

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي - تبسة-



كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
قسم: العلوم التجارية

الرقم التسلسلي: / 2025

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي (ل م د) دفعة: 2025

فرع: علوم تجارية

التخصص: تسويق

تحت عنوان:

دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة - التجربة الإماراتية أنموذجاً -

تحت إشراف الاستاذة:

- د. عدي آمال

جامعة العربي التبسي - تبسة
Universite Larbi Tebessi - Tebessa

من إعداد الطالبة:

- غفران سلاطنية

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
عبد الرحمان رايس	استاذ محاضر -أ-	رئيسا
آمال عدي	استاذ محاضر -أ-	مشرفا ومقررا
هدى زمولي	استاذ محاضر -ب-	مناقشا

السنة الجامعية: 2024-2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

الحمد و الشكر لله الذي أنار لي طريقي و كان لي خير عون
قال الله عزوجل " رب اوزعني ان اشكر نعمتك التي أنعمت علي "
أما بعد

لا يسعني وأنا انهي هذا الجهد العلمي إلا أن اتقدم بفائق الشكر والامتنان إلى كل من مد لي يد
العون وساعدني في انجاز هذا البحث و اخص منهم بالذكر الأستاذة الفاضلة "آمال عبدي"
جزاها الله عنا خير الجزاء وحفظها من كل مكروه

نتوجه بجزيل الشكر أيضا
إلى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد في انجاز هذا العمل.

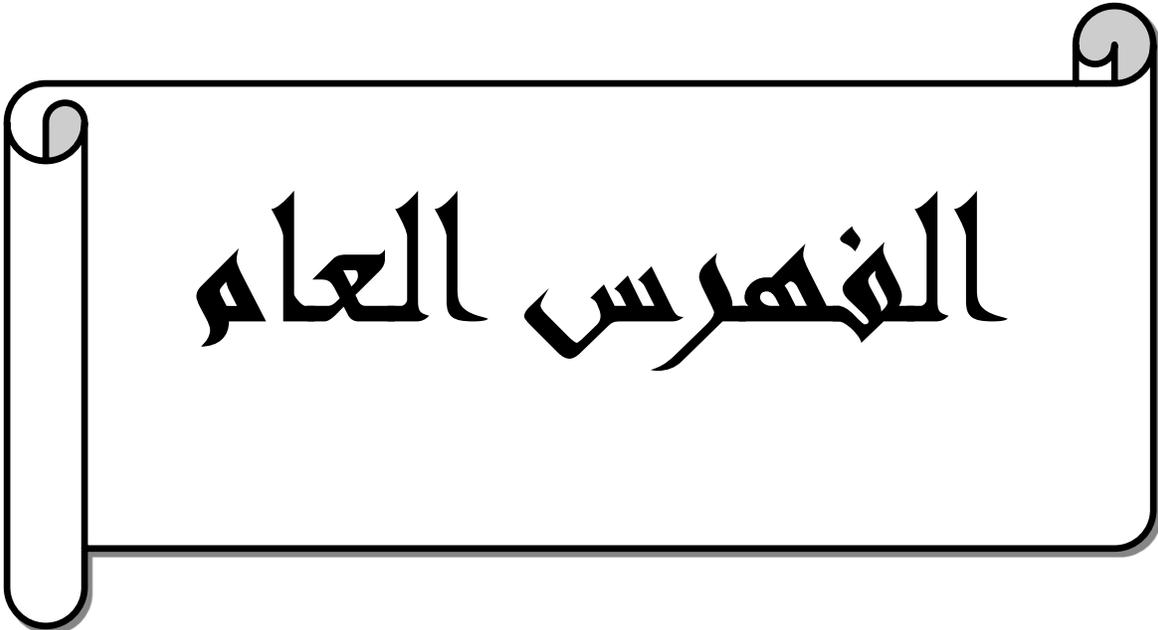
اهداء

"وأخر دعواهم أن الحمد لله رب العالمين"
إلى خالق الروح والقلم وبارئ الذر والنسم وخالق كل شيء من العدم، إلى من بلغ الرسالة وأدى
الأمانة ونصح الأمة، إلى خير الأنام الذي رحبت به الملائكة وفتحت له ابواب السماء " مرحبا
به فنعم المجيء جاء ففتح"
إلى من احتضنتني بسوئي وتحملت عبء أخطائي
إلى معشوقتي وأميرتي
إلى من أقول لها ستبقين القصيدة الأجل
إلى من أقول لها ما مر ذكرك إلا وابتسمت له كأنك العيد والباقون أيام
إلى من أقول لها
ما للدنيا حضور مادمت فيها
"أمي ومن غيرها حبيبة قلبي"
وما يسعني القول فيها "أمي وإن طال الزمان حبيبتي ورفيقتي في الحزن والضحكاتي
أمي وإن هجر الجميع مرابعي لقيت تزرع في الهشيم رفااتي، أمي وإن نسي الجميع ملامحي
كانت تناجي الله في الصلوات

إلى من أراه خالدا في وسط قلبي وصدر أعلاه
إلى من أطلب منه نجمة فيعود حامل سماء
إلى بطلي الأوحده واستقامة ظهري أبي حبيبي ومن غيره

إلى تلك الروح النادرة، والقلب النقي الذي يحمل اسم أحمادي ربيعة، انت مثال للمرأة القوية،
وطيبتك يا أحمادي، كالنور الذي يضيء دروب من حولك. كأنك نهر يروي العطشى، تمنحين
الحب والدعم بلا حدود. وجودك بحد ذاته نعمة، وكلامك بلسم للروح، دمت لنا سنداً، دمت لنا
إلهاماً أيتها المرأة الطيبة

إلى نفسي إلى أنا لأنني أستحق بعد كل العنا أن اقتطف لنفسي كلمة بعد هذا الجنى
إلى من أقول لها
أراكي إلا في الصفوف الأولى قوية، ناجحة، طموحة،
انت لست بفتاة عادية
شكرا يا أنا



الفهرس العام

الفهرس العام

الصفحة	الفهرس العام
/	شكر وعرفان
/	اهداء
I	الفهرس العام
IV	فهرس الجداول
VI	فهرس الاشكال
أ-هـ	المقدمة العامة
الفصل الأول: التأصيل النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة	
2	تمهيد
3	المبحث الأول: مدخل مفاهيمي حول الذكاء الاصطناعي
3	المطلب الأول: الخلفية التاريخية والتطور المحوري للذكاء الاصطناعي
12	المطلب الثاني: مفهوم الذكاء الاصطناعي وأهدافه
20	المطلب الثالث: أنواع ومكونات الذكاء الاصطناعي
23	المطلب الرابع: مجالات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي
31	المبحث الثاني: أساسيات حول تجربة العملاء في قطاع السياحة
31	المطلب الأول: مفهوم تجربة العملاء في قطاع السياحة
36	المطلب الثاني: المتطلبات اللازمة لتقديم تجارب عملاء ممتازة في قطاع السياحة
40	المطلب الثالث: تقييم تجربة العملاء في قطاع السياحة والعوامل المؤثرة فيها
52	المبحث الثالث: العلاقة بين الذكاء الاصطناعي وتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة
52	المطلب الأول: دور التكنولوجيا في تحسين تجربة العملاء
60	المطلب الثاني: مساهمات الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة السائح
62	المطلب الثالث: تحديات وفرص استخدام الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة السائح.
65	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات	
67	تمهيد
68	المبحث الأول: نظرة عامة حول السياحة في دولة الإمارات العربية المتحدة
68	المطلب الأول: تقديم عام لدولة الإمارات العربية المتحدة

الفهرس العام

79	المطلب الثاني: خصائص وأنواع السياحة في دولة الإمارات العربية المتحدة
89	المطلب الثالث: نمو السياحة في دولة الإمارات العربية المتحدة
96	المطلب الرابع: مركز السياحة في الامارات العربية المتحدة في ظل التنافسية السياحية
106	المبحث الثاني: جهود دولة الإمارات في تطوير السياحة
106	المطلب الاول: تطور البنية التحتية السياحية في الإمارات
119	المطلب الثاني: الاستراتيجيات الطموحة لتطوير السياحة بالإمارات
132	المطلب الثالث: تبني تقنيات الثورة الصناعية الرابعة لتطوير السياحة في الإمارات
146	المبحث الثالث: الذكاء الاصطناعي وتجربة العملاء في القطاع السياحي الإماراتي
146	المطلب الاول: أثر الذكاء الاصطناعي على تحسين تجربة السياح وتعزيز السياحة الذكية في الامارات
156	المطلب الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في دفع نمو الاستثمارات السياحية وتحقيق تجربة عملاء متميزة في الإمارات
160	المطلب الثالث: تطبيقات الذكاء الاصطناعي والارتقاء بتجربة السياح في فنادق دولة الإمارات
170	خلاصة الفصل
172	خاتمة عامة
178	قائمة المصادر والمراجع
/	ملخص



فهرس الجداول

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	محطات تطور الذكاء الاصطناعي	9
02	مهارات تقديم تجارب عملاء ممتازة	36
03	الصفات المطلوبة لتقديم تجارب عملاء ممتازة	39
04	العوامل الجاذبة والعوامل الدافعة	46
05	خصائص أنواع السياح	47
06	عدد السكان حسب الفئة العمرية	74
07	عدد سكان الإمارات العربية المتحدة حسب الإمارات في عام 2025	75
08	إجمالي مخزون اماكن الإقامة السياحية في الامارات وادائها حتى مارس 2025	82
09	توقعات نمو الناتج المحلي الإجمالي لدولة الإمارات العربية المتحدة لعام 2025	93
10	المؤشرات الرئيسية لقطاع السياحة للربع الأول من عام 2025	93
11	تقديرات وتوقعات مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لدولة الإمارات العربية المتحدة	94
12	نتائج مؤشر TTDI 2024 لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا	104
13	ابرز الطرق التي تربط جميع امارات الدولة ببعضها البعض	108
14	التطورات التقنية في قطاع النقل الجوي في دولة الإمارات العربية المتحدة	115

فهرس الأشكال

فهرس الاشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	اختبار تورنغ	5
02	الذكاء الاصطناعي الضعيف والذكاء الاصطناعي القوي	15
03	طريقة عمل نظام اللغة الطبيعية	26
04	طرق دعم الاستماع الفعال	38
05	هرم ماسلو للحاجات	44
06	الأنظمة العامة لحماية البيانات	55
07	المغفور له زايد بن سلطان آل نهيان	69
08	الديانة الرسمية في الإمارات العربية المتحدة	70
09	موقع دولة الإمارات العربية المتحدة في جنوب غرب آسيا	71
10	خارطة الإمارات العربية المتحدة	71
11	التعداد السكاني لدولة الإمارات العربية المتحدة مع بداية 2025	72
12	عدد سكان الإمارات العربية المتحدة في فبراير 2025	72
13	عدد السكان حسب الجنس	73
14	عدد سكان الامارات حسب جنسيتهم	76
15	الإمارات المكونة لدولة الإمارات العربية المتحدة	77
16	لوحة بيانات جواز السفر	80
17	درجة التنقل العالمي لجواز سفر دولة الامارات مع مرور الوقت	81

فهرس الاشكال

95	نمو الاتصال الجوي في الشرق الأوسط عام 2025	18
97	مؤشرات تقرير تنافسية السياحة والسفر العالمي	19
103	مؤشر التنافسية العالمي لعام 2024	20
121	السياحة في دولة الإمارات العربية المتحدة حسب كل إمارة	21
123	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي وعدد النزلاء في الفنادق في دولة الإمارات العربية المتحدة، 2019-2031	22
124	حصة الزوار حسب مناطق الجذب الرئيسية في دبي	23
127	الوضع الراهن للقوى العاملة السياحية في الإمارات	24
128	أبرز أربعة سبل لتعزيز بناء القدرات في قطاع السياحة في دولة الإمارات العربية	25
130	إجمالي مشاريع الاستثمار الأجنبي المباشر وتدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر في دبي من عام 2017 إلى عام 2022	26
131	تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر في قطاعات السياحة الفرعية في دبي من عام 2017 إلى عام 2022 بالمليار دولار أمريكي	27
147	أعداد زوار الفنادق في الامارات العربية	28
147	عدد ليلي الفندقية في الامارات العربية	29
157	تطور عدد الفنادق في الامارات	30
158	تطور عدد الغرف الفندقية في الإمارات العربية	31
158	اجمالي إيرادات الفنادق	32
162	عدد الفنادق حسب الفئة ومؤشرات الأداء الرئيسية في 2025	33
164	مؤشرات أداء النقل والمواصلات في دولة الإمارات	34

مقدمة عامة

في خضم التطورات العالمية السريعة، والضغوط البيئية التي تواجه عالم الأعمال، والتوسع الاقتصادي الناتج عن العولمة والذي ربط العالم من خلال شبكة واسعة من تقنيات المعلومات والاتصالات المتقدمة، ظهر "الذكاء الاصطناعي" كأحد أبرز الاختراقات العلمية في ظل الثورة الصناعية الرابعة. يشير هذا إلى تحول كبير في بيئة الأعمال، مما يدفع المؤسسات إلى التخلي عن أساليب الإدارة والإنتاج التقليدية لصالح البرامج والمناهج الحديثة في شتى القطاعات الاقتصادية والخدمية.

ويحظى القطاع السياحي باعتباره رافداً حيوياً لاقتصادات الدول ومصدراً هاماً للعملة الأجنبية باهتمام متزايد في سياق تبني هذه التقنيات المتقدمة، ففي ظل تصاعد حدة المنافسة العالمية وتنامي توقعات العملاء نحو تجارب سياحية مخصصة وسلسة، يكتسب دمج الذكاء الاصطناعي في العمليات التشغيلية والتفاعلات مع العملاء أهمية استراتيجية للمؤسسات السياحية الساعية إلى تحقيق ميزة تنافسية مستدامة.

وقد حظي موضوع تجربة العملاء (CX) باهتمام كبير باعتباره كمحدد استراتيجي رئيسي لتحقيق التميز وتعزيز الولاء، مما يجعل تبني الذكاء الاصطناعي، بما يمتلكه من قدرات تحليلية وتفاعلية متقدمة، ضرورة حتمية للارتقاء بمستوى هذه التجربة عبر مختلف نقاط الاتصال.

