



جامعة المنصورة

كلية الآداب

—

إسهام التطبيقات الذكية المستخدمة بالفنادق في السياحة بمدينة أباها

إعداد

د. عبدالله بن معيض مصحوب آل كاسي القحطاني

أستاذ مشارك - جغرافية العمران - قسم الجغرافيا ونظم المعلومات الجغرافية، كلية العلوم الاجتماعية،
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض ، المملكة العربية السعودية

مجلة كلية الآداب - جامعة المنصورة

العدد السادس والسبعون - يناير ٢٠٢٥

إسهام التطبيقات الذكية المُستخدمة

بالفنادق في السياحة بمدينة أبها

د. عبدالله بن معيض مصحوب آل كاسي التحطاني

أستاذ مشارك - جغرافية العمران - قسم الجغرافيا ونظم

المعلومات الجغرافية، كلية العلوم الاجتماعية،

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، المملكة

العربية السعودية

ملخص البحث

سعت الدراسة إلى: الكشف عن إسهام التطبيقات الذكية المُستخدمة بالفنادق في السياحة بمدينة أبها، من خلال التَّعَرُّف على التطبيقات الذكية المُستخدمة في الفنادق، ودوافع استخدامها والأثر الإيجابي لها، ونسبة الإشغال للفنادق باستخدام التطبيقات الذكية، واعتمدت الدراسة على المنهجين الوصفي المسحي والتحليلي، وكانت الاستبانة أداة لتحقيق أهدافها، وتوصلت إلى: أن تطبيق بوكينج (Booking)؛ يعدُّ من أبرز التطبيقات الذكية المُستخدمة بالفنادق في السياحة بمدينة أبها، بنسبة (٢٥.٤٪)، يليه تطبيق المسافر (Almosafer) بنسبة (٢٠.٦٪)، ثم تطبيق المطار (Amatar) بنسبة (١٩.٤٪)، وأن أفراد مجتمع الدراسة موافقون على دوافع استخدام مشغلي الفنادق للتطبيقات الذكية بمتوسط (٢.٨٨) من (٣)، حيث جاء (سهولة الوصول واختصارًا للوقت وإنجاز الأعمال)، و(مواكبة التطور التكنولوجي والتقني السريع في مجال التطبيقات الخاصة بالسفر والحجوزات) بالمرتبة الأولى، من حيث الموافقة بمتوسط (٢.٩٤ من ٣)، وأن أفراد مجتمع الدراسة موافقون على الأثر الإيجابي لاستخدام مشغلي الفنادق للتطبيقات الذكية في السياحة بمتوسط (٢.٨٢ من ٣)، وتُشير إلى (تأثير قوي)، حيث جاء (سهولة وسرعة الحصول على الخدمات المُتعلّقة بالفنادق) بالمرتبة الأولى، من حيث درجة تأثيره بدرجة قوية، بمتوسط (٢.٩٤ من ٣). وأن ٤٧٪ من الفنادق أفادت بنسب تشغيل أقل من المتوسط، وأن أكثر من نصف مجتمع الدراسة (٥٣٪)؛ تراوحت نسبة تشغيلهم بين المتوسط وفوق المتوسط.

الكلمات المفتاحية: السياحة - جغرافية السياحة - التطبيقات الذكية - الفنادق - مدينة أبها.

Abstract:

This study sought to highlight the role which the smart applications used in hotels management play in boosting tourism industry in the city of Abha. Moreover, the study aimed at identifying the smart applications used in hotels management, the motives behind using them, their positive impact, and hotels' occupancy rate after introducing these smart applications. The study adopted the descriptive survey approach as well as the analytical approach. Furthermore, a questionnaire was developed as a study tool to achieve the objectives of the study. The study concluded that "Booking App" is one of the most important smart applications which are used in hotels management and which help boost Abha's tourism industry with a rate of (25.4%); followed by "Almosafer App" with a rate of (20.6%); which was followed by "Almatar Application" with a rate of (19.4%). The members of study's population agreed about the motives which drove hotel managers to use smart applications, with an average of (2.88 out of 3), since the motives: (ease of access, saving time, and getting the work done) and (keeping pace with rapid technological development in the field of travel and reservations applications) ranked first in terms of their approval with an average of (2.94 out of 3). In addition, the members of the study's population agreed on the positive impact using smart applications by hotel managers for boosting tourism, with an average of (2.82 out of 3), which indicates that there is a "strong positive impact". The study found that (ease and speed of receiving hotel-related services) ranked first, indicating that this aspect has a strong impact, with an average of (2.94 out of 3). Finally, 47% of the hotels reported that their occupancy rates are below average, while more than half of study's population (53%) had occupancy rates that ranged between average and above average.

Keywords: Tourism - Tourism Geography - Smart Applications - Hotels - Abha City.

تمهيد:

"يُمثِّل مفهوم السياحة الرقمية تطوُّر التجارب السياحية في العصر الرقمي، ويمكن أن يتمثِّل ذلك التطوُّر في دمج التقنيات الحديثة بالأنشطة السياحية التقليدية، خاصة في عصر الثورة الرقمية الذي

نعيشه الآن، وتتسارع فيه وتيرة التطور التقني" (مركز استشراف التقنية، ٢٠٢٣م، ص ٤-٦). وقد شهد قطاع السياحة في المملكة العربية السعودية خلال العقود الماضية نموًا متسارعًا في شتى المجالات المتعلّقة بالسياحة، خاصة بقطاع السكن السياحي واستخدام التطبيقات الذكية فيه، حيث "بذلت الجهات الحكومية المعنية بالسياحة جهودًا كبيرة لتعزيز البعد الرقمي في قطاع السياحة؛ إدراكًا منها لأهمية التحول الرقمي في إثراء التجربة السياحية، واتخذت هذه الجهات تدابير وإستراتيجيات هادفة لتحقيق تطلّعاتها في تحسين التفاعل مع الوجهات السياحية، وتسهيل وصول الزوار إلى الخدمات" (مركز استشراف التقنية، ٢٠٢٣م، ص ٢٢).

وتعدّ مدينة أبها من أبرز المدن السياحية في المملكة؛ لما تتمتع به من مقومات طبيعية وبشرية، حيث تحظى بدعم الدولة - رعاها الله - لتميتها والاهتمام بها؛ كونها موردًا اقتصاديًا مهمًا، حتى تكون واجهات سياحية فعّالة وجاذبة بصورة أكبر، وتواكب التطور التقني السريع في مجال السياحة، وانعكاس ذلك على الحركة الاقتصادية والثقافية والاجتماعية فيها.

ومن هذا المنطلق، فإن دراسة الفنادق - بوصفها وظيفة سكنية - تُعدّ من أولويات الدراسات الجغرافية واهتماماتها، وتأتي هذه الدراسة تواكبًا مع رؤية المملكة ٢٠٣٠م، وإستراتيجية السياحة الرقمية، وتهدف إلى تسليط الضوء على إسهام التطبيقات الذكية المُستخدمة في الفنادق بمدينة أبها؛ بوصفها ظاهرة جغرافية تدعو إلى دراستها والبحث فيها.

