وجود علاقة تأثير إيجابية قوية للابتكار التكنولوجي على تحقيق التفوق التنافسي.

وتوصي الدراسة المؤسسة بضرورة إدراك أهمية اقتناء التكنولوجيات الحديثة وتدريب الموظفين على استخدامها.

4. دراسة (سنوسي، 2020)

تهدف هذه الدراسة إلى دراسة دور الابتكار التكنولوجي في رفع تنافسية المؤسسة من خلال دراسة عينة من المؤسسات الجزائرية، وقد تم قياس الابتكار التكنولوجي في المؤسسة من خلال خمسة أبعاد، وقياس أثر ذلك على تنافسية المؤسسة من خلال أربعة مؤشرات: الربحية، الحصة السوقية، الإنتاجية الكلية لعوامل الإنتاج، والتكلفة المتوسطة للتصنيع.

وللتحقق من ذلك تم الاستناد إلى منهج اقتصادي قائم على نموذج المعادلات الهيكلية بهدف بناء نموذج يفسر العلاقة.

حيث خلصت نتائج هذا البحث من خلال الاعتماد على تحليل PLS إلى وجود علاقة تأثير إيجابي للابتكار التكنولوجي على تنافسية المؤسسة من خلال رفع الربحية، زيادة الحصة السوقية وتحسين الإنتاجية الكلية لعوامل الإنتاج، وتقليل التكلفة المتوسطة للتصنيع.

5. دراسة (قريشي، 2018)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تصورات العاملين في مؤسسة صناعة الكوابل-فرع جنرال كابل-بسكرة نحو مستوى التغيير التكنولوجي الحاصل بالمؤسسة وأثر ذلك على مستوى أداء هذه الأخيرة.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها وجود أثر ذو دلالة إحصائية للتغيير التكنولوجي (كمجموعة) على مستوى أداء مؤسسة صناعة الكوابل وذلك عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، حيث فسر متغير التغيير التكنولوجي (80.5%) من التغيرات الحاصلة في مستوى أداء المؤسسة محل الدراسة وذلك بالاعتماد على قيمة (R^2).

خلصت الدراسة إلى العديد من الاقتراحات أهمها: يجب على المؤسسة أن تزيد استثماراتها في مجال الإبداع والابتكار ودعم المنتجات الجديدة، كذلك يجب عليها أن تستثمر بشكل مستمر في مختلف مكونات تكنولوجيا المعلومات، إضافة إلى ذلك على المؤسسة أن تستخدم بشكل فعال طرق التصميم والتصنيع بواسطة الكمبيوتر (CAM & CAD)

6. دراسة (النظامي، 2021)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى أثر الابتكار بأبعاده (الابتكار التكنولوجي، والابتكار الإداري) في الإنتاج المرن بأبعاده (تنظيم مكان العمل، والصيانة الإنتاجية الشاملة، والإنتاج في الوقت المحدد، وخريطة تدفق القيمة، والإنتاج الخليوي) من خلال المتغير الوسيط للتحسين المستمر في الشركات الاستخراجية في الأردن.

تكون مجتمع الدراسة من جميع المدراء في جميع المستويات الإدارية في الشركات المبحوثة والبالغ عددهم (370) مديرا، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتم تطوير استبانة كأداة لجمع البيانات الأولية، إذ تم توزيع (370) استبانة، استرجع منها (320) استبانة تبين أن عدد الصالح منه للتحليل (290) استبانة ونسبة (90.6%)، تم التحليل باستخدام العديد من الوسائل والأساليب الإحصائية ومنها المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، وتحليل المسار بالاستعانة ببرنامج Smart PLS3.

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: وجود أثر ذو دلالة إحصائية للابتكار بأبعاده (الابتكار التكنولوجي، الابتكار الإداري) في الإنتاج المرن بأبعاده: (تنظيم موقع العمل، والصيانة الإنتاجية الشاملة، والإنتاج في الوقت المحدد، وخريطة تدفق القيمة، والتصنيع الخليوي)، ويدل ذلك على إن الاهتمام بالابتكار يعزز تحقيق أبعاد الإنتاج المرن في الشركات المبحوثة، ووجود أثر ذو دلالة إحصائية للتحسين المستمر في الإنتاج المرن.

توصي الدراسة بضرورة الاستمرار بالمحافظة على مستوى تبني الابتكار بأبعاده التكنولوجي والإداري وزيادة الاهتمام بتوظيف التكنولوجيا الحديثة ومتابعة التطورات التكنولوجية التي تساهم في تحسين جودة المنتجات وتطوير الخطوط الإنتاجية باستمرار وكذلك المحافظة على الاهتمام بتنظيم موقع العمل والصيانة الإنتاجية الشاملة، وزيادة الوعي لدى العاملين بأهمية الابتكار وتشجيع الابتكار لديهم وإشراكهم في مناقشة الأفكار الابتكارية، وتوصي أيضا بضرورة توفير التدريبات اللازمة للموظفين في مجال الابتكار من خلال المتخصصين في هذا المجال وزيادة المعرفة بأهمية الابتكار والإنتاج المرن.

7. دراسة (حميدي، 2018)

تعتبر السياحة نشاط اقتصادي هام يمكن بموجبه الجزائر أن تجعله بديل لمداخيل المحروقات بإتباعها لسياسة وطنية محكمة تعتمد عليها للتصدي لأي أزمة قد تمس الاقتصاد الوطني، على هذا الأساس اعتمدت الدولة منذ سبعة عشر سنة على التخطيط على المدى القصيرة المتوسط والطويل مدة 20 سنة للوصول إلى مبتغى واحد وهو تحقيق التنمية المستدامة في كل القطاعات، فصادقت الحكومة على المخطط الوطني لتهيئة الإقليم سنة 2010 لذلك تم بناء عليه إعداد مخطط توجيهي لتهيئة السياحية 2025 الذي حدد أسس مستقبل التنمية السياحية بترقية الاستثمار في هذا النوع من الأنشطة، وهذا بفضل مؤسسات عمومية تلتزم بتوفير العقار السياحي وتسييره حسب طلبات المستثمرين.

8. دراسة (بلخماسة، 2024)

يهدف هذا البحث إلى تسليط الضوء على واقع السياحة الجزائرية، فمن خلال التذبذبات في العائدات السياحية في الجزائر وهذا راجع لعدم وجود رؤية واضحة ومستقرة للنهوض بالقطاع السياحي واستقطاب السياح الأجانب إلى الجزائر، لذلك قمنا في هذه الدراسة إلى اقتراح مجلة من الإجراءات الضرورية من اجل النهوض بالقطاع السياحي الجزائري لترقية القطاع السياحي وتنميته وتطويره ملا له من عائدات هامة للاقتصاد الوطني.

9. دراسة (زريقات، 2022)

هدفت الدراسة إلى بيان ماهية السياحة والقطاع السياحي في الأردن، وبيان التقدير الشرعي القطاع السياحي في الأردن، وتوضيح مدى مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد الأردني.

تم استخدام المنهجين الوصفي والتحليلي والمنهج الاستقرائي والمنهج الاستدلالي والاستنباطي، وقد تناولت الدراسة ثلاثة الفصول فصل عن ماهية السياحة والقطاع السياحي في الأردن، وفصل عن التقدير الشرعي القطاع السياحي في الأردن، والفصل الثالث من مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد الأردني.

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، ومن أهمها أن السياحة بأنواعها ومقاصدها المختلفة تدور ما بين الجواز وعدمه، وذلك في ظل مدى الالتزام بالضوابط والقواعد الشرعية، كما أن السياحة دور واضح في رفد الاقتصاد الأردني بمختلف مؤشراتته الاقتصادية، وأن الميزان السياحي الأردني يمتاز بالتزايد المستمر والدائم.

كما أوصت الدراسة بجملة من التوصيات، ومن أهمها قيام الحكومة على دعم القطاع السياحي وتخفيف الضرائب والتكاليف عن عاتقه للمشاركة في انعاش المناطق السياحية والاستثمار فيها، لتغطية الخدمات والمتطلبات السياحية التي تفتقر إليها.

الدراسات باللغة الأجنبية:

1. دراسة (Mechta، 2014)

في مضمون هذه الدراسة أن الابتكار يعتبر عملية حاسمة من أجل رفاه المنظمة وحسب وجهة نظر الباحثين مجتمع المعرفة يتطلب أن تكون لدى الأعضاء والمديرين مهارات حاسوبية أساسية إضافة إلى المهارات التقليدية من قراءة وكتابة وغيرها، ويؤكدون على المعرفة كعنصر أساسي لتحسين مستوى أداء الموظفين وأن المنظمات مجبرة على التحول إلى منظمات قائمة على المعلومات وتنظيم الابتكار والمشاريع باعتبارهما عملا معرفيا مثاليا، وقد حددت الدراسة أبعاد الابتكار في: التدريب ظروف العمل ثقافة الابتكار، تحليل الفجوة عملية إعادة هندسة الأعمال التميز التنظيمي) واتبعت منهج دراسة الحالة لفهم أهمية الابتكار بالنسبة لأي منظمة، وتوصي بوضع ثقافة مناسبة وأسلوب قيادة مناسب، التركيز بشكل أكبر على الهياكل غير الرسمية والاتصالات المستمرة ما يوفر ميزة قوية للمنظمات.

2. دراسة OULD SAID Mohammed، (2019)

تعرضت الدراسة إلى توضيح أهمية التسويق في القطاع السياحي ودعم التنمية للاقتصاد الجزائري في ظل الخيار أسعار النفط، وعليه فإنه وجب وضع استراتيجية بديلة من أجل تنويع مصادر الدخل وتنمية القطاع السياحي خاصة أشار الباحث النظر إلى العديد من المؤهلات والمقومات الطبيعية والتاريخية التي تتمتع بها الجزائر وسبل تطويرها والنهوض بها من أجل خلق تنافسية عالية في هذا القطاع.

3. دراسة ،(amira soualah 2021)

تعرضت الدراسة إلى حيث سعت الجزائر إلى النهوض بهذا القطاع بداية من ميثاق السياحة سنة 1996، تعرض الباحث كذلك إلى المخطط التوجيهي للهيئة السياحية والأهداف المرجوة من ذلك كما تعرض إلى حالة السياحة المستدامة في ولاية قسنطينة ، وكذا تعرض الباحث كذلك إلى استراتيجية مخطط وجهة الجزائر في قطاع السياحة المستدامة وضرورة تفعيل الشراكة بين القطاع العام والخاص بالإضافة إلى وضع خطط تمويلية لهذا القطاع.

4. دراسة (Rofia ABADA،Sara FOURA 2019،)

تعرضت الدراسة خاصة إلى الوقوف إلى الأسباب التي أدت إلى ضعف الثقافة السياحية في الجزائر ومعوقاتها ما يتطلب تكويننا على كافة الأصعدة من أجل الارتقاء ليس فقط بقطاع الخدمات وإنما بمجمل الدورة السياحية التي يحتك بها السائح وذلك رغم الارتفاع الكبير في الإقبال على السياحة الداخلية، أخيرا ختم الباحث دراسته إلى الوقوف على مختلف الأسباب التي تقف وراء تأخر قطاع السياحة في الجزائر

الفصل الثاني: الإطار النظري

الابتكار التكنولوجي

1.2 المقدمة

يعد الابتكار والتطوير التكنولوجي في وقتنا الحالي قضية ضرورية وأساسية داخل المنظمات اليوم، خاصة في ظل التطور التكنولوجي الحاصل، حيث أن المقدرة على الابتكار أصبحت المعيار الرئيسي للمنافسة في الدول المتقدمة، لأن المقدرة العالية على الابتكار تعد من أهم المؤشرات على صحة الاقتصاد وقدرته على المواجهة في ظل المنافسة. (عبد المجيد، 2024)

عرفت الابتكارات في الدول المتطورة ، لكنها غدت موضوعاً مهماً في ظل التطور التكنولوجي للدول المتنامية، وبالتالي فإن منظمات اليوم تعيش حقبة الإستراتيجيات التي تبذل فيها أقصى ما بوسعها من طاقات التفكير والعمل من أجل التنسيق بين المتطلبات الخاصة بالعملية بين رفع جودة الأداء في ظل التطورات الحديثة وعلى جميع المستويات الإدارية والإستراتيجيات للتطوير والابتكار، وتمثل التكنولوجيا المعلوماتية انطلاقة واسعة من المكونات والعناصر المتنوعة في تخزين البيانات ومعالجتها و إسترجاعها و توزيعها، إضافة إلى الدور الذي تلعبه في خلق المعرفة المطلوبة التي هي نتاج إمتزاج الأنظمة المحاسبية وشبكات الإتصالات والمعرفة التكنولوجية، تتلخص أهم سمات تكنولوجيا المعلومات في تقريب المسافات إختصار الوقت، وتقسيم المهام الفكرية مع الآلات و تزايد الأنظمة الشبكية وتطور البيئة الإلكترونية فكرياً. (بيان، 2024)

أما فيما يتعلق بالبنوك الأردنية، فهي تواجه تقلبات جذرية لمواجهة المتغيرات الكبيرة التي يعيشها الاقتصاد الأردني، وقد باتت مشكلة تطوير النظام البنكي الأردني ومواكبته للمستقبل من أكبر الإهتمامات في كافة المستويات الإدارية. (ديقش، 2023)

2.2 مدخل إلى الابتكار

1.2.2 التمييز بين المصطلحات

تعددت المفاهيم المستعملة للتعبير عن " إنتاج منتجات جديدة أو خدمات جديدة، حيث نجد المصطلحات التالية الإبداع ، والابتكار، والإختراع والتجديد نظراً لكثرة الترجمات وعدم توحيدها من طرف مجمع اللغة العربية في مختلف الدول العربية، إختلفت الآراء حول الكلمات المترادفة التي تعطي المعنى الدقيق لهذه المصطلحات. (ملاوي، 2024)

