



## استخدام تطبيقات الأندرويد في تحسين جودة الخدمات السياحية الإلكترونية

### Using Android applications to improve the e-Tourism Services Quality

أ.د. نوي طه حسين

جامعة الجلفة (الجزائر)

Tahahocine2006@yahoo.fr

مخبر سياسات التنمية الريفية في السهوب- جامعة الجلفة

بلي زوييدة

جامعة الجلفة (الجزائر)

z.belli@univ-djelfa.dz

مخبر سياسات التنمية الريفية في السهوب- جامعة الجلفة

#### المخلص:

تعد تطبيقات الأندرويد من أهم التقنيات الحديثة التي ساهمت في تطوير الخدمات السياحية وتحسين جودتها بمواصفاتها التي تجعلها تضمن أمان وخصوصية مستعمليها، خاصة بتصميمها الجذاب المرن والديناميكي بحيث تكون أكثر سهولة في الاستخدام وأكثر حداثة وهو ما يضمن للمنظمة تحسين جودة خدماتها السياحية الإلكترونية. وهي تطبيقات توفر كل طرق التواصل الدائم والثابت مع المنظمة السياحية والتفاعل التام بين المنظمة والزبائن بمختلف فئاتهم.

#### معلومات المقال

تاريخ الارسال:

2021/05/01

تاريخ القبول:

2021/08/25

#### الكلمات المفتاحية:

- ✓ تطبيقات الأندرويد.
- ✓ جودة الخدمات السياحية الإلكترونية.
- ✓ تطبيقات الويب.

#### Abstract :

Android applications are among the most important modern technologies that have contributed to the development of tourism services and improve their quality with their specifications that make them ensure the safety and privacy of their users, especially their attractive, flexible and dynamic design so that they are more user-friendly and more modern, which guarantees the organization to improve the quality of its e-tourism services. These applications provide all means of good communication with the tourism organization and the full interaction between the organization and customers from all types.

#### Article info

Received

01/05/2021

Accepted

25/08/2021

#### Keywords:

- ✓ Android Applications.
- ✓ E-Tourism Services Quality.
- ✓ Web Applications.

**1. مقدمة:**

شهد قطاع الخدمات في الآونة الأخيرة تطوراً كبيراً في التحسين من الخدمات وتطويرها، خاصة مع التطور الكبير لتكنولوجيا المعلومات التي أضحت الدافع الأكبر للمنظمات في تحسين جودة خدماتها من خلال التحكم بها، ومن بين أهم القطاعات التي كانت أكثر تأثراً بذلك قطاع الخدمات السياحية.

لقد عملت المنظمات السياحية والفندقية على توفير مختلف الخدمات السياحية والفندقية وتنويعها وتطويرها لإيصالها للزبون ووضعها في متناوله وحسب رغباته، فكانت للأنترنت الهامش الأكبر في ذلك، لأنه لا يكاد يخلو منزل من خدمة الأنترنت، وهذا ما جعل المنظمات السياحية أمام تحدي كبير وهو كيفية استغلال هذه الخدمة ومواكبة تطورات الزبون خاصة في ظل زيادة وعيه وامتهانه وتحكمه بمختلف الأجهزة.

وبعد أن كانت خدمة الأنترنت محصورة في استخدامها على الأجهزة الثابتة من خلال مواقع الويب، ظهر نوع جديد من الأنظمة وهو الأندرويد الذي يستعمل كنظام تشغيل للأجهزة المحمولة الصغيرة واللوحية والذكية، ومن خلاله عمل مبرمجو تطبيقات الأندرويد على ابتكار واجهات إلكترونية جديدة تسهل تقديم الخدمات السياحية للزبائن.

**1.1. إشكالية الدراسة**

بناءً على ما تقدم، نصيغ الإشكالية التالية:

**ما مدى تأثير استخدام تطبيقات الأندرويد في تحسين جودة الخدمات السياحية الإلكترونية؟**

ومن خلال هذه الإشكالية نقوم بطرح الإشكاليات الفرعية التالية:

- ما هي طبيعة الأندرويد؟
- ما مدى تأثير انتشار تطبيقات الأندرويد على جودة الخدمات السياحية الإلكترونية؟
- وللإجابة عن الإشكالية محل الدراسة نقوم بالإجابة عن التساؤلات السابقة ووضع الفرضيات التالية:
- الأندرويد هو نظام تشغيل ولغة برمجة التطبيقات.
- تساهم تطبيقات الأندرويد في تحسين جودة الخدمات السياحية الإلكترونية.

**1.2. منهج الدراسة:**

للإجابة على الإشكالية السابقة، استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي بالتعرض إلى أهم الأدبيات النظرية التي تهتم بتطبيقات الأندرويد ودورها في تحسين جودة الخدمات السياحية الإلكترونية، وهذا بتوضيح بعض المفاهيم التقنية الخاصة ببيئة الأندرويد، وأيضاً سنتعرض لأهم الأبعاد التي يمكن للمنظمات السياحية استخدامها لقياس جودة خدماتها السياحية الإلكترونية.

**1.3. الدراسات السابقة:**

- دراسة (Wörndl & Herzog, 2020)، بعنوان: **تطبيقات الجوال للسياحة الإلكترونية**. هدفت الدراسة إلى التعريف بالمفاهيم الأساسية والتقنيات المهمة لتطبيقات الهواتف المحمولة للسياحة الإلكترونية والتي حددها الباحثان أنها على ثلاثة أنواع وهي: صفحات الويب على الجوال، تطبيقات الجوال على النظامين (Android, iOS) والتطبيقات المتعددة المنصات أو الهجينة (يتم تصميمها حسب كل نظام تشغيل في آن واحد)، وتضمنت الدراسة تصنيفاً للخدمات السياحية التي تقدم عبر تطبيقات الهواتف المحمولة من بداية التخطيط للرحلة إلى غاية العودة منها، ومن بينها تطبيقات البحث عن الوجهات السياحية وتطبيقات البحث عن الفنادق والتظاهرات وحجزها. وخلصت الدراسة إلى أن هناك علاقة طردية بين استخدام تطبيقات الجوال وتحسين آليات السياحة الإلكترونية.

كذلك، يمكن اعتماد تقنيات الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي في هذه التطبيقات لدعم التفاعل مع الأجهزة المحمولة. لكن خلص الباحثان أيضاً، أنه يبقى هناك مشكل الخصوصية وحماية معلومات المستخدمين المتاحة في بيئة الكترونية، فعلى أصحاب التطبيقات العمل على التخفيف من مخاوف المستخدمين والاهتمام أكثر بطرق الحماية.

- دراسة (Palos-Sanchez, Saura, & Correia, 2020)، بعنوان: هل تؤثر جودة تطبيقات السياحة وخبرة المستخدم على السائح؟ وهدفت الدراسة إلى معرفة مدى تقبل التطبيقات الالكترونية المتاحة كآلية للتسويق للوجهة السياحية وتحسين جودة الخدمات السياحية، مع الأخذ بعين الاعتبار تأثير خبرة المستخدم في ذلك. أجريت الدراسة على عينة تضم 552 مستخدم من اسبانيا والبرتغال. وخلصت الدراسة إلى أن هناك تأثير كبير لجودة تطبيقات الهواتف المحمولة الخاصة بالسياحة والتي قام المستخدمون بتحميلها على هواتفهم، على الوجهات السياحية المفضلة لديهم، وتبين أن توقع المستخدمين لأداء تطبيقات السياحة يؤثر على نيتهم وسلوكهم في استخدامها.

