

دور التحول الرقمي في مرافق الضيافة السياحية الخاصة في مدينة الرياض  
The Role of Digital transformation in private tourism hospitality  
facilities in the city of Riyadh

فيصل سلمان الراشد<sup>1</sup>، ولاء عبدالإله علي<sup>2</sup>، فاطمه علي العبدالعلي<sup>3</sup>، رجائي يحيى خلف<sup>4</sup>، موسى صالح البلوي<sup>5</sup>، بيان باقر الحاجي<sup>6</sup>، محمد العوفي<sup>7</sup>، ثامر أحمد الدرويش<sup>8</sup>، حنين أحمد الدرويش<sup>9</sup>، حنين محمد العتيبي<sup>10</sup>

<sup>1</sup> المملكة العربية السعودية، [faisalxalrashed@gmail.com](mailto:faisalxalrashed@gmail.com)

<sup>2</sup> المملكة العربية السعودية، [walaa.abdulelah@gmail.com](mailto:walaa.abdulelah@gmail.com)

<sup>3</sup> المملكة العربية السعودية، [f-alali96@hotmail.com](mailto:f-alali96@hotmail.com)

<sup>4</sup> المملكة العربية السعودية، [rajjae2020@gmail.com](mailto:rajjae2020@gmail.com)

<sup>5</sup> المملكة العربية السعودية، [albalawi707@hotmail.com](mailto:albalawi707@hotmail.com)

<sup>6</sup> المملكة العربية السعودية، [bayan.b.alhajji@gmail.com](mailto:bayan.b.alhajji@gmail.com)

<sup>7</sup> المملكة العربية السعودية، [aloufi.moh@gmail.com](mailto:aloufi.moh@gmail.com)

<sup>8</sup> المملكة العربية السعودية، [thamer777555@gmail.com](mailto:thamer777555@gmail.com)

<sup>9</sup> المملكة العربية السعودية، [h.7711@hotmail.com](mailto:h.7711@hotmail.com)

<sup>10</sup> المملكة العربية السعودية، [pm.haneen2030@gmail.com](mailto:pm.haneen2030@gmail.com)

تاريخ الاستلام: 2023/12/15 تاريخ القبول: 2023/01/07 تاريخ النشر: 2023/03/14

ملخص:

هدفت الدراسة إلى معرفة دور التحول الرقمي في تمكين الأفراد من المساهمة في تعزيز الاستثمار من خلال تقديم خدمة مرافق الضيافة السياحية في الرياض بالمملكة العربية السعودية. كما كشفت الدراسة من خلال استخدامها لهذه التطبيقات، جهود وزارة السياحة في تنفيذ استراتيجية التحول الرقمي من

خلال البرامج والمبادرات التي تم إعدادها لتأهيل الفرد لدخول سوق السياحة من خلال تقديم الدعم الفكري والمادي ، والتدريب ، واستشارات.

وخلص إلى أن استخدام التطبيقات الرقمية من قبل الفرد المستثمر في مرافق الضيافة السياحية الخاصة له تأثير كبير على زيادة الطلب على منتجه ورفع العائد المادي له. كما ساعدت هذه التطبيقات الفرد في تحسين وتطوير منتجه وأدت إلى تنوع المنتجات المعروضة ورفع مستوى التنافسية في سوق السياحة الأمر الذي ينعكس إيجاباً على مستوى الرضا السياحي وزيادة الناتج المحلي الإجمالي. منتج المملكة العربية السعودية لقطاع السياحة ويصل إلى مائة مليون سائح بحلول عام (2030 م).

