



كلية التربية

إدارة: البحوث والنشر العلمي (المجلة العلمية)

=====

دور استخدام التطبيقات الذكية في تنمية مستقبل السياحة الرقمية في مدينة نيوم الذكية من وجهة نظر المواطن السعودي

إعداد

د/ إسماعيل أبو شلفه

أستاذ مساعد- جامعة تبوك

د/ وصفي الكساسبة

أستاذ مشارك- جامعة تبوك

د/ خلف الحسين

أستاذ مشارك - جامعة تبوك

khalhussaen@ut.edu.sa

﴿المجلد التاسع والثلاثون- العدد السادس-جزء ثانى- يونيو ٢٠٢٣ م﴾

http://www.aun.edu.eg/faculty_education/arabic

المخلص:

لعمد مضت، عانى الاقتصاد السعودي من مشكلة أساسية، تمثلت في عدم تنوع مصادر الدخل، المعتمد على الربيع النفطي. مؤخرًا برز قطاع السياحة كأحد الحلول الواعدة والسريعة لهذه المشكلة، نظرًا للمشارع الضخمة التي تتمتع بها المملكة وخاصة مدينة نيوم الذكية التي تعتمد على التطبيقات الذكية، حظي قطاع السياحة السعودي باهتمام أكبر، مع انطلاق رؤية المملكة ٢٠٣٠، المعنية بعملية الانتقال السلس من الاقتصاد النفطي، إلى اقتصاد أكثر تنوعًا وانفتاحًا، من خلال إيجاد موارد أخرى غير نفطية، وخلق مجتمع حيوي واقتصاد مزدهر؛ بما يضع المملكة على خريطة التجارة والمنافسة العالمية.

تعمل حكومة المملكة على دعم وتطوير قطاع السياحة عبر ما يعرف بتأسيس المنظومة السياحية الكاملة من خلال دمج الانظمة والتطبيقات الذكية في عكس الصورة الافتراضية التي تتميز بها مدينة نيوم الذكية للمواطنين والسائح خارج المملكة. وفي ضوء المنافسة الشديدة في مجال السياحة بين دول العالم وخاصة العربية لجذب أكبر عدد ممكن من السائحين الى مدينة نيوم تظهر اهمية استخدام وتبني التطبيقات الذكية لعكس الصورة الافتراضية لمدينة نيوم من خلال تقديم حلول رقمية لتبسيط إجراءات السفر وإطلاق منصة موحدة لربط مقدمي الخدمات السياحية وتطبيقاتها وتوفير بيئة تفاعلية تسمح للمبتكرين في القطاع التقني بتجربة حلول السياحة الرقمية الجديدة وتطبيقات الواقع الممتد للسياحة (مثل الواقع الافتراضي والواقع المعزز). لذلك يهدف البحث الحالي على دراسة دور استخدام التطبيقات الذكية في تنمية مستقبل السياحة الرقمية في مدينة نيوم الذكية من وجهة نظر المواطن السعودي.

شكر وتقدير:

S-) يشكر فريق البحث جامعة تبوك ممثلة في عمادة البحث العلمي على دعمها الكلي لهذا البحث (١٤٤٣-٠١٩٩)، وغيره من البحوث الهادفة والرائدة في مجالات البحث المختلفة.

Abstract:

For decades ago, the Saudi economy suffered from a fundamental problem, represented in the failure to diversify sources of income, which depended on oil rents. Recently, the tourism sector has emerged as one of the promising and quick solutions to this problem, given the huge projects that the Kingdom enjoys, especially the smart city of NEOM, which relies on smart applications. A more diversified and open economy, by finding resources other than oil, and creating a vibrant society and a prosperous economy; Putting the Kingdom on the map of global trade and competition.

The Kingdom's government is working to support and develop the tourism sector through what is known as the establishment of the complete tourism system by integrating smart systems and applications in order to reflect the virtual image that characterizes the smart city of NEOM for citizens and tourists outside the Kingdom. And in light of the fierce competition in the field of tourism between the countries of the world, especially the Arab countries, to attract the largest possible number of tourists to the city of Neom, the importance of using and adopting smart applications appears to reflect the virtual image of the city of Neom by providing digital solutions to simplify travel procedures and launch a unified platform to link tourism service providers and applications and provide an environment Interactive that allows innovators in the technical sector to experience new digital tourism solutions and applications of extended reality for tourism (such as virtual reality and augmented reality). Therefore, the current research aims to

study the role of using smart applications in developing the future of digital tourism in the smart city of NEOM from the point of view of the Saudi citizen.