- دراسة (بن علي و سالمي، 2019)، بعنوان: التطبيقات الالكترونية السياحية في الجزائر: دراسة لغوية سيميائية. هدفت الدراسة إلى كيفية تأثير النظامين التواصلين اللغوي والسيميائي والجانبيين السمعي البصري واستغلالهما في المجال السياحي من خلال مختلف التطبيقات الالكترونية المستخدمة بالجزائر والتي قام الباحثان بعرض تفاصيل عنها. وخلصت الدراسة إلى أن سوء توظيف النظامين وخاصة إغفال الأهمية البالغة للوسائل التكنولوجية في قطاع السياحة يجعل من تطور الخدمات السياحية الالكترونية صعباً، إذا لم يكن هناك تدارك فيما يخص دعم اللغات والعرض السمعي البصري وهما من بين أهم عوامل الجذب السياحي وتحسين جودة الخدمات السياحية الالكترونية.

- دراسة (فايد، 2019)، بعنوان: محددات تطبيق السياحة الذكية كأحد تطبيقات التجارة الالكترونية في شكل (B2B) لجذب السياح للمملكة العربية السعودية. وهدفت الدراسة إلى التعرف على واقع تسويق السياحة الذكية بمحدداتها الأربعة (الحوسبة السحابية، إنترنت الأشياء، الذكاء الصناعي، وتفعيل الاتصالات المتنقلة) بالمملكة العربية السعودية ومعرفة تأثير كل منها على جذب السياح. وخلصت الدراسة إلى أن واقع المواقع السياحية السعودية عبر الأنترنت لا يطبق بأي شكل من الأشكال السياحية الذكية، حتى لم يستطع جذب السائح، كما اتضح للباحث أن السياحة الذكية هي أكثر من مجرد سياحة الكترونية ويجب تطبيقها حتى تستطيع المواقع الالكترونية السياحية بالسعودية بجذب السياح إليها وتحسين جودة خدماتها.

- دراسة (Haredy & Ibrahim, 2019)، بعنوان: تجربة عرض المعالم الثقافية والخدمات السياحية باستخدام تقنية خرائط جوجل في محافظة مطروح، مصر. وهدفت الدراسة إلى تجربة تطبيق الخرائط الرقمية من خلال خرائط google وتقنيات قواعد البيانات الجغرافية لإنشاء وتصميم أول خريطة سياحية رقمية تفاعلية لإحدى الوجهات السياحية المهمة بمصر وهي محافظة مطروح بمصر. ويتم عرض الخارطة بعدها على تطبيقات الأندرويد الخاصة بـ google لاستغلالها من السياح في تحديد الوجهات ومعرفة كل المعالم السياحية بالمنطقة عبر هواتفهم النقالة وأجهزتهم الثابتة. وخلصت الدراسة إلى أن الخريطة السياحية التفاعلية لمطروح هي تجربة أوضحت كيفية استخدام بعض الأدوات التكنولوجية البسيطة مثل قاعدة البيانات الجغرافية (GIS) والخرائط عبر الإنترنت لمساعدة السائح في توجيهه واستكشاف الوجهات السياحية. كما أكد الباحثان فكرة البحث على أهمية الخرائط الديناميكية التفاعلية في التخطيط السياحي وإدارته. كما أشارت هذه الدراسة إلى أنه يمكن الترويج للسياحة في مطروح بمصر، بمساعدة بعض التطبيقات منخفضة التكلفة القائمة على رسم الخرائط على الإنترنت.

- دراسة (Ribeiro, Silva, Barbosa, Silva, & Metrôlho, 2018)، بعنوان: تطبيقات الهاتف المحمول للسياحة الميسرة. استهدفت الدراسة عينة من السائحين من ذوي الاحتياجات الخاصة مستخدمي تطبيقات الهاتف المحمول في جولاتهم السياحية، والتي قام الباحثون بتصنيفهم إلى أربع فئات: الذين لديهم مشاكل في: الحركة، السمع، البصر أو من يعانون الحساسية. وهدفت إلى تقديم نظرة عامة على تطبيقات الهاتف المحمول الأكثر استعمالاً لدى عينة الدراسة، ومعرفة كيفية استخدامها لدعم هذه الفئة في الحصول على خدمات سياحية كباقي الفئات من المجتمع دون تمييز. وقد عرضت الدراسة بعض التطبيقات الهامة والتي تشغل على النظامين (Android,iOS) والتي لاقت رواجاً كبيراً لدى عينة الدراسة مثل: AXS map,ParticipAct, Simon بالنسبة للفئة الأولى، Poi explorer, Neraby، Let Me Hear Again ,Keen Guides بالنسبة للفئة الثانية، explorer, Situ audio services بالنسبة للفئة الثالثة، وأخيراً، Allergy eats بالنسبة للفئة الأخيرة. وخلصت الدراسة إلى أن التطبيقات السابقة كلها مصممة للأنظمة (Android, iOS) وقد أثبتت الدراسة فعالية هذه التطبيقات في مساعدة السياح من ذوي الاحتياجات الخاصة خاصة من ناحية وجود آليات تفاعل كتقنيات تحويل النص إلى صوت أو العكس وان واجهة التصميم المميزة لهذه التطبيقات كانت مناسبة جداً لتفاعلهم مع تطبيقاتهم.

- دراسة (كشك، 2014)، بعنوان: تطبيقات الاندرويد للدعاية والترويج لبعض المطاعم بمحافظة الإسكندرية. وهدفت الدراسة إلى التعرف على مدى استفادة المستخدمين لتطبيقات الاندرويد في طلب الخدمات التي يحتاجونها من قوائم الطعام والأسعار والمفاضلة بينها، وتمت الدراسة عن عينة من التطبيقات بمصر (توصيل، منيو، إنجزلي، Yelp App، أطلب) وتم تقييمها وفقاً لتقييمات الزبائن وإصدارات الاندرويد المستخدمة وجنس المستخدم وحسب مزود خدمة الهاتف والأعمار. وخلصت الدراسة إلى تفضيل الشباب وخاصة الفئة العاملة والطلبة الجامعيين لهذه التطبيقات، ولكن أظهرت الدراسة أن مستخدميها يحتاجون للمزيد من التوضيحات قبل تنزيلها وتحتاج أيضاً مصداقية في عرض البيانات والمعلومات عن الخدمات المقدمة حتى لا يفاجأ الزبون بالأسعار عند الدفع، وهو ما قد يؤثر على مصداقية مثل هذه التطبيقات في المجال السياحي والفندقي للبلد حسب الباحثة.

## 2. تطبيقات الاندرويد في مجال الخدمات السياحية

### 1.2 ماهية الاندرويد:

الاندرويد (Android)، كلمة أصلها أغريقي وتعني الروبوت الرجل\* (Manlike) (Perkowitz, 2004, p. 4)، وفي الحقيقة يستعمل في شقين أثنين: فهو يعتبر نظام تشغيل كما يعتبر بيئة برمجية مركبة من مجموعة لغات برمجية.