✓ **اشكالية الدراسة:** تتبوأ دولة الإمارات العربية المتحدة مكانة مرموقة على خريطة السياحة العالمية مستندةً في ذلك إلى بنيتها التحتية المتطورة، واستراتيجياتها الحكومية الطموحة في مجال التنمية المستدامة وتنويع مصادر الدخل القومي. وفي هذا الإطار، يغدو التقصي العلمي المعمق لدور الذكاء الاصطناعي في الارتقاء بمستوى تجربة العملاء في القطاع السياحي الإماراتي ضرورة بحثية ملحة للوصول إلى استكشاف الإمكانيات الكامنة لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين مختلف جوانب تجربة العملاء في القطاع السياحي بدولة الإمارات العربية المتحدة، وتسليط الضوء على أبرز تقنيات الذكاء التي تبنتها دولة الإمارات العربية في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة، وعليه يمكن صياغة اشكالية الدراسة على النحو التالي:

ما هو دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بدولة الإمارات العربية المتحدة؟

✓ **التساؤلات الفرعية:** من أجل توضيح إشكالية الدراسة سيتم طرح التساؤلات الفرعية التالية:

– كيف أثرت التطورات التكنولوجية الحديثة في الإمارات على بيئة الأعمال والبنية التحتية بشكل عام، وخاصة تلك المتعلقة بقطاع السياحة في الامارات؟

- ما هي أبرز التقنيات الذكية القائمة على الذكاء الاصطناعي التي تم تبنيها لتعزيز تجربة السائح في الإمارات؟
 - هل ساهم الذكاء الاصطناعي في ظهور فرص استثمارية جديدة في قطاع السياحة الإماراتي؟
 - إلى أي مدى ساهم الذكاء الاصطناعي في تعزيز السياحة الذكية والاستثمار السياحي في الإمارات؟
- ✓ **فرضيات الدراسة:**

للإجابة على إشكالية الدراسة تم صياغة **الفرضية الرئيسية** التالية:

يُحسن الذكاء الاصطناعي تجربة العملاء السياحية بالإمارات عبر التنبؤ الدقيق بالاحتياجات وحل المشكلات المحتملة.

وللإجابة على تساؤلات الدراسة تم صياغة **الفرضيات الفرعية** التالية:

- **الفرضية الفرعية الأولى:** أثرت التطبيقات التكنولوجية الحديثة مثل تطبيق تقنيات الواقع المعزز (AR) والذكاء الاصطناعي التوليدي (Generative AI) في المتاحف والمواقع التراثية الإماراتية؛
 - **الفرضية الفرعية الثانية:** يؤدي التنبؤ الواسع والمُمنهج لتقنيات الذكاء الاصطناعي المتقدمة، لا سيما المنصات التفاعلية للمساعدين الافتراضيين (AI-powered interactive virtual assistant platforms)، وأنظمة التوصية السياحية الذكية المخصصة (smart personalized tourism recommendation systems)، والروبوتات الخدمية المتكاملة (integrated service robots)، إلى تحسين ملموس وإحصائي في كفاءة الخدمات السياحية وتخصيص التجارب الفردية، مما ينعكس إيجاباً على مستويات الرضا العام للسياح وتكرار الزيارات إلى الإمارات العربية المتحدة؛
 - **الفرضية الفرعية الثالثة:** يُساهم الذكاء الاصطناعي، بتحسينه لإدارة الحجوزات وتخصيص الغرف وتقديم المعلومات، في زيادة الكفاءة التشغيلية للطاقة الاستيعابية الفندقية؛
 - **الفرضية الفرعية الرابعة:** يؤثر الذكاء الاصطناعي على تجربة العملاء في قطاع السياحة الإماراتي بشكل إيجابي وملموس عن طريق تقليص مستويات التوتر والقلق لدى المسافرين قبل وأثناء الرحلة.
- ✓ **أهداف الدراسة:** في ضوء إشكالية الدراسة وفرضياتها يمكن صياغة الأهداف التالية:

- تصنيف وتوصيف أبرز التقنيات الذكية القائمة على الذكاء الاصطناعي المتبناة لتعزيز تجربة السائح في الإمارات؛

- معرفة مدى مساهمة الذكاء الاصطناعي في تعزيز مفهوم "السياحة الذكية" وتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات؛
 - معرفة كيف ساهم الأثر التحولي للتطورات التكنولوجية الحديثة في الإمارات على بيئة الأعمال والبنية التحتية في قطاع السياحة؛
 - توضيح كيف يُساعد الذكاء الاصطناعي في توليد استثمارات جديدة بقطاع السياحة الإماراتي؛
 - تسليط الضوء على الأداء الحالي لدولة الإمارات العربية المتحدة ضمن المؤشرات العالمية لتنافسية السياحة والسفر.
- ✓ أهمية الدراسة: تتبع أهمية الدراسة من:
- تزايد أهمية الذكاء الاصطناعي في مختلف القطاعات، ولا سيما في قطاع السياحة خاصة؛
 - تقديم فهم أعمق على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي في قطاع السياحة بالإمارات؛
 - أنها تساعد على فهم دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء بشكل فعال في قطاع السياحة بالإمارات.
- ✓ أسباب اختيار الموضوع: هناك مجموعة من الأسباب التي دفعت إلى اختيار هذا الموضوع حيث كان بعضها ذاتيا والآخر موضوعيا تمثلت فيما يلي:
- الميول الشخصي للبحث في هذا الموضوع؛
 - تحدي الذات وتطوير القدرات الشخصية؛
 - البحث عن التخصص والتميز الشخصي في هذا المجال؛
 - التعرف على مدى استفادة الإمارات من تبني تقنيات الثورة الصناعية الرابعة في قطاع السياحة وريادتها في تبني هذه التقنيات؛
 - إلقاء الضوء على دور الذكاء الاصطناعي في بناء تجربة عملاء سياحية سلسة ومُخصصة في الإمارات.
- ✓ منهج الدراسة: انطلاقاً من طبيعة هذا البحث الذي يهدف إلى فهم دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء ضمن قطاع السياحة بالإمارات العربية المتحدة، وتسهيل الإلمام الشامل بجوانب الموضوع المتعددة، تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي، إذ يتيح هذا المنهج تقديم وصف دقيق وشامل لمتغيرات الدراسة

من خلال اللجوء إلى مصادر متنوعة ومختلفة كالكتب، المجالات، المواقع ... الخ. ووصف الظاهرة واقعيًا باللجوء إلى دولة الإمارات العربية المتحدة كأنموذجًا للدراسة.

✓ **صعوبات الدراسة:** لا تخلو دراسة من الصعوبات في ميدان البحث العلمي، ومن أهم الصعوبات التي تم مواجهتها خلال فترة إنجاز الدراسة تمثلت في ندرة البيانات الخاصة بالسياحة والذكاء الاصطناعي في الإمارات، حتى في حال توفر البيانات قد لا تكون بالدقة أو التفصيل الكافي لإجراء تحليل شامل وموثوق كذلك انعدام المراجع العربية التي تتناول تطبيقات ودور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات، خاصة في الجزء الذي يخص العلاقة بين الذكاء الاصطناعي وتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة.

✓ **الدراسات السابقة:** من بين الدراسات التي تناولت متغيرات الدراسة ما يلي:

– دراسة ل: Ali A and Jassim AIS، سنة 2024، بعنوان: "AI Working towards a Customer Centric Travel and Tourism Industry a Comparative Analysis between the UAE and Qatar"، وقد جاءت هذه الدراسة بهدف إجراء مقارنة حول تأثير الذكاء الاصطناعي على أداء قطاع السفر والسياحة في كل من الإمارات العربية المتحدة وقطر وفهم كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي لتحقيق تجربة أفضل للعملاء وتحسين مستويات الخدمة في هذا القطاع.

وقد توصلت الدراسة إلى أنه يتم استخدام الذكاء الاصطناعي في كل من الإمارات وقطر بهدف تحقيق تجربة عملاء أفضل وتعزيز مستويات الخدمة في قطاع السياحة، كذلك توصلت أن الذكاء الاصطناعي يعتبر محركًا لخدمة العملاء ويساهم في توليد زيارات متكررة.

– دراسة ل: هديل سعد الحياوي، هشام محمد الصمادي، سليمان روشاح، سنة 2023، بعنوان: "The impact of artificial intelligence (AI) on guest satisfaction in hotel management: an empirical study of luxury hotels"، تشير هذه الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي أصبح أداة مهمة لإدارة الفنادق في السنوات الأخيرة، حيث تساعد تقنيات الذكاء الاصطناعي الفنادق على تحسين الكفاءة التشغيلية، وتعزيز تجربة النزلاء، وزيادة الإيرادات.

وقد توصلت الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي ليس مجرد أداة لتقليل التكاليف، بل هو محرك رئيسي للابتكار الذي يعزز من جودة الخدمة ورضا العملاء، وهو أمر يمكن ربطه مباشرة بالضيافة في الإمارات.

– دراسة ل: سمير جبيل، نسيمه لخضاري، سنة 2023، بعنوان: Smart Tourist Destinations and Applications (Case of The Emirate of Dubai) the Adoption of Artificial Intelligence، تهدف الدراسة إلى إبراز الدور المحوري للذكاء الاصطناعي في تحويل دبي إلى وجهة سياحية ذكية رائدة عالمياً.

وقد أثبتت نتائجها أن تبني الذكاء الاصطناعي قد ساهم بشكل كبير في تحسين جودة الخدمات السياحية، وتطوير البنية التحتية، وزيادة القدرة التنافسية لدبي في السوق السياحي العالمي.

– أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة: تتشابه هذه الدراسات مع الدراسة الحالية من حيث؛ بالنسبة للدراسة الأولى والدراسة الحالية كلاهما يركز على دور الذكاء الاصطناعي في قطاع السياحة والسفر وكلتا الدراستين تهتمان بتحسين تجربة العملاء (Customer Experience - CX) كهدف رئيسي لاستخدام الذكاء الاصطناعي. أما بالنسبة للدراسة الثانية والثالثة فتتشابه معها في أنهم يهدفون إلى فهم أو قياس أو استكشاف كيف يساهم الذكاء الاصطناعي في جعل التجربة السياحية أفضل للمسافرين أو النزلاء أو العملاء، وتختلف معهما في نطاقها الجغرافي (محلي/إقليمي/عام)، وتركيزها القطاعي (عام/متخصص) والمتغيرات التي تقيسها (التحسين، الرضا، الكفاءة)، ومستوى التحليل (جزئي/كلي)، وأهدافها المحددة.

✓ **هيكل الدراسة:** بهدف معالجة إشكالية الدراسة، تم تقسيمها إلى فصلين فصل نظري وفصل تطبيقي حيث قسم **الفصل النظري** إلى ثلاث مباحث؛ إذ تناول المبحث الأول مدخل مفاهيمي حول الذكاء الاصطناعي في حين خصص المبحث الثاني لتحليل تجربة العملاء في قطاع السياحة: مفهوم، المهارات، الطرق، والعوامل المؤثرة في تقديم وتقييم التجارب المتميزة، أما بالنسبة للمبحث الأخير فقد تم التطرق فيه إلى العلاقة بين الذكاء الاصطناعي وتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة.

أما **الفصل التطبيقي** فقد خصص لمحاولة إسقاط الجانب النظري على دولة الإمارات العربية المتحدة حيث كان بعنوان دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات العربية المتحدة، وللتعمق في هذا الفصل تم تقسيمه إلى ثلاث مباحث، تناول المبحث الأول نظرة عامة حول السياحة في دولة الإمارات العربية المتحدة، في حين المبحث الثاني خصص لجهود دولة الإمارات في تطوير السياحة أما المبحث الثالث فتناول الذكاء الاصطناعي وتحسين تجربة العملاء في القطاع السياحي الإماراتي.

الفصل الأول:

التأصيل النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة

العملاء في قطاع السياحة

تمهيد

أدى النمو المتسارع في حجم البيانات (Big Data) وتطور قدرات الحوسبة إلى تمكين الأنظمة الذكية من أداء وظائف كانت في السابق حكراً على التفاعل البشري، مثل فهم اللغة الطبيعية، والتعرف على الأنماط السلوكية، واتخاذ قرارات مدعومة بالبيانات. ففي ظل الثورة الصناعية الرابعة، التي تتمثل أبرز سماتها في الدمج بين التقنيات الرقمية والفيزيائية والبيولوجية، برز الذكاء الاصطناعي كأحد الركائز الجوهرية لإعادة تشكيل نماذج الأعمال في مختلف القطاعات، وعلى وجه الخصوص في مجال التسويق وبالضبط في مجال إدارة العلاقة مع العملاء.

وفي هذا السياق، يُنظر إلى تجربة العملاء (Customer Experience) بوصفها عنصراً استراتيجياً يؤثر بشكل مباشر على القدرة التنافسية للمؤسسات، حيث لم يعد السعر أو جودة المنتج وحدهما كافيين للاحتفاظ بولاء العملاء، بل أصبح تميز التجربة التي يخوضها العميل في تفاعله مع المؤسسة معياراً حاسماً للنجاح المؤسسي. وهنا يأتي دور الذكاء الاصطناعي بوصفه أداة فعالة لتحسين هذه التجربة.

وبناء على ما سبق سيتم تقسيم هذا الفصل إلى المباحث التالية:

- **المبحث الأول:** مدخل مفاهيمي حول الذكاء الاصطناعي؛
- **المبحث الثاني:** أساسيات حول تجربة العملاء في قطاع السياحة؛
- **المبحث الثالث:** العلاقة بين الذكاء الاصطناعي وتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة.

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي حول الذكاء الاصطناعي

نتيجة التقدم الهائل في التكنولوجيا ومعالجة البيانات شهدت السنوات الأخيرة تطوراً كبيراً في ميدان الذكاء الاصطناعي والروبوتيك، وكان ذلك تزامناً مع ظهور ثورة البيانات الضخمة (BIG DATA) والتي تتميز بها الدول المتقدمة عن غيرها. وبهذه التكنولوجيا الجديدة تحولت المجتمعات من مجتمعات تعتمد في حياتها على الآلات إلى مجتمعات تعتمد على المعلومات مما أدى إلى نقلة نوعية في المجتمعات المتطورة. وعليه سيتم تناول في هذا المبحث أساسيات الذكاء الاصطناعي من خلال المطالب التالية:

- **المطلب الأول:** الخلفية التاريخية والتطور المحوري للذكاء الاصطناعي؛
- **المطلب الثاني:** مفهوم الذكاء الاصطناعي وأهدافه؛
- **المطلب الثالث:** أنواع ومكونات الذكاء الاصطناعي؛
- **المطلب الرابع:** مجالات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي.

المطلب الأول: الخلفية التاريخية والتطور المحوري للذكاء الاصطناعي

الذكاء الاصطناعي ليس وليد اليوم، بل هو نتاج 2000 سنة من تقاليد الفلسفة ونظريات الإدراك والتعلم و400 سنة من الرياضيات التي قادت إلى امتلاك نظريات في المنطق، الاحتمال والحوسبة، وهو تاريخ عريق في تطور علم النفس وما كشف عن قدرات وطريقة عمل الدماغ الإنساني، بالإضافة إلى أن الذكاء الاصطناعي هو ثمرة الجهود المضنية في اللسانيات التي كشفت عن تركيب ومعاني اللغة وتطور علوم الكمبيوتر وتطبيقاتها الأمر الذي جعل من الذكاء الاصطناعي حقيقة مدركة.

