

بسم الله الرحمن الرحيم

مشروع التخرج
مقرر: إدارة المشاريع

عنوان البحث

دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز كفاءة العمليات الفندقية

إعداد الطالب:

معتصم أحمد البعجوري

إشراف الدكتور:

عبد الرحيم نادر

السنة الأكاديمية: 1446 / 1447 هـ — 2025 / 2026 م

الواجب الأول

دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز كفاءة العمليات الفندقية

معتصم أحمد البعجوري | إشراف: د. عبد الرحيم نادر

الواجب الأول

أولاً: مقدمة البحث

شهد العالم في العقدین الأخيرین تحولاً تقنياً متسارعاً غيّر ملامح معظم القطاعات الاقتصادية وأعاد رسم أطرها التشغيلية والإدارية. وفي مقدمة هذه التحولات تبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence) بوصفها الركيزة الأبرز في منظومة الثورة الصناعية الرابعة، إذ تتجاوز في أثرها مجرد الأتمتة لتبلغ حدود اتخاذ القرار والتعلم الذاتي واستشراف المستقبل.

ولا يكاد يخلو قطاع من القطاعات الخدمية من بصمات هذا التحول، غير أن قطاع الضيافة والفنادق يحتل موقعاً خاصاً في هذا المشهد؛ نظراً لطبيعته المرتكزة على التفاعل البشري المباشر وتقديم تجارب فريدة للزلاء. لذا أثارت إمكانية توظيف الذكاء الاصطناعي في هذا القطاع جدلاً أكاديمياً وممارساتياً واسعاً حول مدى إمكانية الجمع بين الكفاءة التقنية والدفع الإنساني الذي يُشكّل جوهر تجربة الضيافة.

وتُعد المملكة العربية السعودية من أبرز الدول التي تضع قطاع الضيافة في صدارة أهدافها التنموية؛ إذ تستهدف رؤية 2030 تحويل المملكة إلى وجهة سياحية عالمية تستقطب 150 مليون زيارة سنوياً بحلول عام 2030م، مما يُرَدِّد ضغطاً متصاعداً على الفنادق للارتقاء بجودة خدماتها وتحسين كفاءتها التشغيلية في آن واحد. وفي هذا السياق يغدو الذكاء الاصطناعي أداة استراتيجية لا رفاهية تقنية.

تنتشر اليوم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في كل مفاصل العمل الفندقي؛ من أنظمة الحجز الذكية التي تُحلّل سلوك النزيل وتُقدِّم عروضاً مُخصَّصة، إلى روبوتات الاستقبال وخدمة الغرف، ومنظومات التسعير الديناميكي التي تُعظِّم الإيرادات استناداً إلى بيانات الطلب والمنافسة في الوقت الحقيقي، وصولاً إلى أنظمة الصيانة التنبؤية. وتُشير التقارير الدولية إلى أن الفنادق التي تبنت هذه التقنيات حققت تحسينات جوهرية في كفاءتها التشغيلية تراوحت بين 15% و30%.

ومن هذا المنطلق يأتي هذا البحث ليُسلِّط الضوء على دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز كفاءة العمليات الفندقية، ساعياً إلى فهم الواقع الحالي لهذه التطبيقات وقياس أثرها وتحديد التحديات التي تعترض تبنيها في السياق السعودي، بما يُسهم في تزويد مديري المشاريع والقيادات الفندقية بمعرفة علمية قابلة للتطبيق.

ثانياً: مشكلة البحث

على الرغم من الزخم الكبير الذي يحظى به الذكاء الاصطناعي في أدبيات الأعمال والتقنية، يتسم واقع تطبيقه في القطاع الفندقي السعودي بالتفاوت الواضح؛ إذ تتبني فنادق الخمس نجوم التابعة للسلاسل العالمية هذه التقنيات بصورة متقدمة، في حين تقف كثير من الفنادق الوطنية ومتوسطة الحجم على أعتاب هذا التحول. ويُنبئ هذا الواقع بفجوة بحثية تستدعي الدراسة المنهجية.