2.2.2 الفرق بين الإبداع والابتكار

أورد أغلب الباحثين تعريفات مختلفة تميز بين الإبداع والابتكار، وفيما يلي أهم هذه الآراء:

الإبداع هو عملية تتبع الابتكار، ومنها يجب عدم الخلط بينهما، لأن الإبداع هو بداية الابتكار، كما أن الابتكار بعد عملاً فردياً بينما يعد الإبداع عملاً جماعياً يستلزم التعاون بين أفراد المجموعة. ويرى أن الابتكار يخلق الجديد الذي لم يكن موجوداً من قبل، في حين أن الإبداع يعمل على تحويل هذه الأشياء لتصبح شيئاً ملموساً كالسلع والخدمات. كما أورد أن مفهوم الابتكار يدل على العمل لإيجاد شيء جديد، ويمكن إعتباره إيجاد مورد حديث للمنظمة، بينما يرى أن الإبداع هو التكامل بين المواد المستحدثة و التسويق الجيد لها. (شهوان، 2024)

وأشار إلى تكاملية العلاقة بين الإبداع والابتكار كما هي مبيّنة في الشكل أدناه، حيث أن مدخلات المنظمة المبدعة تتضمن الأفكار والعاملون والتمويل، وتخلق أفكار جديدة مشتملة النمو والإبداع وذلك عن طريق التحسين المستمر في العملية الإنتاجية وتحقيق الكسب المادي. (بن علي، 2022)

و عليه فإن الحداثة هي من سمات وصفات الابتكار وهي أفكار متصلة بإيجاد حل للمشكلات وإعادة و تجميع الأنماط المعرفية في نماذج و مخرجات مميزة أو يتجلى في الوصول إلى حلول خلاقة لمشكلة جديدة أو فكرة ما، أما فيما يخص الإبداع، فإنه ذو صلة بجعل هذه الفكرة المستحدثة محل التنفيذ على شكل عملية أو سلعة أو خدمة يتم تقديمها من قبل المنظمة للزبائن والمتعاملين معا

يلجأ بعض الكتاب إلى استخدام لفظي الابتكار والإبداع كمترادفين للإشارة والدلالة على معنى واحد، لكن هناك

تمايز بين المفهومين لإزالة اللبس والغموض بينهما لا بد من توضيح الفرق بين الإبداع والابتكار. (عبد المجيد، 2024)

أوضحت إن كلمة ابتكار تم اشتقاقها من الكلمة اللاتينية Innovates والتي تعني تغيير أو تبديل، وهناك ترجمتين مختلفتين لهذا المعنى:

التغيير وتعديل ما هو موجود أصلاً. (Makhoos، 2021)

التبديل وهي اختراع شيء جديد وتقديمه للوجود سواء أكانت فكرة أو منتج أو خدمة. (قadari، 2021)

قد لا يشير الابتكار دائماً إلى استخدام أحدث التكنولوجيا المتقدمة، على العكس تماماً، بل هو أقل من أن يكون مسألة متطورة تقنياً بل هو أسلوب في التفكير وخلق حلول مبتكرة داخل المنظمة. (بيان، 2024)

يمكننا في هذا المضمون اعتبار تقنيات إدارة الابتكار على أنها مجموعة من الأدوات والمنهجيات المساعدة للمنظمات من أجل التكيف مع الوضع الراهن ومواجهة التحديات الموجودة في السوق بطريقة أكثر منهجية وأكثر تنظيم. (بن علي، 2022)

ويمكننا تعريف الابتكار بأنه القدرة الفعلية للمنظمة للتوصل إلى كل جديد يمكن أن يضيف قيمة أكبر وأكثر تميزاً من تلك التي يقدمها المنافسون في السوق بحث تكون المنظمة السباق في مجال الابتكار عند مقارنتها مع منافسيها للتوصل إلى كل ما هو جديد من أفكار ومنتجات وأسواق. (ديقش، 2023)

و عرف الابتكار بأنه عملية التطوير و الجميع الأفكار الحديثة من قبل الموظفين، كما يعتبر الابتكار هو تلك العملية الديناميكية العقلية التي تحتاج أن يكون التفكير بما هو جديد و غير مطروح سابقاً أحد مدخلاتها وذلك لتطوير الأفكار الجديدة أو استحداث استعمالات جديدة لمنتجات موجودة أصلاً مع الأخذ بعين الاعتبار أن يكون أفضل مما كان عليه ويوضح أيضاً أن عملية الابتكار تمتاز بالعديد من السمات منها أنها غير حتمية، وتهتم بالمعرفة، وغالباً ما تثير الجدل وحدودها تتباين كما أنها تعيد صياغة عملية الابتكار في العلاقات داخل العمل والترتيبات الموجودة في الهيكل التنظيمي. (ملاوي، 2024)

3.2.2 مسارات الابتكار

تقسم الدراسة الابتكار من حيث التعريف إلى ما يلي:

الابتكار كنتيجة: يقول بإن الابتكار هو الاختراع الذي تم طرحه في السوق عند وجود منتج مستحدث أو عند الاستخدام الأول أثناء عملية الإيجاد وذلك عند ابتكار العملية. كما يرى أنه عملية البناء الجديدة للبرج و المنتجات و عمليات الإنتاج و الخطط التسويقية، و يرى أنه أي فكرة أو شيء ما جديد يختلف من حيث النوع عن الأشكال الموجودة مسبقاً. (شهوان، 2024)

الابتكار كعملية: و هو ناتج عملية التطوير و التطبيق للأفكار الجديدة من قبل مجموعة العاملين الذي يعملون في إطار مؤسسي منظم و يرى البعض أنه العملية التي يتم فيها استقطاب الأفكار الجديدة لتقديم حلول للمشاكل الحالية، كما يعرفه آخرون بأنه تطبيق الأساليب والهياكل وممارسات العمليات بحيث تشكل الحالة الجديدة من الفن بحيث تسعى للمزيد من تحقيق أهداف تنظيمية. (عثمان، 2023)

ويوضح مستويين للابتكار وهما:

المستوى الكلي: حيث يقول بأنه المستوى الذي يوضح الكيفية و السبب لدعم التكنولوجيا للابتكار. (Makhoos، 2021)

المستوى الجزئي: و هو المستوى الخاص بالمنظمة و الذي يركز على التسويق وخدمات البحث والتطوير كما ويركز على أي خدمات أخرى بحيث تكون مسؤولة عن الابتكار. (قداري، 2021)

4.2.2 تطور الابتكار

تطور الابتكار خلال العقود الماضية بحيث تم اعتباره تطويراً منفصلاً ناتجاً عن الدراسات التي قام بها الباحثون بشكل منفصل، أما في وقتنا الحاضر فلم يعد الابتكار نتيجة الأعمال الفردية و إنما بات ينظر له كعملية لتقديم حلول في مشكلة معينة و هو عملية تفاعلية تتضمن علاقات تفاعلية بين المؤسسات و جميع الأطراف الفاعلة، وبدأت أيضاً عملية متنوعة للتعليم وعملية تتضوي على التبادل للمعرفة المقننة و للمعرفة الضمنية. (بيان، 2024)

5.2.2 خصائص الابتكار

يمكن توضيح خصائص الابتكار الأساسية من خلال خمس سمات رئيسية ، حيث يتم من خلالها الاستجابة للابتكار أو رفضه:

- 1- الميزة النسبية: ويقصد بها أن تكون المنتجات والخدمات المبتكرة تفوق المنتجات والخدمات الحالية في نظر الزبائن، ويمكننا احتساب درجة الميزة النسبية اقتصادياً كنسبة الأرباح المتوقعة من خلال الرضى للزبون والرفاهية الاجتماعية. (عبد المجيد، 2024)
- 2- التوافق: وهو قياس توافق الابتكار مع قيم الزبائن وتجاربهم واحتياجاتهم، وهناك دراسة قام بها حيث أوضح أن جميع الخدمات المبتكرة المقترحة من جهة البنوك التايوانية بكل ما يخص الهاتف المحمول اعتمدت على التوافق الواضح للابتكار مع نمط حياة الأفراد. (عظامو، 2022)
- 3- التعقيد: وهو مقياس لصعوبة استيعاب واستخدام الابتكار كمنتج أو كخدمة ، وبالتالي نقل أو تزيد محاولة الاستجابة له . (ملاوي، 2024)
- 4- قابلية الاختبار: وهي إمكانية إخضاع الابتكار قبل التسويق له على عينة صغيرة، وذلك لأن الشيء المبتكر المجرب مسبقاً يكون أقل مخاطرة على صعيدي الأفراد والمنظمات. (بن علي، 2022)
- 5- قابلية الملاحظة: وهي إنعكاس مدى وضوح ورؤية نتائج الابتكار، فكلما زاد هذا المقياس كانت هناك إستجابة أسرع للمنتج أو الخدمة المبتكرة. (ديقش، 2023)

6.2.2 مبادئ الابتكار ومصادره

مبادئ الابتكار

أوضح أن هناك مبادئ رئيسية للإبتكار تم وضعها من قبل الكثير من مدراء المنظمات وأهم هذه الرؤى الريادية: إعطاء الفرصة و المجال للأفكار الجديدة أن تولد إذا كانت في الإتجاه السليم. و بعد الفرد في المنظمة مصدر قوتها ، والإهتمام بتنميته يجعلها أكبر وأفضل وأكثر ابتكاراً، وعملية إتخاذ القرار هي عملية قائمة على إحترام الفرد في المنظمة و تشجيعه ومشاركته في تلك العملية، وتجاوز الروتين و اللامركزية في المعاملات بين الأفراد والإرتقاء بالعمل من وظيفة روتينية إلى شيء ممتع ويكون ذلك إذا قامت المنظمة بتحويل النشاط إلى مسؤولية وبالتالي المسؤولية الطموح،

والارتقاء الدائم بالفكر والطموحات عن طريق خلق شعور لدى الفرد بالتكامل مع عمله، وبناءاً عليه وجب على المدير خلق أساليب للتحفيز من أجل صناعة الإبداع من الأفراد وإيجاد وحدة خلاقة من مؤسسته، يعد المحرك الأساسي للحافز لدى الأفراد للعمل مبدأ التطلع إلى ما هو أفضل وكذلك السعي المستمر إلى تحقيق أهداف أبعد وذلك لضمان مسيرة فاعلة وكاملة، يتنافى الابتكار مع ما يعرف بالنسخة المكررة، بل الابتكار يعني أن تكون نسخة رائدة وفريدة، ولكي تكون كذلك يجب الإنتباه للتجارب الأخرى والممايزة بين الجيد والردىء لتكون الأعمال مجموعة من الإيجابيات، فتتص الإستراتيجية الابتكارية على أن المنظمة لها إحدى الحالات التالية: قائدة أو تابعة أو نسخة مكررة إن عملية تولد أفكار جديدة هي مسألة مرتبطة بالزمن، والقدرة على تنفيذها تأتي من تكرار المناقشة، إن عملية التعلم بواسطة العمل لها أهمية كبيرة إذ تعتبر أفضل طريق لتطوير الكفاءات وتوسيع النشاط وإندماج الأفراد بمهامهم ووظائفهم، لا يخلو الابتكار في ماهيته من الحذر والكثير من التحدي والشجاعة، ويحتاج دائماً إلى الحوار والنقاش. (شهوان، 2024)

7.2.2 مصادر الابتكار

أكد بأن بيتر دراكر يشير إلى سبعة مصادر رئيسية للابتكار على أساس أنه نشاطاً منظماً وهي كالآتي:

- المصدر الفجائي (غير المتوقع وعناصره تشتمل على النجاح المفاجئ وال فشل غير المتوقع والحدث الخارجي الفجائي). (قداري، 2021)
- مصدر تعارض الواقع كما هو والواقع المفترض حيث أن هذا النوع من التعارض يشير إلى فرصة كبيرة للابتكار. (Makhoos، 2021)
- مصدر الوقائع الاقتصادية المتعارضة، ومن الأمثلة عليه التعارض الحاصل بين طلب متزايد في ظل غياب الربحية، والتعارض الحاصل بين القيمة المدركة والواقعية لمتلقي الخدمة أو المستهلك. (عثمان، 2023)
- مصدر الحاجة أم الاختراع، بأن الحاجة تعتبر فرصة كبيرة للابتكار. (عظامو، 2022)
- البنية الخاصة بالسوق: وهي حتمية أن يتغير السوق بفعل المنافسة أو اختلاف القيمة المتوقعة من المستهلكين وهذا يعتبر من الفرص العظيمة للابتكار، وينضوي هذا المصدر على إستجابة سريعة للتغيير والتنبؤ بالفرص ومؤشرات تغير الصناعة. (بيان، 2024)

- العوامل السكانية: ويعرف هذا العامل والمصدر بأنه تحولات تطرأ على حجم السكان ومتوسط أعمارهم حسب العمل ومستوى الدخل والتعليم، وهذا يعد من المصادر القوية للإبتكار في عدة مجالات أهمها إيجاد قطاعات أسواق جديدة . (شهوان، 2024)
- تبدل الإدراك: ويقصد به تبدل رؤية وإدراك الأفراد في المجتمع، والتوقيت الذي يحصل فيه هذا التبدل مهم أيضاً مع أهمية أن يأتي الابتكار في الوقت المناسب. (بن عليّة، 2022)
- المعرفة الجديدة: إن قيام الابتكار على أسس معرفية بكل أبعادها بشكل مصدراً عظيماً للخروج بالأفكار والمنتجات والخدمات الجديدة . (ملاوي، 2024)

8.2.2 عناصر الابتكار

أكد على ضرورة قيام مفاهيم الابتكار على أسس منهجية وعلمية، بحيث تتخذ من العلم والتكنولوجيا والإتساع في الأفكار وارتقاء الأهداف والطموحات أساساً إستراتيجياً لخلق وضع أفضل وهذا يتطلب توفير عناصر الابتكار التالية:

أولاً: التخطيط الاستراتيجي: تواجه المنظمات السؤال الدائم (ماذا ستكون صورة العالم غداً؟) والإجابة ستكون حتماً أن الغد سيكون مختلفاً عن اليوم ولكن هذا الاختلاف إلى أي درجة ، ففي عالم دائم التغيير والتطوير تتجلى وظيفة التخطيط الإستراتيجي وتصبح أكثر صعوبة . (ديقش، 2023)

ويقول أن المنظمات عموماً بحاجة إلى خطة عمل إستراتيجية يسبقها تخطيط إستراتيجي وذلك للوصول إلى تقديم خدماتها والتعزيز من وضعها التنافسي. (عبد المجيد، 2024)

وبالتالي فإن عملية التخطيط الإستراتيجي تجيب عن الأسئلة المطروحة، ما هو موقع تواجه المنظمة اليوم؟ وما هي وجهتها؟ وما هي السبل التي تمكّنها من الوصول إلى وجهتها؟ وكيف يمكن أن تحقق قيمة مضافة

يعرف التخطيط الإستراتيجي على أنه عملية إستشراق للمستقبل من خلال تصور ماهيته متبوعة بعمليات على أرض الواقع من تطوير للإجراءات والعمليات للوصول إلى هذا المستقبل. (Makhoos، 2021)

وقد بين أن عملية صياغة الإستراتيجية يتم صياغتها على ثلاثة مستويات:

(المستوى الكلي: وفيه يتم إتخاذ قرارات لتحديد التوجه العام المستوى الإداري: على صعيد الوحدات الإدارية و

المستوى التشغيلي). (قداري، 2021)

وهذه المستويات تلعب دوراً أساسياً في عملية الابتكار ومنها يتضح لنا أن التخطيط الإستراتيجي عنصراً هاماً من

عناصر عملية الابتكار والتي تظهر القدرة على التخطيط المستقبلي والتنبؤ بأهداف التطوير والتغيير. (عظامو، 2022)

ثانياً: التفكير الاستراتيجي:

أوضح أن عملية الابتكار تتطلب النظر للمستقبل طويل الأمد من الإدارة العليا للبنوك ، مدعوماً بخطة مبنية

على التفكير السليم مع الأخذ بعين الاعتبار أن الوقت المستغرق في التفكير هو نوع من الإستثمار وليس ضياعاً للمجهود.

(شهبان، 2024)

عبر عن التفكير الإستراتيجي بأنه المنهجية التي تمكن قادة المنظمات من توجيه المنظمات بداية من الانتقال من

العمليات الإدارية المجردة ومواجهة الأزمات إلى الوصول لمرحلة الرؤية المختلفة للعوامل الداخلية والخارجية القادرة على

تغيير البنية المحيطة بهم ، بحيث تكون المرحلة الجديدة موجهة إلى المستقبل مع عدم إهمال الماضي. (عثمان، 2023)

ثالثاً: بناء الثقافة التنظيمية: وتعني قيم يشترك فيها العاملون تستند إلى احتياجاتهم مع ترسيخ قيم الأسرة

الواحدة مع ضرورة الإهتمام بهم وتدريبهم وتوفير قدر من الإحترام وإفساح المجال للمشاركة . (بن علي، 2022)

9.2.2 خطوات الابتكار

أوضح أن أساس التفكير في عملية الابتكار ودراستها هو الفكرة ، حيث أن أي فكرة أو سلعة جديدة يجب أن تقدم قيمة مضافة حقيقة للمنظمة أو السوق ، مع ضرورة الإنتباه إلى أن العملية لا تكتمل إلا عندما تصل إلى نقطة التطبيق وتحتاج عملية الابتكار إلى خطوات نوردتها فيما يلي:

- إيجاد وخلق الفكرة: حيث أن السلع والخدمات تحتاج إلى إبداع ذاتي ومعالجة معلومات. (شهبان، 2024)
- التجربة المبدئية: وترمي هذه الخطوة إلى ضرورة فحص ما هو جديد واختيار التطبيقات الأنسب له. (بيان، 2024)
- تحديد ملائمة الفكرة: وهي تضمين المنافع والتكاليف لتبني سلعة أو خدمة جديدة .
- التطبيق: وهي عملية تسويق السلعة أو الخدمة أو عملية إطلاق للعملية الجديدة كلياً. (ملاوي، 2024)

10.2.2 سمات المدراء المبتكرين

أجمل أهم السمات الواجب توافرها في المدير المبتكر بأن يكون عاكفاً على البحث ويمتاز بالخيال الواسع، ولديه القدرة العالية على الإحساس بالمشكلات من حوله، ولديه المقدرة على تحسس الخلل والقصور ولديه المرونة الذهنية العالية في معالجة المشكلات، وأن يهتم بمجمل المؤشرات دون التفاصيل ومن الضروري أن يكون على قدر عال من التمتع بأصالة التفكير وعدم التقليد وذلك يكون بتفتح العقل على كل الخبرات ويتمتع بوعي كامل بأهدافه، وأن يكون موضوعياً في الحكم ومستقلاً في الرأي، ويتمتع بالثقة والإيمان بقدراته والقدرة على تجاوز الصعوبات، وأن يكون متحمساً للأفكار والأعمال الكبيرة وتكون قدرته على تنظيم الأفكار والتعبير عنها مميزة يكون ذو مستوى طموح عالي. (ديقش، 2023)

المبحث الأول: تعريف التنمية والتطور والتغير

1.1.2 مفهوم التنمية والتطور والتغير

قد يكون من المناسب قبل البدء في الإشارة الى الجهود التي بذلت في تحديد مفهوم التنمية، والتعرض الى مصطلح التغير والذي يتداخل مع مصطلحات أخرى شائعة كما أنه يتضمنها بالضرورة مثل التطور والنمو والتقدم والتمدد والتحديث والتنمية. (معو، 2020)

يشير مصطلح التغير الى التحول الذي يقع في التنظيم الاجتماعي أو الى الاوضاع الجديدة التي تطرأ على البناء الاجتماعي بما يشتمل عليه من نظم ومنظمات وعلاقات وتفاعلات نتيجة لتشريع أو قاعدة جديدة لضبط السلوك أو كنتاج لتغير فرعي معين أو جانب من جوانب الوجود الاجتماعي أو البنية الطبيعية أو الاجتماعية " وقد لا يؤدي التغير بالضرورة الى تحقيق التقدم والارتقاء دائما وهو بذلك يختلف عن التنمية التي تهدف إلى تحقيق الافضل وبصورة ايجابية ، في حين أن التغير لا يفترض فيه الاحسن على الدوام فقد يكون تغيرا نحو الاسوأ أي قد يكون نكوصا وتراجعا إلى الخلف. (Jabri، 2022)

وبدل مصطلح التطور على الحالة التي ينتظر منها أن تنتقل من طور الى طور فالانتقال من طور البداوة الى الطور الريفي الى الطور الحضري يعد تطورا وهو بذلك يختلف عن التغير والذي هو تحول في التنظيم الاجتماعي كما سبقت الإشارة الى ذلك. (فتح النور، 2020)

والتغير غير النمو ، فالنمو يشير الى عملية الزيادة الثابتة المستمرة ويحدث في الغالب الاعم عن طريق التطور البطيء والتحول التدريجي في حين التغير قد يسير في اتجاه النقصان ليصل الى ما هو اقل. (رباط، 2021)

والتغير يختلف عن التقدم إذ أن التقدم يشير الى تغير الى الاحسن والافضل فهو يستهدف خير أو ينتهي إلى نفع ، كما يتضمن أن كل مرحلة لاحقة لابد وأن تكون أكثر ازدهارا وأرقى من المرحلة السابقة، في حين أن التغير قد يكون تقدما وقد يكون تأخرا. (محمود، 2020)

يختلف عن التمدن أو التحديث إذ يشير مصطلح التحديث الى تخلص المجتمع من الطابع التقليدي الى آخر أكثر حداثة من خلال الاخذ بالأساليب العلمية الحديثة في مجالات الاقتصاد والادارة والصحة والتعليم والعمران ، الى غير ذلك فالتحديث يعنى العملية التي يتغير بها الأفراد من طريقة الحياة التقليدية الى اسلوب في الحياة أكثر تقدماً من الناحية التكنولوجية، في حين أن التغير قد لا يكون بالضرورة تحولاً من القديم الى الحديث أو مما هو تقليدي الى ما هو حديث أو معاصر فقد تكون في الاتجاه المعاكس . (البحيري، 2024)

ويختلف التغير عن التنمية ، فالتغير يحدث تلقائياً في كل اتجاه سواء اردنا ذلك ام لم نرد اما التنمية فهي التغير الموجه الذي تلعب فيه الادارة دوراً جوهرياً ، فالتغير ارادي مقصود تساهم فيه إرادة الانسان بدور فعال . (ريكاردو، 2021)

وفي ضوء العرض السابق لمصطلح التغير وبعض المصطلحات المتداخلة والمرتبطة به يمكن القول ان التنمية هي تغير او تغيير اجتماعي ارادى و مقصود للانتقال من المجتمع من الحال الذي هو عليه فعلاً الى الحالي الذي ينبغي ان يكون عليه املا ، والتنمية بهذا المعنى تكون تطوراً حيث انتقالها بالمجتمع من طور الى طور وهي تقدم كذلك ، لأنها في انتقالها بالمجتمع من طور الى اخر لا يمكن أن تعود به القهقري وانما تأخذ به الى الامام ، وهي تمدن او تحديث لأنها تحتوى في داخلها على اتجاه التحول مما هو تقليدي الى ما هو احدث كما انها نمو موجب محبب ومرغوب. اذا اردنا ان نقف على التعريفات التي تناولت التنمية فاننا سنجد تعريفات كثيرة ومتنوعة ، ومن هذه التعريفات ما يلي:

يعد التعريف الذي قدمته الامم المتحدة للتنمية من اهم التعريفات التي تناولت مفهوم التنمية وهو التعريف الرسمي الذي تلتزم به اجهزة الامم المتحدة وقد صدر هذا التعريف عام ١٩٥٦م فقد عرفت الامم المتحدة التنمية على انها العمليات التي تتوحد بها جهود المواطنين والحكومة لتحسين الاحوال الاقتصادية والاجتماعية والثقافية في المجتمعات المحلية، وتحقيق تكامل هذه المجتمعات في اطار حياة الامة ومساعدتها على المساهمة الكاملة في التقدم القومى . ويشير هذا التعريف الى ان عملية التنمية تحتاج إلى عنصرين اساسيين لنجاحها وهما:

أ. مساهمة الاهالي بأنشطتهم الجماعية والفردية في الجهود التي تبذل لتحسين مستوى معيشتهم بصورة إيجابية، بمعنى تحقيق المشاركة الجماعية والاعتماد قدر الامكان على مبادئهم ومواردهم المحلية. (jabri، 2022)

ب. تقدم الخدمات الفنية والمادية من الحكومة أو الهيئات الدولية أو الاهلية، لتشجيع وانجاح هذه الجهود وجعلها أكثر فعالية. (رباط، 2021)

وتعرف التنمية على انها الجهود التي تبذل لاحداث سلسلة من التغيرات الوظيفية والهيكلية اللازمة لنمو المجتمع وذلك من خلال زيادة قدرة افراده على استغلال الطاقة المتاحة الى اقصى حد ممكن، لتحقيق أكبر قدر من الحرية والرفاهية لهؤلاء الافراد وباسرع من معدل النمو الطبيعي. (معو، 2020)

وتعرف ايضاً بانها الجهود المنظمة التي تبذل وعن تخطيط مرسوم للتنسيق بين الامكانيات البشرية والمادية المتاحة في وسط اجتماعي معين ، بقصد تحقيق مستويات اعلى للدخل القومي والدخول الفردية ومستويات أعلى للمعيشة والحياة الاجتماعية في نواحيها المختلفة لتحقيق مستوى اعلى من الرفاهية الاجتماعية. (غنام، 2019)

وتعرف التنمية على انها التحريك العلني المخطط لمجموعة من العمليات الاجتماعية والاقتصادية من خلال ايدولوجية معينة لتحقيق التغير المستهدف من اجل الانتقال من مرحلة غير مرغوب فيها الى حالة مرغوب الوصول اليها ، وهذا يعنى أن عملية التنمية تستهدف تغييراً اساسياً في البناء الاجتماعي بما يتضمنه من تنظيمات مختلفة الاهداف ، وتعديلاً في الادوار والمراكز وتحريك الامكانيات الاقتصادية بعد تحديدها وموازنتها الى جانب العمل على تغيير الموجهات الفكرية والقيمية وبناء القوى ، كذلك تعرف التنمية على انها زيادة محسوسة في الانتاج والخدمات شاملة ومتكاملة مرتبطة بحركة المجتمع تأثيراً وتأثراً مستخدمة الاساليب العلمية الحديثة في التكنولوجيا والتنظيم والادارة. (فتح النور، 2020)

والتنمية تغير ثقافي يتم في اطار اجتماعي معين، وترتبط عملية التنمية بازدياد اعداد المشاركين من ابناء الجماعة في دفع هذا التغير وتوجيهه وكذلك في الانتفاع بنتائجه وثمراته ، فهي تنطوي على توسيع حاسم في كل مجالات القدرات الانسانية والنشاط الانساني كالمجالات الروحية والفكرية والتكنولوجية والاقتصادية والمادية والاجتماعية ، ولا يقتصر دور ابناء الجماعة التي تتم فيها عملية التنمية على مدى تنفيذ الأوامر ، بل يتعدى ذلك الى المشاركة الايجابية الفعالة فيما يتعلق بأهداف التنمية وكذا المشاركة في الانتفاع بثمرات عملية التنمية. (أفنان، 2020)