كلمات مفتاحية: التحول الرقمي، مرفق الضيافة السياحي الخاص، السياحة، الرياض

### **Abstract**

The study aimed to know the role of digital transformation in enabling individuals to contribute to the promotion of investment by providing the service of its tourism hospitality facility in Riyadh, Saudi Arabia. Through its use of these applications, the study also exposed the efforts of the Ministry of Tourism in implementing the digital transformation strategy through programs and initiatives that were prepared to qualify the individual to enter the tourism market by providing intellectual and material support, training, and consultations. It was concluded that the use of digital applications by the individual invested in private tourism hospitality facilities has a significant impact on increasing the demand for his product and raising the material return for it. Also, these applications helped the individual to improve and develop his product and led to the diversity of the products offered and raised the level of competitiveness in the tourism market, which is reflected

positively on the level of tourist satisfaction and an increase in the gross domestic product of the Kingdom of Saudi Arabia for the tourism sector and reaching one hundred million tourists by the year (2030 AD).

**Keywords:** : digital transformation , Private tourist hospitality facility , tourism, Riyadh

\*المؤلف المرسل: ولاء عبدالإله علي

## 1. مقدمة

انطلاقاً من شهر أبريل 2016 م جاء إعلان ولي عهد المملكة العربية السعودية صاحب السمو الملكي الأمير محمد بن سلمان آل سعود عن رؤية 2030، استعرض فيها ببياناً عن خطة التطوير على الأصعدة الاقتصادية، الثقافية والاجتماعية خلال الأعوام القادمة، حيث شملت العديد من القطاعات أبرزها القطاع السياحي والذي تطمح الوزارة إلى رفع جودة الخدمات المقدمة فيه خاصةً نشاط مرافق الضيافة السياحية الخاصة وذلك من خلال تطوير اللوائح والمعايير المتعلقة به من خلال إصدارها لائحة مرافق الضيافة السياحية الخاصة. ولما له من دور مهم وارتباط وثيق في تحقيق أهداف الرؤية في الجانب المتعلق بتنشيط قطاع السياحة واعتباره كأحد أبرز البدائل للاقتصادات ما بعد النفط والسعي للوصول إلى 100 مليون سائح بحلول 2030م. جاءت أهمية هذه الدراسة لتسهم في فتح قنوات جديدة لتنوع مصادر الدخل للفرد بما يساعد في دفع عجلة الاقتصاد وتحقيق التنمية المستدامة.

يهدف البحث إلى التعرف على دور التحول الرقمي في قطاع الضيافة

السياحي الخاص في مدينة الرياض وذلك من خلال الأهداف الفرعية التالية:

1. التعرف على دور التحول الرقمي في تنوع الخدمات الرقمية لمرافق الضيافة

السياحية الخاصة في مدينة الرياض في ظل التحولات المتسارعة.

## مجموعة مؤلفين

2. توضيح أثر التحول الرقمي في إشراك الأفراد ومساهماتهم في مرافق الضيافة السياحية الخاصة.

ويتمثل السؤال الرئيسي في هذا البحث: ما دور التحول الرقمي في قطاع الضيافة السياحي الخاص في الرياض؟ ويتفرع من هذا السؤال الأسئلة التالية:

1. ما دور التحول الرقمي في تنوع الخدمات الرقمية لمرافق الضيافة السياحية الخاصة؟

2. ما أثر التحول الرقمي على الأفراد أصحاب مرافق الضيافة السياحية الخاصة؟ نوع ومنهج الدراسة: استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي

أما مجتمع وعينة الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في مجتمع غير محدد من الأفراد بمدينة الرياض من العملاء الذين يستخدمون التطبيقات الرقمية (عقار، حراج، مستعمل، قوقل ماب ) لعرض مرافقهم للاستثمار البالغ عددهم (150) بينما بلغت عينة الدراسة (110) عينة .

أدوات الدراسة الاستبانة: تمثل أداة جمع البيانات التي سيتم الاعتماد عليها في الحصول على البيانات الأولية اللازمة للدراسة ، ولقد تم تصميم الاستبانة بناء على مقياس ثلاثي لتحديد إجابات أفراد العينة، بحيث تتراوح أوزان الإجابات من نعم (1)، لا (2)، أحياناً (3).

مجالات الدراسة:

المجال المكاني: اقتصرت الدراسة على عينة غير عشوائية ممثلة لمرافق الضيافة السياحية التابعة للأفراد في مدينة الرياض.