ما دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز كفاءة العمليات الفندقية في المملكة العربية السعودية،

وما التحديات التي تُعيق تطبيقه الفعّال في هذا القطاع؟

ويتفرع عن هذا السؤال الرئيسي جملة من التساؤلات الفرعية:

1. ما أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي المُعمّدة حالياً في الفنادق السعودية، وما المجالات التشغيلية التي تشملها؟
2. ما مستوى تأثير الذكاء الاصطناعي على الكفاءة التشغيلية والتكاليف وجودة الخدمة في الفنادق التي تبنته؟
3. ما مستوى رضا النزلاء عن الخدمات الفندقية المقدّمة عبر منظومات الذكاء الاصطناعي مقارنةً بالخدمات التقليدية؟
4. ما التحديات التقنية والبشرية والتنظيمية التي تُعيق تبني الذكاء الاصطناعي في الفنادق السعودية؟
5. كيف يمكن توظيف مبادئ إدارة المشاريع لضمان نجاح مشاريع تطبيق الذكاء الاصطناعي في البيئة الفندقية؟

مبررات اختيار الموضوع

- الأهمية الاستراتيجية لقطاع الضيافة في رؤية المملكة 2030 وما يتطلبه ذلك من دراسات تدعم التحول الرقمي.
- شح الدراسات العربية المتخصصة التي تجمع بين إدارة المشاريع والذكاء الاصطناعي في سياق الضيافة.
- الحاجة الماسة لمديري المشاريع الفندقية إلى أدلة علمية وأطر عملية تُرشّد قرارات الاستثمار في التقنيات الذكية.
- التطور المتسارع لتطبيقات الذكاء الاصطناعي واحتياج الصناعة الفندقية إلى تقييم دوري لأثرها الفعلي.

فرضيات البحث

الفرضية الأولى: توجد علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تطبيق الذكاء الاصطناعي وكفاءة العمليات الفندقية.

الفرضية الثانية: يرتفع مستوى رضا النزلاء في الفنادق التي تُوظف تطبيقات الذكاء الاصطناعي مقارنةً بتلك التي لا تُوظفها.

الفرضية الثالثة: تُعدُّ التحديات البشرية والتنظيمية أكثر تأثيراً في إعاقة تبني الذكاء الاصطناعي من التحديات التقنية.

ثالثاً: أهمية البحث

تنبثق أهمية هذا البحث من زاويتين متكاملتين: الأهمية النظرية التي تُغني المكتبة العلمية، والأهمية التطبيقية التي تُثري الممارسة المهنية.

1. الأهمية النظرية

1.1 سد الفجوة البحثية

تبقى الدراسات العربية المتخصصة في مجال تطبيقات الذكاء الاصطناعي في قطاع الضيافة السعودي شحيحةً قياساً بنظيراتها الغربية والآسيوية. ويُسهم هذا البحث في ردم هذه الفجوة المعرفية بتقديم دراسة منهجية تجمع بين الإطار النظري الدولي والسياق الميداني المحلي.

1.2 الإسهام في بناء الإطار المفاهيمي

يُقدِّم البحث إطاراً مفاهيمياً متكاملاً يربط بين نظريات إدارة المشاريع وتقنيات الذكاء الاصطناعي وإدارة الضيافة، مما يُوفِّر أرضية نظرية صالحة للبناء عليها في أبحاث مستقبلية.

1.3 توثيق التجربة السعودية

يُوثِّق البحث التجربة السعودية في تبني الذكاء الاصطناعي الفندقي بصورة علمية منهجية، وهو توثيق ذو قيمة أكاديمية مستدامة يتحول مع مرور الوقت إلى مرجع تاريخي لمسيرة التحول الرقمي في الصناعة الفندقية الوطنية.

2. الأهمية التطبيقية

2.1 دعم صانعي القرار الفندقي

يُزوِّد البحث المديرين التنفيذيين والمسؤولين عن قرارات التحول الرقمي في الفنادق بنتائج ميدانية موثوقة وتوصيات عملية مستندة إلى الدليل، تُيسِّر اتخاذ قرارات استثمارية مدروسة في تقنيات الذكاء الاصطناعي.

2.2 إطار لإدارة مشاريع التحول الرقمي

يُقدّم البحث من منظور إدارة المشاريع إطاراً عملياً مقترحاً لإدارة مشاريع تطبيق الذكاء الاصطناعي في البيئة الفندقية، يُراعي خصوصية هذا القطاع ويُعالج التحديات التنظيمية والبشرية.

2.3 توافق مع رؤية 2030

يتوافق البحث مع المستهدفات الاستراتيجية لرؤية المملكة العربية السعودية 2030 في محوري التحول الرقمي والتنويع الاقتصادي، إذ يُقدّم معرفة علمية تدعم تطوير قطاع سياحي وفندقي تنافسي.