- الأندرويد كنظام تشغيل: هو نظام تشغيل مفتوح المصدر يستخدم نواة<sup>1</sup> Linux، وهو مصمم خصيصاً للهواتف الذكية والأجهزة اللوحية والرقمية الشخصية والمحمولة. يتم تنزيله وإتاحة تثبيته مجاناً وهو قابل للتعديل بحيث يستطيع مطوري هذا النظام التعديل عليه وإضافة المميزات.
- الأندرويد كلغة برمجية: ويقصد بها اللغة التي يتم بها تصميم تطبيقات الأندرويد، لكن لا نستطيع أن نقول أن الأندرويد لغة برمجية وهذا لأنها بيئة مركبة من مجموعة من اللغات البرمجية كلغة الجافا (Java)، XML، C/C++ و أخرى، كما تدعم العديد من اللغات الأخرى. وعملت شركة فوجل (Google) على تطوير بيئة برمجية مفتوحة المصدر ومجانية لتصميم

\* Gynoid و تعني المرأة الروبوت.

<sup>1</sup> لينكس(Linux) نظام تشغيل حر، يمتاز بدرجة عالية من الحرية في التعديل والتشغيل والتوزيع والتطوير في مختلف أجزائه.

التطبيقات وهي: **Android Studio**، وعند كل تحيين لهذه البيئة يتم تسميتها باسم خاص فكل تحيين يحمل نسخة (Version) لتواكب كل جديد في الأجهزة السابقة الذكر.

وفي الآتي النسخ الزمنية حسب الترتيب الزمني لصدورها:

جدول رقم (01): نسخ الأندرويد الصادرة ابتداء من النسخة رقم 4.0

اسم النسخة	رقم الاصدار	واجهة برمجة التطبيقات(API)
Ice Cream Sandwich	4.0.4/4.0	15/14
Jelly Bean	4.3.1/4.1	18/16
KitKat	4.4.4/4.4	22/21
Lollipop	5.5.1/5.0	20/19
Marshmallow	6.0.1/6.0	23
Nougat	7.1/7.0	25/24
Oreo	8.1/8.0	27/26
Pei	9.0	28
Android 10	10.0	29
Android 11	11	30
Android 12	12	31

المصدر: (wikipedia, 2021).

#### • الأندرويد كتطبيق:

وهو تطبيق أو برنامج (Software) يأتي ضمن مشروع متكامل يحمل عدة مجلدات وملفات مرتبة حسب طبيعة استعمالها، مصاغة بلغة الجافا وال XML وغيرها من اللغات البرمجية الأخرى، كما يدعم الأندرويد ستوديو والذي يعد برنامج تصميم هذه التطبيقات من شركة جوجل باقي الملفات كسهولة اتصاله بمختلف قواعد البيانات والتي تحمل معلومات التطبيق حسب هدف التطبيق وما يريده الزبون من ذلك التطبيق (Yener & Dundar, 2016, p. 46).

#### 2.2 السياحة وتطبيقات الأندرويد:

كانت لتطبيقات الأندرويد الأثر الكبير في دخولها للاستعمال الواسع في مجال الأعمال التسويقية، خاصة منها القطاع الخدماتي السياحي، فانتشار مختلف الأجهزة التكنولوجية والانتشار الواسع لخدمات الإنترنت لدى الجمهور، أدى بالمنظمات الى اعتمادها بشكل كبير خاصة في عمليات الحجز والتسويق لخدماتها فعملت على تصميم مختلف التطبيقات، الى جانب استعمال تطبيقات التواصل الاجتماعي. لهذا تصنف تطبيقات الأندرويد في المجال السياحي حسب وظيفة كل منها وأيضا مستويات التفاعل للمستخدمين وهي كالتالي (Yılmaz & Olgaç, 2016, pp. 24-29):

• **تطبيقات الوجهة:** وهي من التطبيقات المحمولة التي تساهم في تسهيل عطلة السائح. حيث تكون هذه التطبيقات بمثابة دليل سفر إلكتروني متنقل فحي تحمل معلومات حول الوجهات وتفاصيل حول كيفية الوصول إلى أي وجهة سياحية من مكان إقامته وأثناء رحلته.

ومن بين أهم التطبيقات في هذا المجال نجد تطبيق **TripAdvisor** الذي تم تطويره بحيث يقدم دليل شامل لعديد من المدن السياحية العالمية، كما يقوم بالمساعدة في التخطيط لزيارة مختلف الوجهات السياحية فهو يقدم معلومات حول المطاعم والفنادق وأماكن الترفيه والفعاليات والتظاهرات الثقافية... الخ. ويوجد العديد من التطبيقات الأخرى مثل تطبيق

TripAdvisor نذكر منها: Solo Destination ، TripIt ، World Travel Guide و Tourist Eye والتي تعتبر أمثلة جيدة على تطبيقات أندرويد في المجال السياحي.

● **تطبيقات خاصة بالفنادق:** وهي من بين تفضيلات السياح الذين يخططون لقضاء إجازة في مكان ما، فيقومون بتنزيل هذه التطبيقات على هواتفهم المحمولة الخاصة بالفنادق للحصول على معلومات مفصلة عليها. وهي بذلك تزيد من فرصة التواصل مع العملاء المحتملين. بالإضافة إلى ذلك، تساهم في تشجيع العملاء في الترويج للفندق من خلال مشاركة التعليقات حول تجاربهم وإعطاء الأفكار لأولئك الذين يبحثون عن فندق جيد. ويحصل الزبائن من خلال هذه التطبيقات على معلومات مفصلة حول الفنادق، وحجز إقامتهم، وحتى استخدام هواتفهم المحمولة كمفاتيح غرفة رقمية، ومن بين أشهر التطبيقات في هذا المجال: نوجد تطبيق "Booking.com" فهو يتيح لمستخدمه عملية فرز الفنادق حسب السعر والمرافق بها وتعليقات النزلاء وخدمة الواي-فاي ووجبة الإفطار وخدمة الزبائن... الخ. على غرار Hotels.com ، من الممكن البحث عن أكثر من 640,000 فندق بأكثر من 40 لغة على مدار الساعة. 'Trivago' هو مثال آخر يوفر فرصة بحث واسعة من خلال أكثر من 200 موقع حجز لأكثر من 700000 فندق. يقدم HotelGuide عملية بحث بين التطبيقات المجانية للمستخدمين. وهناك تطبيقات أخرى مثل HRS و Expedia.

● **تطبيقات خاصة بالمطاعم:** تركز المنظمات السياحية على تطبيقات الهاتف المحمول لزيادة الجودة، وتوفير خدمات عالية الجودة لزيائنها وتعزيز مطاعمها بشكل فعال على غرار التطبيقات الخاصة بالفنادق. فهناك أمثلة لتطبيقات خاصة بالمطاعم والتي تقدم معلومات فردية عن كل مطعم، إضافة إلى أنها تقدم خيارات البحث عن بدائل لمطاعم مختلفة أخرى، ومن بين الخيارات لدى الزبائن، يوفر تطبيق "Burger King" معلومات عن أقرب مطعم، بالإضافة إلى تفاصيل الاتصال وخرائط مطاعم Burger King في المنطقة. يساعد زر "الاتصال والطلب" عملياً المستخدمين على إعطاء طلباتهم.