مشكلة الدراسة:

يعدّ استخدام التطبيقات الذكية في قطاع السياحة داعمًا ومعززًا لمكانتها على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي، وقد أدى انتشارها واستخدامها على نطاق واسع خلال السنوات الماضية إلى مزيد من التسارع والتنامي في مجال السياحة الرقمية، حيث أصبحت مُكملاً أساسيًا في صناعة السياحة، وضرورة لا بد منها خاصة في قطاع الفنادق؛ إذ يسعى الكثير من المُشغلين لاستخدامها في مرافقهم لمواكبة النمو السريع في هذا القطاع، والتوجّه نحو السياحة الرقمية، وتلبية احتياجات السياحة والسّياح وتطلّعاتهم الحالية والمستقبلية؛ لذلك كان من المهم الوقوف على إسهام التطبيقات الذكية المُستخدمة في الفنادق بمدينة أبها من وجهة نظر المُشغلين.

أسئلة الدراسة:

- في ضوء ما سبق عرضه، يمكن صوغ أسئلة الدراسة كما يأتي:
- ما التطبيقات الذكية المُستخدمة بالفنادق في السياحة بمدينة أبها؟
 - ما دوافع استخدام التطبيقات الذكية المُستخدمة بالفنادق في السياحة بمدينة أبها؟
 - ما الأثر الإيجابي لاستخدام التطبيقات الذكية المُستخدمة بالفنادق في السياحة بمدينة أبها؟

- ما نسبة الإشغال للفنادق باستخدام التطبيقات الذكية في السياحة بمدينة أبها؟

أهداف الدراسة:

في ضوء مشكلة الدراسة وأسئلتها؛ فإنها تهدف إلى الكشف عن التطبيقات الذكية المُستخدمة بالفنادق في السياحة بمدينة أبها، والتَّعَرُّف على دوافع استخدامها والأثر الإيجابي لها، ونسبة الإشغال للفنادق باستخدام التطبيقات الذكية من وجهة نظر المُشغِّلِينَ.

الأهمية العلمية والعملية:

تتضح الأهمية العلمية والعملية للدراسة في إبراز إسهام التطبيقات الذكية المُستخدمة بالفنادق في السياحة، ودوافع استخدامها والأثر الإيجابي لها، ونسبة الإشغال للفنادق باستخدام التطبيقات الذكية من وجهة نظر المُشغِّلِينَ؛ حتى تكون عاملاً مميّزاً ومسهماً في تنمية السياحة، ومن المُتَوَقَّع أن تعطي تصوّراً واضحاً حول تحوّل وظيفة السكن السياحي التقليدية نحو صناعة سياحة رقمية، وتلبية احتياجات السَّيَّاح والسياحة الذكية والتطوّر التقني المُتسارع في هذا المجال، وما سَتُضيفه من معلومات حول السياحة الذكية والتطبيقات الذكية المُستخدمة بالفنادق، التي تُشكّل جزءاً بارزاً في جغرافية السياحة واتجاهاتها الحديثة.

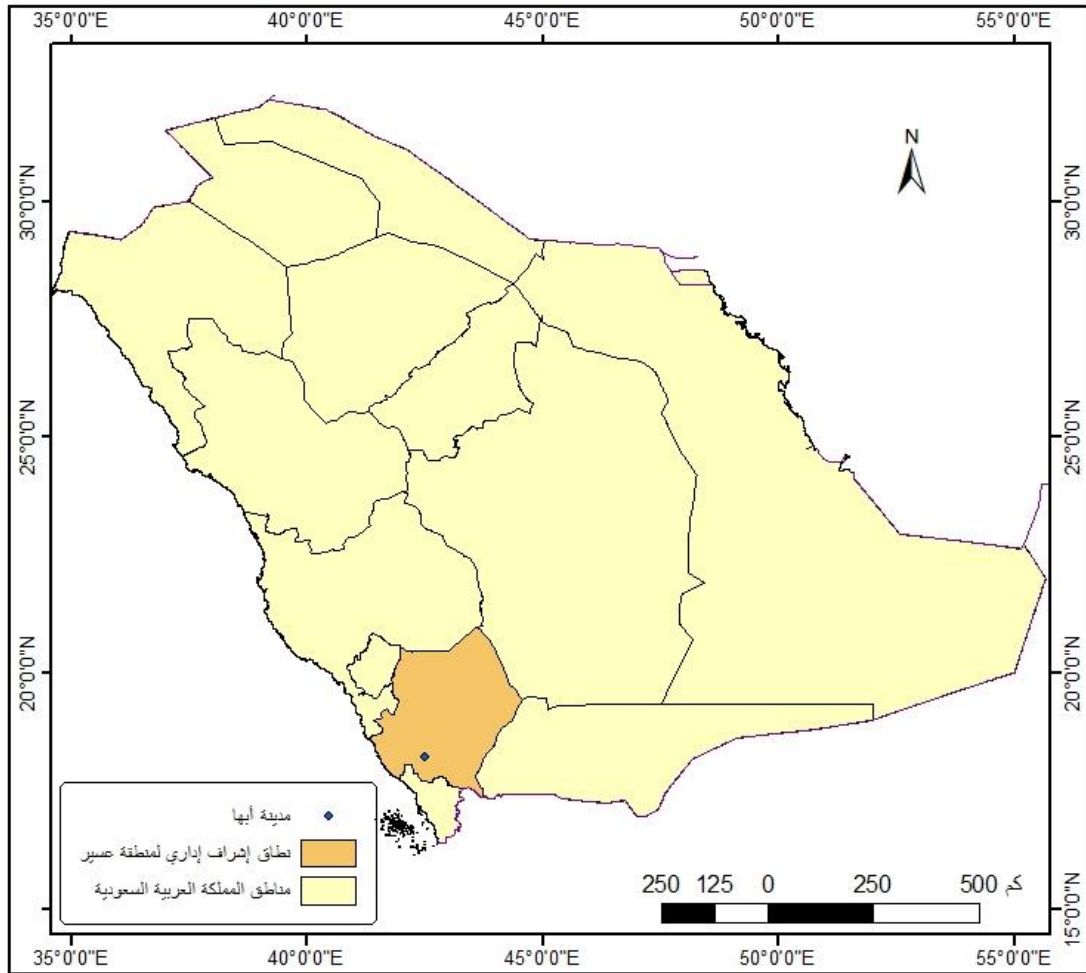
حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: تندرج الدراسة تحت فرعين من فروع الجغرافيا البشرية، وهما: جغرافية السياحة، والعمران لدراسة الوظيفة السكنية للفنادق وإسهام التطبيقات الذكية في مجال السياحة؛ لذا ركّزت الدراسة على إسهام التطبيقات الذكية المُستخدمة في الفنادق بمدينة أبها من وجهة نظر المُشغِّلِينَ - بوصفها ظاهرة جغرافية- وعلاقتها باستخدام التطبيقات الذكية في السياحة.

الحدود المكانية: تقع مدينة أبها على دائرة عرض (١٤ ١٨° شمالاً)، وخط طول (٣٠ ٤٢° شرقاً)، وهي المركز الإداري لمنطقة عسير، وتمتاز بوقوعها على ملتقى طرق الطائف- نجران- جازان - الرياض، وتكمن أهميتها في موقعها الإستراتيجي المُتميّز على شفا جبال السروات ودورها السياحي " (وزارة الشؤون البلدية والقروية، ٢٠٠٨م، ص. ٢٣٢) (شكل ١).