المجال البشري: اعتمدنا في دراستنا على عينة غير عشوائية عينه مقصودة مكونة من (110) عينة تمثل أصحاب مرافق الضيافة السياحي بمدينة الرياض.

المجال الزمني: أجريت الدراسة الاستطلاعية في الفترة من (2022/10/11م) إلى (2022/11/1م).

دور التحول الرقمي في مرافق الضيافة السياحية الخاصة في مدينة الرياض

وأجريت الدراسة الأساسية في الفترة (2022/11/2م) إلى (2022/12/15م).

## 2. الإطار النظري للدراسة

**1,2** مفهوم التحول الرقمي ورؤية : هو تحول تنظيمي متكامل مرتبط بتطبيق التكنولوجيا الرقمية، لتسهيل الإجراءات والعمليات الإدارية والتي تهدف إلى رفع جودة خدمات المستفيدين، للوصول إلى مرحلة النضج الرقمي (الحرثي، 2030). أصبح التحول الرقمي في عصرنا الحديث ضرورة حتمية ووسيلة لتحسين، وتجويد الخدمات المقدمة للمواطن والمقيم والزائر في المملكة من حيث؛ السرعة، الدقة، الجودة، العدالة، الشفافية، والاهتمام الملحوظ بالابتكار.

## 2.2 التحول الرقمي وفق رؤية المملكة

إن التحول الرقمي أحد مستهدفات رؤية 2030 في جميع قطاعات المملكة، لأهميته في تعزيز الاقتصاد المستدام وتحقيق ميزة تنافسية على المستوى الدولي، حيث أن التقنيات الرقمية تُعد عاملاً مؤثراً في كيفية عمل البلدان وجاهزيتها للمستقبل وتعزيز اقتصادها الرقمي في التطور والازدهار، للارتقاء بكفاءة الأداء إلى مستويات غير مسبوقة (سلايمي وبوشي، 2019).

قفزات هائلة سجلها التحول الرقمي في السعودية في السنوات الماضية. بعد أن جعلته رؤية 2030 في قلب جهود التنويع الاقتصادي، والممكن الأول للاستراتيجيات وبرامج التحول في كل القطاعات، من خلال رؤية وطنية رقمية. هذه الرؤية توفر لقطاع خدمات تقنية المعلومات سنوات من النمو الفائق السرعة، للوصول إلى مستويات الأسواق الأكثر تقدماً في التجارة الإلكترونية. حيث ارتقت المملكة 21 مركزاً في مؤشر "تنمية الحكومة الإلكترونية" خلال 2022.

### 3. قطاع مرافق الضيافة السياحية الخاصة في مدينة الرياض

#### 1.3 السياحة في المملكة العربية السعودية

تشمل أهداف رؤية المملكة تعزيز القطاع السياحي لخلق مجتمع حيوي وإنشاء اقتصاد مزدهر عبر التنوع والاستثمار بطرق تجعل المملكة العربية السعودية على خريطة التجارة والمنافسة العالمية والسياحة في صميم تحقيق هذه الرؤية ، ويعد قطاع السياحة أحد القطاعات الاقتصادية الأكثر قدرة على دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة في العديد من الدول، ويرجع ذلك إلى قدرته على جذب الاستثمارات الأجنبية وزيادة الدخل القومي، ورفع نسبة النمو في الناتج المحلي الإجمالي، وتوفير فرص العمل والحد من مشكلات البطالة والفقر. مشهور ويوسف (2021) نقلاً عن Baytona (2019).

حيث أن أهم أهداف وتوجهات رؤية المملكة تنوع القاعدة الاقتصادية، باعتبار أن تنوع الاقتصاد من أهم مقومات استدامته، ورغم أن الغاز والنفط يمثلان دعامة أساسية للاقتصاد السعودي، إلا أن التوسع الاستثماري في القطاعات الأخرى قد زاد، خاصة في القطاع السياحي. ومن أهم الأنشطة الاقتصادية التي تتمتع بأهمية كبيرة في العالم هي السياحة، حيث يقوم عليها اقتصاد الكثير من الدول، فوفقاً لمنظمة السياحة العالمية فإن سوق السياحة العالمي سوف ينمو ثلاثة أضعاف حجمه بحلول عام 2030، كما أشيرت الدلائل والإحصائيات عام 2001 إلى أن السياحة ستشكل الركن الأساسي لاقتصاديات الخدمات، حيث أن عدد السياح والإيرادات السياحية في تزايد مستمر بلغ (692.7) مليون سائح.

