

أثر التحول الرقمي في اتجاهات سلوك السائح الرقمي دراسة ميدانية على عينة من نزلاء فنادق محافظة طرطوس

د. هيثم حسن¹

الملخص

هدف البحث إلى تقييم واقع ممارسة أبعاد التحول الرقمي في فنادق محافظة طرطوس، بالإضافة إلى تحديد مدى تأثيرها بتوجيه سلوك السائح الرقمي، ودراسة العلاقة بين أبعاد التحول الرقمي واتجاهات سلوك السائح الرقمي. اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي، وشمل مجتمع البحث جميع نزلاء فنادق محافظة طرطوس، أما عينة البحث فهي عينة عشوائية ميسرة بلغت (200) نزلاء فندقياً، حيث تم توزيع الاستبانة أداة البحث عليهم، وتم استرجاع (188) استبانة ونسبة استجابة بلغت (94%). أظهرت النتائج أن الفنادق محل الدراسة تحقق ودرجة متوسطة جميع أبعاد التحول الرقمي باستثناء البعد التكنولوجي فكانت درجة تحقيقه كبيرة، كما أن الفنادق محل الدراسة تعمل على التأثير على اتجاهات سلوك النزلاء، وأن هناك علاقة طردية قوية دالة إحصائياً بين أبعاد التحول الرقمي واتجاهات سلوك السائح الرقمي.

الكلمات المفتاحية: التحول الرقمي - سلوك السائح - السائح الرقمي.

¹ مدرس ، جامعة حمص، كلية السياحة، قسم الإدارة الفندقية

The impact of digital transformation on the behavioral trends of digital tourist: A field study on a sample of hotel guests in Tartous Governorate

Dr.haitham hasan²

ABSTRACT

The research aimed to assess the current state of digital transformation practices in hotels in Tartous Governorate, in addition to determining their impact on shaping the behavior of digital tourists, and studying the relationship between digital transformation dimensions and digital tourist behavior trends.

The research adopted the descriptive analytical method, and the research population included all hotel guests in Tartous Governorate. The research sample was a convenience random sample of (200) hotel guests, and the questionnaire, the research tool, was distributed to them, and (188) questionnaires were returned with a response rate of (94%).

Given the results of the hotels under study, a moderate degree of all the driving forces to technological innovation for significant digital success was achieved, and the hotels included in the study are working to influence positive trends, and there is a strong, statistically significant relationship between digital transformation and digital tourist trends.

Key words: Digital transformation – tourist behavior – the tourist

المقدمة:

تزامنا مع التطورات السريعة والمتتالية في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والإعلام، ودخول هذه التكنولوجيا الى جميع مفاصل الحياة اليومية لما توفره من سهولة وسرعة وتبسيط للعمليات والاجراءات، نتيجة استخدامها الواسع في تقديم الخدمات والمنتجات. ونتيجة لذلك اصبح مفهوم التحول الرقمي من المفاهيم الواسعة الانتشار وضرورة ملحة لكل الشركات والمنشآت والهيئات التي تسعى الى تطوير خدماتها وتحسينها وتسهيل وصولها الى العملاء.

ويعد القطاع السياحي من القطاعات التي عاد عليها بالنفع استخدام التقنيات الحديثة من خلال توفير كل ما يحتاجه السائح من معلومات وبيانات تدفعه لاتخاذ قرار شراء الخدمات والمنتجات السياحية بسلاسة ويسر , لذلك يعد استخدامها عاملاً أساسياً في زيادة التفاعل ما بين السائح والمقصد السياحي.

الدراسات السابقة:**الدراسات العربية:**

1- دراسة (وناس، 2025) بعنوان: التحول الرقمي في صناعة السياحة واثره على السائح ، الجامعة المستنصرية - مصر.

هدف البحث الى دراسة وجود علاقة ارتباطية بين تداعيات التحول الرقمي وسلوك السائح , كذلك توضيح عدد من الايجابيات والسلبيات المتعلقة باستخدامه في القطاع السياحي وبيان اثره على سلوكيات السائح وطريقة تعامله مع التقنيات الحديثة.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في توصيف الظاهرة المدروسة وتحليل البيانات التي تم تجميعها.

توصلت الدراسة الى وجود علاقة تاثير قوية بين سلوكيات التحول الرقمي وسلوك السائح عند اختياره لوجهته السياحية، وأشارت الدراسة الى البعد التقني للتحول الرقمي كان الاشد تأثيرا في سلوك السائح عند اختيار مقصده السياحي.