المقدمة

خرجت المملكة العربية السعودية من قيود السفر التي فرضها فيروس كورونا لتطلق من جديد جدول أعمال طموحاً حافلاً بالفعاليات السياحية. حيث سهم القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي لدول الشروق الأوسط بـ ٤٨٦.١ مليار دولار بحول عام ٢٠٢٨، بحسب توقعات موقع البيانات العالمي Statista سيبلغ الإنفاق الحكومي على السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لدول المنطقة نحو ١٧.٧ مليار دولار في الوقت الذي تشهد فيه دول المنطقة مشاريع سياحية ضخمة عدة قيد التطوير، من أبرزها مشروع "نيوم" السعودي (عبد الخالق، ٢٠٢٠).

تشكل المنافسة على الصعيدين الدولي والإقليمي تحدياً للهدف السعودي، المتمثل في تحقيق نمو هائل في السياحة على المستوى العالمي. كما أن الرياح الجديدة المعاكسة للسياحة في سياق الجائحة وزيادة الوعي الأخضر قد تطيل في أمد اعتماد البلاد على سوقها المحلية المتعثرة منذ فترة طويلة للترفيه والوجهات السياحية (خالد المطيري وآخرون، ٢٠١٨).

تعمل استراتيجية السياحة الرقمية على تبني نماذج عمل رقمية مبتكرة من شأنها أن تسهم في رفع مستوى الطلب على الخدمات السياحية، وتشمل: وضع لوائح مبتكرة لتنظيم الفنادق الذكية، واعتماد طرق مرنة لإجراءات السفر الرقمي، وتوفير تجارب سفر سلسلة للسياح ورجال الأعمال ومنسوبي الجهات الحكومية. وتشمل استراتيجية السياحة الرقمية أيضاً: تشجيع توفير الخدمات الجديدة وتأسيس الشركات الناشئة في القطاع السياحي؛ عن طريق الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي والبيانات لجذب المستثمرين، وتعزيز جاهزية الوجهات، وتسليط الضوء على الفرص الاستثمارية المتاحة. ويجري العمل، ضمن استراتيجية السياحة الرقمية، على تطوير نظام مرن وفعال يدعم رحلة التحول الرقمي للقطاع، ويسهم في تبني ثقافة الابتكار.

تستخدم التطبيقات الذكية بشكل كبير في السفر حالياً من خلال الهواتف الذكية. وتعد الخرائط أو تطبيقات الملاحة هي الأنشطة الأكثر استخداماً من قبل الأشخاص على أجهزتهم، كما يقوم الأشخاص بفحص الطقس، والعثور على المطاعم، والمشاركة في وسائل التواصل الاجتماعي، وقراءة توصيات المطاعم، والعثور على المتاجر المحلية، والبحث عن خدمات الفنادق، وإجراء الحجز، وهي الأنشطة الأساسية تقريبا المعتادة للسفر (Lionton and Kwortink, ٢٠١٩).

إن نصف المشاريع الضخمة التي يديرها صندوق الاستثمارات العامة هي في قطاع السياحة، كما أنه يوجد عناصر سياحية في مدينة نيوم التكنولوجية المستقبلية. بالإضافة إلى ذلك، ثمة عدد هائل من الشركات التي تم إنشاؤها في إطار صندوق الاستثمارات العامة تعمل بنشاط في صناعات السياحة والترفيه. وفي مبادرة مستقبل الاستثمار لعام ٢٠٢٢، من خلال توجه المملكة الي استخدام التطبيقات الذكية التي تلعب دورا مهم في تعزيز وتحسن الصورة الافتراضية للمشاريع الضخمة في المملكة وخاصة مدينة نيوم الذكية التي تعد من اهم المشاريع الضخمة في المملكة (هيفاء حمود الشمري، ٢٠٢٠).

وتشهد السعودية تحولا كبيرا نحو تنشيط القطاع السياحي وخاصة السياحة الرقمية للمساهمة في تنويع الاقتصاد، في إطار برنامج التحول الرقمي باعتباره رافدا مهما من روافد الاقتصاد الوطني، حيث تعمل السعودية على تنفيذ العديد من المشاريع السياحية العملاقة وفق رؤية السعودية ٢٠٣٠، لتجعل قطاع السياحة رافدا مهما للاقتصاد الوطني ومن أبرز تلك المشاريع، مشروع ضخم على سواحل السعودية، وهو مشروع نيوم الذكي. ومن خلال البحث في الدراسات السابقة المتعلقة باستخدام التطبيقات الذكية في تنمية السياحة الرقمية في منطقة مشروع نيوم لم يجد الباحث اي دراسة تختص في دراسة دور التطبيقات الذكية ودورها في تنمية السياحة الرقمية في مدينة نيوم، لذلك تعد هذه الدراسة من اوائل الدراسات التي تختص في هذا الموضوع وخاصة من وجهة نظر المواطن السعودي (المنصة الرقمية الموحدة/ التحول الرقمي، ٢٠٢٢).