#### 2.3 مرافق الضيافة الخاصة في مدينة الرياض

تعود صناعة مرافق الضيافة السياحية في جذورها الى فترات تاريخية عميقة في حياة الانسان منذ ان ارتبطت بشكل وثيق مع ظهور الضيافة بأبسط

## دور التحول الرقمي في مرافق الضيافة السياحية الخاصة في مدينة الرياض

صورها مقتصرة على إشباع حاجات المسافر ، ونتيجة لتطور وسائل النقل وما صاحبه من توثيق للعلاقات بين مختلف المدن وتزايد حركة المسافرين، برزت الحاجة لإنشاء الأماكن العامة لإيواء المسافرين وتقديم الخدمات المرافقة لهم ، وهكذا تكونت صناعة مرافق الضيافة السياحية في صورتها النظامية.

إن مرافق الضيافة السياحية هي الواجهة الأساسية لاستقبال السياح والضيوف من جميع أنحاء العالم مما يستوجب توفير الخدمة بما يتناسب معهم. ولقد قامت الحكومة السعودية بالعديد من المبادرات والخطوات الناجحة بهدف وضع السعودية على خارطة السياحة العالمية، أبرز وأحدث هذه الخطوات هي موسم الرياض المليء بالمرح والرفاهية والفعاليات الرائعة، والتي لاقت نجاحاً محلياً وعربياً وعالمياً، حيث كان سبباً جوهرياً بتوافد الملايين من السياح العرب والأجانب لحضور فعالياته.

وتبعاً لذلك في الآونة الأخيرة انتشر ما يعرف بالسكن التشاركي أو بيوت العطلات والتي يطلق عليها الآن مرافق الضيافة الخاصة (كما ورد تسميتها في موقع وزارة السياحة) والتي يملكها أفراد من المواطنين أو المقيمين وهي بدورها أسهمت في زيادة عدد مرافق الضيافة بالمملكة العربية السعودية وبمدينة الرياض تحديداً وأسهمت أيضاً في زيادة الخيارات المتاحة للسائح وأسعار أفضل وبالتالي شهدت اقبالاً وأفضلية بالنسبة للسائح خاصة بعد موسم الرياض أما في الرياض فيخطو هذا النوع من الإيواء خطواته الأولى تحت مسمى مرافق الضيافة السياحية حيث تم تعديل لائحته لتتواءم مع أفضل التجارب الدولية وبشراكة مع أبرز الاستشاريين العالميين في مجال الضيافة السياحية الخاصة والتي اشتملت على عدد من الإجراءات والتسهيلات للمستثمرين.

## مجموعة مؤلفين

بعد تحليل الاستبانة المقدمة للعيينة استنتجنا مايلي :

- أن التحول الرقمي له دور كبير في تنوع الخدمات الرقمية لمرافق الضيافة السياحية الخاصة.

- عدم وجود فروق ذات دلالة واضحة حول دور التحول الرقمي في تنوع الخدمات الرقمية لمرافق الضيافة الخاصة تبعاً لمتغير عدد سنوات الاستثمار أو نوع المرفق السياحي.

- أن التحول الرقمي له أثر كبير على الأفراد أصحاب مرافق الضيافة الخاصة .  
- عدم وجود فروق ذات دلالة واضحة حول دور التحول الرقمي على الأفراد أصحاب مرافق الضيافة الخاصة تبعاً لمتغير عدد سنوات الاستثمار أو نوع المرفق السياحي.