أولاً: نشأة وتطور الذكاء الاصطناعي

منذ القدم، ابتكر البشر تقنيات لتخفيف أعباء المهام اليومية، كانت نقطة التحول في تطور البشرية عندما سيطر الإنسان على النار: فالأطعمة المطبوخة أسهل للهضم. هذا يعني أن الإنسان يحتاج إلى عدد أقل من الخلايا العصبية في دماغه السفلي، المسؤول عن الهضم، وبالتالي فإن الطاقة المتاحة تسمح بتنمية الدماغ العلوي. وهكذا وجد الإنسان نفسه على قمة السلسلة الغذائية وأصبح حراً في الإبداع. ولكي يبقى على قمة هذه السلسلة الغذائية، بنى الإنسان أدوات أثرت على تطور البشرية "اليد تصنع الأداة والأداة تغير الإنسان"، هكذا لخص عالم الأعراق والمؤرخ أندريه لروي جورهان ذلك.

وبالطبع، صنع الإنسان أدوات لمضاعفة قوة الإنسان. ففي العصور القديمة، فاقت آلات أرخميدس الذكية

الفصل الأول: التأسيس النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

كل ما يستطيع الإنسان فعله بقوته العضلية، وفي عام 150 بعد الميلاد، في الإسكندرية، كان هناك محرك بخاري يفتح باب معبد وحده. بالإضافة إلى ذلك، طور الإنسان في وقت مبكر جداً أدوات لتخفيف أعباء المهام الفكرية. وهكذا، فإن آلة أنتيكيثيرا، قبل حوالي قرنين من ميلاد المسيح، سمحت بإجراء حسابات فلكية متطورة، بما في ذلك التنبؤات بالكسوف، بينما في القرن الأول الميلادي اخترع هيرون الإسكندري أول آلة قمار، والتي وزعت كمية محددة من الماء المقدس عند إدخال قطعة نقدية فيها، وعملت بفضل آلية مائية وفقاً لمبدأ حلقات التغذية الراجعة. تُظهر هذه الأمثلة أنه منذ أكثر من ألفي عام، لم يتم وضع مبادئ الأتمتة والنظرية، التي هي أسس علوم الحاسوب والذكاء الاصطناعي، فحسب، بل أدت أيضاً إلى تصنيع الأجهزة الخاصة بها.

لم تكن أجهزة الحاسوب الأولى بعيدة جداً عن آلات العصور القديمة. الفرق الكبير هو القدرة على إجراء عمليات منطقية تتضمن "و" و "أو"، بفضل الترانزستورات. بعد ذلك، سمح التصغير بزيادة عدد المكونات الأساسية لكل سطح، وبالتالي الانتقال إلى حسابات أكثر تعقيداً. وإذا كانت التكنولوجيا تتغير، فإن الرغبة في إعادة إنتاج، بل وتجاوز التفكير البشري، تظل ثابتة في تاريخ البشرية.

في عام 1952، كان آلان تورينج، أحد مؤسسي علوم الحاسوب، قد أنجز بالفعل برنامجاً للعب الشطرنج قريباً من الأنظمة الخبيرة الحالية. كانت الآلة تحتاج إلى نصف ساعة لتقترح كل حركة. في عام 1956 جمعت ندوة دارتموث على مدى عشرة أسابيع علماء رفيعي المستوى لتعريف الذكاء الاصطناعي. ومن بينهم جون مكارثي، ومارفن مينسكي (المؤسس المشارك لمختبر الذكاء الاصطناعي في معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا، أبو الشبكات العصبية)، وهيربرت سيمون (جائزة نوبل في الاقتصاد عام 1978، مخترع العقلانية المحدودة)، وكلود شانون (مخترع نظرية المعلومات). كان أحد الأهداف الأساسية لهذه الندوة هو فهم ماهية الذكاء، من خلال أدوات الحاسوب، بلغة أخرى غير لغة البشر. وقد كانت الأساس للعديد من الأعمال النظرية والتطبيقية، مثل اختراع لغات البرمجة الموجهة نحو الذكاء الاصطناعي. وعلاوة على ذلك من الصعب تعريف الوعي أكثر من الذكاء، ومن هنا جاءت الفكرة المثيرة للاهتمام لبناء آلات أكثر تطوراً من أجهزة الحاسوب لاستجواب الوعي¹. وفيما يلي اختبار تورنغ الذي كان سبباً في ظهور الذكاء الاصطناعي:

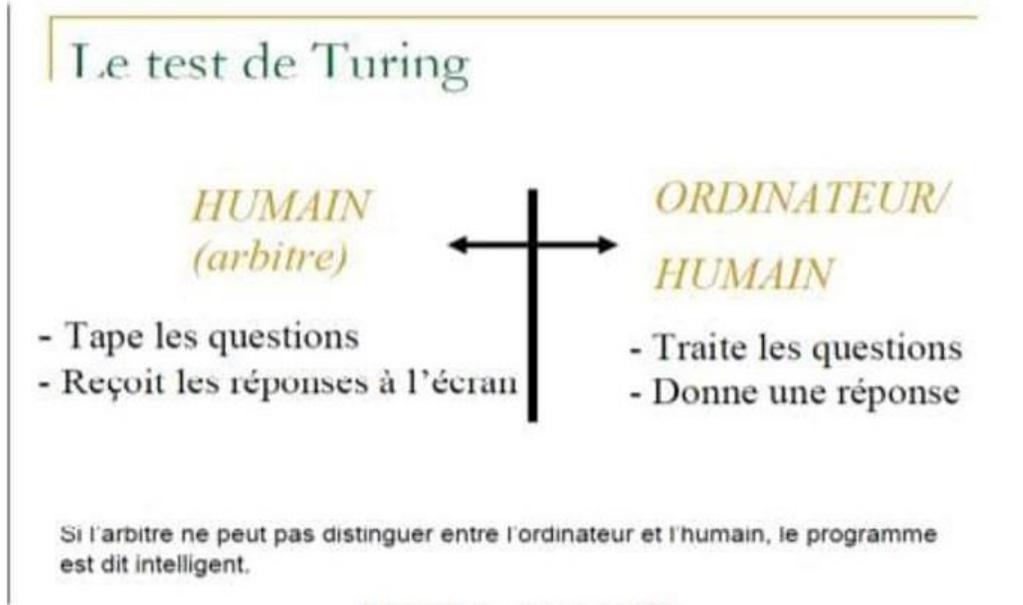
✓ اختبار تورنغ: يُعد اختبار تورنغ، الذي سُمي على اسم آلان تورنغ، رائد الذكاء الاصطناعي في

¹ Machine d'Anticythère : Google célèbre l'ancêtre des calculateurs », article en ligne: <https://www.lepoint.fr/> .
seen:14.01.2025,at 10.00am

الفصل الأول: التأسيس النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

الخمسينيات ومُخترع الاختبار، وسيلة للكشف عن ماهية الذكاء الاصطناعي في حوار بين آلة وإنسان. يتمثل هذا الاختبار البسيط في وضع ثلاثة "أفراد" - أ، ب، وج - في علاقة عبر جهاز كمبيوتر. يتحدث كل من (أ) و (ب) مع (ج)، وهو إنسان مُكلف بمهمة اكتشاف أي من (أ) أو (ب) ليس إنساناً. إذا لم يتمكن (ج) من اتخاذ قرار، فسيتم اعتبار اختبار تورنغ ناجحاً لأن الآلة ستكون قد نجحت في تقليد الإنسان بشكل مثالي. يُعد هذا الاختبار تحدياً لعلوم الكمبيوتر أكثر من كونه اختباراً حقيقياً. ولقد تطور تقليد الفكر البشري بشكل كبير ولكنه لا يزال غير كافٍ، خاصة بسبب عدم وجود وعي بالذات¹.

الشكل (01): اختبار تورنغ



Source: Alan Turing, *op-cit*, p18

ومنذ ذلك الحين؛ أصبح "اختبار" تورنغ جزءاً لا يتجزأ من النقاش الفلسفي حول الذكاء الاصطناعي، وعلى أثره تم إنشاء أول برنامج يستخدم الذكاء الاصطناعي من قبل كريستوفر ستراشي Strachey Christopher رئيس أبحاث البرمجة في جامعة أكسفورد، والذي استطاع تشغيل لعبة الداما checkers من قبل الحاسب الآلي، حتى قام أنتوني أو تنجر Anthony Oettinger بجامعة كامبريدج بتصميم تجربة محاكاة من خلال جهاز كمبيوتر لعملية التسوق التي يقوم بها الشخص البشري في أكثر من متجر وذلك لقياس قدرة الكمبيوتر

¹ Alan Turing, *Computing machinery and intelligence*, Mind (en), Oxford University Press, 59 (236), octobre 1950, p17.

الفصل الأول: التأسيس النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

على التعلم، والتي تعد أول تجربة ناجحة لما يعرف بتعلم الآلة Machine Learning¹.

ظهر الذكاء الاصطناعي بشكل شبه رسمي في عام 1956م، مع الاتجاه نحو استثمار التقنية الحديثة في علاج بعض مشكلات الإنسانية، وذلك حينما اجتمع مجموعة من العلماء المهتمين ببحوث الذكاء الاصطناعي في مؤتمر عقد في كلية دارت موث بمدينة هانوفر بولاية نيوهامشير بالولايات المتحدة الأمريكية وأصبح هؤلاء الحضور قادة بحوث الذكاء الاصطناعي لعدة عقود، وخاصة (جون مكارثي الملقب بأبي الذكاء الاصطناعي؛ فهو أول من استخدم مصطلح الذكاء الاصطناعي و (هربرت سيمون) الذي أسس مختبرات للذكاء الاصطناعي في جامعة ماساتشوستس للتكنولوجيا (MIT) وجامعة كارنيجي ميلون (CMU) فقد قدموا أبحاثاً أدهشت العالم، ومنها تم تقديم برامج جعلت الحاسب الآلي قادراً على حل مسائل معقدة في الجبر، وإثبات النظريات المنطقية، وأصبح قادراً على تحدث الإنجليزية، وعلى الرغم من عدم قدرة الحاضرين في المؤتمر على التوصل لاتفاق بشأن المعنى الفعلي للمصطلح، إلا أنهم أجمعوا على أن الذكاء الاصطناعي يتعلق بصناعة الآلات التي تشبه في ذكاءها ذكاء الإنسان².

بحلول منتصف الستينيات أصبحت تلك البحوث تمول بسخاء من وزارة الدفاع الأمريكية؛ حيث ظهر الإنسان الآلي بصورته المبسطة، ولكن هذا التقدم لم يكن كافياً لإرضاء تطلعات المستفيدين من التكنولوجيا في عام 1965 توقع سايمون هيربرت Simon Herbert أن الآلات ستكون لديها القدرة في غضون عشرين عاماً على القيام بأي عمل يستطيع الإنسان أن يقوم به³.

كما تعثرت وتيرة التقدم في منتصف الستينيات، حيث تمكن طفل في العاشرة من العمر من التغلب على جهاز كمبيوتر في لعبة الشطرنج عام 1965، وأشار تقرير أصدره مجلس الشيوخ الأمريكي سنة 1966 إلى القيود المتأصلة في الترجمة الآلية مما أدى إلى تعرض الذكاء الاصطناعي لدعاية سلبية لمدة عشر سنوات وفي عام 1967 توقع مارفين Marvin Minsky أنه في غضون جيل واحد سيتم حل مشكلة الذكاء

¹ Singh P., & Kaur, A systematic review of artificial intelligence in agriculture, Deep Learning for Sustainable Agriculture, 11(54), 2022, p57

² Ullrich A. , Vladova G. , Eigelshoven F. , & Renz, Data mining of scientific research on artificial intelligence in teaching and administration in higher education institutions: a bibliometrics analysis and recommendation for future research. Discover Artificial Intelligence, 2(1),2022, pp:1-16

³ هلال يحيى، الذكاء الاصطناعي... هل هو اختراق لحدود الروح في الفكر الإسلامي؟، مجلة الدراسات الإسلامية، مختبر الأبعاد القيمية للتحويلات الفكرية والسياسية بالجزائر - وهران، 12(22)، 2021، ص72.

الفصل الأول: التأسيس النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

الاصطناعي بشكل كبير، كما مر تاريخ الذكاء الاصطناعي بفترات كثيرة من الإحباط وضعف التمويل أو ما يعرف بشتاء الذكاء الاصطناعي، كان أبرزها في بدايات السبعينيات من القرن الماضي حين أخفقت المشروعات البحثية ولم تستطع الوصول إلى أهدافها¹.

في أوائل الثمانينات شهدت أبحاث الذكاء الاصطناعي صحة وانطلاقة جديدة من خلال النجاح التجاري لما يعرف بالنظم الخبيرة، وهي أحد برامج الذكاء الاصطناعي التي تحاكي المعارف والمهارات التحليلية الواحد أو أكثر من الخبراء البشريين، وبحلول عام 1985 بلغت أرباح الذكاء الاصطناعي في السوق أكثر من مليار دولار، وبدأت الحكومات في تمويلها من جديد، ولكن سرعان ما مر الذكاء الاصطناعي بفترة إحباط وشتاء ثان في أواخر الثمانينيات حيث أصبحت أنظمة الذكاء الاصطناعي الخبيرة غير مجدية ومكلفة للغاية، وفي التسعينات وأوائل القرن الحادي والعشرين حقق الذكاء الاصطناعي نجاحا كبيرا، وقد تمكن الذكاء الاصطناعي لاحقا من تحقيق العديد من النجاحات التي جعلته يستعيد وجوده وشعبيته بفضل التقدم غير المسبوق في قدرات الحوسبة والاتصال بالإنترنت².

ومع التقدم التقني المستمر ظهرت حاسبات قادرة على التعلم ومعالجة المشكلات بصورة ذاتية، ففي عام 1997م حيث قام العلماء بتفعيل عدد هائل من المعادلات والبرمجيات على حاسب آلي (ديب بلو 2 الذي صمم من قبل شركة أم بي أي) ليكون قادرا على اللعب مع أفضل لاعب شطرنج في العالم آنذاك، وبالفعل تمت المواجهة بين الإنسان الآلي وبطل العالم في لعبة الشطرنج في ذلك الوقت وهو (جاري كاسباروف) واستطاع الروبوت أن يهزم الإنسان لأول مرة في التاريخ، ومنذ ذلك الوقت توالى الاختراعات والتحسينات التي قفزت بالذكاء الاصطناعي ليصبح وسيلة فعالة لا غنى عنها في العديد من مجالات الحياة المختلفة فظهرت التطبيقات العملية للذكاء الاصطناعي في مجال الألعاب، وتطبيقات التعرف على الكلام التي جعلت الإنسان الآلي قادراً على أداء بعض المهام عن طريق التحدث المباشر إليه، وتطبيقات أنظمة الرؤية التي تستخدم الصور ثنائية الأبعاد، ثم ظهرت الأنظمة التي تستطيع التعامل مع المشاهد بطريقة ثلاثية الأبعاد وغيرها من الروبوتات التي أصبحت تقوم بمهام صعبة كالروبوت نوماد (Nomad) الذي يقوم بمهمة البحث والاستكشاف

¹ Nagro S, The Role of Artificial Intelligence Techniques in Improving the Behavior and Practices of Faculty Members When Switching To Elearning in Light of the Covid-19 Crisis, International Journal of Education and Practice, 9(4), 2021, p687

² مذکور ملیکه، الذكاء الاصطناعي ومستقبل التعليم عن بعد، مجلة دراسات في التنمية والمجتمع، 6(3)، 2021، ص132

عن الأماكن النائية في القطب الجنوبي، ويحدد موقع النيازك في المنطقة¹.