2.4 الفائدة لمديري المشاريع

يكتسب هذا البحث أهمية خاصة لمديري المشاريع الذين يُعُتَبَرُون الجهة التنفيذية الأولى لمبادرات التحول الرقمي، إذ يُزَوِّدهم بفهم عميق لديناميكيات تطبيق الذكاء الاصطناعي في بيئة الضيافة.

2.5 الاستفادة التعليمية والأكاديمية

يُشكِّلُ هذا البحث مرجعاً أكاديمياً للطلاب والباحثين في تخصصات إدارة المشاريع وإدارة الفنادق وتقنية المعلومات، ويمهّد الطريق لدراسات مستقبلية أعمق.

رابعاً: قائمة المراجع — الواجب الأول

أولاً: المراجع العربية

- [1] الغامدي، سعد بن محمد. (2023). التحول الرقمي في قطاع الضيافة السعودي: واقع وتحديات ومستقبل. مجلة الإدارة والأعمال، 15(2)، 45-78.
- [2] العنزي، فهد بن سلطان. (2022). دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة النزيل. المجلة العربية للدراسات الفندقية، 8(1)، 12-35.
- [3] الشهري، نورة بنت عبدالله. (2024). تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إدارة الفنادق السعودية. مجلة رؤية، 6(3)، 89-115.
- [4] الحربي، خالد بن إبراهيم. (2023). أثر التسعير الديناميكي على إيرادات الفنادق. مجلة جامعة الملك سعود، 35(4)، 220-248.
- [5] القحطاني، عبدالرحمن محمد. (2022). التحديات التنظيمية لتبني الذكاء الاصطناعي. المجلة العربية للإدارة، 42(1)، 178-205.
- [6] السبيعي، منيرة بنت فهد. (2024). خصوصية بيانات النزلاء في ظل الذكاء الاصطناعي. مجلة القانون والأعمال، 2(2)، 55-82.
- [7] وزارة السياحة السعودية. (2024). التقرير السنوي لأداء قطاع السياحة والضيافة. الرياض.
- [8] هيئة السياحة السعودية. (2023). مؤشرات القطاع الفندقي في المملكة 2023. الرياض.

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Buhalis, D., & Moldavska, I. (2021). Voice assistants in hospitality. Journal of Hospitality and Tourism Technology, 12(3), 418-438
- Fusté-Forné, F., & Jamal, T. (2021). AI-powered service robots and service quality. Tourism Management Perspectives, 38, 100822
- Ivanov, S., & Webster, C. (2019). Perceived appropriateness of service robots. ICT in Tourism, 237-248. Springer
- Naumov, N. (2019). The impact of robots and AI on hospitality. Emerald Publishing, 123-138
- Tussyadiah, I. P. (2020). A review of research into automation in tourism. Annals of Tourism Research, 81, 102883
- Ukpabi, D. C., & Karjaluo, H. (2017). Consumers' acceptance of ICT in tourism. Telematics and Informatics, 34(5), 618-644
- Wirtz, J., et al. (2018). Brave new world: Service robots in the frontline. Journal of Service Management, 29(5), 907-931
- UNWTO. (2023). Tourism in the Digital Age. Madrid
- PMI. (2021). PMBOK Guide (7th ed.). Newtown Square
- Huang, M. H., & Rust, R. T. (2018). Artificial intelligence in service. Journal of Service Research, 21(2), 155-172

ثالثاً: مصادر إلكترونية

- McKinsey Global Institute. (2023). AI in hospitality. <https://www.mckinsey.com>
- Deloitte Insights. (2024). AI in hospitality. <https://www2.deloitte.com>
- Statista. (2024). AI in the hotel industry. <https://www.statista.com>
- رؤية 2030. (2024). قطاع السياحة. <https://www.vision2030.gov.sa>

— انتهى الواجب الأول —

التكليف الثاني

دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز كفاءة العمليات الفندقية

معتصم أحمد البعجوري | إشراف: د. عبد الرحيم نادر

التكليف الثاني

أولاً: أسئلة البحث

انطلاقاً من إشكالية البحث المتعلقة بدور الذكاء الاصطناعي في تعزيز كفاءة العمليات الفندقية، يسعى البحث إلى الإجابة عن السؤال الرئيسي الآتي:

ما دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز كفاءة العمليات الفندقية في المملكة العربية السعودية، وما أثرها على رضا النزلاء وجودة الخدمة؟