"TheFork" وهو تطبيق يتيح للمستخدمين إمكانية الحجز لأكثر من 19000 مطعم في تسع دول. فهو يقدم بذلك أكثر من ثلاثة ملايين من مراجعات الزبائن لمقارنة المطاعم المختارة من حيث السعر الرفاهية وجودة التقديم... الخ. بالإضافة إلى ذلك، يتمتع المستخدمون بفرصة الحصول على خصومات في الأسعار بنسبة 50٪ في زيارتهم التالية للمطعم نفسه إذا قاموا بالحجز خلال التطبيق. ويوفر "TheFork" أيضاً خيار فوترة إلكتروني، ويمكن للمستخدمين تسجيل حجوزاتهم.

ويوجد تطبيق آخر وهو 'Restaurant Nutrition' والذي يساعد المستخدمين على معرفة القيمة الغذائية للأطعمة المقدمة في المطاعم. يمكن للمستخدم الاحتفاظ بقوائم الطعام التي حجزها سابقاً كما يمكنه أيضاً التعرف على المطاعم التي تقدم أكلاً خاصاً بالفئات التي تعاني من الأمراض مثل تقديم الأطعمة الخالية من الجلوتين.

وتعتبر التطبيقات LocalEats ، Open Table ، Urbanspoon ، Zagat ، Yelp و Savored من أفضل الأمثلة على هذا الصنف من التطبيقات.

● **تطبيقات النقل:** يعد ك من وسيلة النقل، السعر والوقت من الضروريات الهامة جداً للمسافرين. لذلك، توفر بعض تطبيقات الهاتف المحمول التي تم تطويرها لهذه الأغراض، وتمنح فرصة لشراء تذاكر وتقديم معلومات حول وقت المغادرة والوصول، والتأخير أو الإلغاء في أي رحلة.

وفي الوقت نفسه، هناك تطبيقات أخرى تسهل السفر الفردي عن طريق إعطاء توجيهات للسياح. فمن خلال تطبيق شركات الطيران "Pegasus" مثلا، يمكن للزبائن إدارة العديد من الخدمات المتعلقة بالطيران من خلال أجهزتهم المحمولة بسهولة شديدة. وهو تطبيق مجاني، يمكن الزبائن من التخطيط لرحلاتهم المحلية والدولية وشراء التذاكر وغيرها من الخدمات. ويمنح هذا التطبيق أيضا خدمة تسجيل الوصول وتلقي الرموز التأكيديّة عبر الأيميل أو الهاتف المحمول لأي عملية وهذا ضمانا لأمن معلومات الزبائن. أيضا تقدم هذه التطبيقات خدمة الشريط التعريفي بحيث يمكنه من الصعود على متن الطائرة بواسطة رمز الشريط (Barcode). ويمكن هذا التطبيق أيضا الراكب في حجز أي مقعد يريده، ويوفر هذا التطبيق للزبون أيضا متابعة أوقات المغادرة والوصول، ويتم ضمان الدفع من خلال نظام دفع آمن ثلاثي الأبعاد أي بين الزبون والشركة السياحية وشركة أمن وحماية المعلومات التي تؤمن تبادل المعلومات بينهما.

وتصنف تطبيقات أخرى في نفس الخدمات، وهي تطبيقات رائدة: Turkish Airline للحجز، SkyScanner وهو محرك بحث لرحلات الطيران، GateGuru وهو تطبيق آخر يقوم الراكب من خلاله بنشر ملاحظاتهم حول المحطات والرحلات الجوية والصور التي التقطوها، وتطبيقات أخرى عديدة: KAYAK، Britich Airways، United Airlines، Qatar Airlines، FlightAware، Flight Tracker... الخ.

● **تطبيقات خاصة بالأحداث والتظاهرات الثقافية:** من خلال استخدام تطبيقات الهاتف المحمول، أصبح من الممكن توصيل إعلانات الأحداث والتظاهرات السياحية المختلفة إلى عدد كبير من الجماهير على الفور. بالإضافة إلى الاستخدام العملي للزبائن لها، وتعتبر هذه التطبيقات وسيلة فعالة من حيث التكلفة للشركات لتقديم الأحداث والفعاليات الثقافية الخاصة بها نذكر منها: 'All Events in City' وهو تطبيق أندرويد يقدم أكثر من 22 مليون نشاط في أكثر من 23000 مدينة في جميع أنحاء العالم. كما يوفر عملية الفلتر حسب التاريخ والفئة ويوفر معلومات حول المعارض والحفلات الموسيقية والمسارح... الخ.

كما يوجد تطبيق آخر ممتثل وهو 'Eventbrite'، الذي يدعم سبع لغات مختلفة، بحيث يمكن المستخدمين من شراء التذاكر بسهولة وبسرعة عن طريقه. كما يوفر الجدول الزمني للأحداث ونظام الشريط التعريفي (Barcode). يعمل تطبيق 'SeatGeek' من نفس الفئة كمحرك بحث للاستعلام عن جميع المواقع ذات الصلة لحدث معين. كما يقدم 'StubHub' خرائط تفاعلية وخيارات شراء ومعلومات حول أقرب المطاعم ومواقف السيارات إلى موقع الحدث. إن معظم هذه التطبيقات تساعد المستخدمين على إعداد خطط السفر الخاصة بهم، فهي توفر الجهد والوقت والسعر كما يستفيد مستخدميها تخفيضات هامة.

● **تطبيقات مدمجة للمتاحف:** المتاحف هي مناطق الجذب السياحي الشهيرة للسياح. وهناك أمثلة على تطبيقات أندرويد للسياح الذين يرغبون في الحصول على معلومات حول المعالم التاريخية لبلد ما. بحيث تقدم هذه التطبيقات معلومات عن المتحف، بالإضافة إلى القطع التاريخية أو الفنية المعروضة. فيقدم تطبيق الأندرويد 'British Museum' معلومات مفصلة عن الأعمال الفنية، وخيار البحث باستخدام الكلمات المفتاحية أو مواقع معينة في المتحف. ويمكن أيضا الزوار رؤية برنامج الجولة في هذه المتاحف ويمنحهم حرية اختيار نوع معين من الجولات وهذا عن طريق بث مقاطع صوتية وصور لهذه المتاحف والأماكن.

'Argela' هو تطبيق فريد من نوعه تم تطويره لمتحف الحضارات الأناضولية. الميزة الأكثر تميزاً لهذا التطبيق هي تقنية الواقع المعزز (AR) التي تتيح للزائرين التقاط صورة وتحديد شكلها تلقائياً من خلال أجهزةهم المحمولة وتقديم المعلومات على الفور. إنها فريدة من نوعها لأنها لا تستخدم رموز QR أو أشكال أخرى من الرموز، ولكنها تحدد صورة القطعة عبر الكاميرا المدججة للجهاز المحمول. يوفر التطبيق فرصة لرسم الخرائط والإدراج، بالإضافة إلى معرض للصور والفيديو.