الحدود الزمانية: ركّزت الدراسة على نتائج الاستبانة التي وُزعت على المُشغِّلِينَ للفنادق بمدينة أبها في الفترة من (١٨/٩/١٤٤٥هـ إلى ٢٨/٩/١٤٤٥هـ)؛ لجمع المادة العلمية اللازمة لإتمام الدراسة.

شكل (١): موقع مدينة أبها.



المصدر: من إعداد الباحث، اعتماداً على:

- الهيئة العامة للمساحة والمعلومات الجيومكانية. (٢٠٢١م). خريطة المملكة العربية السعودية. الرياض.
- مصلحة الإحصاءات العامة والمعلومات. (١٤٣١هـ). مدن المملكة العربية السعودية. الرياض.

مصطلحات الدراسة:

التطبيقات الذكية:

هي برامج إلكترونية مُصمّمة لاستخدامها في عدة مجالات مختلفة، منها: قطاع السياحة والسفر لخدمة المُشغّلين والمستفيدين في مجال السفر والسكن السياحي والخدمات المُتعلّقة بها.

الفندق:

"منشأة توفّر السكن وخدمات الضيافة الكاملة من تقديم الوجبات وغيرها من الخدمات، وعادة ما يكون مبنى منفصلاً أو مرفقاً في جزء منفصل من المبنى، أو مجموعة من المباني جنباً إلى جنب مع البنية التحتية المصاحبة لها، ويتألف من: بهو به مكتب الاستقبال، ووحدات ضيافة، ومرافق لتقديم الأغذية والمشروبات، وغيرها من الخدمات" (وزارة السياحة، ٢٠٢٢م).

السياحة الرقمية:

"يُمثّل مفهوم السياحة الرقمية تطور التجارب السياحية في العصر الرقمي، ويمكن أن يتمثل ذلك التطور في دمج التقنيات الحديثة بالأنشطة السياحية التقليدية، مثل: استخدام التطبيقات الإلكترونية في المطارات والفنادق؛ لتسهيل عمليات تسجيل الوصول والمغادرة وتسريعها، ويمكن أن يمتد التطور التقني في قطاع السياحة ليؤدي دورًا أكبر من ذلك، مثل: تقنيات الواقع الافتراضي، والواقع المعزّز، والميتافيرس" (مركز استشراف التقنية، ٢٠٢٣م، ص٦٠).

السياحة:

"سفر أو انتقال فرد أو مجموعة من خارج المملكة إلى داخلها، أو من المملكة إلى خارجها، أو داخل المملكة لمدة مؤقتة، لأي غرض سياحي، أو الاستفادة من واحدة أو أكثر من خدمات الأنشطة السياحية والتكميلية والمتخصّصة" (هيئة الخبراء بمجلس الوزراء، ٢٠٢٢م).

الدراسات السابقة:

لا توجد دراسة مستقلة تناولت إسهام التطبيقات الذكية المُستخدمة في الفنادق؛ لكن هناك العديد من الدراسات والبحوث في مجال جغرافية السياحة واستخدام التطبيقات الذكية، التي تطرقت إلى موضوع الدراسة بشكل مباشر وغير مباشر، ويمكن الاستفادة منها في منهجية الدراسة وأدواتها، وفيما يأتي استعراض لأبرز هذه الدراسات:

دراسة القيسي (٢٠٠٩م)، بعنوان: (تكنولوجيا المعلومات وأثرها على الصناعة الفندقية: دراسة تطبيقية في مجتمع من فنادق مدينة بغداد)، حيث خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أبرزها: أن هناك أثرًا لاستخدام تكنولوجيا المعلومات في الصناعة الفندقية، وأن استخدام تكنولوجيا المعلومات أصبح ضرورة لا بد منها لنجاح المنظّمات - خاصة في الصناعة الفندقية- نظرًا لما توفّره التكنولوجيا من مزايا وفوائد كبيرة، وأن تكنولوجيا المعلومات تساعد الفنادق على استغلال مواردها بشكل أفضل، وتخفيض تكاليف إنتاج الخدمات الفندقية المختلفة وتقديمها.

وأجرى سليمان وعفيفة (٢٠١٧م) دراسة بعنوان: (دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات الفندقية: دراسة ميدانية على الفنادق في محافظة اللاذقية). وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أبرزها: أن استخدام تكنولوجيا المعلومات له دور إيجابي في كافة أبعاد جودة الخدمات الفندقية، وأن أكبر دور إيجابي يظهر في الملموسية والاستجابة؛ إذ إن استخدامها يمنح الفنادق مظهرًا عصريًا - سواء داخل الفنادق أو عبر المواقع الإلكترونية- كما أن استخدام التكنولوجيا يوفّر وقتًا للعاملين، ويجعل تفاعلهم مع النزلاء أكثر سرعة وسهولة، وأن تكنولوجيا المعلومات لها دور إيجابي في

الاعتمادية نتيجة دقة القوائم التي تقدمها، التي تتضمن معلومات مختلفة سواء تعلقت بحجوزات النزلاء أو مواعيد وصولهم ومغادرتهم.

كما أعدّ حسن وعبد العاطي (٢٠١٨م) دراسة بعنوان: (استخدام العملاء المحليين لتطبيقات الهواتف الذكية في حجز الغرف الفندقية). وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أبرزها: أنه على الرغم من أن سلاسل الفنادق الكبرى لها تطبيقات على الهواتف الذكية لحجز الفنادق؛ لكن أجاب أكثر من نصف المبحوثين أنهم لم يستخدموا تطبيقات الهواتف الذكية في حجز الفنادق، وأن محوري الفوائد والمنافع المُدرَكة وسهولة الاستخدام لتطبيقات الهواتف الذكية لها تأثير كبير في استعداد العملاء لاستخدام هذه التطبيقات بحجز الفنادق.

دراسة إركان (٢٠١٩م)، وعنوانها: (تقنيات السياحة الذكية: تطبيقات في قطاع الفنادق). حيث خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أبرزها: أن صناعة السياحة تُعدُّ واحدة من أكثر المجالات استخدامًا لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والإنترنت، وأن الفنادق تُحاول اكتساب ميزة تنافسية باستخدام تقنيات ذكية مختلفة، إلى جانب الأتمتة في الخدمات التي تقدمها اليوم، وأن التقنيات الذكية تُستخدم في صناعة السياحة؛ لتحسين تجارب العطلات والإقامة للضيوف، وتُعدُّ أداة إستراتيجية مهمة من حيث أعمال الفنادق التي تلبّي طلبات الضيوف وتوقعاتهم، وأن تكييف هذه التقنيات مع أنشطة المؤسسات التي تريد الحصول على ميزة من خلال الحفاظ على وجودها في بيئة المنافسة الشديدة في صناعة السياحة في جميع أنحاء العالم - يُعدُّ ضرورة مهمة.