## **النتائج :**

1. يعتمد نجاح التسويق السياحي لخدمة مرفق الضيافة السياحي الخاص وارتفاع العوائد المالية للفرد في استثماره على استخدامه للتطبيقات الرقمية وتنوعها وانتشارها في السوق السياحي.

2. من خلال التواصل مع المختصين بوزارة السياحة في المملكة العربية السعودية تبين أنه لا يتوفر حالياً لديهم قواعد بيانات للأفراد المستثمرين في قطاع السكن السياحي الخاص وليس لدى الوزارة لائحة رسمية تساعد على ضبط جودة مرفق الضيافة السياحي الخاص ووضع مواصفات وشروط خاصة لتوفيرها في المرفق وتضمن الحصول على خدمة سكن سياحي مطابق لمبدئ الجودة الشاملة بحيث تنعكس إيجاباً على رفع عائد الناتج المحلي لقطاع السياحة في المملكة وعلى رفع مستوى رضا السائح عن هذه الخدمات.

3. توجد فجوة بين الفرد المستثمر في مرافق الضيافة السياحي الخاصة بمدينة الرياض ووصوله إلى إدراك ومعرفة جهود وزارة السياحة في رفع الناتج



## دور التحول الرقمي في مرافق الضيافة السياحية الخاصة في مدينة الرياض

المحلي للعوائد من خلال تطبيق استراتيجية التحول الرقمي لقطاع السياحة حيث إن هذا الفرد ليس لديه أي معلومات عن البرامج والمبادرات التي تقدمها وزارة السياحة تسهيلاً ودعمًا له في نجاح مشروعه الاستثماري.

4. في ظل الاجتهادات الشخصية للأفراد المُقدمين لخدمة السكن السياحي الخاص بمدينة الرياض وانتشار التطبيقات الرقمية المختلفة فإن السوق الرقمي لخدمات السكن الخاصة في مدينة الرياض يواجه ارتفاع في الطلب نتيجة تنوع وكثرة النشاطات السياحية في المدينة الأمر الذي يحتاج إلى احتواء وتنظيم ومراقبة هذه التطبيقات حفاظاً على جودة ومصداقية العروض المطروحة عليها وصولاً لتقديم خدمة مميزة تضاهي الجهود التي تبذلها استراتيجية التحول الرقمي في قطاع السياحة.

### التوصيات:

1. تقوم الجهات المختصة بقطاع السياحة في المملكة العربية السعودية بالعمل على اعتماد لائحة رسمية لمرافق الضيافة السياحي الخاص تنظم الاشتراطات والمواصفات لمثل هذه المرافق لضمان جودة ما يقدم للسائح من خدمة.

2. السماح للفرد بالاستثمار في مجال مرافق الضيافة السياحي الخاص بعد حصوله على شهادة الاعتماد في الضيافة السياحية والتي تُمنح له عبر التقديم الإلكتروني على برنامج دعم الشهادات الاحترافية بصندوق تنمية الموارد البشرية حيث يحصل الفرد على دورة افتراضية في هذا المجال برسوم مالية مدعومة.

3. تقوم الجهات المختصة بالهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع بالتنسيق مع وزارة السياحة بالمملكة العربية السعودية بوضع آلية لضبط ما يقدم من عروض لمرافق الضيافة السياحية الخاصة عبر التطبيقات الرقمية بحيث لا يتم تمكين المستثمر في مجال مرافق الضيافة السياحية الخاصة من التسجيل في التطبيقات

## مجموعة مؤلفين

الرقمية الخاصة بهذه العروض الا بعد أن يتم التأكد الكترونياً من أن المستثمر في هذا النوع من الخدمات مُسجل في قاعدة البيانات لدى وزارة السياحة وحاصل على التصاريح الرسمية اللازمة للنشاط.

4. منح المستثمر في مجال مرافق الضيافة السياحية الخاصة المزيد من التسهيلات عبر توفير منصة تشاركية الكترونية ورسمية بالتعاون مع الجهات المختصة (كوزارة السياحة، وزارة التجارة، وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان) تسمح له بإكمال جميع إجراءات تسجيل واعتماد مرفقه السياحي بطريقة سلسلة.