ويتفرع عن هذا السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

6. ما أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي المُعمّدة حالياً في الفنادق السعودية (أربع وخمس نجوم)؟
7. ما مستوى تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على الكفاءة التشغيلية (الوقت، التكلفة، الجودة)؟
8. هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين توظيف الذكاء الاصطناعي ومستوى رضا النزلاء؟
9. ما أبرز التحديات التقنية والبشرية والتنظيمية التي تحول دون تبني الذكاء الاصطناعي في الفنادق؟
10. ما الإطار المقترح من منظور إدارة المشاريع لنجاح مشاريع تطبيق الذكاء الاصطناعي الفندقي؟

ثانياً: أهداف البحث

يسعى هذا البحث إلى تحقيق الأهداف التالية بصورة منهجية ومتدرجة:

#	الهدف	مؤشر القياس
1	رصد وتصنيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الفنادق السعودية وتحديد مجالاتها التشغيلية.	عدد التطبيقات ونسبة انتشارها
2	قياس أثر الذكاء الاصطناعي على الكفاءة التشغيلية من حيث الوقت والتكلفة والجودة.	مؤشرات الكفاءة التشغيلية KPIs
3	تقييم مستوى رضا النزلاء عن الخدمات الذكية مقارنةً بالتقليدية.	مقياس NPS وليكرت الخماسي
4	تحديد أبرز التحديات التي تعيق تبني الذكاء الاصطناعي في الفنادق السعودية.	تحليل موضوعي Thematic Analysis
5	بناء إطار عملي من منظور إدارة المشاريع لمشاريع التحول الرقمي الفندقي.	نموذج مقترح مُحكم أكاديمياً

ثالثاً: فرضيات البحث

اشتقت فرضيات البحث من أسئلته وأهدافه ومراجعة الأدبيات، وصيغت بما يُتيح اختبارها إحصائياً:

الفرضية الرئيسية

يؤثر تطبيق الذكاء الاصطناعي تأثيراً إيجابياً ذا دلالة إحصائية على كفاءة العمليات الفندقية في المملكة العربية السعودية.

الفرضيات الفرعية

الفرضية الفرعية الأولى: توجد علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) بين مستوى توظيف الذكاء الاصطناعي والكفاءة التشغيلية للفنادق السعودية.

الفرضية الفرعية الثانية: يرتفع مستوى رضا النزلاء ارتفاعاً دالاً إحصائياً في الفنادق التي تُوظف الذكاء الاصطناعي مقارنةً بتلك التي لا تُوظفه.

الفرضية الفرعية الثالثة: تُعدُّ التحديات البشرية والتنظيمية الأكثر تأثيراً في إعاقة تبني الذكاء الاصطناعي مقارنةً بالتحديات التقنية.

الفرضية الفرعية الرابعة: يرتبط نجاح مشاريع الذكاء الاصطناعي الفندقي ارتباطاً دالاً إحصائياً بمدى تطبيق ممارسات إدارة المشاريع الاحترافية.

رابعاً: نموذج البحث

يوضح النموذج المفاهيمي التالي العلاقة بين متغيرات البحث الرئيسية الثلاثة:

المتغير التابع	←	المتغيرات الوسيطة	←	المتغير المستقل
- كفاءة العمليات الفندقية: - الكفاءة التشغيلية • جودة الخدمة • رضا النزلاء • خفض التكاليف • تعظيم الإيرادات	←	- عوامل النجاح: ✓ الدعم الإداري العليا ✓ تأهيل الكوادر البشرية ✓ جودة البنية التحتية - التحديات: X التكلفة X المرتفعة X مقاومة التغيير X غياب الكفاءات	←	- تطبيقات الذكاء الاصطناعي: - روبوتات المحادثة • التسعير الديناميكي • الصيانة التنبؤية • أنظمة التعرف • التخصيص الذكي

خامساً: مكان التطبيق المقترح

تُجرى الدراسة الميدانية في عينة من فنادق أربع وخمس نجوم في المملكة العربية السعودية، موزعة على المدن الرئيسية الآتية:

- الرياض: العاصمة أكبر تمركز للفنادق الدولية — 5 فنادق مستهدفة.
- جدة: بوابة الحرمين وأبرز مراكز السياحة الساحلية — 4 فنادق مستهدفة.
- مكة المكرمة: الوجهة الدينية الأولى عالمياً ذات الحجم الفندقي الضخم — 3 فنادق مستهدفة.
- المدينة المنورة: وجهة سياحية دينية بأعداد نزلاء مرتفعة طوال العام — 3 فنادق مستهدفة.
- الخبر / الدمام: مركز اقتصادي شرقي ذو تدفق فندقي مميز — فندقان مستهدفان.