● **تطبيقات التواصل الاجتماعي:** جميع تطبيقات الهاتف المحمول المستخدمة تقريباً تعمل مع تطبيقات الوسائط الاجتماعية. من ومن المهم جداً للمستخدمين مشاركة النتائج التي حصلوا عليها من هذه التطبيقات، بحيث يمكن للأفراد مشاركة أي تجربة لديهم في أي فندق ومشاركتها على Facebook أو يمكنهم الحصول على المعلومات اللازمة حول مطعم ما مثلاً، أيضاً يمكنهم مشاركة الصور من الأماكن والمتاحف والفنادق حيث ذهبوا على Instagram. ويمكنهم مشاركة تعليقاتهم حول المطار الذي استخدموه على Twitter، وتمكنهم أيضاً من مشاركتهم الجمهور تجاربهم في زيارتهم لمناطق سياحية وإبداء آرائهم من حيث نوعية الخدمات وجودتها في المطاعم والمرافق الأخرى.

### 3. جودة الخدمات السياحية الإلكترونية:

#### 1.3 الخدمات السياحية الإلكترونية:

في الأدبيات التسويقية، تعرف الخدمة السياحية على أنها "مجموعة من التسهيلات والخدمات السياحية التي تستخدمها شريحة محددة من السائحين في منطقة إجازة معينة" (عبيد، 2010، صفحة 69). وحديثاً أصبح يشار إلى المنتج السياحي على أنه يمكن أن يكون عبارة عن أفكار، سلع أو خدمات منذ أن أصبحت السياحة صناعة قائمة بحد ذاتها (Raju, 2009, p. 4)، وهي خدمات في مجملها تتميز باللاملموسية بحيث تشكل تحدياً أمام المنظمة السياحية في كيفية تقديم خدماتها وتحسين جودتها خاصة.

لقد أدى التطور الهائل في انتشار الانترنت إلى تغير العديد من المفاهيم التسويقية وأدى هذا التطور إلى بروز نوع جديد من الأعمال التجارية والتسويق، فلم يعد استخدام الانترنت محصوراً فقط بالتعريف بالمنتجات والخدمات بل تعداه إلى الحصول عليها عبر آليات الدفع الإلكتروني التي تسهل عمليات التبادل بين المنتج والزبون.

وفي قطاع الخدمات السياحية، كان لابد من مواكبة التطورات والتسريع من عمليات الاستفادة منها، فهو في البداية كان يقتصر على استخدام الانترنت في التعريف بالخدمات السياحية والتسويق لها، إلا أنها اليوم تتعداه إلى خدمات أخرى مقدمة للزبون تتمثل في مرافقته خلال رحلته من بداية الحجز الإلكتروني إلى غاية عودته منها. وهي الخدمات المتوفرة عبر موقع المنظمة الإلكتروني والتطبيقات المخصصة لذلك بحيث تساعد الزبون في معرفة مكان تواجده والأمكنة السياحية المتواجدة بالقرب منه وغيرها من الخدمات التي تسهل عليه تنقلاته وجولته السياحية.

ومما سبق، يمكن تعريف الخدمات السياحية الإلكترونية اصطلاحاً على أنها: " كل الخدمات التي تقدمها المنظمة السياحية للزبون عبر مختلف الوسائل الإلكترونية من أنترنت وأجهزة في مرافقة السائح أثناء رحلته، من بداية الحجز إلى غاية عودته إلى موطنه".

### 2.3 أشكال الخدمات السياحية الإلكترونية:

أدى التسارع الكبير خاصة في تطور الانترنت و وصولها إلى الجيل الثاني 'Web 2.0' والتحول من المواقع و صفحات الويب الثابتة إلى صفحات الويب الديناميكية إلى انتشار مواقع التواصل الاجتماعي وظهور أشكال جديدة في تقديم الخدمات السياحية الإلكترونية، نذكر منها:



- **موقع الويب:** و هو أن تقوم المنظمة السياحية بتصميم موقع الكتروني رسمي تعرض فيه كل ما يخص أنشطتها من خدمات مقدمة للزبائن وعرض للوجهات السياحية المبرمجة ووسائل النقل المستعملة وتغطية الأحداث (Krebs & Wall, 2006., p. 110)، كما توفر في الموقع فضاء للاتصال مع الزبائن و إيداع الشكاوي والاستفسارات. إضافة إلى أن هنا منظمات تفعل في مواقعها الإلكترونية نظم الدفع و الحجز الإلكترونيين و إدارة العملاء و تسيير قواعد البيانات... الخ.
  - **تطبيقات الأندرويد:** وهي تطبيقات تصمم في بيئة الكترونية خاصة وتشغل في الأجهزة الذكية واللوحية، وتعتبر من أهم التطبيقات في استعمالها لسهولة تحميلها ومجانيتها أيضا. إلا أنها تتطلب من المنظمة التحكم التام وتوظيف أشخاص لهم القدرة على التصميم الجيد وتعيينه وتفعيل أسس قواعد البيانات في حفظ بيانات عملائها وحمايتها.
- وأصبحت تطبيقات الأندرويد تنافس العديد من الأنظمة التشغيلية الأخرى على غرار الوندوز والآبل ( Appel, Windows) (Baggio, 2014, p. 52). وهي تطبيقات في تصميمها تأخذ عدة اشكال: فقد تكون تطبيقات التواصل الاجتماعي، تطبيقات خاصة بالمنظمة فقط، تطبيقات مشتركة (مختلطة):
- **تطبيقات خاصة بالمنظمة:** والتي تعرض عبرها المنظمة السياحية خدماتها وكيفية الحصول عليها وطرق الدفع بها.
  - **تطبيقات مختلطة:** وهي تطبيقات تقدم مختلف الخدمات لمنظمات سياحية، بحيث يقوم عبرها الزبون بفلتره التفضيلات بين مجموعة من العروض للخدمات المقدمة من هذه المنظمات واختيار الأفضل منها والمناسبة لاحتياجاته.

### 3.4 أنواع الخدمات السياحية الإلكترونية :

- يمكن أن نصنف فيما يلي الخدمات السياحية الإلكترونية حسب مراحل الاستفادة منها، وهي كالتالي:
- **مرحلة التفكير في القيام برحلة سياحية:** و هي مرحلة الاستعلام و جمع المعلومات من خلال الاشكال السابقة الذكر، بحيث يقوم الزبون باستعمال المواقع و التطبيقات على غرار الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي، المواقع الإلكترونية الحكومية الرسمية و الخدمات التي تقدمها قنوات اليوتوب و غيرها من المواقع الأخرى وكذلك خدمات الحجز و الدفع الإلكترونيين او ما يصطلح عليه بالتذاكر الإلكترونية (بيج، 2008، صفحة 406).
  - **مرحلة اثناء الرحلة السياحية:** و هي خدمات غالبا ما يحتاجها السائح في رحلته و تسهل عليه جولاته و نذكر منها: خدمات نظم المعلومات الجغرافية التي تساعد على تحديد المواقع و الطرق و المناطق السياحية (الحوامدة و الحميري، 2006، صفحة 73)، وخدمات الخرائط الإلكترونية التي يقدمها موقع جوجل (google map) و (google search) والذي يوفر ميزة إمكانية تحميل ملفات بصيغة (KML) (Google, 2018) و دمجها و هي عبارة عن قواعد بيانات تسمح للسائح بتخزينها في حالة انقطاع الانترنت، فيمكن له حفظها في هاتفه النقال أو جهازه المحمول و استعمالها في أي وقت.
  - **مرحلة ما بعد الرحلة السياحية:** وهي الخدمات الموجودة بالتطبيقات بحيث يمكن من خلالها الزبون تقديم رأيه فيما يخص جودة الخدمات التي قدمتها المنظمة السياحية له وهذا عبر الأيقونات المخصصة لذلك في التطبيق، كما يمكن لتفعيل قواعد البيانات أن يكون وسيلة فعالة في معرفة سلوك الزبون الشرائي وإعادة الشراء وغيرها من المؤشرات التي توفرها هذه التطبيقات.