وأجرى كار وستيفانيتش (٢٠٢٠م) دراسة بعنوان: (تكنولوجيا الهاتف المحمول: أداة لزيادة مبيعات الفنادق وإيراداتها). وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أبرزها: أن عدد مستخدمي الهواتف الذكية يتزايد عامًا بعد عام؛ مما يفتح فرصًا جديدة للشركات الفندقية التي تريد مواكبة العصر أو مواكبة تطوير التقنيات الجديدة، وأن تقنيات الهاتف المحمول تُقدِّم مجموعة مُتنوّعة من الميزات والفرص الجديدة التي يمكن للفنادق الاستفادة منها لتحسين الإيرادات ورضا العملاء، وأن المعلومات مُتاحة للمستخدم في جميع الأوقات؛ بغض النظر عن الموقع أو البلد الذي يوجد فيه المستخدم، وأن استخدام تكنولوجيا الهاتف المحمول لا يمكن أن يُحسِّن تجربة المستخدم فحسب؛ بل يجلب فوائد مالية وتشغيلية للفندق أيضًا.

وأعدّ الشمري (٢٠٢٠م) دراسة بعنوان: (توجهات مستخدمي السياحة الرقمية في ضوء التحوّل الوطني للمملكة العربية السعودية: جامعة حائل أنموذجًا). وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أبرزها: التأكيد الإيجابي للمبحوثين على التأثير القوي للتكنولوجيا الرقمية في تنوّع مجالات السياحة وخدماتها، والرحلات الترفيهية والعلمية - سواء من خلال الابتعاث أو المشاركة في المؤتمرات العلمية - وأن هناك تطوّرات مستقبلية في القطاع السياحي مرتبطة ارتباطًا وثيقًا بالرقمنة والتطور التكنولوجي ومهارات القرن الحادي والعشرين.

وهدفت دراسة العدساني (٢٠٢٢م) إلى تناول أهمية استخدام التطبيقات الإلكترونية المتوافقة مع الأجهزة الجواله في أعمال المنشآت الفندقية، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أبرزها: أن هناك علاقة وثيقة بين استخدامات التطبيقات الإلكترونية ونمو حجم الأعمال وزيادة الإيرادات في القطاع الفندقي، وأن استخدام التطبيقات الإلكترونية الحديثة المتوافقة مع الهواتف الذكية أصبح ضرورة في ظل توافر هذه الأجهزة في حوزة قطاع كبير جداً من المستخدمين، وولع الشريحة العمرية من الفئات الشابة في استخدامات التكنولوجيا.

وتناولت دراسة الكساسبة وآخرين (٢٠٢٣م) دور استخدام التطبيقات الذكية في تنمية مستقبل السياحة الرقمية بمدينة نيوم الذكية من وجهة نظر المواطن السعودي، وخلصت الدراسة إلى أن المواطن السعودي لديه الخبرة والمعرفة الكافية في استخدام التطبيقات الذكية - خاصة المتعلّقة بالسياحة- وأنه يُفضّل استخدام التطبيقات الذكية على الطرق التقليدية فيما يتعلّق بالسياحة بشكل خاص، وأنها تؤدي دوراً مهماً في جذب السياحة بمدينة نيوم، وأن استخدام الهواتف الذكية وتطبيقاتها من أبرز وسائل التكنولوجيا الحديثة المُقدّمة للخدمة السياحية الرقمية لمدينة نيوم الذكية، وأنها تساعد على تحسين خدماتها والوصول إلى أسواق جديدة في السياحة، وأن استخدام شركات السياحة لها سيساعد على التواصل المستمر مع العملاء في أي وقت.

أما دراسة ماحي ونادي (٢٠٢٣م)، بعنوان: (دور التطبيقات السياحية الرقمية في عرض الخدمات السياحية في الجزائر: دراسة تحليلية)؛ فخلصت إلى أن التطبيقات الرقمية تساعد القطاع السياحي على تقديم خدمات سياحية متكاملة، من خلال ما تتيحه من تسهيلات في التواصل بين الفاعلين في القطاع السياحي، وتُساعد على تسهيل عملية عرض الخدمة السياحية؛ مما يسمح بتخفيض التكاليف وربح الوقت وتوليد قيمة مُضافة للمنتج السياحي، وتُسهم في زيادة القدرة التنافسية بين مختلف المؤسسات السياحية؛ الأمر الذي يؤدي إلى زيادة مبيعاتها وإيراداتها وأرباحها، وهذا ما ينعكس في النهاية على زيادة القيمة المُضافة للقطاع السياحي.

ويتضح من العرض السابق؛ أن معظم الدراسات تناولت موضوع الدراسة بطرق مختلفة من خلال الموضوعات التي درستها، أما الدراسة الحالية فتتناول إسهام التطبيقات الذكية المُستخدمة بالفنادق، مُتخذة من مدينة أبها مكاناً لها.

منهجية الدراسة وإجراءاتها:

استخدمت الدراسة أكثر من منهج علمي لدراسة الموضوع، من خلال المنهجين: الوصفي المسحي والتحليلي؛ لدراسة الظاهرة موضوع البحث، ومسح آراء مجتمع الدراسة عبر الاستبانة التي صُمّمت لتحقيق أهداف الدراسة، وما يتبع ذلك من الخطوات الإجرائية التي تستلزمها هذه المناهج.

مجتمع الدراسة:

شمل مجتمع الدراسة حصر جميع الفنادق بمدينة أبها، والبالغ عددها (١٧) فندقاً خلال الفترة من (١٨/٩/١٤٤٥ هـ إلى ٢٨/٩/١٤٤٥ هـ).

أدوات الدراسة وإجراءاتها:

استخدمت الدراسة مجموعة من الأدوات ومصادر جمع المعلومات لتحقيق أهدافها، وبيانها على النحو الآتي:

- أ. المصادر والتقارير: الكتب، والأبحاث، والرسائل الجامعية، والإحصاءات والتقارير الحكومية.
- ب. الدراسات الميدانية: قام الباحث بزيارة ميدانية إلى منطقة الدراسة؛ لعدة أهداف منها: الحصول على بيانات من الجهات ذات العلاقة، وتوزيع الاستبانة.

- الاستبانة:

بناء على أهداف الدراسة؛ أستخدمت الاستبانة لملائمتها لجمع المادة العلمية اللازمة لإتمام الدراسة، وتكوّنت أداة الدراسة من محورين رئيسيين، وهما:

المحور الأول: دوافع استخدام مشغلي الفنادق بمدينة أبها للتطبيقات الذكية في السياحة، وتشتمل على (١١) عبارة.

المحور الثاني: الأثر الإيجابي لاستخدام مشغلي الفنادق بمدينة أبها للتطبيقات الذكية في السياحة، وتشتمل على (١٢) عبارة.

كما تضمّنت الاستبانة سؤالاً عن نسبة إشغال الفنادق باستخدام التطبيقات الذكية من وجهة نظر المشغّلين، إضافة إلى سؤال آخر يطلب من مجتمع الدراسة ذكر أبرز تطبيقات الذكاء المُستخدمة في الفنادق بمدينة أبها من وجهة نظر المشغّلين.