معايير اختيار الفنادق

- تصنيف أربع أو خمس نجوم وفق هيئة السياحة السعودية.
- اعتماد نظام إدارة فندقية رقمية (PMS) يتضمن مكوناً ذكياً واحداً على الأقل.
- طاقة استيعابية لا تقل عن 100 غرفة.
- موافقة رسمية من إدارة الفندق على المشاركة في الدراسة.

فئات المشاركين

- مديرو الفنادق ومديرو الرقمنة: مقابلة متعمقة — 10 مقابلات.
- الموظفون (الاستقبال، الخدمات، الصيانة): استبانة إلكترونية — 80 مشاركاً.
- النزلاء: استبانة إلكترونية / ورقية — 150 مشاركاً.

سادساً: منهجية البحث المتوقعة

يعتمد هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي المختلط (Mixed-Methods Research Design) الجامع بين الأسلوبين الكمي والكيفي، إذ يُعدُّ الأنسب لمتطلبات البحث.

أولاً: الجانب الكمي

تُوزَّع استبانة مُقنَّنة على عينة من مديري الفنادق والموظفين والزلاء، وتُحلَّل البيانات بالأساليب الإحصائية: الإحصاء الوصفي، معامل ارتباط بيرسون، الانحدار الخطي المتعدد، اختبار T-Test، وتحليل ANOVA.

ثانياً: الجانب الكيفي

تُجرى 10 مقابلات متعمقة شبه منظمة مع مديريين فندقيين، وتُحلَّل بأسلوب التحليل الموضوعي

(Thematic Analysis) وفق المراحل الست لـ (Braun & Clarke (2006).

ثالثاً: صدق الأداة وثباتها

- الصدق الظاهري: عرض الاستبانة على 5 محكِّمين أكاديميين وميدانيين — المستهدف: $\leq 80\%$ اتفاق.
- الصدق البنائي: تحليل عاملي توكيدي (CFA) — جمل عاملي ≤ 0.60 .
- الثبات: معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) — المستهدف: ≤ 0.70 .

سابعاً: المخطط الزمني المقترح للمشروع

يُقَدِّم الجدول التالي المخطط الزمني لمراحل تنفيذ المشروع البحثي وفق منهجية إدارة المشاريع:

#	المهمة / المرحلة	الأسابيع	الحالة
1	مراجعة الأدبيات وبناء الإطار النظري	1 – 4	
2	تصميم أداة الجمع (الاستبانة والمقابلة)	5 – 6	
3	الواجب الأول: المقدمة ومشكلة وأهمية البحث	الأسبوع السادس	
4	التكليف الثاني: الأسئلة والأهداف والفرضيات	الأسبوع الثامن	
5	التكليف الثالث: الدراسات السابقة	الأسبوع العاشر	
6	الدراسة الميدانية: الاستبانة والمقابلات	9 – 12	
7	التحليل الإحصائي وتفسير النتائج	13 – 14	
8	النتائج والتوصيات والخاتمة + التسليم	15 – 16	

ثامناً: جدول محتويات المشروع الكامل

#	المحتوى	الصفحات المتوقعة	الحالة
—	صفحة الغلاف والملخص التنفيذي	3	
—	جدول المحتويات وقائمة الجداول	2	
1	الفصل الأول: الإطار النظري والمفاهيمي	10 – 8	
2	الفصل الثاني: تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الضيافة	12 – 10	
3	الفصل الثالث: المنهجية والدراسة الميدانية	10 – 8	
4	الفصل الرابع: النتائج والتحليل	10 – 8	
5	الفصل الخامس: التوصيات والخاتمة	6 – 4	
—	قائمة المراجع + الملاحق	10 – 8	
	الإجمالي المتوقع	64 – 52 صفحة	

تاسعاً: قائمة المراجع — التكليف الثاني

أولاً: المراجع العربية

- [1] الغامدي، سعد بن محمد. (2023). التحول الرقمي في قطاع الضيافة السعودي. مجلة الإدارة والأعمال، 15(2)، 78-45.
- [2] العنزي، فهد بن سلطان. (2022). دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة النزيل. المجلة العربية للدراسات الفندقية، 8(1)، 35-12.
- [3] الشهري، نورة بنت عبدالله. (2024). تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إدارة الفنادق السعودية. مجلة رؤية، 6(3)، 115-89.
- [4] الحربي، خالد بن إبراهيم. (2023). أثر التسعير الديناميكي على إيرادات الفنادق. مجلة جامعة الملك سعود، 35(4)، 248-220.
- [5] القحطاني، عبدالرحمن. (2022). التحديات التنظيمية لتبني الذكاء الاصطناعي. المجلة العربية للإدارة، 42(1)، 205-178.
- [6] السبيعي، منيرة. (2024). خصوصية بيانات النزلاء في ظل الذكاء الاصطناعي. مجلة القانون والأعمال، 7(2)، 82-55.
- [7] وزارة السياحة السعودية. (2024). التقرير السنوي لقطاع السياحة والضيافة. الرياض.
- [8] هيئة السياحة السعودية. (2023). مؤشرات القطاع الفندقي 2023. الرياض.