### 4.3 مفهوم جودة الخدمات السياحية الالكترونية:

يعرف المعهد الأمريكي لمعايير الجودة على أنها 'جملة السمات والخصائص للمنتج أو الخدمة، التي تجعله قادرا على الوفاء باحتياجات معينة' (راضي و العربي، 2016، صفحة 19).

وتعد تعريفات جودة الخدمات السياحية صعبة نوعا ما، خاصة وأنها تتعلق بالخدمات التي تتميز باللاملموسية وأنها خدمات غير قابلة للاسترجاع وغير ذلك، فوجد (Feingenbaum,1991) قد قدم مجموعة من المعايير في تحديد جودة الخدمات السياحية وكانت التالية (Williams & Buswell, 2013, p. 42):

- الجودة هي مجموعة إجراءات وعمليات من ضمن مهام المنظمة.
- الجودة هي حين يقول الزبون هذه هي.
- الجودة والتكاليف هما مجموع وليس فرق.
- الجودة تتطلب كلا من الحماسة الفردية والعمل الجماعي.
- الجودة هي وسيلة إدارية في المنظمة.
- الجودة والابتكار يعتمد كل منهما على الآخر.
- الجودة أخلاقيات.
- الجودة تتطلب التحسين المستمر.
- الجودة هي الأكثر فعالية من حيث التكلفة.
- الجودة هي تصميم نظام اتصال متكامل بين الزبون والعروض المقدمة.

وفي المجال الالكتروني، يختلف مفهوم جودة الخدمات السياحية الالكترونية تماما، فالخدمات هنا تكون أكثر درجة من التعقيد، ويمكن أن نعرفها على ضوء المعايير التي قدمها Feingenbaum أنها "مجموعة من الخصائص التقنية والعمليات المطابقة لتوقعات الزبون خلال فترة استفادته من الخدمات المقدمة عبر المواقع والتطبيقات الالكترونية وشعوره بالارتياح خلال استخدامها، على أن تحترم من خلالها هذه المنظمات مواصفات التصميم الجيد وحماية معلومات زبائنها".

فكلما كانت المعلومات أكثر توفرا ووجب على المنظمة تقديمها في شكل حديث حسب التغيرات وطلبات الزبون وهو ما يجعل المنظمة أمام تحدي إرضاء رغباته.

### 5.3 أبعاد ومعايير جودة الخدمات السياحية الالكترونية:

أجمع الباحثون على أن الجودة هي القدرة على الوفاء بالمتطلبات واشباع رغبات الزبائن من السلع والخدمات، لكن مع فرق فيما يخص الخدمة والذي يرتبط على الخصوص بادراك العملاء للأداء الفعلي للخدمة المقدمة، فالجودة هنا هي مفتاح خلق القيمة ورضا الزبائن معا (Kotler & Keller, 2012, p. 132).

وبالنظر للأدبيات في مجال ضبط مفهوم جودة الخدمة، فلا يوجد اختلاف كبير بينها. فنجد (Parasuraman,Zeithamal,Berry) وهم من الأوائل من الباحثين الذين قدموا مفهوم جودة الخدمة على أنها "الفرق بين توقعات العميل من حيث أداء الخدمة وتقييمه للأداء المقدم من طرف مقدم الخدمة" (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985)، أي بمعنى آخر أنها الفرق بين الجودة المتوقعة والجودة التي يتصورها الزبون.

وحسب كل من باتريك وزملائه، أن جودة الخدمة تتميز بأربعة خصائص هامة وهي (Gabriel, Divard, Le Gall-Ely, & Prim-Allaz, 2014, p. 76):

- الجودة مدركة (Cognitive): أي أنها قابلة للتقييم.
  - الجودة الذاتية (Subjective): أي أنها ترتبط بتصور الزبون وحده (زبون معين).
  - الجودة النسبية (Relative): يتم تقييمها حسب معارف سابقة سواء كانت توقعات زبائن آخرين أو تصور الزبون لأداء المنافسين الآخرين لهذه الخدمة.
  - الجودة القابلة للتطور (Evolutive): أي أنها قابلة للتغيير، فمثلا بعض الخدمات كانت لوقت قريب عنصراً مميّزاً (خدمة wi-fi في الفندق)، إلا أنها الآن أصبحت من الخدمات المتوقعة.
- أدى انتشار التكنولوجيا والانترنت في قطاع الخدمات السياحية الى التسهيل في تقديمها والتحسين في جودتها خاصة وأنها أصبحت اليوم في متناول الافراد باختلاف توجهاتهم وقدراتهم وتحكمهم بها، هذا ما جعل المنظمة أمام تحدي أكبر وهو التحكم بحرفية بهذه التكنولوجيا ووضعها في قالب يحقق لها رضا زبائنها.
- وعليه فقد تغيرت أبعاد جودة الخدمات من طابعها الكلاسيكي بالأبعاد الخمسة (الاعتمادية، الأمان(الثقة)، الاستجابة، الملموسية، التعاطف)، إلى اعتماد أبعاد جديدة لها علاقة مباشرة بالجودة التقنية للخدمة المقدمة عبر موقع الويب للمنظمة ومن خلالها التطبيق الإلكتروني لها وهذا نظرا لطبيعة الخدمات الإلكترونية، وهي:
- توفر المعلومات عن الخدمات والمنتجات السياحية: ويقصد بها توفير المنظمة لمعلومات حول الخدمات السياحية التي تقدمها وطرق الاستفادة منها وكل ما يخص آليات الدفع وأوقات العمل، عبر مختلف الوسائل التكنولوجية الحديثة من أجهزة وبرمجيات وتطبيقات ومواقع إلكترونية.
  - حداثة المعلومات المقدمة بالموقع/التطبيق الإلكتروني: وهو مدى التزام المنظمة بتقديم معلومات حديثة عن خدماتها وعروضها الجديدة كلما توفرت.
  - عرض المعلومات ومواصفات الموقع/التطبيق(الجاذبية): ويقصد به طريقة تصميم الوسيلة المستعملة في تقديم هذه الخدمات، من خلال الألوان المستخدمة واحترام الخصوصيات والتفاصيل التي من شأنها تسهيل الاستعمال، ومدة احترافية المنظمة في اعتماد أحدث الطرق في التصميم، ومراعاة الجوانب الشخصية لكل زبون، ومضمون المواقع الإلكترونية والتطبيقات ومواقع التواصل الاجتماعي من حيث توفير الخيارات:
- نظام التقييم: يتيح للمستخدم تقييم التطبيق والخدمات أيضا.
  - إمكانية التخصيص: تغيير خصائص التطبيق أو الموقع من ألوان وخطوط الكتابة وخيارات الضبط من الاعدادات.
  - البساطة: بساطة التصميم تجعل من التطبيق سهل الاستخدام.
  - التسجيل بالحسابات الاجتماعية والبريد الإلكتروني: وهي ميزة تعمل على التسجيل المباشر بواسطة البريد الإلكتروني المسجل بالجهاز أو الموقع الاجتماعي به، وهذا لتفادي كتابة كلمة السر في كل مرة.
  - إمكانية التصفح بدون أنترنت: وهي خاصية جد عملية خاصة في حالة عدم توفر الانترنت بالنسبة للتطبيقات، فهي تتيح للمستخدم الاستفادة من المعلومات دون الحاجة الى الأنترنت.