5. وضع آلية لدعم المستثمر المتميز (من خلال تطبيق معايير إدارة الجودة الشاملة بوزارة السياحة بالمملكة فيما يخص خدمات مرافق الضيافة السياحية الخاصة) ومنحه الفرصة للترويج الاعلامي لمنتجه السياحي عبر تقديم العروض من خلال التطبيقات الرسمية للهيئة العامة للترفيه المعنية بالإعلان عن النشاطات السياحية بمدينة الرياض (بعد التنسيق مع المختصين بقطاع السياحة) مما يرفع مستوى المنافسة بين المستثمرين في هذه المرافق وينعكس إيجاباً على تحسين الجودة ورضا العميل.

6. أهمية دمج المنصات الرقمية وبوابات الخدمات الإلكترونية للجهات الحكومية في منصة واحدة، ودراسة إمكانية تمكين القطاع الخاص من تطوير منظومة تقنية تلبى احتياجات العميل من الجهات الحكومية، ومواكبة التجربة بالتطورات الحديثة لتحسين تجربة العميل.

7. تحويل منزل قريب من مكان سياحي إلى مضيّف للسائحين مع توفير خدمات ضيافة فائقة.

8. إنشاء برنامج نقاط مكافآت للسياح الأكثر ارتيادا على مرفقك وتقديم عامل جذب كالهدايا والعروض للسائحين.

#### 4. خاتمة

انطلاقاً من رؤية المملكة العربية السعودية (2030م) والتي تسعى إلى الوصول إلى مجتمع يعيش فيه كل مواطن حياة سعيدة ومُرضية بمستوى معيشتي بضمن بيئة صحية وأمنة للعائلات، وتمكين المواطن والقطاع الخاص، لإطلاق قدراتهم من خلال خلق بيئة جاذبة للاستثمارات المحلية للعمل على تنوع الاقتصاد ومصادر الدخل بما يعود على دخل المواطن والنتائج المحلي بالفائدة المرجوة.

تناولنا في هذه الدراسة البحثية ظاهرة حديثة في السوق السياحي بالمملكة العربية السعودية وهي مشاركة الأفراد في الاستثمار بقطاع الضيافة السياحية الخاصة بمدينة الرياض وتعرضنا فيها بشكل خاص بدراسة دور التحول الرقمي الذي تعيشه المملكة العربية السعودية في تمكين هؤلاء الأفراد من المساهمة الفاعلة في تعزيز قطاع مرافق الضيافة السياحية الخاصة بمدينة الرياض.

كان الهدف في هذه الدراسة هو دراسة دور هذا التحول الرقمي على نجاح الفرد المستثمر في تقديم خدمات مرافق الضيافة السياحية الخاصة عبر استخدامه للتطبيقات الرقمية للترويج لمرفقه السياحي الخاص بمدينة الرياض ورفع مستوى التنافسية في العروض المُقدمة فيما يخص هذه المرافق وتنوعها بشكل يوفر للسائح جميع الخيارات الشرائية، تماشياً مع أهداف استراتيجية التحول الرقمي السياحي المُعلنة من قبل وزارة السياحة بالمملكة العربية السعودية وهي تطوير بيئة عمل ذكية تعمل على ازدهار قطاع السياحة في المملكة وتنعكس إيجاباً على رفع الناتج المحلي الإجمالي لقطاع السياحة في المملكة إلى 10%، وصولاً إلى رفع مستوى جودة الخدمات المقدمة وتقنين أسعار المرافق وتطبيق إدارة الجودة الشاملة فيها مما سيؤثر إيجاباً على الخيارات السياحية

## مجموعة مؤلفين

للسائح ويجعل قطاع السياحة المصدر الأول للدخل القومي والوصول إلى مئة مليون سائح بحلول عام (2030م).