وفي عام 2016 تمكنت شركة غوغل من تطوير نظام ألفا جو الذي فاز أيضاً على بطل العالم في لعبة جو الصينية. لقد أصبح الذكاء الاصطناعي حقيقة لا خيال، وجاءت سنة 2018 لتكون بمثابة القفزة الكبرى في مجال التكنولوجيا الحديثة، فقد تمت هذه التكنولوجيا بشكل كبير على أرض الواقع حتى أصبحت أداة رئيسة تسيطر على جميع القطاعات، بعد أن خرجت من المختبرات العلمية ومن روايات الخيال العلمي لتصبح جزء لا يتجزأ من الحياة اليومية، ابتداء من المساعدة في التنقل في المدن وتجنب زحمة المرور وصولاً إلى استخدام مساعدين افتراضيين للمساعدة في أداء المهام المختلفة. وفي عام 2019 تمكن فريق Al Open من هزيمة فريق منافس مكون من خمسة محترفين في لعبة الفيديو جيم دوتا 2 (Dota 2) وهي إحدى ألعاب الاستراتيجية الفورية المعقدة².

واليوم تمتد تطبيقات الذكاء الاصطناعي إلى ما هو أبعد من الألعاب، حيث تشمل معالجة اللغات الطبيعية والرؤية الحاسوبية ووضع النماذج التنبؤية، وتطور مفهوم الذكاء الاصطناعي بظهور مفهوم جديد يدعى (تعلم الآلة) ، ليتم الاعتماد عليه في العديد من المجالات، وتشعبت تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مختلف مجالات الحياة، ولعل من أشهرها في الوقت الحالي التطبيقات الخاصة بالتعرف على الوجه في الهواتف الذكية والسيارات ذاتية القيادة بالكامل، إلى جانب تطبيقات أنظمة السلامة في الكثير من السيارات³.

ظل التقدم في هذا المجال يتسارع ويتطور وتتعدد مجالاته وتزداد تطبيقاته إلى أن وصل إلى ما يمكن تسميته اليوم بمنتجات الذكاء الاصطناعي؛ والتي لا تقل أهمية عن منتجات الذكاء البشري إن لم تتفوق عليها، وهو ما دفع البعض إلى القول بأن القانون الذي وجد أصلاً للتعامل مع الأنشطة البشرية المتعددة ينبغي أن يوجد الآن في مواجهة أنشطة وسلوك الآلات المجهزة بالذكاء الاصطناعي⁴.

لا يزال الباحثون يتسابقون في سبر أغوار الذكاء الاصطناعي والتحذير من مخاطره، وتعظيم الاستفادة من منجزاته، ورغم أن التطور في هذا المجال لم يصل إلى نهايته بعد، إلا أنه من المؤكد أنه أمام ظاهرة كبيرة

¹ أمانة موالى وأخرون، تطبيق الذكاء الاصطناعي والذكاء العاطفي في اتخاذ القرار، مجلة مجاميع المعرفة، 7(1)، 2021، ص 187

² Zhang Y, Dong Z Y , Yip C. , & Swift, Smart campus: a user case study in Hong Kong. IET Smart Cities, 2(3), 2022, p146

³ Mihret E T., **Robotics and Artificial Intelligence**, International Journal of Artificial Intelligence and Machine Learning, 10(2), 2021,p57

⁴ الاسطل محمود زكريا وأخرون، تطوير نموذج مقترح قائم على الذكاء الاصطناعي وفاعليته في تنمية مهارات البرمجة لدى طالب الكلية الجامعية للعلوم والتكنولوجيا بخان يونس، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، 29(2)، 2022، ص 743

الفصل الأول: التأصيل النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

متداخلة ومتقاطعة مع علوم كثيرة كعلم الحاسب الآلي والإحصاء واللغويات، والريوتات والهندسة الكهربية والرياضيات والأعصاب والمنطق والفلسفة، كما أنه أمام ظاهرة لها مردود اقتصادي وصناعي واجتماعي عظيم، مما يضعها في حيز اهتمام القانون باعتباره علماً لضبط السلوك ومعالجة مستجدات العصر¹.

ثانياً: أهم محطات تطور الذكاء الاصطناعي

يمكن تتبع تطور الذكاء الاصطناعي عبر عدة محطات رئيسية تظهر من خلال الجدول الموالي:

الجدول (01): محطات تطور الذكاء الاصطناعي

السنة	الحدث
1943	تم نشر ورقة Warm McCalloch حول النظرية الحسابية للشبكات العصبية، بعنوان حساب منطقي الأفكار جوهرية في النشاط العصبي.
1950	اختبار Turing، الذي ينسب الذكاء إلى أي آلة قادرة على إظهار سلوك ذكي مكافئ لسلوك الإنسان الموصوف بآلات الحوسبة والذكاء لـ Alan Turing
1951	صمم طالب الرياضيات Marvin Minky وطالب الفيزياء Dean Edmonds في ذلك الوقت فأر كهربي قادر على تعلم كيفية التعامل مع المتاهة باستخدام نظرية Hebbian
1954	توضح تجربة Georgetown IBM إمكانات الترجمة الآلية للنص.
1955	طور Newell و Simmon برنامج المنطق، حيث يمثل البرنامج كل مشكلة كنموذج شجرة، يحاول حل المشكلة عن طريق اختيار الفرع الذي من المرجح أن يؤدي إلى الاستنتاج الصحيح
1956	تم اعتماد كلمة الذكاء الاصطناعي لأول مرة من قبل عالم الكمبيوتر الأمريكي McCarthy John في مؤتمر Dartmouth الأول مرة، حيث أصبح الذكاء الاصطناعي مجال بحث أكاديمي، كما تم اقتراح مجموعة من الموضوعات لمناقشتها في هذا المؤتمر وهي معالجة اللغة الطبيعية، والشبكات العصبية والتعلم الآلي، والمفاهيم المجردة والتفكير، والإبداع، وهي

¹ عيسى مصطفى أبو مندور موسى، مدى كفاية القواعد العامة للمسؤولية المدنية في تعويض أضرار الذكاء الاصطناعي (دراسة تحليلية تأصيلية مقارنة)، مجلة حقوق دمياط للدراسات القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة دمياط، العدد الخامس، 2022، ص209

الفصل الأول: التأسيس النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

التي استمرت في تحديد المجال إلى اليوم.	
حدد John Mouty من معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا (MIT) لغة البرمجة عالية المستوى LISP الأبحاث الذكاء الاصطناعي.	1958
قدم Frank Romenhlat طبقة واحدة من الإدراك الحسي، بما في ذلك الشبكة العصبية وخوارزمية التعلم الخاضعة للإشراف للتصنيف الخطي للبيانات.	
برنامج ELIZA هو أول برنامج للتواصل اللغوي الطبيعي باستخدام آلة (chatter) تمت برمجته بواسطة Joseph Weisenbaum في معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا.	1964
طور الطبيب البريطاني se Donbal نظام خبير للتشخيص ألام البطن الحادة. لكنه من دون أن يلاحظه أحد في مجتمع الذكاء الاصطناعي السائد في ذلك الوقت.	1972
أنهى عالم الاجتماع Werbon finishes أطروحته حول خوارزمية مستخدمة على نطاق واسع الآن للتوسع العكسي المستخدمة. في تدريب الشبكات العصبية الاصطناعية على مهام التعلم الخاضعة للإشراف	1974
عقد المؤتمر الوطني الأول للجمعية الأمريكية للذكاء الاصطناعي في جامعة ستانفورد.	
برمجة الأنظمة الخبيرة التي تحاكي قدرة صنع القرار للخبير البشري. (كانت الأنظمة الخبيرة شائعة بشكل خاص في الثمانينيات، على الرغم من هشاشتها وصعوبة تطبيق قواعد الاستدلال الصحيحة يدويًا	1980
تم تطوير تقنيات التعلم الآلي (الشبكات العصبية، الانتشار العكسي للتدرج، الخوارزميات الجينية)).	
الذكاء إلى الاحتمالات نظرية Spiegelhaker و Whitaker و Cheeseman و Pearl من كل جلب الاصطناعي باستخدام شبكات بايزي حيث أصبحت بعدها أنظمة الوكلاء المتعددة شائعة.	1990
قدمت Honda نموذجها الأولي ASIMO، في خطوة متقدمة لابتكار الإنسان الآلي	2000
أصبحت روبوتات الخدمة مجال بحث رئيسي للذكاء الاصطناعي	2006

الفصل الأول: التأسيس النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

2011	فاز Watson وهو نظام حاسوبي للذكاء الاصطناعي من IBM في برنامج المسابقات التلفزيوني الأمريكي Jenpandy، وهو إختبار قصير، حيث كان عليه الإجابة عن الأسئلة المعقدة بالإضافة إلى حل الألغاز أثبت Watson أنه يمكنه فهم اللغة الطبيعية ويمكنه الإجابة عن الأسئلة الصعبة بسرعة.
	أصدرت Apple مساعد توصيات الهاتف المحمول Siri على iPhone
2015	أطلقت Facebook تقنية التعرف على الوجه Deeplace للتعلم العميق على نظامها الأساسي للوسائط الاجتماعية.
2016	فاز برنامج AlphaGe من Google Deep Mind على بطل أوروبا والكوري Selol Lee أحد أفضل لاعبي في العالم. حيث تؤدي تقنيات التعلم العميق المطبقة على التعرف على الأنماط بالإضافة إلى التعلم المعزز.
2017	في عام 2017، اقترح باحثو جوجل معمارية المحول، التي أصبحت أساساً لنماذج اللغة الكبيرة.
2018	في عام 2018، فاز كل من يان ليكان، ويوشوا بينجيو، وجيفري هينتون بجائزة تورينج لأعمالهم في مجال التعلم العميق.
2019	قامت شركة OpenAI التي أسسها Elen Mark، بتطوير نظام إنشاء نصوص ذكاء اصطناعي يقوم بخلق قصص وصحافة واقعية.
2020	أمنت Google At بالتعاون مع جامعة Waterloo الكندية، ومؤسسة البحث والتطوير الأمريكية مكتبة وهي ، Tenser Flow Quantum عن Volkswagen وشركة moonshat factory مفتوحة المصدر التعلم الآلة الكمومية.
2022	في عام 2022، أصبحت البرامج التي تُنشئ صوراً من أوصاف نصية، مثل Midjourney أو DALL-E 2، شائعة. في نفس العام، شهد وكيل المحادثة ChatGPT نمواً غير مسبوق، حيث اكتسب مليون مستخدم في خمسة أيام فقط ومئة مليون مستخدم في شهرين، مما زاد من حدة ظاهرة "التسابق" نحو الذكاء الاصطناعي.

في عام 2023، أثارت التطورات السريعة في مجال الذكاء الاصطناعي مخاوف بشأن احتمال وجود خطر على انقراض البشرية. ظهرت نماذج تأسيسية "متعددة الوسائط"، أي قدرة على معالجة وسائط متعددة في وقت واحد (النصوص والصور والصوت)، مثل Google Gemini و GPT-4.	2023
---	------

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على: Pavan vadapalli ,The History of AI: A Comprehensive

Timeline of Artificial Intelligence, website: <https://www.upgrad.com/blog/history-of-ai>

من خلال الجدول السابق يتضح أن هناك اهتمام قديم بالذكاء الاصطناعي يتبعه تطور كبير وانتشار واسع.

المطلب الثاني: مفهوم الذكاء الاصطناعي وأهدافه

يعد الذكاء الاصطناعي من المجالات سريعة التطور والذي يحظى باهتمام كبير في مختلف مجالات الأعمال والشركات تحديدا ويشتمل على العديد من المفاهيم ووجهات النظر فمن الصعب وضع مفهوم موحد للذكاء الاصطناعي واعتماده كمرجع أساسي، إذ يهدف علم الذكاء الاصطناعي عموما الى فهم طبيعة الذكاء الانساني عن طريق عمل برامج للحاسب الآلي قادرة على محاكاة السلوك الانساني المتمم بالذكاء. وعليه سيتم خلال هذا المطلب توضيح مفهوم الذكاء الاصطناعي وأهدافه.

أولاً: مفهوم الذكاء الاصطناعي

قبل تعريف الذكاء الاصطناعي وابرار خصائصه وأهميته، وجب توضيح ثلاث مفاهيم أساسية تشمل الذكاء، الفهم، العمليات المعرفية كما يلي:¹

✓ **الذكاء:** يُشتق مصطلح "الذكاء" من الكلمة اللاتينية "intelligentia"، والتي تعني القدرة على الفهم، وتحديد القدرة على الربط بين العناصر. كما يُعرف الذكاء بأنه مجموعة القدرات الذهنية التي تمكن من فهم المحيط، واكتشاف العلاقات التي تقود إلى معرفة مفاهيمية وعقلانية، والتي تتناقض مع الأحاسيس والعواطف.

✓ **الفهم:** الفهم هو نتيجة نظام ترميز متنوع، من خلال إتقان اللغة، يسمح باستدلال معقد يساعد على إقامة علاقات بين العناصر، كما أنه تعريف لقابلية التكيف، بما يترك إدارة المواقف الجديدة وكذلك إدارة القدرة

¹ L'intelligence artificielle dépassera-t-elle l'humain ?, mémoire de fin d'étude online, web site: <https://fr.scribd.com/document/321480908/Memoire-Intelligence-Artificielle> , seen:15.04.2025, 4h15

على معالجة المعلومات لتحقيق هدف ما.

✓ **العمليات المعرفية:** العملية المعرفية هي مسار يعالج من خلاله نظام ما المعلومات من خلال التصرف بناءً عليها. هذه المعالجة هي العملية التي يتم من خلالها تحليل المعلومات ودمجها في قاعدة معارف النظام، وهذا يتوقف على طريقة المعالجة ومستوى إعداد المعلومات.

يمكن تجميع العمليات المعرفية على النحو التالي:

- الإدراك، الإحساس، الانتباه؛

- التصنيف، التعرف، الاستدلال واتخاذ القرار؛

- التمثيل، اللغة والذاكرة؛

وبعد ذلك يمكن القول أن تعريف الذكاء الاصطناعي (AI) ليس بالأمر السهل، فالمجال واسع لدرجة أنه من المستحيل حصره في مجال بحثي محدد، بل هو بالأحرى برنامج متعدد التخصصات. فإذا كان طموحه الأولي هو تقليد العمليات المعرفية للإنسان، فإن أهدافه الحالية ترمي إلى تطوير أنظمة تحل بعض المشكلات أفضل من البشر، بكل الوسائل المتاحة.