ومن تعريفات التنمية وصفها بانها: العملية التي ينتج عنها زيادة في فرص حياة بعض الناس في مجتمع ما دون نقصان فرص حياة البعض الآخر في الوقت نفسه والمجتمع نفسه

لقد تضمن هذا التعريف عدداً من الجوانب الهامة وهي:

انه يركز على الزيادة دون النقصان في فرص الحياة ، فهو يرى ان التنمية عملية موجبة دائماً وغير مقبول أن تكون سالبة في حال من الاحوال. (العتيبي، 2023)

ويقصد بزيادة فرص الحياة، كل زيادة موجبة ومرغوبة يريها افراد المجتمع كزيادة الدخل، وتحسن مستوى المعيشة، وزيادة نسب المتعلمين، وزيادة نسب الاصحاء، وكل زيادة مأمولة مطلوبة ومرغوبة . (محمود، 2020)

ان هذا التعريف يتضمن جانباً اخلاقياً ، عندما يؤكد على ان الزيادة في فرص حياة بعض الناس في مجتمع ما يجب ان لا تكون على حساب فرص البعض الآخر في المجتمع نفسه ، أي ان التنمية لا يمكن أن تشبع احتياجات مجموعة على حساب أخرى أو تهتم بقطاع دون آخر ، لذلك فان التنمية وفق هذا التعريف تنظر الى المجتمع نظرة كلية شاملة ، أي دفع المجتمع الى الامام ككل متكامل، وفي حالة تعذر ذلك فان عملية التنمية تتجه الى مبدأ الأولويات ، أي الاهتمام بالقضايا الاحق بالتنمية وفي جميع الاحوال لا يتم ذلك على حساب شيء اخر ، كما يتضمن هذا التعريف مبدأ التنمية بالنتائج لا بالأمان ، أي انه لا يعتبر التنمية قد وقعت حقيقة الا اذا حققت الخير الاجتماعي والرفاهية المتمثلة في زيادة فرص حياة لأفراد المجتمع. (Jabri، 2022)

ايضاً تعرف التنمية بانها: انبثاق كل الامكانيات والطاقة الكامنة ونموها في كيان معين بشكل كامل وشامل ومتوازن سواء اكان هذا الكيان فرداً أو مجتمعاً. ويتضمن هذا التعريف عدداً من عناصر وسمات التنمية وهي: إن التنمية عملية ذاتية كما أن مقوماتها موجودة داخل الكيان نفسه سواء كان فرداً أو جماعة أو مجتمعاً إن التنمية عملية آلية حركية مستمرة (ديناميكية).

إن التنمية متعددة الطرق والاتجاهات في ضوء الامكانيات المتاحة. (فتح النور، 2020)

وانها عملية هادفة تسعى إلى إزالة كل المعوقات الذاتية داخل كيان معين. وانها عملية موجهة لتنمية الامكانيات الذاتية الكامنة إلى حدودها القصوى الممكنة سواء للفرد أو للجماعة أو للمجتمع من خلال التحكم الامثل للإنسان في البيئة المادية أو الاجتماعية من حوله باستخدام العلم والتكنولوجيا والتنظيم الاجتماعي. (غنام، 2019)

ويتفق هذا التعريف مع هذه الدراسة من حيث تأكيده على أن التنمية عملية ذاتية مستمرة حيث تشير فرضيات هذا البحث الى إمكانية تنمية الفرد لذاته من خلال الاستخدام الذاتي والتعرض المختار لوسائل الاتصال الجماهيري

والاستفادة من كم المعلومات المقدمة من خلال هذه الوسائل تنمية ذاته وتوسيع الخيارات أمامه وكذا في اختيار البدائل التي تشبع حاجاته ورغباته. (البحيري، 2024)

ومن التعريفات المميزة للتنمية التعريف الذي يرى إنها عملية واعية معقدة طويلة الأمد شاملة ومتكاملة في إبعادها الاقتصادية الاجتماعية السياسية التكنولوجية الثقافية الإعلامية والبيئية والتنمية الشاملة وان كانت غايتها الإنسان إلا أنها يجب أن تحافظ على البيئة التي يعيش فيها، لذا فإن هدفها يجب أن يكون إجراء تغييرات جوهرية في البنى التحتية والفوقية للمجتمع دون الضرر بعناصر البيئة المحيطة ، والتنمية الشاملة تشترط تضافر وتكامل جهود القطاعين العام والخاص وتأمين تغطية مستمرة وفعالة لها من قبل وسائل الاتصال الجماهيري المركزية والمحلية مع الاعتبار بأن الاتصال ووسائله جزء اساسي من هذه التنمية ومورد لها ، وهي لا يمكن أن تنجح إلا في إطار من المشاركة الديمقراطية بين القمة والقاعدة وضمان الحريات السياسية والاجتماعية للمواطنين بغية الوصول الى رفع المستوى المادي والثقافي - الروحي لأفراد المجتمع . (أفنان، 2020)

واهم ما يميز هذا التعريف يتضمنه لعنصري البيئة ووسائل الاتصال وأهميتها في عملية التنمية، إذ أن تحسن الوضع المادي والثقافي - الروحي لأفراد المجتمع ، وكذا تحقيق احتياجاتهم وتطلعاتهم لن يتم دون مراعاة المحيط الذي يعيش فيه الانسان والحفاظ على بيئته الحيوية والعمل على تطويرها وتحسينها ، فهناك علاقة وثيقة بين التنمية والبيئة ، لا بد من استخدام وسائل الاتصال بفاعلية في عملية التنمية ، مع الاهتمام بوضع سياسة اتصالية تكون مرتبطة بأهداف التنمية باعتبار أن وسائل الاتصال لا يقف دورها عند الأعلام والأخبار فقط ، بل تعد جزءا أساسيا في عملية التنمية من خلال تقديم المعلومات وإحاطة أفراد المجتمع بمشاريع وإنجازات التنمية ودورها الهام في تعميق الحوار بين الأفراد والجماعات وبين أفراد المجتمع والمسؤولين وإتاحة الفرصة للتعبير عن الرأي ودفعهم للمشاركة في اتخاذ القرارات الهامة لعملية التنمية ، وكذا في توعية أفراد المجتمع بمشاريع وإنجازات عملية التنمية وأهدافها والعقبات التي تقف في طريق التنمية. (معو، 2020)

تضمنت التعاريف السابقة لمفهوم التنمية على عدد من العناصر الاساسية لعملية التنمية ، بحيث أن اغلب التعريفات السابقة اتفقت على ضرورة اشتغال عملية التنمية على تلك العناصر ، وبدونها لا يمكن تحقيق عملية التنمية وهذه العناصر هي: إن التنمية عملية الية حركية مستمرة ديناميكية (تعتمد على مشاركة فعالة وإيجابية بين الاهالي والحكومة. (فتح النور، 2020)

المبحث الثاني: السلوك والمعايير للسياحة في المملكة العربية السعودية:

1.2.2 تعريف السياحة في اللغة:

مصدر كلمة سياحة (ساح سياحة وسيوحاً وسيحاناً) جري الماء على وجه الأرض ذهب في الأرض للعبادة والترهب. جال في البلاد للتنزه أو التفرج . الشخص سائح وجمعها سياح وسائحون والعامّة تقول سواح. السائح تقال للصائم الملازم للمساجد لأنه يسبح في النهار بلا زاد. السياح الكثير السياحة. (Jabri، 2022)

تقابلها في اللغة الأجنبية كلمة Tourism المشتقة من الفعل Tour أي يدور ويجول ليس من السهل إيجاد تعريف واحد شامل لكلمة سياحة نظرا لوجود تعريفات مختلفة. وقد بذلت محاولات عديدة لتعريف السياحة باعتبارها ظاهرة مستقلة ومتميزة ومن هنا تعددت التعريفات بتعدد الباحثين في المجال وتعدد توجهاتهم والجوانب التي يتناولونها اقتصادية، اجتماعية، ثقافية ، تعليمية وغيرها. (البحري، 2024)

2.2.2 معرفة الإنسان بالسياحة:

كانت حركة الإنسان منذ بداية الحياة الإنسانية البحث عن طعامه ومسكنة الآمن وقد مارس هذا النشاط منذ نشأته الأولى وتطور من خلال الصور المتعددة لنشاط الإنسان اليومي لأغراض الكسب. وقد قال الله تعالى في كتابه العزيز قائلاً عن سكان الجزيرة العربية وهم يتنقلون طلباً للرزق والعيش ما بين الشام واليمن في رحلة الشتاء والصيف سورة قريش ((لِإِيلَافِ قُرَيْشٍ (1) إِيْلَافِهِمْ رِحْلَةَ الشِّتَاءِ وَالصَّيْفِ (2) فَلْيَعْبُدُوا رَبَّ هَذَا الْبَيْتِ (3) الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ وَآمَنَهُمْ مِنْ خَوْفٍ (4)) . إذا كانت السياحة في بدايتها تعني الحركة والسفر وقطع المسافات والعودة إلى الوطن الأصلي ، ولكن مع مرور الزمن تطور المعني ليسجل تطور نشاط الإنسان فأصبحت تعني السفر والإقامة المؤقتة خارج مكان السكن الأصلي لفترة ما لأي من الأغراض التي تحقق احتياجات الإنسان ، والسائح طبقاً للمعني القديم هو الذي يقيم برغبته خارج مكان إقامته الأصلية دون أن يهدف إلى مكاسب اقتصادية وعليه أن يصرف أموالا وفرها في مكان آخر. (أفنان، 2020)

ومع بداية القرن التاسع عشر تطور المعني العام للسياحة بفضل ظهور ثورة المواصلات في العالم والتي كانت السبب الرئيسي لزيادة معدلات السفر وحركة انتقال الأفراد وكانت هي البداية لتطور السياحة بصورة كبيرة وعلى نطاق واسع. ومن ثم ظهرت مسألة تأمين وتوفير المأوي والطعام لهؤلاء الناس الذين يسكنون مؤقتاً بعيداً عن مكان سكنهم الأصلي. (رباط، 2021)

وهناك من بين الذين درسوا ظاهرة السياحة من يري أنها غريزة إنسانية كبقية الغرائز تدفع الإنسان وتحرك لديه الرغبة في التنقل والحركة من مكان لآخر وما يترتب على عملية الانتقال من مجموعة تفاعلات بشرية تحقق رغبة الفرد في الحركة والانتقال. أو هي عبارة عن مجموعة العلاقات الإنسانية المتبادلة والخدمات الناتجة عن التغيير المؤقت المحل الإقامة الدائم دون أن يكون الدافع إلى ذلك العمل أو دواعي المهنة. ويعرفها البعض بأنها العمليات المتعلقة بدخول الأجانب للبلد المضيف وإقامتهم المؤمّنة وانتشارهم داخل وخارج حدود منطقة معينة، وما ينتج عن ذلك من رواج اقتصادي بتلك المنطقة وذلك باعتبار أن العامل الاقتصادي من أهم العوامل المتأثرة بالحركة السياحية. كما يري عالم السياحة الألماني (جوبير فرويلر أن السياحة ظاهرة من ظواهر العصر التي تنبثق عن الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام والإحساس بجمال الطبيعة وتذوقها والشعور بالبهجة والمتعة من وراء الإقامة المؤقتة في مناطق ذات طبيعة خاصة. (معو، 2020)

وهناك تعريف هيئة الأمم المتحدة للسائح في ١٩٦٣ م تحت عنوان السياحة الدولية (السائح كل شخص يكون موجوداً بصورة مؤقتة في دولة أجنبية ويعيش خارج مكان سكنه الأصلي خلال (٢٤) ساعة أو أكثر). (Jabri، 2022)

واستناداً لهذا الاهتمام اتجه جزء كبير من السكان في المناطق السياحية نحو مهن جديدة لخدمة السياحة وقامت منظمة دولية للسياحة . وزيادة في الاهتمام انعقد اجتماعاً في 1993 م في كندا مواصلة للمؤتمر العالمي بخصوص السياحة ليتم التنسيق بين الحكومة الكندية ومنظمة الأمم المتحدة لتنفيذ التوصيات التي تؤمن التطور السياحي والأثر الإيجابي للسياحة على الدخل القومي لكثير من دول العالم لذا فإن تعريف السياحة في المملكة العربية السعودية:

هي عبارة عن نشاط فرد يسافر ويستقر خارج مكان إقامته الأصلي لفترة لا تزيد عن العام للترفيه أو العمل التجاري أو أي غرض من الأغراض التي تحقق رغبات الفرد وتشبع احتياجاته . (فتح النور، 2020)

وتعريف السائح هو:

أي شخص يقضى ليله على أقل تقدير خارج مقر إقامته الأصلي بغض النظر عن الدوافع . (البحيري، 2024)

وتعريف الخدمات السياحية في المملكة العربية السعودية: هي مجموعة من الأعمال التي تؤمن للسائح الراحة والتسهيلات عند شراء أو استهلاك الخدمات والبضائع السياحية خلال وقت سفرهم أو خلال إقامتهم في المرافق السياحية بعيداً عن مكان سكنهم الأصلي. (غنام، 2019)

لذا فإن كل الاجتهادات التي طرحت لتعريف السياحة والسائح توضح أن حاجات الإنسان لا تنقف عند حد وتتغير مع الزمن، والإنسان بطبعة يميل إلى المتعة والراحة بما منحة الله من قدرة جسمية ومادية فالثروة هي الوسيلة لتلبية الاحتياجات واشباع الرغبات لذا فإن الخطوط السعودية قد يسرت الحركة بين مدن المملكة العربية السعودية. كما أن وسائل الاتصال الأخرى من هاتف وفاكس وتلفاز وأقمار صناعية وضعت المملكة العربية السعودية تحت نظر الإنسان وأن طفرة المعلومات الهائلة التي توفرت عن بلاد وشعوب العالم قد كشفت عن رغبات كثيرة لدى الأفراد وحركت لديهم الميل المعرفة الكثير عن بلاد لم يكن الفرد يعرفها من قبل وأناس لم يكن يراهم. (محمود، 2020)