ثانياً: المراجع الأجنبية

- ,Buhalis, D., & Moldavska, I. (2021). Voice assistants in hospitality. JHTT, 12(3) .438-418
- Fusté-Forné, F., & Jamal, T. (2021). AI-powered service robots. Tourism .Management Perspectives, 38, 100822
- Ivanov, S., & Webster, C. (2019). Service robots in tourism. ICT in Tourism, 237- .248
- .Naumov, N. (2019). Robots and AI in hospitality. Emerald Publishing, 123-138
- ,Tussyadiah, I. P. (2020). Automation in tourism. Annals of Tourism Research, 81 .102883
- Wirtz, J., et al. (2018). Service robots in the frontline. Journal of Service .Management, 29(5), 907-931
- ,Huang, M. H., & Rust, R. T. (2018). AI in service. Journal of Service Research, 21(2) .172-155
- .UNWTO. (2023). Tourism in the Digital Age. Madrid
- .PMI. (2021). PMBOK Guide (7th ed.). Newtown Square
- .Braun, V., & Clarke, V. (2006). Thematic analysis in psychology. QRP, 3(2), 77-101

ثالثاً: مصادر إلكترونية

- McKinsey Global Institute. (2023). AI in hospitality. <https://www.mckinsey.com>
- Deloitte Insights. (2024). AI in hospitality. <https://www2.deloitte.com>
- رؤية 2030. (2024). قطاع السياحة. <https://www.vision2030.gov.sa>

— انتهى التكليف الثاني —

التكليف الثالث

دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز كفاءة العمليات الفندقية

معتصم أحمد البعجوري | إشراف: د. عبد الرحيم نادر

التكليف الثالث

فصل الدراسات السابقة

1.1 تمهيد

تُعدُّ مراجعة الدراسات السابقة ركيزةً منهجيةً أساسيةً في أي بحث علمي رصين، إذ تُمكن الباحث من الاطلاع على ما أنجزه سابقوه في الحقل ذاته، والبناء على ما توصلوا إليه من نتائج، وتجنُّب تكرار ما أنجز منه. ويستعرض هذا الفصل أبرز الدراسات التي تناولت تطبيقات الذكاء الاصطناعي في قطاع الضيافة والفنادق، وذات الصلة بمحاور البحث الرئيسية من كفاءة تشغيلية ورضا نزلاء وإدارة مشاريع.

1.2 الدراسات العربية

أولاً: دراسات التحول الرقمي في الضيافة السعودية

أجرى الغامدي (2023) دراسةً تحليليةً استهدفت رصد واقع التحول الرقمي في قطاع الضيافة السعودي وتحديد أبرز تحدياته وآفاقه المستقبلية. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي بأسلوب المسح الشامل لعينة من مديري الفنادق في المملكة. وخلصت إلى أن 62% من الفنادق السعودية تعتمد تقنية رقمية واحدة على الأقل في إدارة الحجوزات، غير أن التكامل الرقمي الشامل لا يزال محدوداً.

وفي السياق ذاته، تناولت الشهري (2024) تطبيقات إنترنت الأشياء والذكاء الاصطناعي في 15 فندقاً من فئة خمس نجوم في الرياض وجدة. وكشفت النتائج أن أكثر التطبيقات انتشاراً هي أنظمة إدارة الطاقة الذكية (73%) وأنظمة الحجز الآلي (68%)، في حين لا تتجاوز نسبة اعتماد روبوتات الخدمة 12%.

ثانياً: دراسات رضا النزلاء وجودة الخدمة الذكية

بحث العنزي (2022) في دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة النزيل من خلال دراسة حالة على فنادق الرياض. واستُخدم مقياس SERVQUAL المعدل لقياس تصورات النزلاء لجودة الخدمات الذكية. وأثبتت النتائج ارتفاع رضا النزلاء عن سرعة الاستجابة والدقة، مع تسجيل قصور في البعد الإنساني والتفاعل العاطفي.