2- دراسة (عبيد، 2023) بعنوان: أثر المنصات الرقمية في تحسين مستوى أداء الخدمة

السياحية دراسة حالة منصة **bz.booking.pr**. الجزائر

هدفت الدراسة الحالية إلى قياس أثر المنصات الرقمية من خلال (البعد التقني، البعد الاجتماعي البعد الاقتصادي، البعد القانوني، الثقافي) في تحسين مستوى أداء الخدمة السياحية من خلال (الاستجابة الاعتمادية، الملموسية، التعاطف، الضمان). وقد تم اختيار منصة **bz.booking.pro** لوكالة الانفال للسياحة والأسفار تبسة للدراسة الميدانية واختيرت عينة عشوائية عددها 190 من الزبائن الممثلين لوكالات سياحية تتعامل مع وكالة الانفال عبر منصتها. ولجمع البيانات أُعتمد على استبيان وزع للعينة عبر المنصة، وأُستخدم برنامج **spss 25** لتحليل البيانات.

توصلت الدراسة إلى وجود أثر للمنصات الرقمية في مستوى أداء الخدمة السياحية؛ إذ أثبتت الدراسة الميدانية أثر الأبعاد الخمسة للمنصة الرقمية في تحسين مستوى أداء خدمات وكالة الأنفال وجاء ترتيب الأبعاد من حيث الأثر كالتالي (القانوني، التقني، الاقتصادي، الاجتماعي، الثقافي).

3- دراسة (رشيدة ، 2023) بعنوان: أثر التحول الرقمي في تحسين السياحة الداخلية في الجزائر.

هدفت الدراسة الحالية الى معرفة دور التحول الرقمي في تفعيل السياحة والدور الفعال الذي يلعبه التحول الرقمي في دفع عجلة نمو قطاع السياحة وتطوره تم الاعتماد على المنهج الوصفي وذلك لوصف طبيعة متغيرات الدراسة وتحديد العلاقة بينهما من أجل التوصل إلى إجابة على الأسئلة المطروحة..

توصلت الدراسة إلى وجود ضعف كبير في تأثير التحول الرقمي على تنشيط السياحة الداخلية على الرغم من ادخال بعض التحولات الرقمية في السياحة الداخلية مثل المرشد السياحي الالكتروني وغيرها.

الدراسات الاجنبية:

1- دراسة (Tolian , 2022) بعنوان: (The impact of digital transformations on the choice of tourist destinations)

اثر التحولات الرقمية على اختيار الوجهات السياحية- الهند.

هدفت الدراسة إلى اختبار قدرة التطبيقات الرقمية الحديثة على احداث تغيرات في توجه السائح واختياره لوجهته السياحية.

من اجل تحقيق الاهداف الدراسة اجريت دراسة ميدانية ومقابلات معمقة لمجموعة من السائحين بعد استخدامهم هذه التقنيات وتلقي المعلومات من المواقع والمنصات الرقمية السياحية. توصلت الدراسة الى ان 70% من المبحوثين قد اختاروا وجهتهم السياحية بناء على توصيات مواقع وحسابات الكترونية، وما تعرضه منصات الكترونية واتخذو قرارهم بناء على ذلك .

مشكلة البحث:

لا شك أن ظهور وسائل الاتصال التكنولوجية الحديثة أحدث طفرة في المجتمع ونتج عنها سلوكيات مختلفة، سواء كانت إيجابية أو سلبية، فبعض الناس ترى أن تأثير التكنولوجيا على المجتمع يرجع إلى كيفية استخدامها ويرى البعض الآخر أنه على الرغم من توفر هذه الوسائل الا انها ما زالت قاصرة عن تحقيق اهدافها بسبب عدم استخدامها بالشكل الفعال القادر على احداث أثر وتغيير في السلوك البشري بشكل عام وسلوك السائح بشكل خاص. ويمكن تحديد مشكلة البحث في التساؤل الآتي:

ما هو أثر التحول الرقمي في تغيير اتجاهات سلوك السائح الرقمي ؟

أهمية البحث:

تتبع أهمية البحث من التطورات المتسارعة في عالم الذكاء الاصطناعي والدور الذي تلعبه في تقديم الخدمات في جميع المجالات ,ومنها الخدمات السياحية عن طريق توفير تقنيات وتطبيقات ذكية تسهم في زيادة الطلب على المقصد او المنتج السياحي , و تقديم تسهيلات وعروض وخدمات عن طريق الانترنت , كذلك استخدام الانظمة الذكية في المنظمات السياحية مما يحتم علينا دراسة اتجاهات و سلوك السائح في ظل التحول الرقمي وفهم الاثر الايجابي والسلبي لتلك التقنيات على سلوكه السياحي.