بالإضافة إلى ذلك يعتقد Dickinson وآخرون (٢٠١٨) أن تطبيقات الهواتف الذكية المتعلقة بالسفر تولد قيمة مضافة من خلال التأثير المتبادل لنمط حياة صحي بالسفر جراء استخدام التكنولوجيا الحديثة، هذه القيمة المضافة هي أحد العوامل التي تزيد من جاذبية السياحة وتسهل استخدامها على سبيل المثال، نظام تحديد المواقع العالمي على الأجهزة الذكية للتطبيقات ذات الصلة أن توفر للسائحين خدمات مخصصة تلبى احتياجاتهم بناء موقعهم الحالي ونتيجة لذلك سوف تتوفر للسائحين الحصول على تجربة أكثر ثراءً وإفادة وغامرة من ذو قبل (Meehan et al., ٢٠١٦). لذلك فإن التطوير الجديد لتكنولوجيا الهواتف الذكية سوف يفرض نظام التوصية من الجمع بين الوضع الشخصي للمستخدم وتفضيلاته باستخدام العديد من الفرص لتقديم توصيات سفر عالية الدقة (Gavalas et al., ٢٠١٤). لقد أصبحت تطبيقات الهواتف الذكية تسيطر على ما يتراوح بين ٤٠ إلى ٤٥ % من حجوزات الطيران والفنادق والبرامج السياحية، حيث تشير العديد من التقارير إلى أن تطبيقات السياحة والسفر على الهواتف الذكية أصبحت تحتل المركز السابع كأكثر التطبيقات العملاء حول العالم، خاصة أن أكثر من ٤٠.٥ % من تطبيقات الهواتف الذكية هي تطبيقات تتعلق بالسفر وحجوزات الرحلات ، بالإضافة إلى تزايد استخدامها من قبل الجهات الحكومية كمنصات للترويج والتسويق السياحي (Chmielarz ٢٠٢٠).

مشكلة الدراسة

تعد التطبيقات الذكية في الوقت الحالي من أهم الوسائل التي يعتمد عليها الأفراد في جميع نواحي حياتهم، لذلك أي حاجه من حاجات الانسان لا تغطيه هذه التطبيقات يعتبر عائق في الحصول على الخدمة بشكل ميسر. ولوحظ ان هناك انخفاض في توظيف التطبيقات الذكية في تنمية السياحة الرقمية في منطقة نيوم. لذا جاءت هذه الدراسة للتعرف على دور التطبيقات الذكية ودورها في تنمية وتعزيز السياحة الرقمية في مدينة نيوم من وجهة نظر المواطن السعودي.

أسئلة الدراسة:

تحددت أسئلة الدراسة في:

وللتعرف على دور التطبيقات الذكية ودورها في تنمية وتعزيز السياحة الرقمية في مدينة نيوم من وجهة نظر المواطن السعودي، وسوف يكون من خلال طرح الأسئلة التالية:

١. ما هي أهمية التطبيقات الذكية في تنمية السياحة الرقمية في مدينة نيوم من وجهة نظر المواطن السعودي؟
٢. ما مدى معرفة المواطن السعودي بالتطبيقات الذكية الخاصة في تنمية السياحة الرقمية بشكل عام وفي مدينة نيوم بشكل خاص؟
٣. ما التوصيات والمقترحات وجهة نظر المواطن السعودي لتطوير استخدام التطبيقات الذكية في تنمية السياحة الرقمية في مدينة نيوم؟

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة على التعرف على دور التطبيقات الذكية ودورها في تنمية وتعزيز السياحة الرقمية في مدينة نيوم من وجهة نظر المواطن السعودي، ولتحقيق هذا الهدف سوف تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف الفرعية التالية:

- بيان أهمية التطبيقات الذكية في تنمية السياحة.
- قياس مدى معرفة المواطن السعودي بالتطبيقات الذكية الخاصة بتنمية السياحة.
- تقديم بعض التوصيات المناسبة في هذا المجال.

حدود الدراسة

هناك محددات لهذه الدراسة ومن أهمها:

- ١- حدود بشرية: يتكون مجمع الدراسة من أكثر من ١٥٠٠ شخص تم اختيارهم بطريقة عشوائية من داخل المملكة العربية السعودية. وكانت عينة الدراسة ١٣٤ مواطن داخل المملكة.
- ٢- حدود مكانية: مدينة نيوم بالمملكة العربية السعودية

٣- حدود موضوعية: التطبيقات الذكية (الواقع الافتراضي – الواقع المعزز)

٤- حدود زمنية: العام الجامعي ٢٠٢٢-٢٠٢٣ م

مصطلحات الدراسة:

التطبيقات الذكية:

هو مصطلح أو كلمة تطلق على الهواتف النقالة التي تعمل بنظام التشغيل، فهي كالحاسوب الآلي، ولكن بحجم كف اليد، فتمكنك من التصفح على الإنترنت واستخدام تصميم تطبيقات المختلفة والبريد الإلكتروني أيضاً، كل ذلك مع استخدام الهاتف الطبيعي من اتصال وإرسال رسائل نصية قصيرة واستعمال الكاميرا.