1- تعريف الذكاء الاصطناعي

هناك العديد من التعاريف الخاصة بالذكاء الاصطناعي من بينها:

يمكن تلخيص الذكاء الاصطناعي (AI) بأنه: "مجموعة من الخوارزميات التي تعالج مجموعة من المعلومات أو البيانات المتعلقة بمهام بطريقة مماثلة أو مطابقة لتلك التي قد يتبناها الإنسان لاتخاذ قرار أو حل مشكلة." النظام الذكي هو نظام مزود بذكاء اصطناعي إذ يتميز النظام الذكي بجزئين هما:

- جزء مادي يتكون أساساً من معدات إلكترونية (بطاقات إلكترونية قابلة للبرمجة، أجهزة كمبيوتر، إلخ)؛
- جزء برمجي يتكون أساساً من برامج قادرة على معالجة معلومات من أنواع مختلفة.

وهكذا، يلتقي الذكاء الاصطناعي عند مفترق طرق العديد من التخصصات: المعلوماتية، الرياضيات (المنطق، التحسين، التحليل، الاحتمالات، الجبر الخطي)، العلوم المعرفية... دون إغفال المعرفة المتخصصة في المجالات التي يمكن تطبيقه عليها. وتستند الخوارزميات التي تدعمه إلى مقاربات متنوعة بنفس القدر: التحليل الدلالي، التمثيل الرمزي، التعلم الإحصائي أو الاستكشافي، الشبكات العصبية، إلخ

الفصل الأول: التأسيس النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

أما مارفن لي مينسكي، أحد رواد هذا التخصص، يُعرّف الذكاء الاصطناعي بأنه "بناء برامج معلوماتية تقوم بمهام يتم إنجازها حالياً بشكل مرضٍ من قبل البشر لأنها تتطلب عمليات ذهنية عالية المستوى مثل التعلم الإدراكي، وتنظيم الذاكرة، والاستدلال النقدي"¹.

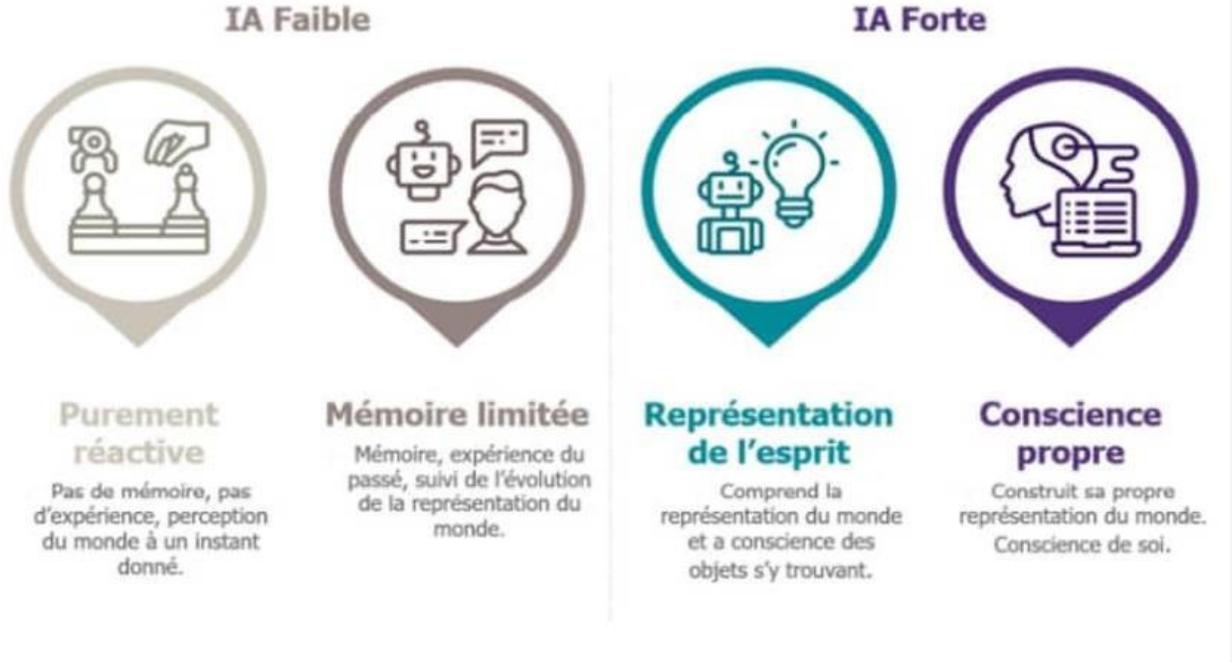
كما يعرف الذكاء الاصطناعي بالأساس برنامج معلوماتي يهدف إلى إنجاز مهام تتطلب مستوى معيناً من الذكاء، على الأقل بنفس جودة الإنسان. الأفق الذي يجب الوصول إليه يشمل بشكل محتمل جميع مجالات النشاط البشري: الحركة، التعلم، الاستدلال، التنشئة الاجتماعية، الإبداع، إلخ.

إن الوعود التي لم يتم الوفاء بها في بدايات الذكاء الاصطناعي أدت إلى التمييز بين، من ناحية، الآلات التي لا تقوم فقط بتنفيذ استدلالات شبيهة بالاستدلالات البشرية، بل لديها أيضاً وعي حقيقي بذاتها - وهذا ما يسمى بالذكاء الاصطناعي القوي؛ ومن ناحية أخرى، الآلات التي تقدم خدمات عديدة للبشر من خلال محاكاة الذكاء البشري - وهذا هو الذكاء الاصطناعي الضعيف².

¹ Villani – Folleto, Qu'est-ce que l'intelligence artificielle ?, article en ligne: QU'EST-CE QUE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE? Livret de vulgarization Mission Villani sur l'intelligence artificielle , seen:16.04.2025,at 00.00.

² Villemin, G,Introduction à l'Intelligence Artificielle, website: <http://villemin.gerard.free.fr/Wwwgvmm/Logique/IAintro.htm> , seen:16.04.2025, at 00.59pm.

الشكل (02): الذكاء الاصطناعي الضعيف والذكاء الاصطناعي القوي



La source: Villemin, G, **Introduction à l'Intelligence Artificielle**, website:

<http://villemin.gerard.free.fr/Wwwgvmm/Logique/IAintro.htm> , seen: 16.04.2025, at 00.59pm.

من خلال الشكل السابق يتضح أن الذكاء القوي والضعيف هما:

- **الذكاء الاصطناعي الضعيف أو التنازلي:** تقليد مُخلص لسلوك مُلاحظ ويتم استنساخه بشكل مطابق

باستخدام برنامج معلوماتي. يكون هذا النوع عالي الأداء في مجاله ولكنه يبقى محصورًا فيه، دون التطور.

- **الذكاء الاصطناعي القوي (الصاعد):** في هذه الحالة، يتم تقليد السلوك البشري من خلال التعلم وتراكم

المعارف المعقدة بشكل متزايد. يتم تزويد الآلة بنوع من الوعي بذاتها. تتطور الخوارزميات وتخرج تدريجيًا عن

الإطار الذي حدده مؤلفوها في البداية.

أما التشريع الأمريكي فقد عرف الذكاء الاصطناعي في قانون لجنة الأمن القومي للذكاء الاصطناعي بأنه:

“نظام اصطناعي يؤدي المهام في ظل ظروف متفاوتة وغير متوقعة دون إشراف بشري كبير، أو يمكنه التعلم

الفصل الأول: التأسيس النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

من التجربة وتحسين الأداء عند تعرضه لمجموعات البيانات نظام اصطناعي يتم تطويره في برامج الكمبيوتر أو الأجهزة المادية، أو أي سياق آخر يحل المهام التي تتطلب شبيهة بالبشر لكل استقبال، أو إدراك، أو تخطيط أو تعلم، أو اتصال، أو فعل جسدي نظام مصطنع للتفكير أو التصرف كإنسان بما في ذلك البنى المعرفية والشبكات العصبية¹.

وقد عرفته الموسوعة البريطانية على أنه: "قدرة أجهزة الكمبيوتر الرقمية أو الروبوتات التي تسيطر عليها الكمبيوتر على حل المشاكل التي ترتبط عادة مع قدرات المعالجة الفكرية للبشر" و قد عرفه ايضا Elaine Rich " بأنه: " هو دراسة كيفية جعل أجهزة الكمبيوتر تفعل الأشياء في الوقت المناسب افضل من البشر" كما عرف الذكاء الاصطناعي على أنه نظام علمي يشتمل على طرق التصنيع والهندسة لما يسمى بالأجهزة والبرامج الذكية².

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف الذكاء الاصطناعي بأنه قدرة النظام على العمل بطريقة مرنة وهادفة والتعلم في بيئة معقدة وغير متوقعة جزئياً. وباختصار الذكاء الاصطناعي يعني بناء آلات قادرة على القيام بالمهام التي تتطلب الذكاء البشري.

2- خصائص الذكاء الاصطناعي

- تعددت خصائص الذكاء الاصطناعي مما أدى الى اهتمام الباحثين به، ومن أهم خصائصه ما يلي³:
- يعتبر الذكاء الاصطناعي علم تطبيقي وليس نظري " يسعى لتسهيل نمط الحياة عمليا وتقديم حلول المشكلات عن طريق الآلة " مع توفير وترشيد النفقات وتقليل التكاليف؛
 - يعمل الذكاء الاصطناعي على جعل الآلة قادرة على حل المشكلات التي تواجهها بعدة أساليب لاستخدام الإنتاج والتحليل؛
 - تطبيقات الذكاء الاصطناعي على الأجهزة والآلات تمكنها من تخطيط وتحليل المشكلات باستخدام المنطق؛
 - التعرف على الأصوات والكلام، والقدرة على تحريك الأشياء؛
 - تستطيع الأجهزة المثنية للذكاء الاصطناعي من فهم المدخلات وتحليلها جيداً لتقديم مخرجات تلبي احتياجات

¹ منسل كوثر، دور الإدارة الإلكترونية في الجزائر: نحو بروز قانون الإدارة الإلكترونية، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون عام، قسم الحقوق، جامعة قالمة 8ماي1945، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قالمة، الجزائر، 2022، ص478.

²عثمانية أ، تطبيقات الذكاء الاصطناعي كتوجه حديث لتعزيز تنافسية منظمات الأعمال، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، الطبعة الأولى، ألمانيا، 2019، ص13.

³ النجار فايز جمعة، نظم المعلومات الادارية -منظور اداري-، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة 03، الاردن، 2010، ص 169

المستخدم بكفاءة عالية؛

- يمكن من التعلم المستمر، حيث تكون عملية التعلم آلية وذاتية دون خضوعه للمراقبة والإشراف¹؛
- يستطيع ملاحظة الأنماط المتشابهة في البيانات وتحليلها بفعالية أكثر من الأدمغة البشرية.

كما يتمتع الذكاء الاصطناعي بالميزات التالية:²

- إمكانية تمثيل المعرفة: إن برامج الذكاء الاصطناعي على عكس البرامج الإحصائية تحتوي على أسلوب تمثيل المعلومات إذ تستخدم هيكلية خاصة لوصف المعرفة، وهذه الهيكلية تتضمن الحقائق والعلاقات بين هذه الحقائق والقواعد التي تربط هذه العلاقات.... الخ، ومجموعة الهياكل المعرفية تكون فيما بينها قاعدة المعرفة وهذه القاعدة توفر أكبر قدر ممكن من المعلومات عن المشكلة المراد إيجاد حل لها.

- استخدام الأسلوب التجريبي المتفائل: يقوم بحل المسائل المعقدة والتي لا تمتلك طريقة حل عامة ومعروفة من خلال إيجاد طريقة معينة للحل تبدو مناسبة مع الاحتفاظ باحتمالية تغيير الطريقة إذا اتضح أن الخيار الأول لا يؤدي إلى الحل سريعاً، ومن أمثلة ذلك لعبة الشطرنج نظراً لغياب طريقة واضحة وأكيدة لتحديد الحركة القادمة.

- قابلية التعامل مع المعلومات الناقصة: أي تستطيع برامج الذكاء الاصطناعي إيجاد بعض الحلول حتى لو كانت المعلومات ناقصة وغير متوفرة بأكملها في الوقت الذي يتطلب فيه الحل.

- القابلية للتعلم: بمعنى التعلم من الخبرات والممارسات السابقة إضافة إلى تحسين الأداء بالأخذ بالاعتبار الأخطاء السابقة، وبالتالي القابلية لتعميم المعلومات واستنتاج حالات مماثلة وانتقائية وإهمال بعض المعلومات الزائدة.

- قابلية الاستدلال: وهي القدرة على استنباط الحلول الممكنة لمشكلة معينة من واقع المعطيات المعروفة والخبرات السابقة وخاصة المشكلات التي لا يمكن معها استخدام الوسائل التقليدية المعروفة للحل.

¹ What is artificial intelligence (AI)?, article en ligne: [HTTPS://searchenterpriseai.techtarget.com](https://searchenterpriseai.techtarget.com), seen: 13.4.2025, at 12.10 am

² عثمانية أ، مرجع سابق، ص 13

3- أهمية الذكاء الاصطناعي

- يعد الذكاء الاصطناعي قاطرة التطور البشري في الوقت الحالي وفي المستقبل، فلا يمكن انكار أهميته المقدمة لخدمة البشرية، ويمكن الإشارة إلى بعض الجوانب لأهمية الذكاء الاصطناعي المتعددة فيما يلي:¹
- مساهمة الذكاء الاصطناعي في المحافظة على الحوادث البشرية المتراكمة بنقلها للآلات الذكية؛
 - يمكن الانسان من استخدام اللغة الإنسانية في التعامل مع الآلات عوضا عن لغات الرجعة الحاسوبية مما يجعل استخدام الآلات في متناول كل شرائح المجتمع بعدما كان التعامل مع الآلات المتقدمة حكرا على المتخصصين ذوي الخبرات؛
 - يلعب الذكاء الاصطناعي دورا هاما في الكثير من الميادين الحساسة كالمساعدة في تشخيص الأمراض ووصف الأدوية، والاستشارات القانونية والمهنية والتعليم التفاعلي والمحالات الأمنية والعسكرية وغيرها من الميادين الأخرى؛
 - تسهم الأنظمة الذكية في الحالات التي يصنع فيها القرار، فهذه الأنظمة تتمتع بالاستقلالية والدقة والموضوعية وبالتالي تكون قراراتها بعيدة عن الخطأ والانحياز والعنصرية أو الأحكام المسبقة أو حتى التدخلات الخارجية أو الشخصية؛
 - تخفف الآلات الذكية على الإنسان الكثير من المخاطر والضغوطات النفسية، وتجعله يركز على الأشياء الأكثر أهمية وأكثر إنسانية ويتعامل جيدا مع الوقت؛
 - يعزز الذكاء الاصطناعي قدرات وإمكانيات الشركات حيث يزيد من كفاءة الأعمال وسرعة تنفيذها، وأيضا عدد المتفاعلين مع هذه الأعمال من خلال تطوير الأدوات والبرمجيات المتعلقة بها؛
 - تحسين الإنتاجية أو الكفاءة حيث يمكن للذكاء الاصطناعي في كثير من الأحيان إكمال المهام الروتينية بشكل أسرع أو أفضل، أو باتساق أكثر من الإنسان.²
 - إمكانية تعليم وتطوير الذات من خلال برامج الذكاء الاصطناعي كآلات التعليم والمنطق والتصحيح الذاتي والبرمجة الذاتية؛
 - يسهم الذكاء الاصطناعي في تمكين الإنسان من استخدام اللغة الإنسانية في التعامل مع الآلات عوضاً عن

¹ إحسان بن علي، أهمية الذكاء الاصطناعي في ظل كوفيد 19 -تجربة الامارات العربية المتحدة-، مجلة آفاق علوم الادارة والاقتصاد، 6 (2)، 2022، ص 469

² المهدي مجدي صلاح، التعليم وتحديات المستقبل في ضوء فلسفة الذكاء الاصطناعي، مجلة تكنولوجيا التعليم والتعلم الرقمي، 2(5)، ص 97

الفصل الأول: التأسيس النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

- لغة البرمجة الحاسوبية، مما يجعل الآلات واستخدامها في تناول كل شرائح المجتمع؛
- تسهم الأنظمة الذكية في المجالات التي يصنع فيها القرار في هذه الأنظمة، وتتمتع بالاستقلالية والدقة والموضوعية، وبالتالي تكون قراراتها بعيدة عن الخطأ، والانحياز، والعنصرية، أو الأحكام المسبقة، أو حتى التدخلات الخارجية، أو الشخصية؛
 - يمكن للإنسان استخدام اللغة الطبيعية في التعامل مع الآلات عوضاً عن لغات البرمجة الحاسوبية مما يجعل استخدام الآلات في تناول كل شرائح المجتمع¹.