مصطلحات البحث:

البضائع السياحية هي كل سلع متداولة خاصة بالمنطقة السياحية

ولذلك بدأ الترويج للسياحة من اعلانات وتيسير وسائل السفر ومنافسة الاسعار والتخطيط . كل ذلك تسهياً لمهمة السفر وتقريباً لفكرة اتخاذ القرار . فبدون السفر والمعايشة لن يتم التقارب بين الأفراد ولا التعارف بين الأمم والشعوب والاقتراب من الحضارات . فالسياحة هي الوسيلة التي تجمع هؤلاء ومع كل ذلك يجدر أن نقول أنه ليس كل مسافر صالح ما لم تتوفر لديه الدوافع السياحية كالرغبة في الاستجمام أو الترويج عن النفس أو حب الاطلاع على حياة وعادات الشعوب الأخرى أو بغرض التثقف أو العلاج . قال الله تعالى في سورة الحجرات: (يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا: إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ: إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ) صدق الله العظيم . (أفنان، 2020)

3.2.2 أنماط السياحة:

بما أن ظاهرة السياحة وجدت كظاهرة طبيعية من قديم الزمان إلا أنها لم تنل حظها قديماً في المملكة العربية السعودية لأنها لم تبني على مفهوم واضح عن ماهيتها ومكوناتها ومتطلباتها وكانت قليلة نظراً لقلّة الدوافع ، فقد كانت الحياة بدائية ووسائل التنقل ضعيفة إلا إنها مع تطور الحياة الاجتماعية تطورت على مر الزمن وأصبحت محل ملاحظات ودراسات علمية جعلت منها علماً قائماً بذاته له مجالات ومناهج ، بل أصبح صناعة لها محترفها تقوم على أسس وقواعد تبني على تدريب ، بل وأصبحت من أحدي المجالات الاستثمارية بأنشطة متعددة ، وحظيت باهتمام الدولة التي تتمتع بمقومات سياحية تؤهلها لتنمية هذا المجال وتطوير واستغلال مواردها بهدف الاستفادة القصوى من تحقيق عائد اقتصادي واجتماعي وثقافي ومن هنا مع تطور حاجات الإنسان تطورت وتنوعت أنماط السياحة حيث أنه كان في العصور البدائية يتم السفر والتنقل والإقامة من مكان لآخر طلباً لتسهيل مهمة العيش واستمرار الحياة ممثلاً ذلك في المأكل والمشرب والحماية والأمن . جدير بالذكر أنه في العصور البدائية أو الوسطي حيث لم تتوفر وسائل سفر كثيرة وسريعة ومريحة لم تكن هناك قيود على المسافرين او القادمين كما لم تعرف السياحة بصورتها العلمية. اما في العصر الحديث وقد ساعد النمو السريع في زيادة دخول الافراد نتيجة للاستفادة من الاساليب الاقتصادية المتقدمة وظهور تشريعات العمل التي منحت العديد من المزايا للعاملين من حيث الحوافز بجميع صورها وحق الحصول على العطلات والاجازات مدفوعة الأجر. كل ذلك مكن شرائح كبيرة من قطاعات المجتمع على القدرة المالية. (Jabri، 2022)

ومن العوامل التي ساعدت على تطور السياحة في المملكة العربية السعودية:

- 1- الاهتمام بدراسة ظاهرة السياحة علمياً والبحث في مجالاتها وإنشاء هيئة عليا للسياحة.
- 2- ارتفاع مستوى دخل الفرد السعودي مما جعله يشبع رغبته في السفر أثناء الاجازات والعطل الرسمية. (رباط، 2021)
- 3- توفير الناقل الوطني " الخطوط السعودية " للرحلات بين مناطق المملكة السياحية.
- 4- زيادة الوعي الثقافي والعلمي وانتشار وسائل الاعلام. (ريكاردو، 2021)
- 5- زيادة اهتمام الدولة بتنمية المواقع السياحية وعمليات التنشيط السياحي وتوفير مقومات وامكانيات الجذب السياحي الداخلي والخارجي. (معو، 2020)

4.2.2 أنواع السياحة في المملكة العربية السعودية:

تأخذ السياحة أنماطاً مختلفة على ضوء المعايير والدوافع وما يحكمها من رغبات مختلفة مثال المعايير التي بنيت

عليها السياحة في المملكة العربية السعودية:-

1. معيار الدافع الذي يهدف السائح لتحقيقه للتمييز بين عدة أنواع مثل الترفيه العلاجي ، الثقافية إلخ. (غنام،

(2019)

2. معيار مدة الإقامة الذي يمكن السائح من التمييز بين السياحة قصيرة المدى والسياحة طويلة المدى ، فهي إما

تكون فردية أو أسرية وإما للعلاج أو الدراسة . (فتح النور، 2020)

3. معيار الحدود السياسية للدولة بلد السائح يمكن أن نميز بين نوعين من السياحة هما السياحة الداخلية

والسياحة الخارجية. (البحيري، 2024)

فالسياحة الخارجية: هي التي ينتقل فيها السائح خارج حدود المملكة العربية السعودية للإقامة المؤقتة في بلد

آخر مدفوع برغبة أو عدة رغبات أما السياحة الداخلية هي أيضاً انتقال السائح لأشباع رغباته بين مناطق المملكة العربية

السعودية السياحية للإقامة المؤقتة في موقع آخر داخل حدود بلده غير موقع إقامته المعتاد. (العتيبي، 2023)

ونظراً لأن الباحث يهدف إلى التحدث عن السياحة الداخلية والخطوط الجوية السعودية كوسيلة نقل وكيفية

تنشيط ذلك فلا بد له من تناول السياحة الداخلية بإيجاز بهدف خدمة أغراض البحث ومما يشجع الباحث إشارة

الإحصاءات الدولية إلى أن السياحة الداخلية تمثل من ثمانية إلى تسعة أمثال السياحة الدولية حيث تغيرت نظرة غالبية

الدول إلى أهمية السياحة الداخلية ورأت فيها خدمة ضرورية يجب أن توفرها أي دولة لمواطنيها والعمل على إيجاد المقومات

اللازمة لتنميتها وتنشيطها وذلك لما لمسته تلك الدول من العديد من المزايا والآثار الإيجابية سواء على مستوى الفرد أو على

مستوى المجتمع اجتماعياً واقتصادياً وتتميز أهمية السياحة الداخلية بأنها تعمل على استقرار الوضع السياحي واستخدام

مكوناته الاستخدام الأمثل في حالة تناقص السياحة الخارجية ولأنه عن طريق تنشيط السياحة الداخلية يمكن العمل

على استقرار العمالة السياحية والمحافظة على التشغيل واستغلال المنشآت السياحية وامتداد الموسم السياحي هذا إلى

جانب إيجاد فرص عمل جديدة في مجالات العمل السياحي طول العام وزيادة تنشيط الصناعات المختلفة المرتبطة

بالنشاط السياحي المستمر وزيادة الاستثمارات الوطنية العامة والخاصة في المشروعات السياحية المختلفة . وتمشياً مع هذه الأهمية والاهتمام من قبل المسؤولين جاءت في جريدة الشرق الأوسط الدولية أن الأمير نايف بن عبد العزيز وزير الداخلية السعودي طالب بتبني إنشاء جهاز مختص بأمن السياحة وتشرف عليه الهيئة العليا للسياحة ليتمكن من تقديم الخدمات الأمنية السياحية حتى لا تكون السياحة عبئاً على أجهزة الأمن . وهذا الطرح من شأنه أن يؤدي إلى استقبال عدد كبير من الشباب الراغبين في العمل في هذا المجال وقد ركز الأمير نايف على أهمية الثوابت التي تقوم عليها السياحة في المملكة وهي التمسك بالعقيدة وبذلك توجد مجالات كثيرة ليقضي المواطنون إجازاتهم في وطنهم وهذا يعكس وضعاً إيجابياً للاقتصاد الوطني ويتيح فرصة التعرف على كثير من المواقع الأثرية خاصة وقد أصبح حجم السياح السعوديين إلى الخارج بأعداد كبيرة ولابد من تضافر كل الجهات المعنية للنهوض بمستوي السياحة فهي منظومة متكاملة يشترك فيها الكل لرفع نسبة السياحة الداخلية التي تمثل ١٧% فقط من جملة السياح المسافرين للخارج والسياحة الداخلية من جهة تزيد الترابط وتنمي العلاقات بين المواطنين وتزيد من ارتباطهم وانتمائهم لبلدهم وتجنب الآثار الضارة للسياحة الخارجية. (أفنان، 2020)

اما من حيث التصنيف هناك:

- 1- السياحة الدينية: التي تتضمن الرغبة في الاشباع الروحي للذين يسافرون لزيارة الأماكن الدينية المقدسة وعلى رأس هؤلاء المسلمون الذين يفدون من كل بقاع الدنيا للحج العمرة وزيارة الاماكن المقدسة في المملكة العربية السعودية - مكة المكرمة - المدينة المنورة. (العتيبي، 2023)
- 2- السياحة الترفيهية: وهي من أكثر أنواع السياحة أهمية وانتشاراً في العصر الحديث وأصبحت عنصراً من عناصر الجذب كما انها أصبحت حاجة اجتماعية ضرورية نتيجة لسرعة ايقاع الحياة العصرية المليئة بالضغوط المختلفة . ويشتمل هذا النوع على العديد من الانشطة الترويحية مثل زيارات المنتزهات والتمتع بالمناظر الطبيعية والمناخ المعتدل وممارسة الصيد والرياضة بأنواعها والمهرجانات الشعبية والثقافية والجوائز والتخفيضات على السلع وغيرها مما يحقق قدراً كبيراً من المتعة والبهجة السياحة وقد بدأت هذه السياحة تشمل قطاعات كبيرة من المجتمعات المختلفة ولم تعد مقصورة على الأغنياء. (Jabri، 2022)
- 3- السياحة العلاجية: وتتم بناء على ارشادات الأطباء بهدف تعبير البيئة أو مراجعة بعض المصحات أو المستشفيات والمراكز الطبية المتخصصة وما يلزمها من خدمات تكميلية تحقيقاً لدرجة الاشباع المطلوبة. (فتح النور، 2020)

4- السياحة الرسمية: تتضمن سفر الأفراد أو الوفود أو أشخاص معينين من أجل المشاركة في محادثات رسمية أو احتفالات دولية أو المعارض التجارية والصناعية ولا بد أن تتكامل في وظيفتها من حيث مراكز وقاعات الاجتماعات ووسائل نقل وتبادل المعلومات وهناك نوع من السياحة يتمثل في زيارة الأقارب والأصدقاء بغرض المحافظة على بقاء العلاقات الاجتماعية بين الأفراد والأسر وخاصة في مناسبات الأفراح والأتراح التي تتطلب إبداء المشاعر الحميمة للأقارب والأصدقاء وهي كثيراً ما توفر نوعاً من التعرف على البلاد المعنية وبعضاً من الراحة والاستجمام. (البحيري، 2024)

5.2.2 أثر السياحة على اقتصاديات المملكة العربية السعودية:

تقدم بها ناصر عقيل عبد الله الطيار بعنوان أثر السياحة على اقتصاديات المملكة العربية السعودية والرياض. (معو، 2020)

تناول هذا الباحث السياحة من حيث دورها الاقتصادي في تنمية المملكة العربية السعودية. متطرقاً إلى عائدات السياحة وأثرها على هيكل الدخل القومي، مستعرضاً أن العجز في الموازنة العامة للدولة هو أحد المشاكل التي تعاني منها اقتصاديات الدول النامية لأن ذلك يرتبط بمجموعة من الاضطرابات الهيكلية الأخرى. ولا بد لذلك من نظرة متكاملة ولتلافي مثل هذا الخلل الذي يهدد الاستقرار النقدي والسعري للاقتصاد الوطني فإذا لابد من إعادة هيكلة الاقتصاد بإدخال موارد دخل إيجابية النتائج. (غنام، 2019)

ويتألف الواقع الاقتصادي السعودي من ثلاث قطاعات تشكل فيما بينها الإطار العام لهيكل الاقتصاد السعودي وهي القطاع النفطي والقطاع الحكومي والقطاع الخاص. وقد كان دور النفط كبيراً في تحقيق التنمية الاقتصادية في مراحل الأولى إلا أنه أخذ في التضاؤل ولم يتقدم القطاع الحكومي والقطاع الخاص بدور كبير في تحقيق ما حققه النفط حتى الآن بالرغم من التقلبات التي تحدث في أسواقه من وقت لآخر ، ولذلك أصبح الآن الاتجاه نحو السياحة لكثرة مناطق الجذب السياحي وتنوعها خاصة بعد صدور الأمر السامي الكريم بتأسيس الهيئة العليا للسياحة، ووضعها لكثير من القوانين التي تساعد على تسهيل إجراءات المعتمرين وتمديد فترة إقامتهم بالمملكة ، وبمقتضى ذلك يتوقع أن يزور المملكة مليون معتمر شهرياً أي أن توقعات عائدات العمرة قد تبلغ عشرة مليار دولار أي ما يعادل 57.5 مليار ريال سعودي وبمعنى آخر يمكن أن تغطي عائدات العمرة الفاقد من نفقات السائح السعودي بالخارج. ومن جهة أخرى الاهتمام بتنشيط

مناطق الجذب السياحي قد يؤثر كثيراً في إقبال السعوديين للسياحة الداخلية الشيء الذي يساعد في الحد من الإنفاق الخارجي، إضافة إلى ذلك فقد مهدت المملكة الموافقة على منح تأشيرات للسياح من غير الحجاج والمُعتمرين لتأخذ نصيبها من سوق السياحة العالمية حيث كان نصيبها حتى ١٩٩٩ م لا يتعدى 1% من مجموع السياحة العالمية وكان ذلك طبقاً للقوانين المطبقة بالمملكة. (محمود، 2020)