أما في جدول (التطبيقات الذكية المُستخدمة بالفنادق في السياحة بمدينة أبها)، ونظراً لتداخل استجابة المبحوثين في اختيار أكثر من تطبيق؛ فقد لجأ الباحث إلى حساب التكرار النسبي، والتكرار النسبي المئوي من خلال تطبيق المعادلة الآتية:

$$\text{النسبة المئوية للتكرار النسبي} = \frac{\text{التكرار الاستجابة}}{\text{مجموع تكرار الاستجابات}} \times 100$$

- تصحيح محاور المقياس (بدائل الإجابة):

لتسهيل تفسير النتائج، استخدمت الدراسة الأسلوب التالي لتحديد مستوى الإجابة عن بدائل الإجابة؛ وذلك بإعطاء وزن للبدائل: (أوافق/أثر قوي = ٣ - أثر متوسط = ٢ - أثر ضعيف = ١)، باختلاف

محاور الدراسة، كما يتضح من الجدول (١)، ثم صنّفت الدراسة تلك الإجابات إلى ثلاثة مستويات متساوية المدى عن طريق المعادلة الآتية:

$$\text{طول الفئة} = (\text{أكبر قيمة} - \text{أقل قيمة}) \div \text{عدد بدائل المقياس} = (3 - 1) \div 3 = (0.67)$$

جدول (١)

درجات فئات معيار نتائج الدراسة وحدودها وفقاً لمقياس ليكرت الثلاثي.

المحور	الدرجة	معيان الحكم على النتائج	فئة المتوسط	
			من	إلى
الدوافع	١	لا أوافق	١	١.٦٧
	٢	محايد	١.٦٨	٢.٣٣
	٣	أوافق	٢.٣٤	٣.٠٠
الأثر الإيجابي	١	ضعيف	١	١.٦٧
	٢	متوسط	١.٦٨	٢.٣٣
	٣	قوي	٢.٣٤	٣.٠٠

صدق أداة الدراسة:

الصدق الظاهري للأداة:

عُرِضت الاستبانة في صورتها الأولية على (٤) من المحكّمين من أعضاء هيئة التدريس في تخصّصي الجغرافيا والإحصاء؛ لإبداء الرأي فيها من حيث: الوضوح، والانتماء، والأهمية، ومدى ملاءمتها للمحاور، وقد أُجريت التعديلات اللازمة؛ وفي ضوء ذلك أُعتمدت الاستبانة في صورتها النهائية (يُنظر الملحق).

صدق الاتساق الداخلي:

حسب الباحث مُعامل الارتباط بيرسون؛ لمعرفة الصدق الداخلي للاستبانة، حيث حُسب مُعامل الارتباط لمحوري: دوافع استخدام التطبيقات الذكية المُستخدمة بالفنادق في السياحة بمدينة أبها، والأثر الإيجابي لاستخدام التطبيقات الذكية المُستخدمة بالفنادق في السياحة بمدينة أبها، بين درجة كل عبارة من عبارات المحاور بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه العبارة كما يتبيّن في الجداول الآتية:

يتضح من الجدول (٢)، أن جميع قيم مُعَامِل ارتباط كل عبارة من عبارات محور (الدوافع)؛ وجاءت جميعها دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠٠١).

الجدول (٢)

مُعَامِلات ارتباط بيرسون لعبارات (دوافع استخدام التطبيقات الذكية المُستخدَمة بالفنادق في السياحة بمدينة أبها) .

رقم العبارة	مُعَامِل الارتباط	رقم العبارة	مُعَامِل الارتباط
١	**٠.٧٧١	٧	**٠.٩٠٠
٢	**٠.٦٩٢	٨	**٠.٦٨٥
٣	**٠.٨٣٠	٩	**٠.٧٠٢
٤	**٠.٧٩٣	١٠	**٠.٨١٩
٥	**٠.٦٥٠	١١	**٠.٦٨٥
٦	**٠.٧٧١		

** دالة عند مستوى الدلالة (٠.٠٠١) فأقل.

كما يبيّن الجدول (٣) الآتي، أن جميع قيم مُعَامِل ارتباط كل عبارة من عبارات محور (الأثر الإيجابي) وجاءت جميعها دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠٠١).

الجدول (٣)

مُعَامِلات ارتباط بيرسون لعبارات (الأثر الإيجابي لاستخدام التطبيقات الذكية المُستخدَمة في الفنادق في السياحة بمدينة أبها).

رقم العبارة	مُعَامِل الارتباط	رقم العبارة	مُعَامِل الارتباط
١	**٠.٦٨٨	٧	**٠.٦٨٢
٢	**٠.٧٢٩	٨	**٠.٧٠٩
٣	**٠.٧٤٩	٩	**٠.٧٣٩
٤	**٠.٦٨٨	١٠	**٠.٧٠٨
٥	**٠.٨٨٢	١١	**٠.٧١٠
٦	**٠.٦٨٨	١٢	**٠.٦٨٥

** دالة عند مستوى الدلالة (٠.٠٠١) فأقل.

ثبات أداة الدراسة:

لقياس مدى ثبات أداة الدراسة (الاستبانة)؛ استخدم الباحث (معامل ألفا كرونباخ)؛ للتأكد من ثبات أداة الدراسة، ويتضح من الجدول (٤) أن مُعَامِل ثبات محور (الدوافع)، ومُعَامِل ثبات محور (الأثر الإيجابي) كان أعلى من (٠.٨٠)؛ مما يُعطي الثقة في تطبيق أداة الدراسة.

جدول (٤)

مُعامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة

ثبات المحور	عدد العبارات	معايير الاستبانة
٠.٨٧١	١١	دوافع استخدام التطبيقات الذكية المُستخدمة بالفنادق في السياحة بمدينة أبها.
٠.٧٨٧	١٢	الأثر الإيجابي لاستخدام التطبيقات الذكية المُستخدمة بالفنادق في السياحة بمدينة أبها.

الأساليب الإحصائية:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات، استخدمت الدراسة الأسلوب الكمي؛ لإدخال بيانات الاستبانة وترميزها، وإجراء بعض التحليلات المناسبة، وهي:

١. التكرارات والنسب المئوية.
٢. المتوسط الحسابي.
٣. الانحراف المعياري.
٤. مُعامل ارتباط بيرسون.
٥. مُعامل ألفا كرونباخ.

تحليل نتائج الدراسة ومناقشتها:

فيما يأتي عرض لنتائج الدراسة ومناقشتها، عبر عرض إجابات أفراد مجتمع الدراسة عن عبارات الاستبانة حسب تسلسلها في الاستبانة كما يأتي:

أولاً: التطبيقات الذكية المُستخدمة في الفنادق في السياحة بمدينة أبها:

تُعدّ التطبيقات الذكية مع تعدّدها وتنوعها وتطورها المستمر والمتسارع في عالم السياحة والتطبيقات التقنية عاملاً مساعداً لاستقطاب مجموعة من السياح للسكن في الفنادق، وتختلف الفنادق في استخدامها لهذه التطبيقات من حيث العدد والنوع، ويُظهر الجدول (٥) أبرز التطبيقات الذكية المُستخدمة في الفنادق بمدينة أبها، التي بلغ عددها (٩) تطبيقات، حيث تبين أن تطبيق بوكينج (Booking) جاء في مقدمة التطبيقات الذكية المُستخدمة من قبل المُشغّلين بنسبة (٢٥.٤٪)، وقد يُعزى ذلك لشهرته العالمية والمزايا التي يقدّمها لجميع الأطراف، يليه تطبيق المسافر (Almosafer) بنسبة (٢٠.٦٪)، ثم يأتي بعد ذلك تطبيق المطار (Amatar) بنسبة (١٩.٤٪)؛ إذ يستخدم هذه التطبيقات الثلاث أكثر مجتمع الدراسة في تشغيل الفنادق، ويليه تطبيق أجودا (Agoda) بنسبة (١٢.٦٪). هذا بالإضافة إلى التطبيقات الذكية الأخرى المُستخدمة في الفنادق بمدينة أبها ولكنها بمعدل أقل، حيث جاء بالمرتبة قبل الأخيرة بالتساوي تطبيقاً: ويب بيدز (WebBeds)، وفلاي إن (Flyin)، ويثغلان ما نسبته (٣.١٪) من إجمالي

التطبيقات الذكية المُستخدمة في الفنادق بمدينة أبها، وجاء بالمرتبة الأخيرة ويجو (Wego) بنسبة (١.٦٪).