أهداف البحث: يهدف البحث إلى تحقيق مايلي

1- توضيح مفهوم التحول الرقمي وتطبيقاته في قطاع الخدمات السياحية

- 2- تقييم واقع تطبيق التحول الرقمي بإبعاده المختلفة.
 - 3- توضيح اثر تطبيق تقنيات التحول الرقمي في احداث تغييرات في اتجاهات سلوك السائح.
- متغيرات البحث:**
- المتغير المستقل :** التحول الرقمي بإبعاده الفرعية (البعد التكنولوجي - البعد البشري - البعد التنظيمي)
- المتغير التابع :** اتجاهات سلوك السائح الرقمي.
- فرضيات البحث:**
- الفرضية الرئيسية للبحث:** لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين التحول الرقمي واتجاهات سلوك السائح الرقمي في فنادق محافظة طرطوس.
- يتفرع عن هذه الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية:**
- 1- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين البعد التكنولوجي للتحول الرقمي واتجاهات سلوك السائح الرقمي في فنادق محافظة طرطوس.
 - 2- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين البعد البشري للتحول الرقمي واتجاهات سلوك السائح الرقمي في فنادق محافظة طرطوس.
 - 3- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين البعد التنظيمي للتحول الرقمي واتجاهات سلوك السائح الرقمي في فنادق محافظة طرطوس.
- منهجية البحث:**
- اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي، وشمل مجتمع البحث نزلاء فنادق محافظة طرطوس، أما عينة البحث فهي عينة عشوائية ميسرة بلغت (200) نزيل، حيث تم توزيع الاستبانة أداة البحث عليهم، وتم استرجاع (188) استبانة ونسبة استجابة بلغت (94%).

الإطار النظري للبحث:

أولاً: مفهوم التحول الرقمي:

يعد التحول الرقمي عملية شاملة تعمل على دمج الجوانب الحياتية والعملية مع التكنولوجيا الرقمية لتحسين عملية الاداء من اجل اضافة قيمة للمنتجات والخدمات وتعزيز كفاءة الابتكارات في جميع القطاعات.

وتكمن أهمية التحول الرقمي في الأهداف والفوائد التي يحققها للشركات والمؤسسات التي تتجه نحو تبنيه، وكذلك الأهداف التي يعمل التحول الرقمي على تحقيقها وكيف تعمل على تطوير مختلف الشركات والمؤسسات وهذا يشير الى اهمية تضمين التحول الرقمي في استراتيجية أعمال الشركات على اختلاف انواعها.

وعرف التحول الرقمي على انه " تغيير ثقافي وتحول في الاعمال والحكومات بشكل جذري تطل العمليات والاجراءات لتتماشى مع الواقع الرقمي " (سلايمي، 2019).

كما عرف على انه " إحداث تغيرات في كيفية إدراك الأفراد وتفكير وتصرفات الأفراد في العمل، هو السعي إلى تحسين بيئة العمل من خلال التركيز على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، والقواعد التنظيمية التي تشكل سلوك الأفراد بما يتفق وطبيعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات " (البار، 2019)

ومما سبق يمكن تعريف التحول الرقمي على انه استخدام جميع التقنيات الرقمية المتاحة لأجل تحسين أداء الشركات واستبدال العمليات القديمة بأحد البدائل الرقمية الجديدة بحيث تؤثر على كل جوانب الأعمال.

- خصائص التحول الرقمي:

الغت التحولات الرقمية الجديدة الحواجز الزمانية والمكانية مما أدى إلى زيادة رفاهية المجتمعات عبر العالم، عن طريق تبادل المعلومات والبيانات، ويرجع ذلك للخصائص التي يتميز بها التحول الرقمي (ياسمينه، 2024) وتذكر من أهمها:

1- **التفاعلية**: حتى يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار وتكون ممارسة الإتصال ثنائية وتبادلية، وتفعيل الحوار بين الطرفين.

2- **التزامنية**: وهي إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت الذي يناسب الفرد، سواء كان مستقبلاً أو مرسلًا.

3- المشاركة والانتشار: يسمح التحول الرقمي لكل شخص يمتلك وسائل بسيطة أن يكون ناشر الرسالة ويشاركها مع الآخرين.

4- المرونة: تتسم الشبكة الرقمية بالمرونة حيث تخضع النظم الرقمية عادة للتحكم من برامج بالحاسوب ما يسمح بقدر عال من جودة الاستخدام.

5- الذكاء: تتسم الشبكات الرقمية بقدر عال جدا من الذكاء، حيث يمكن أن يصمم النظام الرقمي لكي يراقب تغير أوضاع القنوات الاتصالية بصفة مستمرة ويصحح مسارها .

متطلبات التحول الرقمي السياحي

يتطلب التحول الرقمي العديد من المكونات والعناصر التي تساعد على تسهيل عملية التحول ، ومن اجل المساهمة في اقامة مؤسسات سياحية الكترونية تقدم خدماتها بشكل تعزز كفاءتها ومواكبة للتطور العالمي الحاصل وتحسين تجربة السائح ، لابد من توفير تلك المتطلبات وهي كما ذكرها (عبد الحفيظ، 2021):

1- توفير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المنظمات السياحية: تعد شبكات الاتصال وأدوات التحليل وصناعة البرمجيات واستخدام برامج الذكاء الاصطناعي احد اهم اساسيات قيام المؤسسات الالكترونية كما يتم الاعتماد على شبكة الانترنت وتوظيفها خدمة للسياح والشركات والمؤسسات السياحية.