وقد جاءت توصيات الباحث فيما يأتي:

أولاً: توفير المعلومات الدقيقة التي تساعد في وضع خطط متكاملة وهذا يقتضي دعم مصلحة الإحصاء وتأهيلها وإنشاء قسم خاص بالإحصاءات السياحية على أن يكون هناك تنسيق بين الوحدات المختلفة ذات الصلة. (رباط، 2021)

ثانياً: العمل على إنشاء وحدة حماية السياح والأماكن السياحية ووضع القوانين الخاصة لحماية المواطنين من الأثر السلبي للثقافة الوافدة وإيجاد ضوابط لتقوية الصفات العربية بحيث ينقلها الآخرون. (Jabri، 2022)

ثالثاً: تأهيل الكوادر البشرية يعد استثماراً لإنجاح المشاريع السياحية ومن ثم خير من يقدم خدمة للضيوف هم أبناء البلد لأن ذلك يعكس كثيراً من ثقافة وعادات البلد المضيفة للسياح وعليه ينبغي إعادة النظر في المناهج التربوية وإضافة بعض المواد التي تتعلق بتعريف الطالب ببلده والمواقع السياحية فيها. وفتح مزيد من الكليات والجامعات لتأهيل الكوادر المهنية وهيكل راتبي مجز للشباب العاملين في مجال السياحة. (أفنان، 2020)

رابعاً: العمل على زيادة حجم الاستثمار الوطني والأجنبي في المشروعات السياحية عن طريق منح تراخيص العمل المتخصصين في مجال دراسات الجدوى وتقييم المشروعات وإنشاء بنك متخصص لدعم الاستثمار في مجال السياحة وتقوية وسائل الإشراف والمراقبة. (فتح النور، 2020)

خامساً: دراسة سوق السياحة الإقليمي ومعرفة المنافسين وتقويم وضعهم لمنافستهم ومراعاة تجنب المغالاة في أسعار الإقامة بالفنادق وتذاكر السفر على وسائل النقل المختلفة وإصدار شيكات سياحية محلية للتعامل داخل المملكة . كذلك الاستفادة من السفارات وممثلات خادم الحرمين بكل مناطق العالم من خلال أقسامها التجارية والثقافية والإعلامية لعرض المنتج السياحي بالمملكة. (البحيري، 2024)

سادساً: ضرورة إنشاء وحدة إعلام سياحي لوضع البرامج الإعلامية لأجهزة الإعلام المحلية والإقليمية والعالمية والمشاركة في كل المعارض والمؤتمرات الدولية وتوجيه أجهزة القنوات المرئية لملى فترات الربط بين البرامج بالصور والاختبار السياحية التي تعكس مقومات مناطق الجذب السياحي. (غنام، 2019)

الفصل الثالث

منهجية وإجراءات الدراسة

1.3 مقدمة

يتناول هذا الفصل الدراسة الميدانية وذلك من خلال التعرف على منهجية الدراسة ومجتمع وعينة الدراسة وأداة الدراسة ومصادر جمع البيانات والأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة وحساب الصدق والثبات لأداة الدراسة

2.3 منهجية البحث

نظرا لطبيعة الدراسة التي تهدف إلى التعرف على أثر الابتكار التكنولوجي على تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي حيث استخدمنا في الجانب النظري المنهج الوصفي الذي يعمل على توضيح متغيرات الدراسة، مع استخدام المنهج التحليلي في الدراسة الميدانية لأنه يعمل على التحليل والربط بين النتائج التي توصل إليها ويعمل على تفسيرها ثم إصدار الأحكام المناسبة.

3.3 مجتمع وعينة الدراسة

تمثل مجتمع الدراسة في جميع العاملين في القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية ونتيجة لصعوبة إجراء الحصر الشامل لكافة أفراد مجتمع الدراسة فقد قامت الدراسة باستخدام أسلوب العينات العشوائية البسيطة من خلال نشر الرابط الخاص بالاستبيان على كافة مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بأفراد مجتمع الدراسة وقد بلغ عدد أفراد عينة الدراسة 364 فرد وهم الذين أجابوا على اسئلة استمارة الاستبيان

4.3 مصادر جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على المصادر التالية في جمع البيانات والمعلومات:

- المصادر الثانوية: قام الباحث بالرجوع إلى الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والأدبيات والتقارير والأبحاث والدراسات السابقة التي تتناول موضوع الدراسة والبحث في مواقع الإنترنت المختلفة لتقديم الإطار النظري المتعلق بهذه الدراسة.
- المصادر الأولية: قام الباحث بإعداد استبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات مباشرة من أفراد العينة، حيث تكونت من عدد من الفقرات بهدف التعرف على أثر الابتكار التكنولوجي على تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية

5.3 الأساليب الإحصائية:

تم الاعتماد على برنامج الحزم الإحصائية (SPSS) للوصول إلى الأهداف المرسومة حيث يحتوي على مجموعة من الاختبارات الإحصائية التي تندرج تحت الإحصاء الوصفي والإحصاء الاستدلالي. وفيما يلي مجموعة من الأساليب الإحصائية التي استخدمت في الدراسة.

- ✓ التكرارات والنسب المئوية: تم استخدامها للتعرف على خصائص أفراد الدراسة
- ✓ اختبار معامل ألفا كرونباخ: تم استخدامه لتحديد ثبات أبعاد الاستبيان.
- ✓ معامل ارتباط بيرسون: تم استخدامه لتحديد مدى اتساق كل فقرة مع البنود الكمية للاستبيان والأبعاد التي ينتمي إليها (الاتساق الداخلي لأداة الاستبيان).
- ✓ المتوسط الحسابي والانحراف المعياري: وذلك لتحديد أهمية السؤال من بين الأسئلة المطروحة.
- ✓ اختبار الانحدار البسيط: تم استخدامه لتحديد تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع.

6.3 أداة الدراسة

اعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة لجمع البيانات وتكونت الاستبانة من ثلاث محاور على النحو التالي:

تم العمل على الاستبانة بالتناسب مع متغيرات الدراسة من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة المتعلقة

بموضوع الدراسة، حيث تكونت من قسمين رئيسيين هما:

- القسم الأول: وهو الجزء الخاص بالمتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة والمتمثلة بـ: النوع، والعمر، والمؤهل العلمي والمسمى الوظيفي، الخبرة المهنية.
- القسم الثاني: اشتمل القسم الثاني على الفقرات والأبعاد التي تقيس متغيرات الدراسة المستقل والتابع وتتضمن فقرات المتغير المستقل (الابتكار التكنولوجي) وتتضمن أربع أبعاد وهي (البنية التحتية التكنولوجية، البرمجيات والتصميمات، الخدمات المبتكرة، التفاعل والتواصل) وتشتمل على 20 فقرة وفقرات المتغير التابع (تنمية القطاع السياحي) ويتضمن 5 فقرات

وتم استخدام مقياس ليكرت ذو الخمس درجات في الإجابة على أسئلة محاور الدراسة، وقد قامت

الدراسة بتقسيم اتجاه موافقة أفراد عينة الدراسة على عبارات محاور الدراسة إلى مستويات.

جدول (1) مستويات موافقة عينة الدراسة على عبارات أداة الدراسة

الدرجة	المستوي
1.79 – 1	منخفضة جدا
2.59 – 1.80	منخفضة
3.39 – 2.60	متوسطة
4.19 – 3.40	مرتفعة

مرتفعة جدا	5.00 – 4.20
------------	-------------

7.3 صدق أداة الدراسة

تم حساب صدق عبارات استمارة الاستبيان عن طريق تحديد مستوى التجانس الداخلي من خلال التعرف على الدلالة الإحصائية لمعاملات الارتباط بيرسون بين درجة العبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه العبارة وجاءت النتائج كما يلي:

1.7.3 المحور الأول: الابتكار التكنولوجي

جدول (2) معاملات الارتباط لعبارات المحور الأول

م	العبارة	معامل ارتباط بيرسون	Sig
البنية التحتية التكنولوجية			
1	تستخدم شركات القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية شبكات الاتصال الإلكترونية لمتابعة وتقييم العمل اليومي	**0.568	0.000
2	استفادت شركات القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية من التقنيات الحديثة للاتصالات	**0.740	0.000
3	ساهمت تكنولوجيا المعلومات في سهولة الاتصالات بين شركات القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية	**0.624	0.000
4	تتوافر بشركات القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية المعدات والتقنيات اللازمة في مجال تكنولوجيا المعلومات	**0.602	0.000

0.000	**0.606	ساهمت تكنولوجيا المعلومات في زيادة قدرة شركات القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية على تحقيق أهدافها	5
البرمجيات والتصميمات			
0.000	**0.552	تتوافر في شركات القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية أنظمة حماية آلية متطورة لحماية بياناتها	6
0.000	**0.654	تستخدم شركات القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية البرامج والتطبيقات السياحية الإلكترونية	7
0.000	**0.726	تناسب البرمجيات المستخدمة في شركات القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية مع نظام العمل لتقديم الخدمات السياحية بسهولة	8
0.000	**0.685	يوجد بشركات القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية نظام رقابي إداري إلكتروني	9
0.000	**0.523	تمتلك شركات القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية ميزانية كافية لتوفير الأجهزة والمعدات التكنولوجية وتحديثها باستمرار	10
الخدمات المبتكرة			
0.000	**0.739	تعمل شركات القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية على الابتكار في تقديم الخدمات للعملاء	11
0.000	**0.603	تحرص إدارة شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية على تحديث تجهيزاتها والياتها باستمرار.	12
0.000	**0.563	تحرص شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية على أن تتلاءم التكنولوجيا المستخدمة مع متطلبات العمل	13

14	تحرص شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية على تدريب العاملين على استخدام التقنيات الحديثة وباستمرار.	**0.509	0.000
15	تهتم شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية بتبني الأساليب التكنولوجية الحديثة في مجال العمل	**0.459	0.000
التفاعل والتواصل			
16	تركز شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية على التكنولوجيا الحديثة بما يتلاءم وحاجات ورغبات العملاء.	**0.668	0.000
17	تقوم شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية بإجراء تغييرات مستمرة لتطوير خدماتها في ضوء احتياجات العملاء	**0.770	0.000
18	تمتلك شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية قدرة التركيز على العميل في كافة المستويات	**0.681	0.000
19	تعتمد شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية على تقديم خدمات محددة	**0.568	0.000
20	تمتلك شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية القدرة على مواكبة التغيرات في احتياجات ورغبات العملاء	**0.590	0.000

** ذات دلالة إحصائية عند 0.01

وتبين أن جميع معاملات الارتباط لجميع عبارات محور الابتكار التكنولوجي كانت ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01) وهذا يعني أن عبارات محور الابتكار التكنولوجي تتمتع بصدق الاتساق الداخلي وهي صالحة لأغراض الدراسة.

2.7.3 المحور الثاني: تنمية القطاع السياحي

جدول (3) معاملات الارتباط لعبارات المحور الثاني

م	العبارة	معامل ارتباط بيرسون	Sig
1	تضع شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية اهداف مرحلية واضحة ومكتوبة تسعى لتحقيقها ضمن الامكانيات والظروف المتاحة لها	**0.759	0.000
2	تهتم شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية بزيادة تعريف السائحين بالثقافة المحلية	**0.738	0.000
3	تعمل شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية على استغلال الفرص الجديدة المتاحة.	**0.824	0.000
4	تعمل شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية على توفير البيئة المناسبة لجذب السائحين	**0.719	0.000
5	تستهدف شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية تنمية مهارات العاملين وزيادة قدرتهم على العمل	**0.749	0.000

** ذات دلالة احصائية عند 0.01

وتبين أن جميع معاملات الارتباط لجميع عبارات محور تنمية القطاع السياحي كانت ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01) وهذا يعني أن عبارات محور تنمية القطاع السياحي تتمتع بصدق الاتساق الداخلي وهي صالحة لأغراض الدراسة.

8.3 ثبات أداة الدراسة:

تم حساب معامل ألفا كرونباخ لعبارات محاور الاستبيان وكانت النتائج كما يلي:

جدول (4) معامل الثبات لمحاور استمارة الاستبيان

المحاور	معامل ألفا كرونباخ	عدد العبارات
الابتكار التكنولوجي	0.914	20
تنمية القطاع السياحي	0.815	5
إجمالي استمارة الاستبيان	0.927	25

يتبين أن قيمة معامل الثبات Alpha أكبر من 0.7 لجميع محاور استمارة الاستبيان مما يؤكد على صلاحية وارتباط عبارات محاور استمارة الاستبيان وارتفاع مستوى ثبات أداة الدراسة مما يسمح باستخدام الأداة لغرض الدراسة.

الفصل الرابع

تحليل النتائج

1.4 مقدمة

سوف نتناول في هذا الفصل تحليل بيانات الدراسة من خلال تحليل استمارة الاستبيان والتعرف على خصائص عينة الدراسة وتحليل محاور الدراسة والاجابة عن أسئلة الدراسة من أجل تحقيق أهداف الدراسة والوصول إلى نتائج وتوصيات للدراسة.