جدول (٥)

التطبيقات الذكية المُستخدمة في الفنادق في السياحة بمدينة أبها.

التكرار النسبي المئوي	التكرار النسبي	العدد	التطبيقات	
٢٥.٤	٠.٢٥٣٩	١٦	Booking	بوكننج
٢٠.٦	٠.٢٠٦٣	١٣	Almosafer	المسافر
١٩.٤	٠.١٩٠٤	١٢	Almatar	المطار
١٢.٦	٠.١٢٦٩	٨	Agoda	أجودا
٧.٩	٠.٠٧٩٤	٥	Expedia	إكسبيديا
٦.٣	٠.٠٦٠٣٤	٤	Gathern	جاذر إن
٣.١	٠.٠٣١٧	٢	Web Beds	ويب بيدز
٣.١	٠.٠٣١٧	٢	Flyin	فلاي إن
١.٦	٠.٠١٥٨	١	Wego	ويجو
١٠٠	١	٦٣		المجموع

ثانياً: دوافع استخدام التطبيقات الذكية المُستخدمة بالفنادق في السياحة بمدينة أبها:

تختلف دوافع استخدام مشغلي الفنادق بمدينة أبها للتطبيقات الذكية في السياحة من مُشغّل إلى آخر، ويُظهر الجدول (٦) هذه الدوافع، فأفراد مجتمع الدراسة موافقون على دوافع استخدام مُشغلي الفنادق بمدينة أبها للتطبيقات الذكية في السياحة بمتوسط (٢.٨٨ من ٣)، وهو متوسط يقع في الفئة الثالثة من فئات المقياس الثلاثي (من ٢.٣٤ إلى ٣.٠٠)؛ وهي الفئة التي تُشير إلى خيار (أوافق) في أداة الدراسة. وجاء ترتيب الدوافع تنازلياً كما يأتي:

جاءت عبارتا: (سهولة الوصول واختصار الوقت وإنجاز الأعمال)، و(مواكبة التطور التكنولوجي والتقني السريع في مجال التطبيقات الخاصة بالسفر والحجوزات) بالمرتبة الأولى، من حيث موافقة أفراد مجتمع الدراسة عليها، بمتوسط (٢.٩٤ من ٣)، وانحراف معياري قدره (٠.٢٤)، بينما جاء في المرتبة الثانية أكثر من دافع؛ وهي: (الموثوقية والأمان)، و(يُمكن العميل من اختيار وسيلة الدفع المناسبة)، و(الوجود في التطبيقات بمثابة دعابة وتسويق ويبني اسماً للمنشأة)، و(سرعة وسهولة التواصل مع العملاء)، بمتوسط (٢.٨٨)، وانحراف معياري (٠.٣٣)، وبالمرتبة الخامسة جاء (يتيح للمستخدم المقارنة مع المُشغّلين الآخرين)، بمتوسط (٢.٨٢)، وانحراف معياري قدره (٠.٣٩)، وجاء في المرتبة السادسة والأخيرة (إمكانية تقديم المزيد من الخدمات والعروض الجديدة)، من حيث موافقة أفراد مجتمع الدراسة عليها، بمتوسط (٢.٨٢)، وانحراف معياري قدره (٠.٥٣).

جدول (٦)

دوافع استخدام التطبيقات الذكية المُستخدمة بالفنادق في السياحة بمدينة أبها.

رقم العبارة	العبارة	التكرار النسبة	درجة الاستجابة			الانحراف المعياري	الترتيب
			أوافق	محايد	لا أوافق		
١	سهولة الاستخدام وعمل الحجوزات للعملاء.	ك %	١٦ ٩٤.١	-	١ ٥.٩	٢.٨٨	٣
٢	مواكبة التطور التكنولوجي والتقني السريع في مجال التطبيقات الخاصة بالسفر والحجوزات.	ك %	١٦ ٩٤.١	١ ٥.٩	-	٢.٩٤	١
٣	يساعد على عرض جميع الخدمات والإمكانات للمرفق للإيواء السياحي.	ك %	١٦ ٩٤.١	-	١ ٥.٩	٢.٨٨	٣
٤	يتيح للمستخدم المقارنة مع المُشغِّلِين الآخرين.	ك %	١٤ ٨٢.٤	٣ ١٧.٦	-	٢.٨٢	٥
٥	الموثوقية والأمان.	ك %	١٥ ٨٨.٢	٢ ١١.٨	-	٢.٨٨	٢
٦	سهولة الوصول واختصار الوقت وإنجاز الأعمال.	ك %	١٦ ٩٤.١	١ ٥.٩	-	٢.٩٤	١
٧	إمكانية تقديم المزيد من الخدمات والعروض الجديدة	ك %	١٤ ٨٢.٤	١ ٥.٩	٢ ٥.٩	٢.٨٢	٦
٨	يُمكن العميل من اختيار وسيلة الدفع المناسبة.	ك %	١٥ ٨٨.٢	٢ ١١.٨	-	٢.٨٨	٢
٩	الوجود في التطبيقات بمثابة دعاية وتسويق وبنيني اسمًا للمنشأة.	ك %	١٥ ٨٨.٢	٢ ١١.٨	-	٢.٨٨	٢
١٠	يُتيح للعميل تقييم المنشأة والتعبير عن رأيه وانطباعه حولها.	ك %	١٦ ٩٤.١	-	١ ٥.٩	٢.٨٨	٤
١١	سرعة وسهولة التواصل مع العملاء.	ك %	١٥ ٨٨.٢	٢ ١١.٨	-	٢.٨٨	٢
	المتوسط العام					٢.٨٨	٠.١٧

ثالثاً: الأثر الإيجابي لاستخدام التطبيقات الذكية المُستخدمة بالفنادق في السياحة بمدينة أبها:

يتضح من الجدول (٧)، أن أفراد مجتمع الدراسة موافقون على الأثر الإيجابي لاستخدام التطبيقات الذكية في الفنادق بمدينة أبها بمتوسط (٢.٨٢ من ٣)، وهو متوسط يقع في الفئة الثالثة من فئات المقياس الثلاثي (من ٢.٣٤ إلى ٣.٠٠)؛ وهي الفئة التي تُشير إلى (تأثير قوي) في أداة الدراسة، وجاء ترتيب قوة الأثر تنازلياً كما يأتي:

جاءت عبارة (سهولة الحصول على الخدمات المُتعلِّقة بالفنادق وسرعتها) بالمرتبة الأولى، من حيث درجة تأثيره بدرجة قوية، بمتوسط (٢.٩٤ من ٣)، وبالمرتبة الثانية جاءت مجموعة من الآثار، وهي: (الرفاهية السياحية وتحسين جودة السياحة)، و(تساعد على سهولة التخطيط السياحي ومرونته للفرد)، و(جلب عملاء جدد)، و(بناء قاعدة بيانات للعملاء والتواصل معهم في كل جديد)، و(راحة العميل)؛ من حيث درجة تأثيره بدرجة قوية، بمتوسط (٢.٨٨ من ٣)، وانحراف معياري قدره (٠.٣٣). وجاءت بالمرتبة

الخامسة من حيث درجة تأثيره بدرجة قوية عبارة (سرعة الاستجابة والتواصل المباشر مع العميل)، بمتوسط (٢.٧١ من ٣)، وانحراف معياري قدره (٠.٤٧). وجاءت عبارة (تُسهّم في عملية التطوير المستمر من حيث الخدمات والعروض وحصر المشكلات التي تواجه الفنادق) بالمرتبة السادسة والأخيرة، من حيث درجة تأثيره بدرجة قوية، بمتوسط (٢.٦٥ من ٣).