ثانياً: أهداف الذكاء الاصطناعي

إن أهداف الذكاء الاصطناعي كثيرة ومختلفة، لأنه بات من أبرز العلوم الحديثة في علوم الحاسوب ويشكل عصب الحياة التي تبنى عليها صناعة التكنولوجيا بأغراضها الكثيرة في هذا العصر، فهو يحقق جملة من الاهداف منها:

- فهم أفضل لماهية الذكاء البشري عن طريق فك أغوار الدماغ حتى يمكن محاكاته (المعالجة المتوازية Parallel Processing)، فالمبدأ الأساسي الذي يقوم عليه علم الذكاء الاصطناعي لا يكمن في حل الإشكاليات بسرعة أكبر، أو في معالجة المزيد من البيانات، أو حفظ أكبر عدد من المعلومات التي تستقى من العقل البشري، إنما في الواقع المبدأ الأصح الذي يبني عليه هذا المجال هو مبدأ معالجة المعلومات مهما كانت طبيعتها وحجمها، بطريقة آلية أو نصف آلية، وبشكل متوافق مع هدف معين حيث يتم تنفيذ عدة أوامر في نفس الوقت وهذا أقرب إلى طريقة الإنسان في حل المسائل والتعرف على الأشياء²؛

- اتخاذ قرارات أفضل بشكل أسرع، حيث توفر تقنية الذكاء الاصطناعي ميزة تنافسية، تدركها الشركات بشكل متزايد، وتسعى لتطبيق رؤى الذكاء الاصطناعي على أهداف الأعمال، وجعلها أولوية بما سيؤدي إلى خفض التكاليف، وتقليل المخاطر، وتسريع الوقت للوصول إلى السوق وغير ذلك³؛

- تبسيط التعامل مع الذكاء الاصطناعي، حيث لا تزال تقنية جديدة ومعقدة، تحتاج إلى تحديد أفضل الممارسات

¹ الجهني نوال صويلح، تصور مقترح لبرنامج يعتمد على الذكاء الاصطناعي لتحديد الاحتياجات التدريبية للمعلمين وتنمية قدراتهم المهنية، مجلة الدراسات الإنسانية والأدبية، 2 (19)، 2020، ص1

² مقال ليلى، حسني هنية، الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته التربوية لتطوير العملية التعليمية، مجلة علوم الانسان والمجتمع، 4(10)، 2021، ص 109.

³ ظهراوي ياسين، طاشمة راضية، الذكاء الاصطناعي وصعوبات التعلم. القياس والدراسات النفسية، 1 (4)، 2022، ص 18.

الفصل الأول: التأسيس النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

للحصول على أقصى استفادة منها، وذلك باستخدامه لتعزيز الإنتاجية بنفس العدد من الأشخاص، بدلاً من التخلص من عدة موظفين، أو إضافة عدد منهم¹؛

- تطوير برامج الحاسب الآلي بحيث تستطيع التعلم من التجارب، وتتمكن من حل الإشكاليات المختلفة وهذا يعني قدرة البرنامج على معالجة مسألة ما أو اتخاذ قرار موقف معين بناء على وصف هذا الموقف والبرنامج يجد الطريقة المتبعة لحل المسألة، أو اتخاذ القرار بالرجوع إلى العديد من العمليات الاستدلالية المتنوعة التي تم تغذيتها للبرنامج مسبقاً²؛

- تصميم أنظمة ذكية لها نفس الخصائص التي يعرف بها الذكاء في السلوك الإنساني، وبيحث في حل المشكلات باتخاذ معالجة الرموز غير الخوارزمية³.

المطلب الثالث: أنواع ومكونات الذكاء الاصطناعي

من خلال هذا المطلب سيتم التطرق إلى أنواع ومكونات الذكاء الاصطناعي.

أولاً: أنواع الذكاء الاصطناعي

يمكن تقسيم الذكاء الاصطناعي وفق ما يتمتع به من قدرات إلى ثلاثة أنواع رئيسية، تبدأ من رد الفعل البسيط وصولاً إلى الإدراك والتفاعل الذاتي، وذلك على النحو التالي:

1- الذكاء الاصطناعي الخاص بالآلات التفاعلية Reactive Machines: هو أبسط أنواع الذكاء الاصطناعي، له القدرة على التعلم من الخبرات السابقة، أو التجارب الماضية لتطوير الأعمال المستقبلية، أما التجارب الحالية فيكتفي بالتعامل معها لإخراجها بأفضل شكل ممكن، لذا تتم برمجة الذكاء الاصطناعي للقيام بوظائف معينة داخل بيئة محددة، ويعتبر تصرفه بمثابة رد فعل على موقف معين، ولا يمكن له العمل إلا في الظروف البيئية الخاصة به، مثل أجهزة Deep Blue، والتي تم تطويرها من شركة IBM ونظام Alpha Go التابع لشركة جوجل⁴.

¹ بكر عبد الجواد السيد وطه، محمود عبد العزيز، الذكاء الاصطناعي سياساته وبرامجه وتطبيقاته في التعليم العالي: منظور دولي، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، 3 (481)، 2019، ص 383.

² درويش عمرو محمد، أحمد الليثي، أحمد حسن محمد، أثر استخدام منصات الذكاء الاصطناعي في تنمية عادات العقل ومفهوم الذات الأكاديمي لعينة من طلاب المرحلة الإعدادية منخفضي التحصيل الدراسي، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، 2020، ص 61.

³ Khan M. A., Khojah M., & Vivek. **Artificial Intelligence and Big Data: The Advent of New Pedagogy in the Adaptive E-Learning System in the Higher Educational Institutions of Saudi Arabia**, Education Research International, article online: <https://doi.org.com>, seen 11.3.2025, 10.00pm.

⁴ Abumosa M. A., & Al-takahyneh B. A. **The Impact of Using Educational Robot through Integrative Approach**

2- الذكاء الاصطناعي المحدود أو ذو الذاكرة المحدودة Limited Memory: الذي يعرف أيضاً باسم الذكاء الاصطناعي الضعيف، وهو مجموعة من الأنظمة المتخصصة التي يمكنها التعامل مع مجموعة محدودة من المهام، وقد استطاع هذا التخصص أن يثبت أهمية الذكاء الاصطناعي من الناحية التجارية ويدخله إلى الحياة اليومية، حيث يمكن اعتبار غالبية تطبيقات الذكاء الاصطناعي الحالية من هذا النوع مثل تصنيف الرسائل غير المرغوب فيها، أو ترجمة غوغل أو تطبيق سيري (Siri) بالآيفون¹.

3- الذكاء الاصطناعي العام: ويعرف أيضاً باسم الذكاء الاصطناعي القوي القائم على نظرية العقل Theory of Mind ؛ حيث يمكن للآلة فهم المشاعر الإنسانية، والتفاعل مع الأشخاص والتواصل معهم، حتى وإن لم توجد أية تطبيقات عملية له حالياً، يتميز هذا النوع عن الذكاء الاصطناعي المحدود بقدرته على جمع المعلومات وتحليلها واستقطابها والاستفادة من الخبرة المكتسبة، وقد ساهم ذلك في جعله مؤهلاً لاتخاذ بعض القرارات الذاتية بصفة مستقلة عن التلقين، ومن أبرز الأمثلة عليه روبوت المحادثة والقيادة الذاتية، حيث تستطيع الآلة تخزين بيانات المحاولات السابقة لفترة زمنية محدودة، مثل نظام القيادة الذاتية، حيث يتم تخزين السرعة الأخيرة للسيارات الأخرى، ومقدار بعد السيارة عن السيارات الأخرى، والحد الأقصى لسرعتها، وغيرها من البيانات الأخرى اللازمة للقيادة عبر الطرق، ويتوقع أن تظهر أول تطبيقاته عام 2050، وسبب عدم الوصول لهذا النوع حتى الآن صعوبة معرفة الجوانب العديدة للدماغ البشري².

4- الذكاء الاصطناعي ذو الإدراك الذاتي Self-Awareness أو الذكاء الاصطناعي الفائق أو الذكاء الاصطناعي السوبر الخارق Super AI: وهي آلات مزودة بقدرات إدراكية تفوق الذكاء البشري وتشير إلى كثير من التوقعات المستقبلية التي يصبو إليها العلماء، ويعد هذا النوع أنموذجاً خارقاً له القدرة على منافسة العقل البشري من حيث التفكير لا يوجد حالياً إلا افتراضياً، ولا يزال قيد التجارب والتحديث بشكل مستمر. ويعمل الذكاء الاصطناعي الخارق على استيعاب الطبيعة البشرية في التفكير، وما تظهره من انفعالات وردود أفعال، ومن أهم سماته القدرة على التفاعل والتواصل مع الآخرين، وإقامة العلاقات الاجتماعية، وهذا ما يتم

on the Achievement of Tenth-Grade Students in Trigonometry, The International Journal for Research in Education, 45(2), 2021, p 200.

¹ شنيبي صورية ، الخضر سعيد، إعداد قادة المستقبل باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي (مشروع دولة الإمارات في هذا المجال)، مجلة آفاق علوم الإدارة والاقتصاد، 2022، ص 452.

² نصيرة بوبعابة، دور البيانات والذكاء الاصطناعي في مواجهة وباء فيروس كورونا تجارب دولية ناجحة - COVID 19 ، مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية، (16)(3)، 2021، ص 122.

عرضه في أفلام الخيال العلمي لكنها غير موجودة على أرض الواقع حتى الآن. إن تطوير هذا النوع في المستقبل سيؤدي إلى سيناريو يشار إليه في الغالب باسم التفرد التكنولوجي، ومن المتوقع الوصول إليه بحلول عام 2099، وهذا النوع يحذر منه العلماء، حيث يتخوفون من تحكم الآلات بالبشر، فبينما تبدو الجاذبية في إمكانية امتلاك مثل هذه الآلات القوية تحت التصرف إلا أن هذه الآلات قد يكون وجودها مهددا لوجود البشر أو على الأقل مهدداً لأسلوب حياته¹.

انطلاقاً مما سبق يمكن القول بأن الاستفادة من الذكاء الاصطناعي بأنواعه المختلفة من خلال تقديم مجموعة من التطبيقات في شتى المجالات الحياتية أمر مميز وضروري حيث كان لها في الغالب إيجابيات حققت كثيراً من الفوائد للبشرية؛ إلا أنها لم تخلو من بعض السلبيات التي تظهر بعض الانعكاسات غير الأخلاقية.

ثانياً: مكونات الذكاء الاصطناعي

يتكون الذكاء الاصطناعي من ثلاثة مكونات أساسية هي:²

1- قاعدة المعرفة: هي مجموعة من القواعد والافتراضات المنطقية والرياضية التي توضح كيف أن الحقائق متناسبة معاً وفي حالة منطقية، وتتضمن قاعدة المعرفة الحقائق المطلقة التي تصف العلاقات المنطقية من العناصر والمفاهيم، وكذلك مجموعة الحقائق المستندة على الخبرة والممارسة، كما تضم طرق حل المشكلات وتقديم الاستشارة، وكذا القواعد المستندة على صيغ رياضية وهناك مجموعة من الطرق التي يتم من خلالها تمثيل المعرفة في النظام الخبير، وهي:

- نظم المعرفة المثبتة على القواعد (Rule-Based)؛
- نظم المعرفة المثبتة على الإطار (Frame-Based)؛
- نظم المعرفة المبنية على الوضوح (Object-Based)؛
- نظم المعرفة المبنية على الحالة (Case-Based).

2- موارد البرمجيات (منظومة آلية الاستدلال): وهي إجراءات مبرمجة تقود إلى الحل المطلوب من خلال

¹ العاقل عبد الغني، قاشي خالد، البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي لتمكين التحول إلى حكومة ذكية دراسة حالة دولة الإمارات العربية المتحدة، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، 1(2)، 2021، ص 40.

² Müller Vincent C, **Introduction: Philosophy and theory of artificial intelligence**. In springer. Springer Nature, Switzerland Article en ligne : <https://doi.org.com> ,seen:11.3.2025, at 12.00am

ربط القواعد والحقائق المعينة؛ لتكوين خط الاستنباط والاستدلال، وتسهل هذه الموارد على المستخدم التفاعل مع النظام الخبير؛ من خلال إدخال المعلومات والتعليمات إلى النظام.

3- واجهة المستخدم: وهي الإجراءات التي توفر للمستخدم أدوات مناسبة للتفاعل مع النظام من خلال مرحلتى التطوير والاستخدام¹.

المطلب الرابع: مجالات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي

يُعدّ الذكاء الاصطناعي من أبرز الإنجازات التقنية في العصر الحديث، حيث شهد تطورًا متسارعًا مكنه من الدخول إلى العديد من جوانب الحياة اليومية والمجالات المهنية المختلفة. وقد أسهم هذا التطور في تعزيز كفاءة الأنظمة، وتحسين جودة الخدمات، ودعم اتخاذ القرار بشكل ذكي وفعال. وفيما يلي، سيتم استعراض أبرز مجالات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تُظهر مدى تأثيره وأهميته في العصر الرقمي.