2- التعليم والدورات التطويرية: من اجل ضمان نجاح التحول الرقمي لا بد من توفير كادر بشري مؤهل لاستيعاب وتطبيق ابعاد هذا التحول ، لما له اثر كبير في تحسين جودة الخدمات ورفع معدل الذكاء الرقمي خاصة في القطاع السياحي ، كونه قطاع يعتمد على العنصر البشري في التعاملات مع السائح بشكل مكثف.

3- نشر ثقافة التغيير: وهو التحول الى مجموعات صغيرة قادرة على اتخاذ القرارات و التعاون ما بين البيئة التكنولوجية المتعمدة على الذكاء الاصطناعي والرقمنة وموظفي التطوير والتغيير ، ويعد هذا التحول في المنظمات السياحية الخطوات الاولى نحو التغيير

ابعاد التحول الرقمي في القطاع السياحي:

اصبحت عملية التحول الرقمي في المنشآت والمنظمات التي تعمل في القطاع السياحي عملية متكاملة ذات ابعاد متعددة، (مجدي، 2021) من اهم هذه الابعاد ما يلي:

1- البعد التكنولوجي : هو احد اهم اساسيات عملية التحول , حيث لابد من استخدام تقنيات جديدة من اجل تحسين الخدمات السياحية , من خلال منصات الحجز التي تتيح اجراء الحجوزات بسهولة وببسر , وإدخال تقنيات الواقع الافتراضي ضمن تجارب السياح للمقصد السياحي بشكل تفاعلي قبل الزيارة , كذلك استخدام الذكاء الاصطناعي وتوفير تطبيقات الهواتف كتطبيقات حجز السيارات والفنادق وشركات السفر والسياحة .

2- البعد البشري : تعد مهارات العاملين في المؤسسات السياحية من المتطلبات المهمة لاستخدام التقنيات والتطبيقات الذكية خدمة للسائح , والتوعية بأهمية استخدامها من اجل تسهيل عملية السفر والحجز والبحث عن المعلومات.

3- البعد التنظيمي : من اجل التحول نحو الرقمنة لابد من احداث تغييرات واضحة في الهياكل التنظيمية للمنظمات السياحية, لتكون لديها القدرة والمرونة على التعامل مع التغيير التكنولوجي ,كالتعاون مع الشركات المعتمدة على النظم الحديثة و اعادة هندسة العمليات لتكون اكثر كفاءة في استخدام التقنيات الرقمية والتطبيقات الذكية.

ثالثاً: مفهوم سلوك السائح الرقمي:

ظهر مفهوم السائح الرقمي مع ظهور الاجهزة الذكية والتطبيقات والذكاء الاصطناعي حيث اصبح الاعتماد على الادوات التكنولوجية بشكل كبير في جميع مراحل الرحلة السياحية. ونتيجة لذلك اصبح فهم سلوك السائح الرقمي امراً مهما للشركات والمعنيين بجذب السياح , من خلال تحليل التفاعلات وأنماط البحث عن الرحلات من اجل تقديم عروض تنافسية في سوق السياحة العالمي.

عرف (مزعاشي، 2015) سلوك السائح الرقمي بأنه " النشاطات والتصرفات التي يقوم بها السائح من خلال شبكات التواصل والتطبيقات الذكية خلال بحثه عن مستلزمات الرحلة نتيجة تعرضه للمؤثرات الخارجية والداخلية"

وعرفه (Gidomal، 2023) بأنه " يتشكل من خلال تكامل احتياجات السائح الشخصية والتقنيات الرقمية المتاحة مما يؤدي الى انتاج تجارب سفر اكثر فعالية"

خصائص السائح الرقمي:

نتيجة التطور الهائل الحاصل في وسائل الاتصال والتقنيات التكنولوجية المرتبطة بهذه الوسائل، أصبح أمام أي مستهلك الكثير من الخيارات المتنوعة والتالي الفرصة للعديد من القرارات الشرائية التي يستند فيها الى المعلومات التي يحصل عليها من التطبيقات الذكية ووسائل التواصل الاجتماعي وغيرها.

كل ما سبق جعل سلوك السائح يتصف بالعديد من الخصائص، من أهمها ما يلي:

- 1- الخبرة نتيجة تراكم المعلومات عبر وسائل الاتصال الحديثة.
- 2- تعزيز تجربة السفر بالواقع المعزز والتصوير الثلاثي الأبعاد.
- 3- التصرفات والاختيارات المرنة والقابلة للتعديل.
- 4- تنوع وتعدد الخيارات السياحية.

النتائج والمناقشة:

لتحقيق أهداف البحث وباعتماد على الدراسات السابقة، تمّ تطوير "استبانة"، وقد تكونت الاستبانة من (17) عبارة موزعة على أربعة محاور تشمل أبعاد التحول الرقمي (البعد التكنولوجي - البعد البشري - البعد التنظيمي)، واتجاهات سلوك السائح الرقمي.