هناك عدة أنواع من أنظمة تشغيل الهواتف الذكية حيث يعتبر أشهرها جوجل أندرويد والذي ملكه جوجل نفسها، وهو نظام تشغيل مفتوح لأي شركة تطلبه بتصريح، وهو نظام مرن في الاستخدام، ولا يتوفر في أجهزة الهواتف النقالة فحسب بل على عدد من الأجهزة وشركات تطوير تطبيقات هواتف مختلفة فهو مفتوح المصدر و تستطيع أي منظومة التعديل فيه بما يناسبها و يكون طوع احتياجاتها وأيضاً جميع تطبيقات جوجل موجودة به (عكاظ، ٢٠٢٣).

والنوع الثاني هو نظام آبل آيفون وتملكه شركة آبل من خلال شركات تطوير تطبيقات أي فون، وليس متاح على الإطلاق سوى لحاملي جهاز الآيفون، الأيبود، الأيباد، ففي بداية ظهوره لاقى قبول كبير عند المستخدم العادي لسهولة استخدامه الغير معقد عن نظائره من الهواتف الذكية في نفس التوقيت، وكل مدى تطور شركة آبل من نظامها هذا ومازال قبوله عند المستخدم يحتل الصدارة (صحيفة الاتحاد، ٢٠٢٣).

بالإضافة الى نظام ويندوز فون موبايل ومن يملكه هي شركة مايكروسوفت، وهو الأقدم من بين الأنظمة، وكان المسيطر على السوق ومع الوقت تراجع بشكل كبير، إلى أن قامت مايكروسوفت بإطلاق إصدار ويندوز فون ٨ وعملت على تطويره بشكل جذري وكامل، والاستفادة الأساسية من هذا النظام هي خدمات مايكروسوف مثل الماسنجر والأوفيس.

السياحة الرقمية:

ظهر في السنوات الأخيرة مفهوم السياحة الرقمية أو ما يسمى "بالسياحة الإلكترونية"، والتي تشمل استخدام التقنيات الرقمية الحديثة لجميع الأنشطة السياحية من خلال الترويج والتسويق للمنتجات السياحية وتقديم الخدمات المتعلقة بها على المنصات الرقمية والمواقع الإلكترونية المتنوعة والتطبيقات، وعادةً ما يقوم السائح بالبحث في هذه المنصات والمواقع الإلكترونية واختيار وجهته السياحية ومكان إقامته، وكذلك اختيار وسائل النقل ووسائل السفر وأي خدمات أخرى يحتاجها كجزء من رحلته السياحية (وزارة السياحة، ٢٠٢١).

ستشكل السياحة الرقمية في المستقبل القريب جزءاً كبيراً من العائد المالي لقطاع السياحة وقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وقطاع النقل والقطاع التجاري وباقي القطاعات الأخرى في المملكة إذا تمت وأحسن استغلالها؛ حيث أنها ستعمل على:

- إفساح المجال للسياحة العالمية والسياحة المحلية للتعرف على مناطق سياحية جديدة ومتنوعة والتي لم يعرفوها أو يقوموا بزيارتها من قبل.

- زيادة نسبة الإقبال على المناطق السياحية المتنوعة والتعرف على جميع مزاياها وجميع الخدمات الموجودة فيها.
 - تعريف وتسويق المنتجات السياحية المختلفة كالسياحة الترفيهية، والعلاجية، والدينية، والعلمية والثقافية، وكذلك السياحة الصحراوية.
 - تحريك خدمات ومنتجات القطاعات الأخرى والتي تعتبر جزءاً لا يتجزأ من دورة المنتج السياحي.
 - تعزيز وتحسين جودة الخدمات السياحية من خلال التغذية الراجعة (الاقتراحات / الانتقادات) من السياح.
- ولا بد في هذا المجال من التطرق لأهم المقومات الاستراتيجية والتي بدونها لا يمكن الولوج للسياحة الرقمية:
- الحوكمة وبيئة الأعمال من خلال الإطار التنظيمي والتشريعي.
 - البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

مدينة نيوم:

مشروع نيوم، هو حلم جريء وطموح لمستقبل جديد، وهو انطلاقة التغيير التي ستجسّد مستقبل الابتكار في الأعمال والمعيشة والاستدامة. وبموقعها الاستراتيجي على ساحل البحر الأحمر شمال غرب المملكة العربية السعودية، ستنبئ نيوم لتكون ميداناً حياً وناصباً بالتجارب، وتصبح منصة عالمية ترسم فيها ريادة الأعمال والابتكار معالم المستقبل الجديد. ستفتح نيوم أبوابها لتكون موطناً ووجهة لأصحاب الأحلام الكبيرة، ولكل من يطمح أن يسهم في بناء نموذج جديد لمعيشة مستدامة ومزدهرة. مفهوم نيوم لا يقتصر على المكان فحسب، بل هو توجه فكريّ ونمط حياة. تصميم هذا النموذج وإنشاؤه وإدارته قائم على أسلوب متحرر من قيود المنهجات القديمة للبنى التحتية الاقتصادية والبيئية التي تحد البلدان الأخرى حول العالم من التقدم. سيحقق مشروع نيوم تحت مظلة رؤية السعودية ٢٠٣٠ ثلاثة أهداف رئيسية، تتمثل في تحقيق معيشة استثنائية، وبيئة أعمال مزدهرة، وإعادة ابتكار مفهوم الاستدامة (NEOM, ٢٠٢٣).

نيوم هي أكثر مشروع سياحي طموح على مستوى العالم، فهي تُبنى على أرض ضاربة في التاريخ، تميزها تصاميم رائدة بمستوى عالمي، وتعززها تجارب رقمية متكاملة تمنح المسافرين تقدم تجارب سفر لا مثيل لها، في سهولتها ومرورها ستغير مفهوم وإمكانات سوق السفر العالمي. ستكون نيوم وجهة لا مثيل لها، ونموذجاً مثالياً للسياحة التجديدية، باحتضانها وحمايتها للبيئة والطبيعة البكر ومياهها الساحلية الرائعة (NEOM, ٢٠٢٣).

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة الحالية على المنهج المسحي الوصفي التحليلي وذلك كونه ملائم لمثل هذه الدراسات وأهدافها والذي يهدف الى التعرف على دور التطبيقات الذكية ودورها في تنمية السياحة الرقمية في مدينة نيوم من وجهة نظر المواطن السعودي.

ويعتبر هذا المنهج الأكثر ملائمة للدراسة الحالية ويهتم هذا المنهج بوصف الجوانب المتنوعة لمشكلة الدراسة، توظيف استبانة مُحكَّمة، بهدف التوصل إلى نتائج تمثل الواقع الحقيقي.

حيث الاستبانة تشمل عدة محاور تغطي جميع جوانب هذا البحث من حيث المعرفة اهم التطبيقات الذكية في مجال السياحة في مدينة نيوم، والتعرف على مدى تأثير التطبيقات الذكية في تحسين الصورة الافتراضية لمدينة نيوم من وجهة نظر المواطن السعودي

مجتمع الدراسة:

يتكون مجمع الدراسة من أكثر من ١٥٠٠ شخص تم اختيارهم بطريقة عشوائية من داخل المملكة العربية السعودية. وكانت عينة الدراسة ١٣٤ مواطن داخل المملكة.

أدوات الدراسة:

ولتنفيذ الدراسة كانت الاستبانة هي الأداة المنفذة كونها ملائمة للحصول على معلومات خاصة بواقع معين من بيانات وغيرها من المعلومات. واعتمد الباحثون في إعداد الاستبانة على المصادر التالية: الدراسات التي تناولت على معرفة تأثير التطبيقات الذكية في تحسين الصورة الافتراضية لمدينة نيوم من وجهة نظر الفئة المستهدفة ولهذا الغرض تم وضع صورة أولية للاستبانة والتي تكونت من (١٦) فقرة، يطلب فيها من المستهدف اختيار استجابته وفق مقياس ليكرت الخماسي (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة) يتم تقديرها من (١-٥) درجة، إذ تشير الدرجة المنخفضة إلى عدم الموافقة على الفقرة والدرجة المرتفعة إلى الموافقة على الفقرة، ولغرض معرفة مناسبة التعليمات الفقرات وبدائل الإجابة والتحقق من الخصائص السيكومترية للاستبيان تم إجراء التالي :

صدق المحتوى:

تم عرض الصورة الأولية للاستبيان على (٥) محكمين متخصصين، أبدوا رأيهم من حيث الأبعاد ومناسبة الفقرات وصياغتها والمعنى، وقام الباحث بإجراء التعديلات المطلوبة في إعادة صياغة الفقرات المطلوبة.

صدق الاتساق الداخلي:

تم التطبيق على عينة استطلاعية بلغ عددها (٣٥) فرد تم اختيارهم عشوائيا من المجتمع السعودي (من غير العينة الأساسية للدراسة)، للتحقق من صدق الاتساق الداخلي وحساب معامل ارتباط درجة الفقرة بالدرجة الكلية للاستبانة من خلال استعمال معامل ارتباط بيرسون لبيان العلاقة الارتباطية بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية على الاستبانة، وتراوحت معاملات الارتباط للفقرات ما بين ٠.٧٢ - ٠.٨٣.