### 5. قائمة المراجع:

1. (الرابغي، المجلة العربية الدولية لتكنولوجيا المعلومات والبيانات (2020)
2. اسماعيل محمد علي الدباغ، م. م حسن عودة غضاب، & م. م سحر جبار كيلان. (2018). الايواء السياحي عرضاً وطلباً مقارنة بين اقليم كردستان العراق وبقيّة المحافظات. Journal of Administration and Economics, Hadi, S. Q (115), 260-281. (2021). التباين المكاني لخدمات الإيواء السياحي (الفنادق) في العراق. Al-Adab Journal, 1(139), 227-248.
3. (الضحوي والرحيلي، ٢٠٢٠)
4. (الفالوجي، محمد، ورد، في المجلة العربية للقياس والتقويم ٢٠٢١)
5. (د صفاء رفاعي، مجلة الدراسات الإنسانية والأدبية 2020)
6. (سلايمي وبوشي، ٢٠١٩).
7. مشهور ويوسف (2021، ص 239)
8. براحلية فاطمة الزهراء، & دزيري جميل منال، هرامزة لينة. (2020). مساهمة الاتصال الرقمي في تطوير الخدمات السياحية.
9. بن حملاوي، نونة. (2019). واقع وآفاق التسويق السياحي الإلكتروني بالمؤسسات السياحية الجزائرية: دراسة حالة الديوان الوطني الجزائري للسياحة .onat
10. بوشابو، رشيد، بودبزة، يوسف، حمودة، & سامي (مشرف). (2019). محددات اختيار السائح الجزائري لنمط الإيواء بالوجهة السياحية ( Doctoral dissertation، جامعة جيجل)

دور التحول الرقمي في مرافق الضيافة السياحية الخاصة في مدينة الرياض

11. بوضياف. (2022). اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الميزة التنافسية للمؤسسة السياحية دراسة عينة من الوكالات السياحية بولايات: بسكرة-باتنة-سطيف (Doctoral dissertation, universté mohamed khider biskra).
12. جاد الله، ر. ع. ا. أ.، & رشا عبد الحميد أحمد. (2021). تفاعلية الإعلانات بالمواقع الإلكترونية وعلاقتها بجودة الخدمات: دراسة تحليلية على شركات السياحة المصرية. مجلة بحوث كلية الآداب. جامعة المنوفية، 32(124)، 3-12.
13. جعفري، زكريا، مليك، & محمد. (2021). أثر التسويق الإلكتروني في الترويج للخدمات السياحية.
14. حبيبة، قيطون، & بالهادف. (2022). دور التسويق الرقمي في صناعة السياحة دراسة حالة فنادق الماريوت وهيلتون.
15. حسن، م.، محمد، & عبد العاطي. (2018). استخدام العملاء المحليين لتطبيقات الهواتف الذكية في حجز الغرف الفندقية. المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة 109-83، 12(1).
16. حسين عبد الجابر محمد، م.، محمد، & محمد احمد غنام. (2022). تأثير التحول الرقمي على مستوى أداء جودة الخدمة المقدمة بالقطاع السياحي والفندقي وفقا لرؤية مصر 2030م. مجلة كلية السياحة والفنادق. جامعة المنصورة، 11(3)، 463-587.
17. حفيظة سليمان البراشدية. (2021). ريادة الأعمال الرقمية ظل جائحة كورونا (كوفيد19): الفرص والتحديات. Journal of Information Studies & Technology (JIS&T), 2021(1), 5.
18. د. هيفاء حمود الشمري. (2020). توجهات مستخدمي السياحة الرقمية في ضوء التحول الوطني للمملكة العربية السعودية. مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، 62(6)، 172-195.