وقد تمّ الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي وذلك بإعطاء الدرجة 5/ للإجابة بدرجة كبيرة جداً، والدرجة 4/ للإجابة بدرجة كبيرة، والدرجة 3/ للإجابة بدرجة متوسطة، والدرجة 2/ للإجابة بدرجة ضعيفة، والدرجة 1/ للإجابة بدرجة ضعيفة جداً، كذلك تمّ استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS.25 في التحليل الإحصائي. وتمّ التأكد من صدق الاستبانة وصلاحياتها للقياس، حيث تمّ عرضها على مجموعة من الأكاديميين لأخذ ملاحظاتهم، وقد أجريت التعديلات اللازمة، كما تمّ اختبار ثبات أداة البحث باستخدام معادلة ألفا كرونباخ، وكانت النتائج وفق الجدول الآتي:

الجدول (1) اختبار الثبات ألفا كرونباخ لمتغيرات البحث

المحاور	عدد الفقرات	قيمة ألفا كرونباخ
البعد التكنولوجي	4	0.913
البعد البشري	4	0.887
البعد التنظيمي	4	0.867
اتجاهات سلوك السائح الرقمي	5	0.849
الثبات الكلي	53	0.877

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.25 يبين الجدول (1) أنّ قيمة معامل ألفا كرونباخ لجميع المتغيرات تساوي (0.877)، وهي أكبر من 0.70، كذلك نلاحظ أنّ قيم معامل ألفا كرونباخ لكل محور من المحاور أكبر من 0.70، وهذا يدل على ثبات الأداة وصلاحيّتها للقياس والدراسة.

تمّ الاعتماد على الأساليب الإحصائية الآتية: المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري للعينة، الأهمية النسبية، اختبار (t) لعينة واحدة One- Sample T. test. تحليل الانحدار المتعدد. أما معيار الحكم على متوسط الاستجابات وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي:

طول الفئة = (درجة الاستجابة العليا - درجة الاستجابة الدنيا) / عدد فئات الاستجابة

$$\text{طول الفئة} = 5 / (1 - 5) = 0.8$$

وبناءً عليه تمّ اعتماد التبويب المغلق، وتمّ تحديد المجالات الآتية:

الجدول (2) تبويب تدرجات سلم ليكرت الخماسي (تبويب مغلق)

الأهمية النسبية	درجة الموافقة	المجال
%(36-20)	ضعيفة جداً	1.8 – 1
%(52-36.2)	ضعيفة	2.60 – 1.81
%(68-52.2)	متوسطة	3.40 – 2.61
%(84-68.2)	كبيرة	4.20 – 3.41
%(100-84.2)	كبيرة جداً	5 – 4.21

المصدر: من إعداد الباحث

بناءً على نتائج تفريغ الاستبانة نبين فيما يلي واقع تطبيق أبعاد التحول الرقمي، واتجاهات سلوك السائح الرقمي لدى نزلاء فنادق محافظة طرطوس، حيث قام الباحث بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ونتائج اختبار الوسط الحسابي لكل عبارة وللبعد ككل، وفق الآتي:

أولاً: أبعاد التحول الرقمي:

(1) البعد التكنولوجي:

الجدول (3) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ونتائج اختبار

الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة فيما يتعلق بواقع توافر البعد التكنولوجي

Test Value = 3			الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
القرار	احتمال الدلالة	مؤشر الاختبار t				
دال	.000	19.915	75.6	0.537	3.78	1- تتيح الفنادق اجراء الحجوزات من خلا منصات الحجز ,
دال	.000	38.054	86.2	0.472	4.31	2. يوفر الفندق تقنيات الواقع الوعرز من اجل التقييم قبل الزيارة.
دال	.000	27.309	79.4	0.487	3.97	3. يوفر الفندق اساليب تفاعلية في الحصول على معلومات الخدمة.
دال	.000	-8.466	49.8	0.826	2.49	4. يوفر الفندق تطبيقات الهواتف الذكية لتأمين الخدمات الاضافية.
دال	.000	17.698	75.18	0.588	3.76	المتوسط العام

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.25

يبين الجدول رقم (3) أنَّ قيمة المتوسط الحسابي العام لعبارات البعد التكنولوجي ترتفع عن متوسط المقياس (3)، ويفرق معنوي بلغ (0.76)، وتقع ضمن المجال (3.41-4.20)، وتقابل شدة الإجابة بدرجة كبيرة على مقياس ليكرت، وبما أنَّ احتمال الدلالة $P = 0.000 < 0.05$ ، فإنَّ هناك فرق موجب بين المتوسط العام للبعد التكنولوجي وبين المتوسط الافتراضي للمجتمع (متوسط مقياس ليكرت 3)، وبالتالي يمكن القول أنَّ الفنادق محل الدراسة تُحقّق وبدرجة كبيرة البعد التكنولوجي، وبأهمية نسبية (75.18%).