2.4 خصائص عينة الدراسة

جدول (5) توزيع عينة الدراسة وفقا لخصائصها

الخاصية	الفئات	العدد	%
الجنس	ذكر	161	44.2
	أنثى	203	55.8
العمر	أقل من 25 سنة	77	21.2
	من 25 الى أقل من 35 سنة	105	28.8
	من 35 الى أقل من 45 سنة	126	34.6
	45 سنة فأكثر	56	15.4
الدرجة العلمية	ثانوي	49	13.5
	بكالوريوس	217	59.6
	ماجستير	77	21.2
	دكتوراه	21	5.8
الخبرة المهنية	أقل من 5 سنوات	133	36.5
	من 5 الى أقل من 10 سنوات	77	21.2

25.0	91	من 10 سنوات الى اقل من 15 سنة	
19.2	70	15 سنة فأكثر	
25.0	91	مدير	المسمى الوظيفي
9.6	35	نائب مدير	
23.1	84	رئيس قسم	
42.3	154	موظف	

3.4 تحليل استمارة الاستبيان

لتحليل استمارة الاستبيان تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات كل محور وللمحور

ككل وجاءت النتائج كما يلي:

1.3.4 الابتكار التكنولوجي

1-البنية التحتية التكنولوجية

جدول (6) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوى الموافقة على عبارات البنية التحتية التكنولوجية

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الموافقة
تستخدم شركات القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية شبكات الاتصال الإلكترونية لمتابعة وتقييم العمل اليومي	4.038	1.084	1	مرتفع
استفادت شركات القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية من التقنيات الحديثة للاتصالات	3.750	0.883	5	مرتفع
ساهمت تكنولوجيا المعلومات في سهولة الاتصالات بين شركات القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية	3.865	0.991	2	مرتفع
تتوافر بشركات القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية المعدات والتقنيات اللازمة في مجال تكنولوجيا المعلومات	3.808	1.067	4	مرتفع
ساهمت تكنولوجيا المعلومات في زيادة قدرة شركات القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية على تحقيق أهدافها	3.808	0.991	3	مرتفع
المتوسط	3.854	1.003		مرتفع

عند دراسة عبارات البنية التحتية التكنولوجية تبين أن جميع العبارات في مستوى الموافقة المرتفع مما يوضح

ارتفاع مستوى البنية التحتية التكنولوجية كأحد أبعاد الابتكار التكنولوجي في شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة

العربية السعودية حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 3.854 بانحراف معياري 1.003

2- البرمجيات والتصميمات

جدول (7) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوى الموافقة على عبارات البرمجيات والتصميمات

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الموافقة
تتوافر في شركات القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية أنظمة حماية آلية متطورة لحماية بياناتها	4.231	0.854	1	مرتفع جدا
تستخدم شركات القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية البرامج والتطبيقات السياحية الإلكترونية	3.808	0.951	4	مرتفع
تناسب البرمجيات المستخدمة في شركات القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية مع نظام العمل لتقديم الخدمات السياحية بسهولة	3.827	0.964	3	مرتفع
يوجد بشركات القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية نظام رقابي إداري إلكتروني	3.712	1.109	5	مرتفع
تمتلك شركات القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية ميزانية كافية لتوفير الأجهزة والمعدات التكنولوجية وتحديثها باستمرار	4.058	1.056	2	مرتفع
المتوسط	3.927	0.987		مرتفع

وعند دراسة عبارات البرمجيات والتصميمات تبين أن عبارة واحدة في مستوى الموافقة المرتفع جدا وأربع عبارات

في مستوى الموافقة المرتفع مما يوضح ارتفاع مستوى البرمجيات والتصميمات كأحد أبعاد الابتكار التكنولوجي في شركات

القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 3.927 بانحراف معياري 0.987

3- الخدمات المبتكرة

جدول (8) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوى الموافقة على عبارات الخدمات المبتكرة

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الموافقة
تعمل شركات القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية على الابتكار في تقديم الخدمات للعملاء	3.462	1.196	4	مرتفع
تحرص ادارة شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية على تحديث تجهيزاتها والياتها باستمرار.	4.038	0.907	3	مرتفع
تحرص شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية على أن تتلاءم التكنولوجيا المستخدمة مع متطلبات العمل	4.096	0.869	2	مرتفع
تحرص شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية على تدريب العاملين على استخدام التقنيات الحديثة وباستمرار.	4.231	0.877	1	مرتفع جدا
تهتم شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية بتبني الأساليب التكنولوجية الحديثة في مجال العمل	3.038	1.313	5	متوسط
المتوسط	3.773	1.032		مرتفع

وعند دراسة عبارات الخدمات المبتكرة تبين أن عبارة واحدة في مستوى الموافقة المرتفع جدا وثلاث عبارات في

مستوى الموافقة المرتفع وعبارة واحدة في مستوى الموافقة المتوسط مما يوضح ارتفاع مستوى الخدمات المبتكرة كأحد

أبعاد الابتكار التكنولوجي في شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية حيث بلغت قيمة المتوسط

الحسابي 3.773 بانحراف معياري 1.032

4- التفاعل والتواصل

جدول (9) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات التفاعل والتواصل

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوي الموافقة
تركز شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية على التكنولوجيا الحديثة بما يتلاءم وحاجات ورغبات العملاء.	3.769	1.022	3	مرتفع
تقوم شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية بإجراء تغييرات مستمرة لتطوير خدماتها في ضوء احتياجات العملاء	3.538	0.999	5	مرتفع
تمتلك شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية قدرة التركيز على العميل في كافة المستويات	3.750	0.947	4	مرتفع
تعتمد شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية على تقديم خدمات محددة	4.019	0.828	2	مرتفع
تمتلك شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية القدرة على مواكبة التغييرات في احتياجات ورغبات العملاء	4.135	0.841	1	مرتفع
المتوسط	3.842	0.927		مرتفع

وعند دراسة عبارات التفاعل والتواصل تبين أن جميع العبارات في مستوى الموافقة المرتفع مما يوضح ارتفاع

مستوى التفاعل والتواصل كأحد أبعاد الابتكار التكنولوجي في شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية

السعودية حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 3.842 بانحراف معياري 0.927

يتبين مما سبق ارتفاع مستوى الابتكار التكنولوجي في شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية

السعودية حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 3.849 بانحراف معياري 0.987

2.3.4 تنمية القطاع السياحي

جدول (10) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوى الموافقة على عبارات تنمية القطاع السياحي

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الموافقة
تضع شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية اهداف مرحلية واضحة ومكتوبة تسعى لتحقيقها ضمن الامكانيات والظروف المتاحة لها	4.154	0.978	4	مرتفع
تهتم شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية بزيادة تعريف السائحين بالثقافة المحلية	4.288	0.825	1	مرتفع جدا
تعمل شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية على استغلال الفرص الجديدة المتاحة.	3.981	1.019	5	مرتفع
تعمل شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية على توفير البيئة المناسبة لجذب السائحين	4.212	0.848	2	مرتفع جدا
تستهدف شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية تنمية مهارات العاملين وزيادة قدرتهم على العمل	4.173	0.901	3	مرتفع
المتوسط	4.162	0.914		مرتفع

عند دراسة عبارات تنمية القطاع السياحي تبين أن عبارتين في مستوى الموافقة المرتفع جدا وثلاث عبارات في مستوى الموافقة

المرتفع مما يوضح ارتفاع مستوى تنمية القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي

4.162 بانحراف معياري 0.914

4.4 اختبار فروض الدراسة

الفرضية الرئيسية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) للابتكار التكنولوجي بأبعاده (البنية التحتية التكنولوجية، البرمجيات والتصميمات، الخدمات المبتكرة، التفاعل والتواصل) في تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقاً لرؤية المملكة 2030

جدول (11) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الرئيسية

P-VALUE	r	R ²	F	t	B
0.000	0.661	0.437	280.659**	16.753**	0.187

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي برنامج SPSS 23

يتبين من الجدول (11) وجود تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) للابتكار التكنولوجي بأبعاده (البنية التحتية التكنولوجية، البرمجيات والتصميمات، الخدمات المبتكرة، التفاعل والتواصل) في تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقاً لرؤية المملكة 2030 حيث كانت قيمة (Sig F) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية واتضح وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين الابتكار التكنولوجي بأبعاده (البنية التحتية التكنولوجية، البرمجيات والتصميمات، الخدمات المبتكرة، التفاعل والتواصل) وتنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقاً لرؤية المملكة 2030 واتضح أن المتغير المستقل (الابتكار التكنولوجي بأبعاده (البنية التحتية التكنولوجية، البرمجيات والتصميمات، الخدمات المبتكرة، التفاعل والتواصل)) يفسر 43.7 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقاً لرؤية المملكة 2030) وأن باقي التغيرات ترجع لمتغيرات أخرى لم تدخل في النموذج وتبين أن كلما ازداد مستوى الابتكار التكنولوجي بأبعاده (البنية التحتية التكنولوجية، البرمجيات والتصميمات، الخدمات المبتكرة، التفاعل والتواصل) بمقدار 1 % ازداد مستوى تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقاً لرؤية المملكة 2030 بمقدار 0.187 % مما يبين عدم صحة الفرضية الرئيسية للدراسة

الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) للبنية التحتية التكنولوجية

في تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقاً لرؤية المملكة 2030

جدول (12) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الأولى

P-VALUE	r	R ²	F	t	B
0.000	0.637	0.406	247.728**	15.739**	0.626

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي برنامج SPSS 23

يتبين من الجدول (12) وجود تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) للبنية التحتية التكنولوجية في تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقاً لرؤية المملكة 2030 حيث كانت قيمة (Sig F) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية واتضح وجود علاقة ارتباطية قوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين البنية التحتية التكنولوجية في تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقاً لرؤية المملكة 2030 واتضح أن المتغير المستقل (البنية التحتية التكنولوجية) يفسر 40.6 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقاً لرؤية المملكة 2030) وأن باقي التغيرات ترجع لمتغيرات أخرى لم تدخل في النموذج وتبين أن كلما ازداد مستوى البنية التحتية التكنولوجية بمقدار 1 % ازداد مستوى تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقاً لرؤية المملكة 2030 بمقدار 0.626 % مما يبين عدم صحة الفرضية الفرعية الأولى للدراسة

الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) للبرمجيات والتصميمات

في تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقا لرؤية المملكة 2030

جدول (13) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الثانية

P-VALUE	r	R ²	F	t	B
0.000	0.647	0.419	**261.275	**16.164	0.675

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي برنامج SPSS 23

يتبين من الجدول (13) وجود تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) للبرمجيات والتصميمات في تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقا لرؤية المملكة 2030 حيث كانت قيمة (Sig F) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية واتضح وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين البرمجيات والتصميمات في تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقا لرؤية المملكة 2030 واتضح ان المتغير المستقل (البرمجيات والتصميمات) يفسر 41.9 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقا لرؤية المملكة 2030) وان باقي التغيرات ترجع لمتغيرات اخري لم تدخل في النموذج وتبين أن كلما ازداد مستوى البرمجيات والتصميمات بمقدار 1 % ازداد مستوى تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقا لرؤية المملكة 2030 بمقدار 0.675% مما يبين عدم صحة الفرضية الفرعية الثانية للدراسة.

الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) للخدمات المبتكرة في تنمية

القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقا لرؤية المملكة 2030

جدول (14) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة

P-VALUE	r	R ²	F	t	B
0.000	0.559	0.312	**164.545	**12.828	0.600

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي برنامج SPSS 23

يتبين من الجدول (14) وجود تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) للخدمات المبتكرة في تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقا لرؤية المملكة 2030 حيث كانت قيمة (Sig F) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية واتضح وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين الخدمات المبتكرة في تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقا لرؤية المملكة 2030 واتضح ان المتغير المستقل (الخدمات المبتكرة) يفسر 31.2 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقا لرؤية المملكة 2030) وان باقي التغيرات ترجع لمتغيرات اخرى لم تدخل في النموذج وتبين أن كلما ازداد مستوى الخدمات المبتكرة بمقدار 1 % ازداد مستوى تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقا لرؤية المملكة 2030 بمقدار 0.600% مما يبين عدم صحة الفرضية الفرعية الثالثة للدراسة

الفرضية الفرعية الرابعة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) للتفاعل والتواصل في

تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقا لرؤية المملكة 2030

جدول (15) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الرابعة

P-VALUE	r	R ²	F	t	B
0.000	0.533	0.285	**144.014	**12.001	0.525

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي برنامج SPSS 23

يتبين من الجدول (14) وجود تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) للتفاعل والتواصل في تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقا لرؤية المملكة 2030 حيث كانت قيمة (Sig F) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية واتضح وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين التفاعل والتواصل في تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقا لرؤية المملكة 2030 واتضح ان المتغير المستقل (التفاعل والتواصل) يفسر 28.5 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقا لرؤية المملكة 2030) وان باقي التغيرات ترجع لمتغيرات اخرى لم تدخل في النموذج وتبين أن كلما ازداد مستوى التفاعل والتواصل بمقدار 1 % ازداد مستوى تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقا لرؤية المملكة 2030 بمقدار 0.525% مما يبين عدم صحة الفرضية الفرعية الرابعة للدراسة

الفصل الخامس

خلاصة النتائج والتوصيات والمقترحات

1.5 مقدمة

سوف نتناول في هذا الفصل ملخص النتائج التي توصلت إليها الدراسة من خلال تحليل البيانات المتعلقة بمحاور الدراسة والتي تم الحصول عليها عن طريق أداة الاستبيان المتمثلة في استمارة الاستبيان الالكتروني واختبار فروض الدراسة من أجل تحقيق أهداف الدراسة وكذلك يتناول الفصل مجموعة من التوصيات التي توصي بها الدراسة ومجموعة من المقترحات لدراسات وابحاث يمكن اجراؤها في المستقبل