إجراءات الدراسة:

د/ وصفي الكسابية
دور استخدام التطبيقات الذكية في تنمية مستقبل السياحة
د/ خلف الحسين
د/ إسماعيل أبو شلفه

- تم الاطلاع على الادبيات المتعلقة بمعرفة المواطن السعودي بدور التطبيقات الذكية في تنمية السياحة الرقمية في مدينة نيوم من وجهة نظرهم.
- تم الاطلاع على الاستبيانات المتعلقة بمعرفة المواطن السعودي بدور التطبيقات الذكية في تنمية السياحة الرقمية في مدينة نيوم من وجهة نظرهم.
- تم تصميم استبيان حول معرفة المواطن السعودي بدور التطبيقات الذكية في تنمية السياحة الرقمية في مدينة نيوم من وجهة نظرهم.
- تم التحقق من الخصائص السيكمترية للاستبيان على عينة استطلاعية.
- تم تطبيق الاستبانة على عينة الدراسة الأساسية من المجتمع السعودي.
- تم جمع البيانات، ومعالجتها احصائيا، والخروج بالنتائج، وتفسيرها، ومناقشتها.

نتائج الدراسة وتفسيرها ومناقشتها:

كما ذكرنا سابقا فإن اداة الدراسة تتكون من استبانة تشمل ١٦ فقرة، وفي هذا الجزء من الدراسة سنقوم بتحليل الاداة واستخلاص النتائج والتوصيات بناء على نتيجة التحليل لهذا الاستبيان، والتي تعكس أهداف الدراسة ويرمي الباحث الى استخلاص النتائج النهائية استنادا على الأدلة الإحصائية تحقيقا لأهداف دراسته.

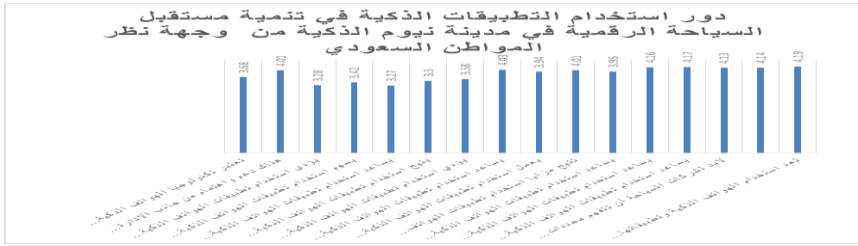
وللتحقق من هدف الدراسة الذي نود التعرف من خلاله على مدى معرفة المواطن السعودي بدور التطبيقات الذكية في تنمية السياحة الرقمية في مدينة نيوم من وجهة نظرهم، ويبين جدول (١) نص فقرات الاستبانة والاوساط الحسابية والانحرافات المعيارية.

جدول ١: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المقياس حسب كل مجال.