(2) البعد البشري:

الجدول (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ونتائج اختبار الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة فيما يتعلق بواقع البعد البشري

Test Value = 3			الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
القرار	احتمال الدلالة	مؤشر الاختبار t				
دال	.000	6.833	66.2	0.622	3.31	5- تعتمد الفنادق كادر بشري مؤهل مواكب للتقنيات الحديثة
دال	.000	6.042	67.2	0.817	3.36	6- يقدم كادر الفندق البشري خدمات تقنية اضافية للزلاء
دال	.000	-7.425	51.4	0.794	2.57	7- يخضع الموظفون في الفندق لدورات تدريبية على أحدث التطبيقات التقنية.
دال	.000	-7.862	51.8	0.715	2.59	8- يوجد في الكادر البشري في الفندق مختصين لحل مشاكل الزلاء التقنية.
دال	.000	3.512	63.54	0.691	3.18	المتوسط العام

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.25

يبين الجدول رقم (4) أنَّ قيمة المتوسط الحسابي العام لعبارات البعد الابتكار البشري ترتفع عن متوسط المقياس (3)، ويفرق معنوي بلغ (0.18)، وتقع ضمن المجال (2.61-3.40)، وتقابل شدة الإجابة بدرجة متوسطة على مقياس ليكرت، وبما أنَّ احتمال الدلالة $P = 0.000 < 0.05$ ، فإنَّ هناك فرق موجب بين المتوسط العام للبعد البشري وبين المتوسط الافتراضي للمجتمع (متوسط مقياس ليكرت 3)، وبالتالي يمكن القول أنَّ الفنادق محل الدراسة تُحقق وبدرجة متوسطة البعد البشري، وبأهمية نسبية (63.54%).

(3) البعد التنظيمي:

الجدول (5) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ونتائج اختبار الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة فيما يتعلق بواقع ممارسة البعد التنظيمي

Test Value = 3			الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
القرار	احتمال الدلالة	مؤشر الاختبار t				
دال	.001	3.559	63.8	0.732	3.19	1- يتعاون الفندق مع شركات متخصصة في البرمجيات لتنفيذ أعماله
دال	.000	22.907	73.8	0.413	3.69	2. الهيكل التنظيمي للفندق يلحظ التطور التكنولوجي في الوظائف المكون منها.
دال	.000	18.521	74.4	0.533	3.72	3. يمتلك الفندق معدات وتجهيزات تقنية مناسبة للتطورات الحديثة.
دال	.000	-10.504	48.8	0.731	2.44	4. العمليات الفندقية تعتبر مناسبة للتطورات التقنية الحديثة.
دال	.003	-2.683	57.44	0.654	2.87	المتوسط العام

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.25

يبين الجدول رقم (5) أن قيمة المتوسط الحسابي العام لعبارات البعد التنظيمي تتخفف عن متوسط المقياس (3)، وبفرق معنوي بلغ (0.13)، وتقع ضمن المجال (2.61-3.40)، وتقابل شدة الإجابة بدرجة متوسطة على مقياس ليكرت، وبما أن احتمال الدلالة $P = .000 < 0.05$ ، فإن هناك فرق سالب بين المتوسط العام لبعد الابتكار في الترويج للمنتج وبين المتوسط الافتراضي للمجتمع (متوسط مقياس ليكرت 3)، وبالتالي يمكن القول أن الفنادق محل الدراسة تحقّق وبدرجة متوسطة البعد التنظيمي، وبأهمية نسبية (57.44%).

ثانياً: بعد سلوك السائح الرقمي:

الجدول (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية

ونتائج اختبار الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول اتجاهات سلوك السائح الرقمي

Test Value = 3			الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	اتجاهات سلوك السائح الرقمي
القرار	احتمال الدلالة	مؤشر الاختبار t				
دال	.000	14.310	74.34	0.687	3.717	1. اميل دائما لاعتماد القنوات الالكترونية في الحصول على المعلومات.
دال	.000	6.584	67.04	0.733	3.352	2. اتابع المعلومات التي تزود بها الفنادق عملاتها عبر الوسائل الالكترونية.
دال	.000	6.515	67.08	0.745	3.354	3. افضل الحصول على خدمات الحجز بالوسائل الالكترونية.
دال	.000	27.596	82.22	0.552	4.111	4. اعمل على اجراء مقارنة بين الخيارات الالكترونية التي اطلع عليها.
دال	.000	21.135	78.22	0.591	3.911	5. لا لاحظ فرقا بين المعلومات الالكترونية والخدمات على ارض الواقع.
دال	.000	11.419	71.26	0.676	3.56	المتوسط العام

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.25

يبين الجدول رقم (9) أنَّ قيمة المتوسط الحسابي العام لعبارات اتجاهات سلوك السائح الرقمي ترتفع عن متوسط المقياس (3)، ويفرق معنوي بلغ (0.56)، وتقع ضمن المجال (-3.41-4.20)، وتقابل شدة الإجابة بدرجة كبيرة على مقياس ليكرت، وبما أنَّ احتمال الدلالة $P = .000 < 0.05$ ، فإنَّ هناك فرق موجب بين المتوسط العام لاتجاهات سلوك السائح الرقمي

أثر التحول الرقمي في اتجاهات سلوك السائح الرقمي
دراسة ميدانية على عينة من نزلاء فنادق محافظة طرطوس

وبين المتوسط الافتراضي للمجتمع (متوسط مقياس ليكرت 3)، وبالتالي يمكن القول أنّ الفنادق محل الدراسة تلتزم وبدرجة كبيرة بتوجهات واتجاهات سلوك السائح الرقمي، وبأهمية نسبية (71.26%).