- السرعة في الأداء بالنسبة للتطبيقات: ويقصد بها، ضمان تصميم تطبيق أو موقع بخصائص لا تستهلك تدفقا عاليا ويستجيب لطلب المستخدم بسرعة.

- إمكانية الوصول للمواقع/التطبيقات الالكترونية وسهولة استخدامها: ويقصد بها طريقة تقديم هذه الخدمات والنظام المعتمد سواء في التطبيقات المصممة خصيصا لذلك أو عبر المواقع الالكترونية أو مواقع التواصل الاجتماعية، بحيث تختلف هذه الوسائل فيما بينها من حيث التصميم وطريقة الحصول عليها ومدى تحكم المنظمة والزبون بها، وهنا يكون التطبيق أو الموقع لخيارات المستخدمين ومطابقتها مع الخدمات المقدمة وتفادي حشو الخيارات الغير ملائمة أو التي تستهلك تدفق أنترنت عال.
- الموثوقية والأمان: ويقصد بها الضمانات التي تقدمها المنظمة السياحية على موقعها الالكتروني وتطبيقاتها بحيث تعمل على ألا تنتهك تفاصيل بيانات زبائنها الشخصية بشكل غير قانوني، وعليها العمل على كسب ثقتهم عبر اعتماد نظام تأمين المعلومات يحمي خصوصياتهم ومعلوماتهم وأموالهم أيضا، وبالتالي تضمن المنظمة راحة زبائنها أثناء استعمالهم للموقع أو التطبيق الالكتروني لها.
- المرونة والديناميكية (التفاعلية): ويقصد بها التفاعلية الدائمة والمستمرة بين المنظمة وزبائنها وتوفيرها لطرق التواصل معهم بحيث تمكنهم بالاتصال بها بسهولة من خلال الموقع أو التطبيق، وعلى أن تكون هذه الطرق متنوعة وقابلة للتكيف مع متطلبات الزبائن عند ظهور المشاكل وحلها في وقتها.
- الاستجابة: وهي أن يستجيب الموقع أو التطبيق الالكتروني لاحتياجات الزبون أثناء اختياره للخدمات السياحية بشكل فعال يضمن مواجهة المشاكل وتقديم الحلول للزبون بشكل سريع وآمن.

4. أثر استخدام تطبيقات الأندرويد على جودة الخدمات السياحية الالكترونية: بدأ التفكير في قياس جودة الخدمات السياحية الالكترونية بعد الانتشار الكبير لمختلف الأجهزة المحمولة والذكية واللوحية بعد أن استغنى مستعملي ورواد الأنترنت على المواقع الإلكترونية التي يراجعونها عبر صفحات الويب والأجهزة والحواسيب الثابتة وهذا لعدم قدرتها مواكبتهم خاصة عند تنقلاتهم المستمرة. ولهذا يعد اللجوء الى تطبيقات الأندرويد كطريقة جديدة للتسويق للمنتجات السياحية لمواكبة تطورات الزبائن، ونستطيع القول إنها من بين أهم التحسينات والتطورات فيها. وتجدر الإشارة الى أن البعض من المبرمجين وذوو الصلة بالجمال الالكتروني، قد وضعوا مقارنات بين تطبيقات الويب والتطبيقات المحمولة، نذكر من بينها (Stevens, 2018) :

- أن التطبيقات المحمولة: أسرع من حيث تحميل البيانات والمعلومات، ولديها وظائف أكبر نظرا لأنها تتمتع بالوصول إلى موارد النظام الداخلي للهاتف الشخصي، ويمكن أن تعمل دون اتصال بالإنترنت وهب آمنة لأنها تخضع للمراقبة والتجريب التقني لها قبل وضعها في متجر التطبيقات (Play Store) بالهاتف مما يضمن الأمان والخصوصية لمستعمليها.
- وهي أيضا تطبيقات متاحة التصميم ولا تستدعي أدوات سوى بعض الخصائص التقنية بالجهاز. إلا أنه تحسب عليها بعض القيود فإنشاؤها مكلف خاصة مع ضرورة أن تكون موافقة مع منصات مختلفة على غرار (Android, iOS).
- أن تطبيقات الويب: هي تطبيقات لا تحتاج إلى التنزيل أو التثبيت فهي تعمل مباشرة في المستعرضات (Chrome, Firefox... الخ)، وهي سهلة من ناحية الصيانة وقواعد بياناتها تقوم بتحديث نفسها، كما أسرع وأسهل من ناحية التصميم من تطبيقات الأندرويد. وهي لا تحتاج أيضا إلى موافقة متجر التطبيقات، لذلك يمكن إطلاقها بسرعة. إلا أنها لا تعمل في وضع عدم الاتصال (Offline)، وأبطأ من تطبيقات الأجهزة المحمولة، وأقل تقدماً من حيث المميزات والخصائص، فهي غير

قابلة للاستكشاف مثل تطبيقات الأجهزة المحمولة لأنها غير مدرجة في قاعدة بيانات معينة، مثل متجر التطبيقات، والجودة والأمان ليست مضمونة دائمًا بها لأنها لا تحتاج إلى موافقة متجر التطبيقات.

وكنتيجة من مما سبق وبعد التعمق في مبادئ التطبيقات وأنواعها، نستنتج أنه لمواكبة التطورات ومواجهة التحديات العصرية الحديثة، يجب التركيز أكثر على عامل التنقل والتحرك الذي أصبح من المظاهر اليومية وهذا ما رأيناه من خلال دراسة كل من (Ribeiro, Silva, Barbosa, Silva, & Metrôlho, 2018) و (Pronello & Kumawat, 2021)، وهو ما جعل رواد الأنترنت والمهتمين ومستعملي التطبيقات في المجال السياحي من منظمات وأشخاص على حد سواء التفكير مليا في اعتماد التطبيقات المحمولة والتي تضمن أكبر هامش من الأمان والخصوصية لهم وهو مطلب ضروري و مهم جدا مثلما خلصت له دراسة (Wörndl & Herzog, 2020)، بالإضافة الى أن تصميماتها لها من المزايا التي تفوقت على تطبيقات الويب خاصة من ناحية أنها تتطلب الارتباط الدائم بالأنترنت وهو ما تضمنه تطبيقات المحمولة التي لا تتطلب في بعض الأحيان توفر الاتصال بالأنترنت عند استعمالها فتكتفي مثلا في تطبيقات الخرائط أن يحفظ المستخدم خارطة للوجهة السياحية التي يريدتها وهذا لتوفر هذا النوع من التطبيقات على استخدام نظم المعلومات الجغرافية (GIS) مثلما وهو ما جاء في دراسة (Haredy & Ibrahim, 2019) وأكدته أيضا (الحوامدة و الحميري، 2006).