جدول (٧)

الأثر الإيجابي لاستخدام مُشغلي الفنادق بمدينة أبها للتطبيقات النكية في السياحة.

رقم العبارة	العبارة	التكرار النسبة	درجة الاستجابة			الانحراف المعياري	الترتيب
			قوي	متوسط	ضعيف		
١	الارتقاء بمستوى وجود الخدمات المُتعلّقة بالفنادق.	ك ١٣ ٪	٣	١٧.٦	١ ٥.٩	٢.٧١	٤
٢	سهولة الحصول على الخدمات المُتعلّقة بالفنادق وسرعتها.	ك ١٦ ٪	١	٥.٩	-	٢.٩٤	١
٣	توافر الوقت والجهد في الحصول على الخدمات المُتعلّقة بالفنادق.	ك ١٤ ٪	٣	١٧.٦	-	٢.٨٢	٣
٤	الرفاهية السياحية وتحسين جودة السياحة.	ك ١٥ ٪	٢	١١.٨	-	٢.٨٨	٢
٥	تساعد على سهولة التخطيط السياحي ومرورته للفرد.	ك ١٥ ٪	٢	١١.٨	-	٢.٨٨	٢
٦	جلب عملاء جُدد.	ك ١٥ ٪	٢	١١.٨	-	٢.٨٨	٢
٧	بناء قاعدة بيانات للعملاء والتواصل معهم في كل جديد.	ك ١٥ ٪	٢	١١.٨	-	٢.٨٨	٢
٨	الانتشار خارج المنطقة والدولة.	ك ١٤ ٪	٣	١٧.٦	-	٢.٨٢	٣
٩	زيادة الطلب على الحجوزات ونسبة الإشغال.	ك ١٤ ٪	٣	١٧.٦	-	٢.٨٢	٣
١٠	راحة العميل.	ك ١٥ ٪	٢	١١.٨	-	٢.٨٨	٢
١١	سرعة الاستجابة والتواصل المباشر مع العميل.	ك ١٢ ٪	٥	٢٩.٦	-	٢.٧١	٥
١٢	تُسهّم في عملية التطوير المستمر، من حيث الخدمات والعروض وحصر المشكلات التي تواجه الفنادق.	ك ١٢ ٪	٤	٢٣.٥	١ ٥.٩	٢.٦٥	٦
	المتوسط العام					٢.٨٢	٠.١٥

رابعاً: نسبة الإشغال للفنادق باستخدام التطبيقات الذكية في السياحة بمدينة أبها:

تختلف نسبة الإشغال للفنادق باستخدام التطبيقات الذكية من مرفق سياحي لآخر، ويوضح الجدول (٨) نسبة الإشغال للفنادق باستخدام التطبيقات الذكية من وجهة نظر المُشغّلين، حيث يتبين أن (٤٧٪) من الفنادق أفادت بنسب تشغيل أقل من المتوسط، بينما أكثر من نصف مجتمع الدراسة (٥٣٪)؛ تراوحت نسبة تشغيلهم بين المتوسط وفوق المتوسط (٥٠٪، و٦٠٪، و٧٠٪، و٨٠٪) على التوالي.

جدول (٨)

نسبة الإشغال للفنادق باستخدام التطبيقات الذكية في السياحة بمدينة أبها.

النسبة المئوية %	العدد	نسبة الإشغال
٢٣.٥	٤	٣٠ %
٢٣.٥	٤	٧٠ %
١٧.٦	٣	٢٠ %
١١.٨	٢	٥٠ %
١١.٨	٢	٦٠ %
٥.٩	١	٤٠ %
٥.٩	١	٨٠ %
١٠٠	١٧	المجموع
		المتوسط الحسابي = ٤٧.١ %
		الانحراف المعياري = ٢٠.٨ %

نتائج الدراسة وتوصياتها:

خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج والتوصيات، بيانها كالتالي:

نتائج الدراسة:

- بيّنت الدراسة أبرز التطبيقات الذكية المُستخدمة بالفنادق في السياحة بمدينة أبها، وقد بلغ عددها (٩) تطبيقات، حيث جاء تطبيق بوكينج (Booking) في مقدمتها من قبل المُشغّلين بنسبة (٢٥.٤٪)، يليه تطبيق المسافر (Almosafer) بنسبة (٢٠.٦٪)، ثم تطبيق المطار (Amatar) بنسبة (١٩.٤٪)، حيث يستخدم أغلب مجتمع الدراسة هذه التطبيقات الثلاثة في تشغيل الفنادق بمدينة أبها.

- كشفت الدراسة عن أن أفراد مجتمع الدراسة موافقون على دوافع استخدام مشغلي الفنادق للتطبيقات الذكية في السياحة بمدينة أبها بمتوسط (٢.٨٨ من ٣)، وتُشير إلى (أوافق)، وقد جاءت (سهولة الوصول واختصار الوقت وإنجاز الأعمال)، و(مواكبة التطور التكنولوجي والتقني السريع في مجال التطبيقات الخاصة بالسفر والحجوزات) بالمرتبة الأولى، من حيث موافقة أفراد مجتمع الدراسة عليها بمتوسط (٢.٩٤ من ٣).

- بينت الدراسة أن أفراد مجتمع الدراسة موافقون على الأثر الإيجابي لاستخدام مشغلي الفنادق للتطبيقات الذكية في السياحة بمدينة أبها بمتوسط (٢.٨٢ من ٣)، وتُشير إلى (تأثير قوي)؛ إذ جاءت (سهولة وسرعة الحصول على الخدمات المُتعلِّقة بالفنادق) بالمرتبة الأولى، من حيث درجة تأثيره بدرجة قوية، بمتوسط (٢.٩٤ من ٣).
- توصلت الدراسة إلى أن ٤٧٪ من الفنادق أفادت بنسب تشغيل أقل من المتوسط باستخدام التطبيقات الذكية، وأن أكثر من نصف مجتمع الدراسة (٥٣٪)؛ تراوحت نسبة تشغيلهم بين المتوسط وفوق المتوسط (٥٠٪، و٦٠٪، و٧٠٪، و٨٠٪) على التوالي.