ثالثاً: اختبار الفرضية الرئيسة للبحث:

الفرضية الرئيسة للبحث: لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين التحول الرقمي (البعد التكنولوجي - البعد البشري - البعد التنظيمي) وبين اتجاهات سلوك السائح الرقمي في فنادق محافظة طرطوس.

الجدول (10) تحليل الانحدار للعلاقة بين أبعاد التحول الرقمي واتجاهات سلوك السائح الرقمي									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.811	.658	.647	.11955	.658	68.956	7	180	.000

الجدول (11) تبين الانحدار للعلاقة بين أبعاد التحول الرقمي واتجاهات سلوك السائح الرقمي

ANOVA						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11.104	7	1.586	68.956	.000
	Residual	4.232	180	.023		
	Total	15.336	187			

الجدول (12) معلمات الانحدار للعلاقة بين التحول الرقمي واتجاهات سلوك السائح الرقمي

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	2.932	.083		35.325	.000
	البعد التكنولوجي	.105	.012	.421	8.873	.000
	البعد البشري	.056	.012	.129	4.565	.000
	البعد التنظيمي	.031	.015	.109	2.125	.035
	اتجاهات سلوك السائح الرقمي	.073	.016	.254	4.557	.000

مصدر الجداول: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.25

يبين الجدول رقم (10) أن قيمة معامل الارتباط المتعدد بين أبعاد التحول الرقمي واتجاهات سلوك السائح الرقمي في الفنادق محل الدراسة بلغت (0.811)، وهي تدل على أن العلاقة قوية فيما بينهما، وتبين قيمة معامل التحديد المصحح أن التغيرات الحاصلة في اتجاهات سلوك السائح الرقمي والتي سببتها أبعاد التحول الرقمي بلغت (64.7%)، والمعنوية الكلية لنموذج الانحدار دالة إحصائياً لأن $P = 0.000 < 0.05$ ، كما يبين الجدول رقم (11). وبملاحظة قيم B الموضحة في الجدول رقم (12) نجد أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين أبعاد التحول الرقمي واتجاهات سلوك السائح الرقمي وبالتالي نرفض الفرضية الرئيسة للبحث ونقبل الفرضية البديلة ونقر بوجود علاقة طردية قوية وذات دلالة معنوية بين أبعاد التحول الرقمي واتجاهات سلوك السائح الرقمي في الفنادق محل الدراسة.

وبملاحظة قيم معامل Beta نجد أن البعد التكنولوجي كان الأكثر أثراً في اتجاهات سلوك السائح يليه البعد البشري في المرتبة الثانية يليه البعد التنظيمي في المرتبة الثالثة الأخيرة.

نتائج البحث:

1- تحقق الفنادق محل الدراسة وبدرجة كبيرة البعد التكنولوجي نسبة (75.18%)، ويتجلى ذلك من خلال اجراء الحجوزات من خلال منصات الحجز الالكتروني وتوفير تقنيات الواقع المعزز والتصوير ثلاثي الابعاد واعتماد اساليب تفاعلية في تزويد العملاء بالمعلومات واستخدام تطبيقات الهواتف الذكية.

- 2- تحقق الفنادق محل الدراسة وبدرجة متوسطة البعد البشري ، وبأهمية نسبية (63.54%)، ويتجلى ذلك من خلال وجود كادر بشري مؤهل يقدم خدمات تقنية اضافية للنزلاء ويخضع لدورات تدريبية مستمرة ومستعد للتعاون مع النزلاء من اجل حل أي مشكلة تقنية.
- 3- تحقق الفنادق محل الدراسة وبدرجة متوسطة البعد التنظيمي ، وبأهمية نسبية (57.44%)، ويتجلى ذلك من خلال التعاون مع شركات برمجية متخصصة ومواكبة التطور التكنولوجي وامتلاك بنية تقنية تكنولوجية جيدة .
- 4- يحقق عملاء الفنادق محل الدراسة وبدرجة متوسطة بعد اتجاهات سلوك السائح الرقمي، وبأهمية نسبية (66.82%)، ويتجلى ذلك من خلال الاعتماد على القنوات الالكترونية في اجراء الحجوزات الفندقية ومتابعة المعلومات عبر الوسائل الالكترونية واجراء المقارنة بين الخيارات الالكترونية التي يحصل عليها.
- 5- أظهرت النتائج وجود علاقة طردية قوية وذات دلالة معنوية بين أبعاد التحول الرقمي اتجاهات سلوك السائح الرقمي في الفنادق محل الدراسة، وكان البعد التكنولوجي الأكثر أثراً في اتجاهات سلوك السائح يليه البعد البشري في المرتبة الثانية يليه البعد التنظيمي في المرتبة الثالثة الأخيرة..