أيضا، نخلص في هذه الدراسة على أنه لتحسين جودة الخدمات السياحية الإلكترونية على المنظمات السياحية أن تسعى لتحسين تطبيقاتها خاصة مع تطور خبرات المستخدمين وهذا ما يؤدي إلى تقبلهم لهذه التطبيقات من عدمه وهو ما أكدته دراسة كل من (Palos-Sanchez, Saura, & Correia, 2020)، و (بن علي و سالمى، 2019) (فايد، 2019).

## 5. خاتمة:

تعرضنا في هذه الورقة البحثية، الى مختلف الجوانب والمفاهيم المتعلقة بالخدمات السياحية وتطويرها من خلال مواكبة المنظمات السياحية للتطورات التكنولوجية الحديثة وانتشار استخدام الأنترنت والهواتف المحمولة الذكية واللوحية، والتي أصبحت في متناول أي شخص. وهذا ما جعله يرفع من سقف توقعاته في استفادته من مختلف الخدمات التي تقدمها المنظمات السياحية بشكل تكنولوجي حديث ومواكبة لتطلعاته، خاصة في ظل بحثه الدائم عن الأمان والخصوصية وسهولة استخدامها، وهو ما توفره تطبيقات الأندرويد التي تتميز أيضا بالتصميم الجذاب والسرعة وحادثة المعلومات المقدمة عن الخدمات والعروض السياحية. لهذا، على المنظمات السياحية التي تعمل على تطوير خدماتها أن تأخذ بعين الاعتبار ادخال واقحام هذه التكنولوجيا الحديثة ومواكبة تطلعات زبائنها والتواصل الدائم معهم، والذي يسمح لها بمعرفة رغباتهم واستفساراتهم وكيفية الحصول على رحلات مريحة وآمنة، وبالتالي يمكن للمنظمة تحسين جودة خدماتها وعروضها.

## 6. قائمة المراجع:

## أولاً: المراجع باللغة العربية

## • المؤلفات:

1. طه أحمد عبید. (2010). مشكلات التسويق السياحي (المجلد 1). الإسكندرية، مصر: المكتب الجامعي الحديث.
2. نبيل زعل الحوامدة، و موفق عدنان الحميري. (2006). الجغرافيا السياحية في القرن الحادي والعشرون (المجلد 1). عمان، الأردن: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع.
3. بهجت عطية راضي، و هشام يوسف العربي. (2016). إدارة الجودة الشاملة (TOM) (المجلد 1). القاهرة، مصر: شركة روابط للنشر وتقنية المعلومات.
4. عبير السيد فايد. (22 جانفي، 2019). محددات تطبيق السياحة الذكية كأحد تطبيقات التجارة الالكترونية في شكل (B2B) لجذب السياح للمملكة العربية السعودية. *Journal of Economics and Administrative Sciences* 25(110).
5. ستيفن بيج. (2008). إدارة السياحة (المجلد 1). (خالد العامري، المترجمون) القاهرة، مصر: دار الفاروق.

## • المقالات:

1. سميرة بن علي، و عبدالمجيد سالمي. (27 نوفمبر، 2019). التطبيقات الالكترونية السياحية في الجزائر: دراسة لغوية سيميائية. ألف، 1(1)، 242-232.

## • المدخلات:

2. منال محمد طلعت كاشك. (2014). تطبيقات الاندرويد للدعاية والترويج لبعض المطاعم بمحافظة الإسكندرية. الاتجاهات الحديثة لصناعة السياحة والضيافة في الوطن العربي. 11، الصفحات 167-194. شرم الشيخ- مصر: مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة.

## ثانياً: المراجع باللغة الأجنبية

## • المؤلفات:

1. Gabriel, P., Divard, R., Le Gall-Ely, M., & Prim-Allaz, I. (2014). Marketing des services. Paris, France: Dunod.
2. Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing Management (Vol. 14). New Jersey, United States of America: Pearson Education-Prentice Hall.

3. Perkowski, S. (2004). Digital People: From Bionic Humans to Androids. Washington, D.C.: Joseph Henry Press.
4. Raju, G. (2009). Tourism Marketing and Management (Vol. 1). Delhi, INDIA): Manglam Publications.
5. Williams, C., & Buswell, J. (2013). Service quality in leisure and tourism. Wallingford, United Kingdom: CAB International.
6. Yener, M., & Dundar, O. (2016). Expert Android Studio. Indiana, United States of America: Wrox Wiley Brand.

● المؤلفات الجماعية:

1. Baggio, R. (2014). Technological Innovation in e-Tourism: The Role of Interoperability and Standards. In M. M. Mariani, R. Baggio, D. Buhalis, & C. Longhi, Tourism Management, Marketing, and Development (Vol. 1, pp. 41-55). New York, United States of America: Palgrave and Macmillan.
2. Krebs, L., & Wall, G. (2006.). Marketing Tourism Online. In B. Prideaux, G. Moscardo, & E. Laws, Managing tourism and hospitality services: theory and international application (pp. 104-114). Oxfordshire, United Kingdom: CAB International.
3. Wörndl, W., & Herzog, D. (2020). Mobile Applications for e-Tourism. In Z. Xiang, M. Fuchs, U. Gretzel, & W. Höpken, e-Tourism (pp. 1-21). Springer, Cham.
4. Yılmaz, H., & Olgaç, S. (2016). Mobile Communication and Applications in Tourism. In E. Sezgin, e-Consumers in the Era of New Tourism (pp. 13-33). Singapore: Springer Science and Business Media Singapore.

● المقالات:

1. Haredy, B. M.-e., & Ibrahim, F. F. (2019). An Experience of Presenting Cultural Attractions and Tourism Services Using Google Maps Technology in Matrouh Governorate, Egypt. Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality, 17(2), 69-81.
2. Palos-Sanchez, P., Saura, J. R., & Correia, M. B. (2020, June 02). Do tourism applications' quality and user experience influence its acceptance by tourists? Managerial Science, 1-37.
3. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985, Autumn). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. Journal of Marketing, 49(4), 41-50.
4. Ribeiro, F. R., Silva, A., Barbosa, F., Silva, A. P., & Metrôlho, J. C. (2018, April 10). Mobile applications for accessible tourism: overview, challenges and a proposed platform. Inf Technol Tourism, 19, 29-59.

## ● المداخلات:

1. Pronello, C., & Kumawat, P. (2021). Smartphone Applications Developed to Collect Mobility Data: A Review and SWOT Analysis. *SAI Intelligent Systems Conference. 1251*, pp. 449–467. London, United Kingdom: Springer Nature Switzerland AG.

## ● مواقع الأنترنت:

1. Google. (2018, Oct 31). *Keyhole Markup Language*. Retrieved April 2021, from Google Developers: <https://developers.google.com/kml/documentation/touring>
2. Stevens, E. (2018, April 03). *Mobile Apps vs. Web Apps*. Retrieved April 2021, from careerfoundry: <https://careerfoundry.com/en/blog/web-development/what-is-the-difference-between-a-mobile-app-and-a-web-app/>
3. wikipedia. (2021, April 23). *wikipedia*. Retrieved from Anroid Version History: [https://en.wikipedia.org/wiki/Android\\_version\\_history](https://en.wikipedia.org/wiki/Android_version_history)