2.5 خلاصة نتائج الدراسة

- ✓ ارتفاع مستوى البنية التحتية التكنولوجية كأحد أبعاد الابتكار التكنولوجي في شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 3.854 بانحراف معياري 1.003
- ✓ ارتفاع مستوى البرمجيات والتصميمات كأحد أبعاد الابتكار التكنولوجي في شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 3.927 بانحراف معياري 0.987
- ✓ ارتفاع مستوى الخدمات المبتكرة كأحد أبعاد الابتكار التكنولوجي في شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 3.773 بانحراف معياري 1.032
- ✓ ارتفاع مستوى التفاعل والتواصل كأحد أبعاد الابتكار التكنولوجي في شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 3.842 بانحراف معياري 0.927
- ✓ ارتفاع مستوى الابتكار التكنولوجي في شركات القطاع السياحي العاملة في المملكة العربية السعودية حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 3.849 بانحراف معياري 0.987
- ✓ ارتفاع مستوى تنمية القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.162 بانحراف معياري 0.914
- ✓ وجود تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ للابتكار التكنولوجي بأبعاده (البنية التحتية التكنولوجية، البرمجيات والتصميمات، الخدمات المبتكرة، التفاعل والتواصل) في تنمية القطاع السياحي بالمملكة

العربية السعودية وفقا لرؤية المملكة 2030 واتضح وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين الابتكار التكنولوجي بأبعاده (البنية التحتية التكنولوجية، البرمجيات والتصميمات، الخدمات المبتكرة، التفاعل والتواصل) وتنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقا لرؤية المملكة 2030 وتبين أن كلما ازداد مستوى الابتكار التكنولوجي بأبعاده (البنية التحتية التكنولوجية، البرمجيات والتصميمات، الخدمات المبتكرة، التفاعل والتواصل) بمقدار 1 % ازداد مستوى تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقا لرؤية المملكة 2030 بمقدار 0.187% مما يبين عدم صحة الفرضية الرئيسية للدراسة وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (أبو المجد، 2022) ومع نتيجة دراسة (خديش، 2023) وكذلك مع نتيجة دراسة (سنوسي، 2020) ومع نتيجة دراسة (النظامي، 2021)

✓ وجود تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) للبنية التحتية التكنولوجية في تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقا لرؤية المملكة 2030 واتضح وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين البنية التحتية التكنولوجية في تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقا لرؤية المملكة 2030 وتبين أن كلما ازداد مستوى البنية التحتية التكنولوجية بمقدار 1 % ازداد مستوى تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقا لرؤية المملكة 2030 بمقدار 0.626% مما يبين عدم صحة الفرضية الفرعية الأولى للدراسة

✓ وجود تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) للبرمجيات والتصميمات في تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقا لرؤية المملكة 2030 واتضح وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين البرمجيات والتصميمات في تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقا لرؤية المملكة 2030 وتبين أن كلما ازداد مستوى البرمجيات والتصميمات بمقدار 1 % ازداد مستوى تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقا لرؤية المملكة 2030 بمقدار 0.675% مما يبين عدم صحة الفرضية الفرعية الثانية للدراسة

✓ وجود تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) للخدمات المبتكرة في تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقا لرؤية المملكة 2030 واتضح وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين الخدمات المبتكرة في تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقا لرؤية المملكة

2030 وتبين أن كلما ازداد مستوى الخدمات المبتكرة بمقدار 1 % ازداد مستوى تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقاً لرؤية المملكة 2030 بمقدار 0.600% مما يبين عدم صحة الفرضية الفرعية الثالثة للدراسة ✓ وجود تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) للتفاعل والتواصل في تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقاً لرؤية المملكة 2030 واتضح وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين التفاعل والتواصل في تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقاً لرؤية المملكة 2030 وتبين أن كلما ازداد مستوى التفاعل والتواصل بمقدار 1 % ازداد مستوى تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية وفقاً لرؤية المملكة 2030 بمقدار 0.525% مما يبين عدم صحة الفرضية الفرعية الرابعة للدراسة.

3.5 التوصيات

- ✓ الاهتمام بتوفير الموارد المالية والإمكانات اللوجستية والدعم الخاص التي يمكن من خلالها الحفاظ على المستوى المتميز من تطبيق الابتكار التكنولوجي في شركات القطاع السياحي العاملة بالمملكة العربية السعودية
- ✓ العمل على توفير البيئة التحتية التي تساهم في زيادة قدرة شركات القطاع السياحي العاملة بالمملكة العربية السعودية على تحقيق أهدافها وفقاً لرؤية المملكة 2030
- ✓ زيادة وعي العاملين في شركات القطاع السياحي العاملة بالمملكة العربية السعودية بضرورة العمل على تقديم أعلى مستوى ممكن من جودة الخدمات من خلال دورات وبرامج تنمية مهنية مكثفة
- ✓ الاهتمام بالعمل على الحفاظ على المستوى المتميز من تنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية من خلال توفير كافة الإمكانيات والاحتياجات والتي تساهم في تحقيق ذلك

4.5 المقترحات

- ✓ التوسع في إجراء الدراسات والأبحاث المتعلقة بالابتكار التكنولوجي والتعرف على أثره على مستويات الأداء والإنتاجية في الشركات والمؤسسات العاملة في المملكة العربية السعودية
- ✓ التوسع في إجراء الدراسات والأبحاث المتعلقة بتنمية القطاع السياحي بالمملكة العربية السعودية والتعرف على العوامل المؤثرة عليه

المراجع:

أولاً: المراجع باللغة العربية

4. أبو المجد، أمل، علي، كريم أحمد عبدالفتاح، و الشرنوب، رحاب محمود أحمد. (2022). الابتكار التكنولوجي في الإرشاد السياحي: تطبيقات الهواتف المحمولة نموذجاً. مجلة كلية السياحة والفنادق، ع11، ج6 ، 753 - 799. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1399705>
5. عنيزات، مشيرة عدنان عبدالله، و الكساسبة، محمد مفضي عثمان. (2021). أثر المنظمة الذكية في الابتكار التكنولوجي: الدور الوسيط للريادة الرقمية في طلال أبو غزالة العالمية (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1221964>
6. خديش، غادة، و مرابطي، سناء. (2023). أثر الابتكار التكنولوجي على تحقيق التفوق التنافسي: دراسة حالة البنك الوطني الجزائري - قسنطينة. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج9، ع2 ، 152 - 171. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1447799>
7. سنوسي، سيد أحمد، و الزين، عبدالمجيد. (2020). دور الابتكار التكنولوجي في رفع تنافسية المؤسسة: دراسة حالة المؤسسة الجزائرية. مجلة الاستراتيجية والتنمية، مج10، ع5 ، 378 - 397. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1102362>
8. قريشي، محمد الطاهر. (2018). التغيير التكنولوجي وأثره على أداء المؤسسات الاقتصادية: دراسة حالة مؤسسة صناعة الكوابل - فرع جنرال كابل - بسكرة. أبحاث اقتصادية وإدارية، ع24 ، 197 - 224. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1015449>
9. النظامي، صايل مصباح ضيف الله، و الشورة، عبدالله أحمد سليمان. (2021). أثر الابتكار في الإنتاج المرن: الدور الوسيط لتحسين المستثمر في الشركات الاستخراجية في الأردن (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1217375>
10. حميدي، فاطيمة. (2018). القطاع السياحي: النشاط البديل للاستثمار خارج المحروقات. دراسات، ع66 ، 249 - 264. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/937892>

11. بلخامسة، يوسف، و صاولي، مراد. (2024). القطاع السياحي في الجزائر: آفاق وتحديات: دراسة تحليلية. دراسات اقتصادية، مج23، ع2، 498 - 512. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1456841>
12. زريقات، دينا زهير يعقوب، و طنش، خلود أحمد. (2022). القطاع السياحي في الأردن: دراسة تحليلية من منظور اقتصادي إسلامي (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة اليرموك، إربد. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1399840>
13. عبد المجيد أحمد سليمان التير، & مصطفى أحمد بن حكومة. (2024). الابتكار التكنولوجي في صناعة التمويل المصرفي: نماذج جديدة وفرص استثمارية. مجلة شمال إفريقيا للنشر العلمي (NAJSP)، 110-124.
14. ديقش. (2023). مساهمة التسويق بالعلاقات في تفعيل الابتكار التكنولوجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية: دراسة حالة بعض المؤسسات (Doctoral dissertation).
15. بيان، محمد سعد الدين، شباط، & مهند أحمد. (2024). دور الابتكار التكنولوجي والذكاء الصناعي في تحقيق استدامة التعليم: تحليل وتوجهات للمستقبل.
16. ملاوي، وهيبة، ثابتي، & وليد. (2024). الذكاء الاصطناعي في المدينة الذكية: تحليل التفاعل بين الابتكار التكنولوجي والتأثير القانوني والأخلاقي.
17. شهبان، زين الدين، & فريد زين الدين. (2024). دور الابتكار التكنولوجي في تبني استراتيجية المحيط الأزرق لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة: دراسة تطبيقية على الشركات الصناعية المصرية. مجلة البحوث التجارية.
18. نبيل، دحمان، لحسن، & بن علي. (2022). دور الابتكار التكنولوجي في تسيير النفايات-دراسة لعينة من المؤسسات مراكز الردم التقني بغرداية (Doctoral dissertation، جامعة غرداية).
19. قداري، سليمان، باسيدي، أحمد، قويدري، & عبد الرحمان/مؤطر. (2021). دور الابتكار التكنولوجي في تحقيق الميزة التنافسية لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (Doctoral dissertation، جامعة احمد دراية-ادار).
20. عثمان، & رضا فولي. (2023). دراسة لاتجاه التسويق المستقبلي لروبوتات الخدمة الشخصية مع نظرة الابتكار التكنولوجي. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 22(3)، 115-157.
21. D، Makhoos. (2021). دور الابتكار التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية للمشاريع الصغيرة. Tishreen University Journal- Economic and Legal Sciences Series، 43(3).

22. عظامو، أحمد زكر، & سمية قداش. (2022). دور اليقظة التكنولوجية في دعم الابتكار التكنولوجي في المؤسسة الاقتصادية دراسة حالة بمؤسسة كوندور بولاية برج بوعريج. (JQES) Journal of Quantitative Economics Studies، 8، (1).
23. معو، & زين العابدين. (2020). واقع مساهمة قطاع السياحة في التنمية الاقتصادية بالجزائر.
24. غنام، ن. م. ا.، & نها محمد احمد. (2019). دراسة قياسية لتقدير أثر قطاع السياحة في تنمية المناطق الفقيرة في مصر. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، 10(العدد الاول الجزء الثاني)، 234-257.
25. أفنان محمد شعبان، & وصال عبد الله حسين. (2020). ياس تأثير الاعلام المرئي في تنمية قطاع الخدمات السياحية: ياس تأثير الاعلام المرئي في تنمية قطاع الخدمات السياحية. Iraqi Journal of Market Research and Consumer Protection، 12(1)، 36-48.
26. البحيري، أ. م. أ.، & أحمد مصطفى أحمد. (2024). تأثير التسويق الاستثماري المستدام على تنمية الميزة التنافسية للاقتصاد المصري بالتطبيق على قطاع السياحة بجمهورية مصر العربية. المجلة العلمية للبحوث الإدارية والمحاسبية والاقتصادية والقانونية، 2(1)، 126-159.
27. Al-Ghary، Z. F.، & Abbas، Z. A.، Jabri. (2022). واقع آفاق تطوير قطاع السياحة في العراق وفق أهداف التنمية المستدامة. Al-Ghary، Journal of Economic and Administrative Sciences، 18(00)، 125-144.
28. فتح النور، & عياضات. (2020). تأثير قطاع السياحة على التنمية الاقتصادية في الجزائر خلال الفترة 2000-2019 (Doctoral dissertation، جامعة محمد البشير الإبراهيمي كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير).
29. رباط، محسن مهدي، عبد علي جاسم، & عبود بندر. (2021). أثر السياحة الداخلية في تنمية القطاع الفندقي دراسة تحليلية في محافظة كربلاء. مطالعات راهبردی علوم انسانی و اسلامی، 36(4)، 296-309.
30. محمود مجاهد. (2020). البحث الخامس -إستدامة قطاع السياحة المصري ودوره في تعزيز الاقتصاد الأزرق وتحقيق التنمية المستدامة في ضوء بعض التجارب الدولية. بحوث اقتصادية عربية، 29(82)، 136-162.
31. ريكاردو إبراهيم سالم جقمان. (2021). دور الأدلاء السياحيين العاملين في مجال السياحة البديلة في تنمية القطاع السياحي وإنعاش الاقتصاد وإيصال القضية الفلسطينية عالمياً (Al-Quds University، Doctoral dissertation).
32. العتيبي، & موزي بنت عمر. (2023). أثر السياحة على تنمية رأس المال البشري. مجلة مستقبل العلوم الاجتماعية، 12(2)، 101-123.

ثانياً: المراجع باللغة الأجنبية:

1. Mechta, M., Chandani, A., & Neerja, B. (2014). Creativity and Innovation: Assurance for growth. *Procedia Economic and Finance*. Elsevier, 11, 804-811. doi:doi:10.1016/S2212- 5671(14)00244-5
2. Ould said Mohammed. La pratique du marketing touristique dans la promotion de la destination Algérie. thèse de doctorat, Université Abdelhamid Ibn Badis Mostaganem, l'algerie 2019/2020.
3. Amira soualah. l'apport du patrimoine au tourisme durable (cas de constantine), thèse de doctorat, UNIVERSITÉ DE CONSTANTINE 3, 2021/2022
4. Rofia abada et sara foura, tourism in algeria a choice or an evidence, *International Journal of Human Settlements*, Vol. 3 Nr. 2 2019.

Mid-Ocean University

College of Management

Department of Master of Business Administration



The impact of technological innovation on the development of the tourism sector in the Kingdom of Saudi Arabia according to Vision 2030

Preparation:

Heyam Yaseen Saif

Supervision:

Dr. Asmaa Abu Anza

Dr. Dina Sameer Alsaid

2024 – 1446