مقترحات البحث:

- 1- ضرورة اجراء اعادة تنظيم للقوى البشرية العاملة في الفنادق لكي تكون اكثر قدرة على استخدام التقنيات الرقمية والتطبيقات الذكية.
- 2- التعاون والفاعل مع الشركات العالمية والتطبيقات والمنصات الالكترونية العاملة في قطاع الحجوزات الفندقية وحجوزات الطيران وحجوزات السيارات.
- 3- ضرورة الاهتمام بالتأهيل والتدريب، وذلك من خلال العمل على تدريب وتأهيل الكوادر السياحية لتكون مواكبة للتطورات التقنية العالمية، الأمر الذي يسهم في تطوير الخدمات الفندقية المقدمة وتقديم منتج فندقي متميز.
- 4- ضرورة العمل من قبل الفنادق محل الدراسة على تعزيز أبعاد التحول الرقمي من خلال اعتماد وسائل تسويقية متطورة تعتمد الاسلوب الرقمي، لما لها من دور في تعزيز العلاقة مع العميل، وتحقيق ولائه والاحتفاظ به لأطول فترة ممكنة.

5- العمل دائماً من قبل ادارات الفنادق على منح العميل تجربة فريدة خلال التعامل مع الفندق، يشعر من خلالها بان الفندق يعمل من اجل منحه مزايا تسهل رحلة اقامته وتجعله عميلاً دائماً .

المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

- 1- وناس، نورس كامل (2025) التحول الرقمي في صناعة السياحة وتأثيره على سلوك السائح الرقمي (دراسة استطلاعية لآراء عينة من شركات السفر والسياحة في بغداد) الجامعة المستنصرية ، بغداد.
- 2- عبيد، أمال (2024)، أثر المنصات الرقمية في تحسين مستوى أداء الخدمة السياحية دراسة حالة منصة bz.booking.pro لوكالة الانفال للسياحة والاسفار تبسة -الجزائر.
- 3- رشيدة، خلة (2023). أثر التحول الرقمي في تحسين السياحة الداخلية في الجزائر - رسالة ماجستير.
- 4- يوسف ، سماح عبد الحفيظ ، اثر نظم التسويق السياحي الألكتروني على خصائص وسلوكيات المستهلك السياحي الرقمي في ظل تكنولوجيا الهواتف الذكية المحمولة كمتغير وسيط ,مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة. 2021 (5) 21 .,
- 5- ملاح ، وئام ، عمامرة ، ياسمينه ، تجربة التحول الرقمي والتوجه نحو الاقتصاد الرقمي في الجزائر ، مجلة الدراسات البيئية والتنمية المستدامة ، المجلد ، 3 (العدد 2). 2024.
- 6- مصطفى ، سمية مجدي ، محمد ,عزة ماهر ، العزب ، محمود رمضان ، دور التحول الرقمي في تحسين اداء شركات السياحة المصرية ، مجلة كلية السياحة والفنادق ، جامعة مدينة السادات ، المجلد ، 5 (العدد, 2) ديسمبر. 2021 .
- 7- سناء محمد عبد الغني، إنعكاسات التحول الرقمي على تعزيز النمو الإقتصادي في مصر، المجلد 15 ، العدد14، 2022.

- 8 - سلايمي , جميلة , بوشي , يوسف , التحول الرقمي بين الضرورة والمخاطر , مجلة العلوم القانونية والسياسية, مجلد , 10 (العدد , 2) (الجزائر . 2019 ,
- 9- عدنان , مصطفى البار , تقنيات التحول الرقمي , مجلة جامعة عبد الملك عزيز , السعودية 2019 ,
- 11- مزعاشي , خلود , دور العلامات التجارية في التأثير على اتخاذ قرارات الشراء: دراسة ميدانية على مقاهي الانترنت بطنطا , مصر , دار الاسراء للطبع والنشر 2015 ,
- ثانياً: المراجع الأجنبية:

- 1- (Tolian , 2022) (The impact of digital transformations on the choice of tourist destinations) e-Review of Tourism Research (eRTR) Vol. 4 No.4 76.
- 2- Broekhuizen, T. L., & al. (2021). **Digital platform openness: Drivers, dimensions and outcomes.** *Journal of business research*, 901-9014.
- 3- Epetimehin Festus M. 2011- Achieving Competitive Advantage in Insurance Industry: The Impact of digital Marketing Innovation and Creativity European Journal of Social Sciences Vol.19 No.1
- 4- Bulchand-Gidumal, J., William Secin, E., O'Connor, P., & Buhalis, D. (2023). Artificial intelligence's impact on hospitality and tourism marketing: Exploring key themes and addressing challenges. *Current Issues in Tourism*.