أولاً: مجالات الذكاء الاصطناعي

تعددت المجالات الفرعية التي يطبق فيها الذكاء الاصطناعي في العصر الحالي بتعدد وتنوع مظاهر الذكاء البشري، حيث لوحظ وجوده في الكثير من المجالات ومن تلك المجالات يذكر ما يلي:²

1- التعليم الآلي: ويشار له اختصاراً بـ ML، يمكن تبسيط مفهوم تعلم الآلة بأنه أحد الفروع المنبثقة عن علم الذكاء الاصطناعي (AL) القائمة على برمجة الحواسيب بمختلف أشكالها لتصبح قادرة على أداء المهام وتنفيذ الأوامر الموكولة إليها بالاعتماد على البيانات المتوفرة لديها وتحليلها مع تقييد التدخل البشري في توجيهها أو تغييره تماماً. ويشار إلى أن مصطلح تعلم الآلة قد ظهر بإيعاز من رائد الذكاء الاصطناعي Samuel Arthur في سنة 1959 ضمن نطاق عمل مختبرات IBM، ومن الجدير بالذكر فإن الآلة في هذه الحالة يجب أن تعتمد على تحليل البيانات المدخلة إليها مسبقاً لمواجهة الأوامر والمهام المطلوبة منها، فيكون دور العنصر البشري ضئيلاً جداً في نهاية المطاف.

¹ Markova E. S., & Pronin K. M. **Artificial intelligence: risks and threats. Innovative Economics and Law**, article en ligne : <https://doi.org.com>, seen: 11.3.2025, at 13.00 am

² المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني، مجالات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي، مستخرج من الموقع: <https://engmohannadb.github.io.com> تاريخ الاطلاع: 12.04.2025 على الساعة 14:00.

الفصل الأول: التأسيس النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

وعلى الرغم من أن معظم الناس يعتبرون التعلم الآلي ذكاء اصطناعيا، إلا أن هذا الاعتقاد غير دقيق. وفي الواقع، يمكن للآلات أن تتعلم، كما يمكن للروبوتات أن تتعلم من البيانات المقدمة لها.

في الحقيقة، تم إيجاد تقنية تمكن من إدراك وجود الذكاء الاصطناعي، حيث تستخدم الخوارزميات للحصول على البيانات والتعلم ثم التحليل، لتأتي النتائج على شكل تنبؤات. والجدير بالذكر أن ذلك يتجلى عند الحصول على توصية من مواقع التسوق أو جوجل أو فيسبوك، إذ يمكن الحصول على اقتراحات تتوافق مع الاهتمامات. كما يتم ذلك باستخدام خوارزميات التعلم الآلي التي تم تطويرها لتحليل عمليات البحث الحديثة والتاريخ والعديد من المعلومات الأخرى. ولا بد من التنويه بأن هذه التقنية تؤثر أيضا على قطاعي التسويق والبنوك.

اقتصرت خوارزميات التعلم الآلي الجديدة على مقومات الذكاء الاصطناعي الأساسية، لكنها أصبحت في الوقت الراهن جزءا جوهريا من هذا النظام. ويتم ابتكار العديد من الخوارزميات المعقدة لمنح المستخدمين تجربة أفضل. فقد حقق التعلم الآلي نقلة في طريقة مشاهدة العروض والأفلام. وتستخدم صناعة الترفيه هذه الخوارزمية لتقديم اقتراحات مناسبة لمشاهديها على قنوات الويب مثل نيتفليكس و "أمازون برايم". فضلا عن ذلك، يحل التعلم الآلي البيانات ويقدم توصيات ممتازة تستند إلى التعلم من تلك النقاط.

وبشكل مبسط فإن معظم خوارزميات تعلم الآلة تعتمد في تعلمها على خطوتين أساسيتين المراقبة والمحاكاة (التنبؤ) وهذا يكون في مجموعة الخوارزميات التي تعتمد على التعلم تحت الإشراف، أو التعلم من خلال مراقبة أحداث سابقة معروفة النتيجة. فهي أولاً تراقب البيانات المدخلة وتحاول استنباط أنماط وخصائص مميزة لهذه البيانات ومن ثم تعمل على محاكاة سلوك الوظائف بناء على الروابط والعلاقات التي تم تشكيلها من خلال مراقبة عملية تحويل البيانات المدخلة إلى مخرجات معينة وهو جعل الحاسوب يتعلم كيفية حل المشكلات بنفسه، ويتم ذلك إما بالتعلم من اكتساب الخبرات السابقة أو من خلال تحليل الحلول الصحيحة واستنباط طريقة الحل منها أو التعلم من خلال الأمثلة.

2- التعلم المتعمق أو التعلم العميق: هو مجال بحث جديد يتناول إيجاد نظريات وخوارزميات تتيح للآلة أن تتعلم بنفسها عن طريق محاكاة الخلايا العصبية في جسم الإنسان، وأحد فروع العلوم التي تتناول علوم الذكاء الاصطناعي، إذ يعد فرع من فروع علوم التعلم الآلي فمعظم أبحاث التعلم المتعمق تركز على إيجاد أساليب استنباط درجة عالية من المتجردات بتحليل مجموعة بيانات ضخمة باستخدام متحولات خطية وغير خطية.

يتجسد التعلم العميق في تنفيذ نظام التعلم الآلي. وفي الواقع، يتكون التعلم العميق من مجموعة فرعية من أنظمة التعلم الآلي، أو من الذكاء الاصطناعي، التي تشكل قدرات التشغيل التي تملكها الآلات. وتشبه هذه التقنية نظام التعلم الآلي في بعض السياقات، ولكن يكمن الفرق في أن التعلم الآلي يحتاج إلى بعض التوجيهات لأداء المهمة، في حين يستطيع التعلم العميق أداء المهمة دون تدخل المبرمج بالإضافة إلى ذلك، عزز التعلم العميق خبرة المستخدمين، حيث يكمن استخلاص أفضل نموذج للتعلم العميق من خلال خاصيات السيارة الأوتوماتيكية¹.

3- النظم الخبيرة: حسب تعريف الباحث الدكتور ادوارد فينيغن باور هي نظم المعرفة أو النظام الخبير وهو ذلك البرنامج الذكي الذي يستخدم القواعد المأخوذة من الخبرة الإنسانية على هيئة شروط ونتائج في مجال معين واستخدام طرق الاشتقاق والاستدلال لاستخراج واستنتاج النتائج المعللة بالأسباب الناتجة عن تطابق هذه الشروط أو النتائج مع شرط أو نتيجة ما والخاصة بمشكلة معينة يراد إيجاد حل لها².

4- معالجة وفهم اللغة الطبيعية: تعمل نظم اللغة الطبيعية من خلال شكلين من النظم هما:³

- الأول هو استخدام اللغة العربية بشكلها العادي، من خلال أسئلة وإجابات وتحويل الكلمات الدالة في اللغة الطبيعية إلى استفسارات والبحث عن إجابات داخل الحاسب.
- الثاني هو استخدام النوافذ أو القوائم والاختيار من بينها شاشة الحاسبة.

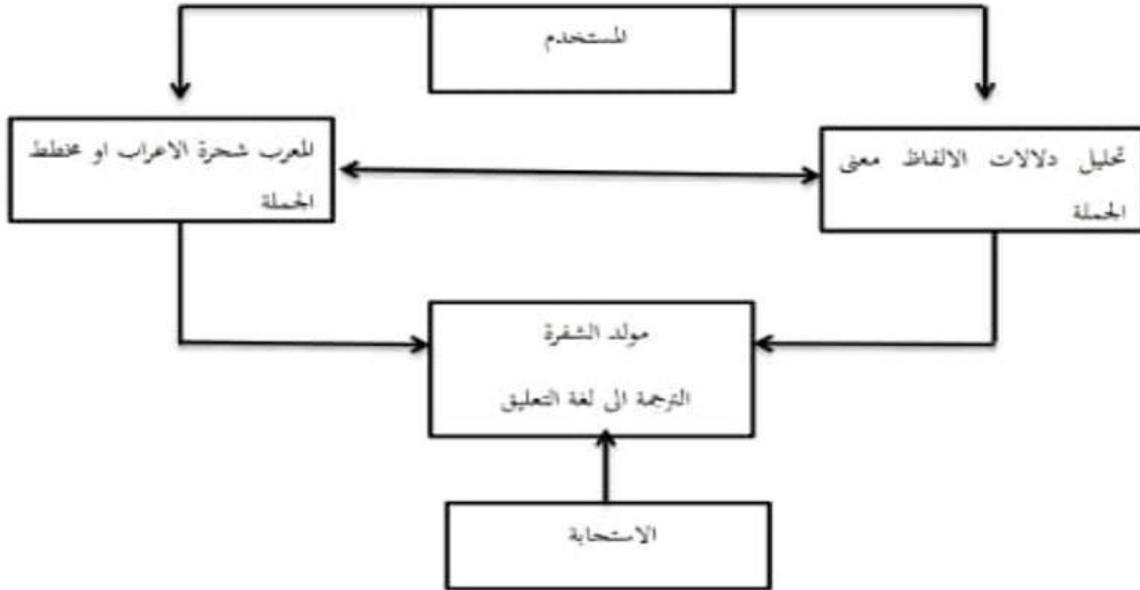
والشكل التالي يعرض طريقة عمل أنظمة اللغة الطبيعية:

¹ عمر سليم، الذكاء الاصطناعي وتعليم الآلة، مستخرج من الموقع: <https://bim Arabia.com>، تاريخ الاطلاع: 15.04.2025، على الساعة: 13.32.

² مبارك بن آل سليمان، مقدم عن النظم الخبيرة وتصميمها الندوة العلمية حول النظم الخبيرة في مكافحة الحرائق في المنشآت المدنية، الطبعة الاولى، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، السعودية، ص 11

³ علاء الدين عويد محمد صالح، أساسيات الذكاء الاصطناعي، وزارة الثقافة والاعلام، الطبعة الأولى، بغداد-العراق-، 2017، ص54

الشكل (03): طريقة عمل نظام اللغة الطبيعية



المصدر: علاء الدين عويد محمد صالح، مرجع سابق، ص55

يتضح من خلال الشكل السابق أن أنظمة اللغة الطبيعية تعمل من خلال نظامين تسعى فيهم الى

الاستجابة.

5- التعرف على الكلام: فالهدف من معالجة اللغات الطبيعية هو جعل الحاسب قادرا على التفاعل والاتصال بالإنسان عن طريق التعرف على لغته الحية من خلال الجمل المعطاة إليه عن طريق لوحة المفاتيح أما مجال التعرف على الكلام فهو يجعل الحاسب أكثر تفاعلاً مع المستخدم، حيث أنه يبحث في الطرق التي تجعل الحاسب قادرا على التعرف على حديث الإنسان أي أن الإنسان يصبح قادرا على توجيه الأوامر إلى الحاسب شفها ويقوم الحاسب بفهم هذه الأوامر وتنفيذها.

6- الإنسان الآلي: إن تكنولوجيا الإنسان الآلي من أكثر تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي تقدما من حيث التطبيقات التي تقدم حلاً كاملاً للمشكلات، فهي عبارة عن آلة كهروميكانيكية تتلقى الأوامر من كمبيوتر تابع لها، فيقوم بأعمال معينة، والذكاء الاصطناعي في هذا المجال يشتمل على إعطاء الروبوت القدرة على الحركة وفهم المحيط من حوله، والاستجابة لعدد من العوامل الخارجية بدرجة معينة من المرونة والحساسية.

7- البرمجة الآلية: ويقصد بها القدرة على إيجاد مقرات أو مترجمات فائقة، تمكن الكمبيوتر من استلام برنامج المصدر مكتوب بلغة طبيعية، ثم القيام بتوليد برنامج يمكن للكمبيوتر أن يتولى تنفيذه والتعامل معه.

فالبرمجة هي الوسيلة التي من خلالها يمكننا إبلاغ الحاسب بتنفيذ العمليات التي نريد منه القيام بها، أما الهدف من البرمجة الآلية فهو إنتاج البرامج الذكية، والتي تستخدم كأداة جيدة في مساعدة المبرمجين في تسهيل إنتاج برامجهم، ويوجد هدف أسمى للبرمجة الآلية وهو إنتاج البرنامج الذكي الذي يستطيع أن ينتج برنامجاً بنفسه، أي إعطاؤه تفاصيل المشكلة ليقوم هو بتصميم وإنتاج البرنامج.

8- إثبات النظريات آلية: ويقصد بها وجود مجموعة من البديهيات وقواعد الاستنتاج، والتي تعمل بطريقة ملائمة للوصول إلى نتيجة، وقد كان البحث في برهنة النظريات هو المسؤول عن كثير من العمل المثمر لتشكيل خوارزميات، وتطوير تمثيل منهجي للغات، كما أثر البحث في طرق إثبات النظريات آلياً في مجالات أخرى لأنه يتطلب دراسة الوسيلة التي تتم بها الاستجابات.

9- ألعاب الكمبيوتر: ويقصد بها تطوير برامج قادرة على دراسة الأساليب الفنية للألعاب، للبحث عن أفضل حركة من بين مجموعة مختلفة من الحركات الممكنة، وتأديتها في الوقت المناسب، وقد أنتجت الدراسات على مدى عدة سنوات برامج ألعاب الشطرنج، والتي تتميز بالقدرة على المباراة بمستوى فائق، ولعل السبب وراء نجاح تلك النوعية من البرامج يكمن في كيفية تبني معلومات اللعبة واستخدامها بالبرنامج.

10- الرؤية الحاسوبية: من أشهر المجالات التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي، وتتضمن تطوير خوارزميات حاسوبية يمكنها تفسير المعلومات البصرية مثل التطبيق الشائع الخاص بالتعرف على الوجه والذي تم تطويره للتعرف على الشخص من صورته، وهي الخاصية المستخدمة حالياً في خدمة فتح هاتف الأيفون من خلال بصمة الوجه وتستخدم الرؤية الحاسوبية كذلك في التطبيقات التعليمية، حيث يمكن الكشف عن التلاميذ المعرضين لخطر الفشل أو عدم إكمال الدراسة¹.

ثانياً: تطبيقات الذكاء الاصطناعي

أصبحت تطبيقات الذكاء الاصطناعي جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية، حيث تسهم في تسهيل المهام وتحسين جودة الخدمات، وتعزيز الكفاءة في مختلف القطاعات. وتتوسع هذه التطبيقات بشكل كبير، مما يعكس مدى اتساع استخدامات هذه التقنية الحديثة وتأثيرها في مختلف المجالات، سيتم في هذا العنصر التطرق إلى أبرز التطبيقات وهي:

¹ Zanetti M, Rendina S., Picci L., & Cassese F. P, **Potential risks of Artificial Intelligence in education.** Form@ Re Open Journal per La Formazione in Rete, 20(1), 2020, p 368.

1- عمليات البحث الذكية: كثيرا ما يرغب الشخص في شراء شيء ما لتحقيق حاجة معينة دون معرفة ما هو بالضبط، لذا أصبح تحويل مصطلح البحث إلى مشتريات أو سلع وخدمات تمكن من خلال عمليات البحث المدعومة بالذكاء الاصطناعي بسبب استخدام المعلومات التي يعرفها الذكاء الاصطناعي عن المستخدم ودمجها مع تجارب أخرى، بالتالي يحصل العميل على نتائج بحث ذات صلة بما يريده وربما بعض الأشياء الأخرى التي قد يريدها¹.