رقم الفقرة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١	تعد استخدام الهواتف الذكية وتطبيقاتها من أهم وأنجز وسائل التكنولوجيا الحديثة المقدمة للخدمة السياحية الرقمية لمدينة نيوم الذكية	٤.١٩	١.١٦٧
٢	يفضل العملاء الحصول على الخدمة السياحية عبر وسائل التكنولوجيا الحديثة عن غيرها من الوسائل التقليدية الأخرى.	٤.١٤	١.١٥٢
٣	لا بد لشركات السياحة أن تتفهم محددات تبني التقنيات المتقلة ودمجها في قنوات التسويق لديها.	٤.١٣	١.١٢٢
٤	يساعد استخدام تطبيقات الهواتف الذكية مدينة نيوم الذكية على تحسين خدماتها والوصول إلى أسواق جديدة في السياحة.	٧٤.١	١.٠٧٢
٥	يساعد استخدام تطبيقات الهواتف الذكية في قنوات التسويق لمدينة نيوم الذكية على فهم أفضل للراغبين ومتطلبات العملاء.	٤.١٦	١.١٢١
٦	يساعد استخدام تطبيقات الهواتف الذكية في التغلب على الحاجز الجغرافية حيث يمكن للمستهلكين معرفة المئات من الأسواق من منتجات وخدمات سياحية داخلياً وخارجياً	٣.٩٥	١.٣٢٥
٧	تتيح مزايا استخدام تطبيقات الهواتف الذكية لمدينة نيوم الذكية تقديم المعلومات المتعلقة بالخدمة السياحية في أي وقت.	٤.٠١	١.٢٤٣
٨	يعمل استخدام تطبيقات الهواتف الذكية على الحد من تأثير العلاقات الشخصية في إنهاء المعاملات السياحية	٣.٩٤	١.٣٢٣
٩	يساعد استخدام تطبيقات الهواتف الذكية مدينة نيوم الذكية على تقليل تكلفة إنتاج وتسويق الخدمة	٤.٠٣	١.٢٦٣
١٠	يؤدي استخدام تطبيقات الهواتف الذكية إلى رفع قدرة مدينة نيوم على المنافسة وكسب ميزة تنافسية	٣.٥٨	١.٠٤٦
١١	يتيح استخدام تطبيقات الهواتف الذكية للعملاء الفرصة في إجراء مقارنة أسعار الخدمات قبل شرائها بطريقة أفضل وأسرع	٣.٥٠	١.٠٩٣٠
١٢	يساعد استخدام تطبيقات الهواتف الذكية على التواصل المستمر مع العملاء مما يكسب مدينة نيوم ولائهم وأقامه علاقات دائمة معهم	٣.٢٧	١.٠١٠
١٣	يسهم استخدام تطبيقات الهواتف الذكية في اكتساب العاملين الخبرات اللازمة للعمل بقطاع السياحة	٣.٤٢	٠.٩٨٢
١٤	يؤدي استخدام تطبيقات الهواتف الذكية إلى اختيار أفضل الكفاءات الإدارية والفنية لشغل الوظائف القيادية بمدينة نيوم	٣.٢٨	٠.٩٩٤
١٥	هناك دعم واهتمام من جانب الإدارة العليا لمدينة نيوم لاستخدام تطبيقات الهواتف الذكية وتدريب العاملين عليها	٤.٠١	١.٠١٣
١٦	تعتبر تكنولوجيا الهواتف الذكية وتطبيقاتها أداة تسويق وأداة اعلانية جيدة للوصول إلى العملاء في أي وقت	٣.٦٨	٠.٨٩٤

كان أعلاها للفقرة رقم (١) والتي تنص على "تعد استخدام الهواتف الذكية وتطبيقاتها من أهم وأنجز وسائل التكنولوجيا الحديثة المقدمة للخدمة السياحية الرقمية لمدينة نيوم الذكية" بمتوسط حسابي (٤.١٩) وانحراف معياري (١.١٧) وبدرجة مرتفعة، تليها الفقرة رقم (٤) والتي تنص على "يساعد استخدام تطبيقات الهواتف الذكية مدينة نيوم الذكية علي تحسين خدماتها والوصل الى أسواق جديده في السياحة" بمتوسط حسابي (٤.١٧) وانحراف معياري (١.٠٧٢) وبدرجة مرتفعة، وبالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (١٢) والتي تنص على "يساعد استخدام تطبيقات الهواتف الذكية على التواصل المستمر مع العملاء مما يكسب مدينة نيوم ولائهم وأقامه علاقات دائمة معهم" بمتوسط حسابي (٣.٢٧) وانحراف معياري (١.٠١٠) وبدرجة منخفضة، وبلغ المتوسط الحسابي الكلي (٣.٨٤) وانحراف معياري (٠.١٣٥) وبدرجة متوسطة.

ويمكن تفسير هذه النتيجة استنادا إلى ما جاء في استجابات أفراد عينة الدراسة من ان المواطن السعودي لديه الخبرة والمعرفة الكافية في استخدام التطبيقات الذكية وخاصة المتعلقة بالسياحة. لقد أوضحت استجابات افراد العينة ان المواطن السعودي يفضل استخدام التطبيقات الذكية على الطرق التقليدية في ما يتعلق بالسياحة بشكل خاص.



شكل ١: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ل فقرات المقياس حسب كل مجال.

كذلك أظهرت الدراسة ان التطبيقات الذكية تلعب دور مهم في جذب السياحة في مدينة نيوم. كما يعد استخدام الهواتف الذكية وتطبيقاتها من أهم وأنجز وسائل التكنولوجيا الحديثة المقدمة للخدمة السياحية الرقمية لمدينة نيوم الذكية. ويساعد استخدام تطبيقات الهواتف الذكية مدينة نيوم الذكية علي تحسين خدماتها والوصل الى أسواق جديده في السياحة. أن استخدام شركات السياحة لتطبيقات الهواتف الذكية سوف يساعد في التواصل المستمر مع العملاء في أي وقت مما يزيد من الاهتمام بأرائهم وكسب ثقتهم في تقديم الخدمة بشكل أفضل.

وهذا يتفق ذلك مع دراسة عبد الرزاق وبشري (٢٠٢٢) والتي سلط الضوء على تطبيقات صحافة الموبايل في المجال السياحي من خلال توصيف نظري لنشأة صحافة الموبايل وتطورها وأهم مزاياها في المجال السياحي بالإضافة ودورها في الترويج السياحي. حيث توصلت دراستهما الى ان تطبيقات صحافة الموبايل ساهمت في الترويج السياحي من خلال انتاج ونشر وبث صور وفيديوهات ومنشورات سياحية باستخدام الهواتف الذكية وتطبيقاتها.