أما الحربي (2023) فقد درس أثر التسعير الديناميكي على إيرادات فنادق أربع وخمس نجوم. وتوصلت الدراسة إلى أن الفنادق المُطبَّقة حققت زيادة في الإيرادات تراوحت بين 11% و 17% خلال فترة الذروة، مع تحسن ملموس في نسبة الإشغال.

ثالثاً: دراسات التحديات والمعوقات

استقصى القحطاني (2022) التحديات التنظيمية عبر 30 مقابلة معمقة مع مديري فنادق. وكشفت الدراسة أن مقاومة التغيير لدى الموظفين (88%)، وارتفاع التكاليف الأولية (81%)، وغياب التشريعات الناضجة لاستخدام البيانات (74%) هي أبرز المعوقات.

1.3 الدراسات الأجنبية

أولاً: دراسات الروبوتات والمساعدات الافتراضيين

أجرى Ivanov & Webster (2019) دراسةً استطلاعية في ست دول آسيوية وأوروبية. وكشفت النتائج أن النزلاء يقبلون الروبوتات في المهام الروتينية (75%)، لكنهم يُفضّلون التعامل البشري في الاستقبال وحل الشكاوى المعقدة (82%).

وأضافت دراسة Naumov (2019) أن الفنادق التي وظّفت هذه التقنيات شهدت ارتفاعاً في إنتاجية الموظف بنسبة 23%، وتراجعاً في معدلات دوران العمالة بنسبة 15%، مما يُلحح إلى أن الذكاء الاصطناعي يُكمّل الموظف البشري لا يُحلّ محله.

ثانياً: دراسات التسعير الديناميكي وإدارة الإيرادات

كشف Tussyadiah (2020) في مراجعته الشاملة أن أكثر من 70% من الدراسات التي استعرضها أكدت وجود علاقة إيجابية بين اعتماد أنظمة التعلم الآلي وتحسين الأداء المالي للمنشآت الفندقية.

ثالثاً: دراسات المساعدات الصوتيين وتجربة النزّل

اختبر Buhalis & Moldavska (2021) تأثير المساعدات الصوتيين في غرف الفنادق. وأثبتت الدراسة أن 68% من النزلاء الذين استخدموا المساعد الصوتي أبدوا رضاً أعلى، مع تسجيل ارتفاع ملحوظ في معدل إعادة الحجز.

رابعاً: دراسات إدارة مشاريع التحول الرقمي

رصد Wirtz et al. (2018) جملةً من المتطلبات الإدارية اللازمة لنجاح مشاريع تطبيق الذكاء الاصطناعي، وأبرزها: وضوح الرؤية الاستراتيجية، وتوافر قيادة تحويلية داعمة، والاستثمار في برامج إعادة التأهيل البشري.

1.4 الدراسات المقارنة والدولية

أجرى Fusté-Forné & Jamal (2021) مقارنةً بين تجارب اليابان وأسبانيا والولايات المتحدة. وتوصلت إلى أن النزلاء في اليابان أبدوا قبولاً أعلى بنسبة 34% مقارنةً بأسبانيا، مما يُلح إلى ضرورة تكييف التطبيقات مع الخصوصية الثقافية السعودية.

ويُقدّم Huang & Rust (2018) إطاراً نظرياً يُصنّف ذكاء الخدمة إلى أربعة مستويات: الميكانيكي والتحليلي والبدهي والعاطفي، مما يُؤكّد أرضية لتصنيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي الفندقية ضمن البحث الحالي.

1.5 الفجوة البحثية

من استعراض الدراسات السابقة يتبيّن أن معظمها تناول تطبيقات الذكاء الاصطناعي في سياقات غربية أو آسيوية، في حين تبقى الدراسات المتعلقة بالسياق السعودي محدودةً ومتفرقة. فضلاً عن ذلك، يندر في الأدبيات العربية ما يُعالج هذا الموضوع من منظور إدارة المشاريع الاحترافية.

كما يلاحظ الباحث غياب الدراسات الشاملة التي تقيس في آنٍ واحد ثلاثة متغيرات مترابطة: الكفاءة التشغيلية، ورضا النزلاء، وعوامل نجاح إدارة المشاريع الرقمية في البيئة الفندقية السعودية.