التوصيات:

- بناء على ما تقدّم من نتائج للدراسة؛ فإنها تقدّم التوصيات الآتية:
- استغلال جميع الإمكانيات الطبيعية والبشرية والفرص في مدينة أبها، وجلب المزيد من المستثمرين والمُطوّرين من الشركات الرائدة في هذا المجال؛ لبناء الفنادق وتشغيلها، وعمل المزيد من التسهيلات لهم.
- تحفيز الفنادق بمواكبة التطور والتسارع التقني في الاتجاه نحو سياحة ذكية لتطوير قطاع السياحة بمدينة أبها بشكل خاص، والسياحة في المملكة العربية السعودية بشكل عام.
- توصي الدراسة الفنادق باستخدام تطبيقات أكثر، وعمل المزيد من العروض والتسهيلات؛ لجذب سياح جُدد لاستخدام التطبيقات الذكية الخاصة بقطاع السكن السياحي في زيارتهم وتجارب السياحية.
- تُوصي الدراسة أن تكون بيانات المنشأة المُسجّلة في التطبيقات الذكية مُطابقة لترخيص المصدر لها.

المراجع

المراجع العربية:

١. حسن، محمد شديد، وعبد العاطي، عزة عبد المنعم. (٢٠١٨م). استخدام العملاء المحليين لتطبيقات الهواتف الذكية في حجز الغرف الفندقية. *المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة*، ١٢ (١)، ٨٣-١٠٩.
٢. سليمان، نبيلة محمد، وعفيفة، تيم علي. (٢٠١٧م). دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات الفندقية: دراسة ميدانية على الفنادق في محافظة اللاذقية. *مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية - سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية*، ٣٩ (١)، ٤١٣-٤٢٨.

٣. الشمري، هيفاء حمود. (٢٠٢٠م). توجهات مستخدمي السياحة الرقمية في ضوء التحول الوطني للمملكة العربية السعودية: جامعة حائل أنموذجًا. *مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع*، (٦٢)، ١٧٢-١٩٥.
٤. العدساني، ناصر أحمد. (٢٠٢٢م). أهمية استخدام التطبيقات الإلكترونية المتوافقة مع الأجهزة الجواله في أعمال المنشآت الفندقية. *المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة التخصصات*، (٤٦)، ١-١٨.
٥. القيسي، دنيا طارق. (٢٠٠٩م). تكنولوجيا المعلومات وأثرها على الصناعة الفندقية: دراسة تطبيقية في مجتمع من فنادق مدينة بغداد. *مجلة الإدارة والاقتصاد*، (٧٩)، ١-١٩.
٦. الكساسبة، وصفي عبد الكريم، أبو شلفة، إسماعيل يوسف، والحسين، خلف محمد خلف. (٢٠٢٣م). دور استخدام التطبيقات الذكية في تنمية مستقبل السياحة الرقمية في مدينة نيوم الذكية من وجهة نظر المواطن السعودي. *مجلة كلية التربية*، ٣٩ (٦)، ١٥٦-١٦٩.
٧. ماحي، مراد، ونادي، مفيدة. (٢٠٢٣م). دور التطبيقات السياحية الرقمية في عرض الخدمات السياحية في الجزائر: دراسة تحليلية. *مجلة اقتصاد المال والأعمال*، ٨ (١)، ٢٢٩-٢٤٦.
٨. مركز استشراف التقنية. (٢٠٢٣م). *تقرير عن السياحة الرقمية*. وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات.
٩. مصلحة الإحصاءات العامة والمعلومات. (١٤٣١هـ). *مدن المملكة العربية السعودية*. الرياض.
١٠. هيئة الخبراء بمجلس الوزراء. (٢٠٢٢م). *نظام السياحة*. أسترجم بتاريخ: ٢٠٢٤/٨/٨م من: <https://2u.pw/XbGbdBx>
١١. الهيئة العامة للمساحة والمعلومات الجيومكانية. (٢٠٢١م). *خريطة المملكة العربية السعودية*. الرياض.
١٢. وزارة السياحة. (٢٠٢٢م). *معايير تصنيف الفنادق*. وكالة الشؤون التنظيمية والسياسات.
١٣. وزارة الشؤون البلدية والقروية. (٢٠٠٨م). *الخرائط التنفيذية لأطلس النطاق العمراني حتى عام ١٤٥٠م للمدن والقرى السعودية*. وكالة الوزارة لتخطيط المدن.

المراجع الأجنبية:

1. Car, T., & Pilepić Stifanich, L. (2020). Mobile Technology: A Tool To Increase Hotel Sales And Revenue. *Economics Business and Organization Research*, 454-465.
2. Ercan, F. (2019). Smart tourism technologies: applications in hotel business. *Theory and practice in social sciences*, 528-546.

الملاحق

إسهام التطبيقات الذكية المُستخدمة بالفنادق في السياحة بمدينة أبها

١ - التطبيقات الذكية المُستخدمة بالفنادق في السياحة بمدينة أبها:

أهم تطبيقات	دائمًا	أحيانًا	أبداً

٢ - دوافع استخدام التطبيقات الذكية المُستخدمة في الفنادق في السياحة بمدينة أبها.

العبرة	أوافق	محايد	لا أوافق
سهولة الاستخدام وعمل الحجوزات للعملاء .			
مواكبة التطور التكنولوجي والتقني السريع في مجال التطبيقات الخاصة بالسفر والحجوزات.			
يُساعد على عرض جميع الخدمات والإمكانات للمرفق للإيواء السياحي.			
يتيح للمستخدم المقارنة مع المُشغّلين الآخرين.			
الموثوقية والأمان .			
سهولة الوصول واختصار للوقت وإنجاز الأعمال.			
إمكانية تقديم المزيد من الخدمات والعروض الجديدة.			
يُمكن العميل من اختيار وسيلة الدفع المناسبة.			
الوجود في التطبيقات بمثابة دعابة وتسويق ويبني اسمًا للمنشأة.			
يتيح للعميل تقييم المنشأة والتعبير عن رأيه وانطباعه حولها.			
سرعة وسهولة التواصل مع العملاء .			
أخرى تُذكر:			

٣ - الأثر الإيجابي لاستخدام التطبيقات الذكية المُستخدمة في الفنادق في السياحة بمدينة أبها.

العبرة	قوي	متوسط	ضعيف
الارتقاء بمستوى وجود الخدمات المُتعلّقة بالفنادق .			
سهولة وسرعة الحصول على الخدمات المُتعلّقة بالفنادق .			
توافر الوقت والجهد في الحصول على الخدمات المُتعلّقة بالفنادق .			
الرفاهية السياحية وتحسين جودة السياحة .			
تساعد على سهولة ومرونة التخطيط السياحي للفرد .			
جلب عملاء جُدد .			
بناء قاعدة بيانات للعملاء والتواصل معهم في كل جديد .			

إسهام التطبيقات الذكية المُستخدمة بالفنادق في السياحة بمدينة أبها

				الانتشار خارج المنطقة والدولة.
				زيادة الطلب على الحجوزات ونسبة الإشغال.
				راحة العميل.
				سرعة الاستجابة والتواصل المباشر مع العميل.
				تُسهّم في عملية التطوير المستمر من حيث الخدمات والعروض، وحصر المشكلات التي تواجه الفنادق.
				أخرى تُذكر:

٤ - نسبة الإشغال للفنادق باستخدام التطبيقات الذكية في السياحة بمدينة أبها:

%١٠٠	%٩٠	%٨٠	%٧٠	%٦٠	%٥٠	%٤٠	%٣٠	%٢٠	%١٠
------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----