توصيات ومقترحات الدراسة:

- على مدينة نيوم تبني التطبيقات الذكية التي يمكن أن توفر مرجع لها لتصبح أكثر كفاءة ومرونة واستجابة في التواصل مع العملاء مما يساعد على تحسين رضا العملاء.
- أن استخدامها مدينة نيوم للتطبيقات الذكيه يمكنها من تقديم افضل الخدمات للعملاء والحفاظ على الميزة التنافسية. لذا من المهم أن تتفهم بشكل أفضل تأثير مثل هذه التطبيقات الذكية ، حتى تتمكن من تبني استراتيجيات ذكية تساهم في مواصلة تحسين أداء السياحة في مدينة نيوم . والعمل على تقديم دورات تدريبية للموظفين على كيفية استخدام التطبيقات الذكية لترويج السياحة لمدينة نيوم الذكية.

البحوث المقترحة المستقبلية:

يوصي الباحثون بان تقوم نيوم بعمل تطبيقات متخصصة بالترويج السياحي لمنطقة نيوم وعمل دراسات عند تطبيقها تجريبياً لكي يتم بعدها اطلاقها بشكل رسمي.

المراجع:

١. Chmielarz, Witold (٢٠٢٠), "The Usage of Smartphone and Mobile Applications from the Point of View of Customers in Poland" Information ١١, no. ٤: ٢٢٠
٢. Dickinson, J.E.; Filimonau, V.; Cherrett, T.; Davies, N.; Hibbert, J.F. (٢٠١٨); Norgate, S.; Speed C. Lift-share using mobile apps in tourism: The role of trust, sense of community and existing liftshare practices. Transp. Res. Part D Transp. Environ. ٦١, ٣٩٧-٤٠٥
٣. Gavalas,D.; Konstantopoulos,C.; Mastakas, K.;Pantziou, G. (٢٠١٤),Mobile recommender systems in tourism. J. Netw. Comput. Appl. ٣٩, ٣١٩-٣٣٣
٤. Linton, H. and Kwortnik, R.J. (٢٠١٩), "Mobile usage in travel: bridging the supplier-user gap", International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. ٣١ No. ٢, pp. ٧٧١-٧٨٩. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2017-0614>.
٥. Meehan, K.; Lunney, T.; Curran, K.; McCaughey, A. Aggregating (٢٠١٦): social media data with temporal and environmental context for recommendation in a mobile tour guide system. J. Hosp Tour. Techno, ٧, ٢٨١-٢٩٩

٦. NEOM (٢٠٢٣). <https://www.neom.com/ar-sa>
٧. Zsarnoczky, M. (٢٠١٨). How does Artificial Intelligence affect the Tourism Industry? Vadyba Journal of Management ٣١ (٢): ٨٥-٩٠.
٨. خالد المطيري، عبده عتقان العقيلي & مشرف محمد رنيف مسعد (٢٠١٨). دور الاستثمار الحكومي في تدعيم رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠ (dissertation, Doctoral) جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية).
٩. صحيفة الاتحاد (٢٠٢٣). <https://www.alittihad.ae/article/٦٨١٣٠/٢٠١٨/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B7%D8%A8%D9%8A%D9%82%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B0%D9%83%D1%9A%D8%A9-%D9%86%D8%A7%D9%81%D8%B0%D8%A9-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85>
١٠. الجهات السياحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة و الإعلان، ٢٠٢٠، (١٩) ٥٤١-٥٦٧.
١١. عبدالرزاق سعيد و بشرى كرميش (٢٠٢٢). تطبيقات صحافة الموبايل في المجال السياحي. مجلة التمكين الاجتماعي، المجلد ٤، العدد ٣، ص ص ١٠٠-١٠٩.
١٢. عكاظ (٢٠٢٣). <https://www.okaz.com.sa/technology>.
١٣. المنصة الرقمية الموحدة/ التحول الرقمي <https://www.my.gov.sa/wps/portal/snp/aboutksa/digitaltransformation>
١٤. هيفاء حمود الشمري. (٢٠٢٠). توجهات مستخدمي السياحة الرقمية في ضوء التحول الوطني للمملكة العربية السعودية. مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، (٦٢)، ١٧٢-١٩٥.

د/وصفي الكساسبة
دور استخدام التطبيقات الذكية في تنمية مستقبل السياحة
د/خلف الحسين
د/إسماعيل أبو شلفه

١٥. وزارة السياحة السعودية (٢٠٢١). <https://www.spa.gov.sa/٢٣٢٥٩٢٥>.