1.6 ما يُميّز البحث الحالي عن الدراسات السابقة

وجه المقارنة	الدراسات السابقة	البحث الحالي
التركيز الجغرافي	دول غربية / آسيوية في معظمها	المملكة العربية السعودية حصراً
المنظور المنهجي	تقني أو سياحي في الغالب	منظور إدارة المشاريع
المتغيرات	متغير أو متغيران	ثلاثة متغيرات متكاملة
المنهج	كمي أو كيفي	مختلط (كمي + كيفي)
السياق الزمني	ما قبل رؤية 2030	في ظل رؤية 2030 وتداعياتها

قائمة المراجع الموسّعة — التكليف الثالث

أولاً: المراجع العربية

- [1] الغامدي، سعد بن محمد. (2023). التحول الرقمي في قطاع الضيافة السعودي. مجلة الإدارة والأعمال، 15(2)، 45-78. جامعة الملك عبدالعزيز.
- [2] العنزي، فهد بن سلطان. (2022). دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة النزيل. المجلة العربية للدراسات الفندقية، 8(1)، 12-35.
- [3] الشهري، نورة بنت عبدالله. (2024). تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إدارة الفنادق السعودية. مجلة رؤية، 6(3)، 89-115.
- [4] الحربي، خالد بن إبراهيم. (2023). أثر التسعير الديناميكي على إيرادات الفنادق. مجلة جامعة الملك سعود، 35(4)، 220-248.
- [5] القحطاني، عبدالرحمن محمد. (2022). التحديات التنظيمية لتبني الذكاء الاصطناعي في الفنادق. المجلة العربية للإدارة، 42(1)، 178-205.
- [6] السبيعي، منيرة بنت فهد. (2024). خصوصية بيانات النزلاء في ظل الذكاء الاصطناعي. مجلة القانون والأعمال، 7(2)، 55-82.
- [7] العمري، محمد بن أحمد. (2023). إدارة مشاريع التحول الرقمي في قطاع الضيافة. مجلة الإدارة العامة، 63(1)، 45-80.
- [8] الزهراني، عبدالله. (2022). جودة الخدمة الفندقية في عصر الذكاء الاصطناعي: مقياس SERVQUAL. مجلة السياحة والضيافة العربية، 5(2)، 33-61.
- [9] وزارة السياحة السعودية. (2024). التقرير السنوي لأداء قطاع السياحة والضيافة. الرياض.
- [10] هيئة السياحة السعودية. (2023). مؤشرات القطاع الفندقي في المملكة العربية السعودية 2023. الرياض.

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Buhalis, D., & Moldavska, I. (2021). Voice assistants in hospitality. Journal of Hospitality and Tourism Technology, 12(3), 418-438.
- Fusté-Forné, F., & Jamal, T. (2021). AI-powered service robots and service quality. Tourism Management Perspectives, 38, 100822.
- Ivanov, S., & Webster, C. (2019). Perceived appropriateness of service robots. ICT in Tourism, 237-248. Springer.

- ,Naumov, N. (2019). The impact of robots and AI on hospitality. Emerald Publishing .138-123
- Tussyadiah, I. P. (2020). A review of research into automation in tourism. Annals of .Tourism Research, 81, 102883
- Wirtz, J., Patterson, P. G., et al. (2018). Brave new world: Service robots in the .frontline. Journal of Service Management, 29(5), 907-931
- Huang, M. H., & Rust, R. T. (2018). Artificial intelligence in service. Journal of .Service Research, 21(2), 155-172
- .Ukpabi, D. C., & Karjaluoto, H. (2017). Consumers' acceptance of ICT in tourism .Telematics and Informatics, 34(5), 618-644
- .UNWTO. (2023). Tourism in the Digital Age: AI Applications in Hospitality. Madrid
- .PMI. (2021). PMBOK Guide (7th ed.). Newtown Square
- ,Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. QRP, 3(2) .101-77
- .Kwok, L., & Koh, Y. (2023). AI in hospitality and tourism: A bibliometric review .IJCHM, 35(3), 1077-1100

ثالثاً: مصادر إلكترونية

- McKinsey Global Institute. (2023). AI in hospitality. <https://www.mckinsey.com> .(Accessed: April 2025)
- :Deloitte Insights. (2024). AI in hospitality. <https://www2.deloitte.com> (Accessed .(March 2025
- Statista. (2024). AI in the hotel industry. <https://www.statista.com> (Accessed: May .(2025
- رؤية 2030. (2024). قطاع السياحة. <https://www.vision2030.gov.sa> (تاريخ الوصول: مايو 2025).
- .World Economic Forum. (2023). Future of Jobs Report: AI impact on hospitality .<https://www.weforum.org> (Accessed: March 2025)