## مجموعة مؤلفين

19. درناني. (2022). دور المعاملات الرقمية وتطبيقات الدفع الإلكتروني في تنمية السياحة بالجزائر.
20. زبيدة شريك-دمدوم سعاد. (2020). الاستثمار السياحي في الجزائر (Doctoral dissertation, جامعة محمد بوضياف المسيلة).
21. زقب، عسيلة، عبد الفتاح، محده، & ابراهيم. (2019). التسويق الإلكتروني ودوره في صناعة السياحة.
22. سعيدة باهي، & أحسن بن ميسي. (2018). أبعاد ظاهرة التأجير لدى القاطن كصيغة "للإيواء السياحي" دراسة حالة مدينة جيجل. Sciences & Technologie. D, Sciences de la terre, 51-62.
23. سمير، بسام، & ابو زيد. (2021). أثر التحول الرقمي علي تحقيق الأهداف الإستراتيجية في شركة مصر للطيران: الدور الوسيط لليقظة الإستراتيجية والابتكار التنظيمي. مجلة كلية السياحة والفنادق-جامعة مدينة السادات، 5(2)، 148-170. (الاقتصادية جريدة العرب الاقتصادية الدولية، 2022)
24. شركة البحر الأحمر للتطوير (2020)
25. شريف حمدي، ز. ز، & زينب زعزوع/. (2021). تأثير وباء كوفيد-19 على نجاح واستقرار المشروعات الصغيرة والمتوسطة في جمهورية مصر العربية (دراسة ميدانية). مجلة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، 22(1)، 219-254.
26. شريف، سويلم، ابالحبيب، & عبد القادر/مؤطر. (2019). استخدام المتعاملين السياحيين للإعلام الإلكتروني ودوره في تنمية السياحة المحلية (Doctoral dissertation، جامعة أحمد دراية-ادرار)
27. شيخة محمد العاجزي. (2020). دور المسارات والجولات السياحية الرقمية في إبراز معالم الجذب السياحية في مدينة الرياض للتحول نحو المدن السياحية الذكية: دور المسارات والجولات السياحية الرقمية في إبراز معالم

دور التحول الرقمي في مرافق الضيافة السياحية الخاصة في مدينة الرياض

الجدب السياحية في مدينة الرياض للتحول نحو المدن السياحية الذكية.

.Journal of Arts and Social Sciences [JASS], 11(2), 57-96

28. عبد الحفيظ يوسف، س.، & عبد الوهاب مشهور، ن. (2021). تأثير

التحول الرقمي على القدرة التنافسية والقيمة المضافة للقطاع السياحي.

Journal of Association of Arab Universities for Tourism and

.Hospitality, 21(3), 233-271

29. عبدالمنعم درويش، ص.، & صفوت. (2022). أثر تقنية المساعدين

الافتراضيين علي فعالية اداء التسويق الرقمي في الفنادق الخمس نجوم. مجلة

كلية السياحة والفنادق. جامعة المنصورة، 11(3)، 377-415.

30. عيبر السيد فايد. (2019). محددات تطبيق السياحة الذكية كأحد

تطبيقات التجارة الالكترونية في شكل (B2C)) لجذب السياح للمملكة العربية

السعودية. Journal of Economics and Administrative Sciences,

25(110), 118-118.

31. فتيحة، معنان، زهراء، كانش، كانش خميسي، & براي. (2021). التحول

الرقمي كألية لتدعيم التسويق السياحي والفندقي

32. م. م ماجد ابراهيم حمادي، م. عامر علي محمد، & م. د وسام علي حسين.

(2018). تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثرها في جودة خدمة قطاع السياحة

والفندقة. مجلة دراسات محاسبية ومالية، 13(45).

33. محمد، فاروق & إسلام (2021)

34. مسعود، دشري، لندة، بوصبيح ابراهيم، عبد الغني، & معيزة. (2020).

دور التسويق الإلكتروني السياحي والفندقي في تدعيم التنمية السياحية دراسة

حالة-مجموعة من المؤسسات السياحية والفندقية في ولاية الوادي.

35. مشهور ويوسف (2021)

مجموعة مؤلفين

36. نوال بنت علي البلوشية، نهمان بن حارث الحراصي، & علي بن سيف العوفي. (2020). واقع التحول الرقمي في المؤسسات العمانية. Journal of Information Studies & Technology (JIS&T), 2020(1), 2.
37. هشام وسميه (2021، ص218).
38. Baytona (2019).
39. Elmogy, S. A. (2022). دور التحول الرقمي في رفع كفاءة العاملين في المجال السياحي. Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality, 23(1), 104-126