2- البحث المرئي: من بين التوجهات الأكثر حداثة والذي تم تقديمه مؤخرا، حيث يمكن الآن للمتسوقين البحث عما يحتاجون إليه بالضبط بوضع نقرات، حيث تكون الصورة مفيدة في البحث عن علامة تجارية للمنتجات أو جودة أفضل للمنتج أو حجم أو لون معين كذلك، وفي الواقع يسهل الذكاء الاصطناعي البحث المرئي بشكل أكبر ويوسع أفكار استخدامه².

3- المساعدة الصوتية: مع تكنولوجيا المساعدات الصوتية وتنوعها الحالي (Google Assistant, Alexa) أصبح التسوق أكثر إمتاعا للمستخدمين فهو يجعل التفاعل أسهل، بل يعفي الشخص من ضرورة الكتابة عندما لا يكون ذلك مناسباً، كما أنه يعزز تجربة المستخدم والمشاركة في الوقت الفعلي، فالذكاء الاصطناعي يقدم توصيات مخصصة بشكل أفضل بناء على تحليلات دقيقة لسلوك المستهلك بفضل التكنولوجيا الآن أصبح شراء الملابس والأحذية والطعام وأي شيء تريده إلكترونياً أسهل بكثير³.

4- روبوتات المحادثة: مع عصر السرعة يتوقع العملاء اليوم ردود أفعال سريعة، والإنسان لوحده لا يستطيع مواجهة هذه المتطلبات، مع تطورات الذكاء الاصطناعي فإن تطبيقاته تسمح للشركات غير الإنترنت بدمج آلية عمل الروبوتات من أجل محاكاة الحوارات والإجابة على استفسارات العملاء وطلباتهم، وتحقيق رضا أكبر للمتسوق، مع تقليل الجهود والتكاليف ومثلاً Starbucks و eBay وغيرها⁴.

5- الوصف الآلي للمنتجات: مع التطور والتنوع الحاصل يصعب وصف قوائم المنتجات الضخمة يدوياً، هنا الذكاء الاصطناعي ينقذ المسوقين لإنشاء المحتوى من خلال الكتابة التلقائية للأوصاف التفصيلية والدقيقة مع

¹ Kabbar S., & Monga V., **A Study On Artificial Intelligence In E-Commerce**, International Journal of Advances in Engineering & Scientific Research, 4(4), 2017, p 62.

² Song X., i Yang S., & Huang Z., **Artificial Intelligence in Electronic Commerce**. Journal of Physics (Series 1302), 2019, p1.

³ Servey c. a., **AI And E-Commerce** article en ligne: <https://www.cowen.com/> ,seen 11.3. 2025, at 00.00pm

⁴ Hall E., **Covergirl's influencer chatbot is smart, funny and responsive**, article en ligne: <https://adage.com> , seen:14.3.2025,at 11.00am

الفصل الأول: التأسيس النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

أخذ المعلومات من مواقع الشركة المصنعة ودمجها مع التفاصيل الأكثر صلة بالمنتج الموجود على الإنترنت ما يعني الحصول على تفاصيل كثيرة في وقت قصير، مع الأوصاف والتفاصيل الأكثر تطلباً وأكثر من ذلك فالذكاء الاصطناعي قادر على تحليل فعالية النص وتغييره إذا لزم الأمر، وإضافة تفاصيل ديناميكية لتناسب مع اهتمامات مشتر معين وتسهيل عملية التسوق¹.

6- التوجيهات والنصائح المخصصة: يساعد الذكاء الاصطناعي في تتبع ما يسعى إليه المستخدم ومشترياته المسبقة ويحدد تفضيلاته، ويقدم توصيات مجانية في أشكال النوافذ المنبثقة أو النصوص أو الاعلانات وفقاً لذلك يتلقى المتسوق تجربة مخصصة له، فمثلاً بعد طلب هاتف ذكي سيتلقى العميل لاحقاً نصيحة بشأن الملحقات التي قد يشتريها لتناسب مع أدائه².

7- يقترن الذكاء الاصطناعي بإنترنت الأشياء: اليوم تنمو البنية التحتية لإنترنت الأشياء بمعدل أسى تقريبا حيث توجد أجهزة يمكن ارتداؤها وآلات متصلة وسيارات ومساعدين افتراضيين بالاقتران مع الذكاء الاصطناعي يمكنهم تقديم المعلومات حول المستخدم إلى كيانات التجارة الإلكترونية، صحته معدل ضربات قلبه، عادات القيادة والتسوق محتويات الثلاجة الذكية، وما يشاهد على التلفاز الذكي، كل هذا يمكن أن يحدد ما قد يشتريه العميل، ما يساعد على تحسين وتخصيص أكثر للتسوق على الإنترنت وجعله أكثر دقة وسهولة للمستخدم³.

8- ذكاء وآلية المستودعات: إن تطور وتحسن تجربة التسوق الإلكتروني يتطلب آليات على أرض الواقع للمواكبة، هنا امتد الذكاء الاصطناعي في التجارة الإلكترونية تدريجياً من المواقع إلى المستودعات، حيث يوجد روبوتات تعمل بالذكاء الاصطناعي وتحمل وتعبئ وتجهز عناصر المخزون لشحنها على مدار الساعة دون استراحات، حيث بفضلها تم تحسين الدقة وتقليل الإصابات البشرية وتقليل تكاليف العمالة والخسائر من المخزون الناتج، وكل هذا في إطار ثنائية فعالة من السرعة والدقة⁴.

¹ Sterne J., **Artificial Intelligence for Marketing: Practical Applications**, Wiley and SAS Business Series, 1 ed, united states, 2017, p369

² Magneto I., **Revolution of Artificial Intelligence in E-Commerce Infographic**, article en ligne: <https://magnetoitsolutions.com> , seen:19.03.2025, at 12.00am

³ Kolodin D., Telychko O., Rekun V., Tkalych M., & Yamkovyi V., **Artificial Intelligence in E-Commerce: Legal Aspects**. Advances in Economics, Business and Management Research, 2020, p96

⁴Jee C., **Uses of Robotics in Business: How Will Robots be Used in the Future?**, article en ligne: <https://www.computerworld.com> , seen:20.3.2025, at 15.00pm

الفصل الأول: التأسيس النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

في ختام ما سبق يمكن القول أن الذكاء الاصطناعي يشكّل محورًا تحويليًا في مسيرة التطور التكنولوجي بدءًا من جذوره التاريخية في منتصف القرن العشرين مرورًا بالتحوّلات المحورية مثل ظهور التعلّم العميق وصولًا إلى كونه نظامًا متعدد الأبعاد يهدف إلى محاكاة الذكاء البشري عبر تحليل البيانات واتخاذ القرارات الذكية. وقد اتضح أن مكوناته التقنية، كالتعلّم الآلي والشبكات العصبية، تُشكّل أساسًا لتنوّع الوظيفي، بينما تجسّد تطبيقاته في مجالات مثل الطب والصناعة والنقل مدى تأثيره العميق في إعادة تشكيل الواقع العملي. ورغم الإنجازات غير المسبوقة، تبرز الحاجة إلى موازنة فرصه الهائلة مع التحديات الأخلاقية والاجتماعية مما يستدعي تعاونًا عابرًا للتخصّصات لضمان توظيفه بشكل مُستدام وإنساني. بذلك فإن الذكاء الاصطناعي لا يقتصر على كونه تقنيةً مستقبليةً فحسب، بل أصبح ركيزةً أساسيةً للابتكار في العصر الرقمي.

المبحث الثاني: أساسيات حول تجربة العملاء في قطاع السياحة

يُعد مفهوم تجربة العملاء من المفاهيم الحديثة التي حظيت باهتمام واسع في مختلف القطاعات الخدمية وبرز بشكل خاص في قطاع السياحة نظراً لطبيعته التفاعلية والمرتبطة بتوقعات العملاء المتنوعة. وباعتبارها أداة لتحسين جودة الخدمات كان لزاماً على المؤسسات السياحية الاهتمام بها من أجل بناء علاقات طويلة الأمد وتعزيز الولاء، مما يمنحها ميزة تنافسية أكبر في سوق دائم التغير.

وعليه سيتم من خلال هذا المبحث التطرق تجربة العملاء في قطاع السياحة من خلال المطالب التالية:

- **المطلب الأول:** مفهوم تجربة العملاء في قطاع السياحة؛
- **المطلب الثاني:** المتطلبات اللازمة لتقديم تجارب عملاء ممتازة في قطاع السياحة؛
- **المطلب الثالث:** تقييم تجربة العملاء في قطاع السياحة والعوامل المؤثرة فيها.

المطلب الأول: مفهوم تجربة العملاء في قطاع السياحة

لقد تغير التسويق كثيراً خلال العقود الماضية، حيث انتقلت نقطة التركيز من المنتج إلى جودة الخدمة ثم إلى سلوك العملاء وتجربتهم. ويُعد قطاع السياحة من أبرز القطاعات التي تأثرت بهذا التغير، إذ أصبح السائح اليوم يعتمد بشكل كبير على تجارب العملاء لاختيار الوجهات، وحجز الفنادق، وتنظيم رحلاته.

أولاً: مفهوم تجربة العملاء

يُعدّ مفهوم تجربة العملاء من المفاهيم الأساسية في التسويق، حيث يشير إلى مجمل التفاعلات التي يمر بها العميل مع المؤسسة، وقبل التطرق إلى تجربة العملاء في القطاع السياحي، من المهم أولاً توضيح هذا المفهوم في إطاره العام.

ففي ضوء ما قدمه كل من Gilmore and Pine مصطلح تجربة العميل Customer Experience لأول مرة في مقالتهما المنشورة بمجلة Harvard Business Review في عام 1988، وقد اعتقدا أن نجاح الأعمال يؤثر فيه الأفراد من خلال خبراتهم الحقيقية وأن السياسات التسويقية تتغير نتيجة لتغير ثقافة العملاء وطرق التأثير بهم، حيث أن المنتجات المستقبلية سيكون عليها مخاطبة القلوب وليس العقول، فقد آن الأوان لإضافة القيمة العاطفية إلى السلع والخدمات، وهذه القيمة العاطفية بالإمكان إضافتها من خلال التجارب

الفصل الأول: التأسيس النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

والخبرات، فلدى العملاء الآن القدرة على اتخاذ قراراتهم الشرائية وتحديد حجم مشترياتهم¹.

ومن خلال ذلك تعددت تعاريف تجربة العملاء منها ما يلي:

تعرف تجربة العميل على أنها مجموعة من التفاعلات تنشأ بين العميل والمنتج أو المؤسسة أو جزء من مؤسستها مما يؤدي إلى رد فعل وهذه التجربة هي شخصية بحتة وتعني إشراك العملاء على مستويات مختلفة (عقلانية - عاطفية - حسية - جسدية - روحية)².

وعرف Meyer and Schwager تجربة العملاء بأنها: "استجابة داخلية وذاتية لدى العملاء لأي اتصال مباشر أو غير مباشر مع المؤسسة ويحدث الاتصال المباشر بشكل عام أثناء الشراء والاستخدام والخدمة وعادة ما يبدأ العميل وغالباً ما ينطوي الاتصال غير المباشر على لقاءات غير مخطط لها مع ممثلي منتجات أو خدمات أو العلامة التجارية للمؤسسة وتأخذ شكل توصيات شفوية أو نقد أو إعلان وتقرير إخباري ومراجعات وما إلى ذلك"³.

ووفقاً لـ Holbrook and Hirschman التجارب هي جزء من سلوك العملاء فيما يتعلق بالعواطف وتخيلات وتصورات العملاء المختلفة⁴.

بينما عرف Pine and Glimore التجارب بأنها: "قيمة اقتصادية مميزة وهذه التجارب مستدامة ولا تنسى بالنسبة للمستهلكين وتتضمن نية التكرار والمشاركة مع الآخرين"⁵.

ويعتقد Berry أن التجارب هي نتيجة لتنسيق القرائن والأدلة الميكانيكية والإنسانية في بيئة الاستهلاك⁶. ولقد حدد Mossberg ككل متكامل يؤثر على العملاء عاطفياً وجسدياً وفكرياً وروحياً⁷.

¹ عبد العزيز المطيري وآخرون، تأثير إدارة تجارب العملاء على تحسين جودة الخدمات: دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الكويتية، مجلة البحوث المالية والتجارية، المجلد 21، العدد 4، 2020، ص 448

² Gentile C., Spiller N., & Noci G, **How to sustain the customer experience: An overview of experience components that co-create value with the customer**, European management journal, 25 (5), 2007, p395.

³ Meyer C. & Schwager A, **Understanding customer experience**, Harvard Business Review, 2007, p118

⁴ Holbrook M.B., & Hirschman E.C, **The experiential aspects of consumption: consumer fantasies, feelings and fun**, Journal of Consumer Research, 9(2), 1982,p132

⁵ Pine B. J., & Gilmore J.H, **The experience economy**, Boston: Harvard Business school, 1999, p 55

⁶ Berry L.L., Carbone L.P., & Haeckel S.H, **Managing the total customer experience**, MIT Sloan Management Review, 43(3), 2002, p86.

⁷ Mossberg L., **A marketing approach to tourist experience**, Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 7(1), 2007, p 59.

الفصل الأول: التأسيس النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

ووفقاً لـ Oh, Fiore and Jeoung فإن التجارب هي أحداث ولحظات ممتعة ولطيفة ولا تنسى بالنسبة للعملاء الذين يواجهون هذه الأحداث¹.

كما نظر Klaus and Maklan إلى تجربة العملاء على أنها التقييم المعرفي والوجداني للعميل لجميع اللقاءات المباشرة وغير المباشرة مع المؤسسة فيما يتعلق بسلوك الشراء².

ومن خلال ما سبق يمكن القول أن تجربة العملاء هي مفهوم واسع ومجرد إلى حد ما يشمل العديد من المسارات ونقاط الاتصال المختلفة. لهذا السبب يجب تضييق نطاق تجربة العملاء وتحديدتها لتناسب استراتيجية المؤسسة وعملياتها. ويعد فهم تجربة العملاء وملاءمتها لاستراتيجية المؤسسة هما مفتاح تحسين تجربة العملاء. وعلى الرغم من أن هذه التوضيحات أو التعاريف المختلفة خلقت خلفية غنية لمفهوم تجربة العملاء إلا أنه لم ينتج عنها تقديم تعريف عالمي موحد لكن من الممكن ذكر بعض خصائص تجربة العملاء منها:³

- الطابع غير الملموس الذي يمكن أن يختلف فهمه بين شخص وآخر؛
- لا يركز استحداث تجربة عملاء تتطبع في الذاكرة على نوعية المنتج أو الخدمة وحسب، بل أيضاً على أنواع المشاعر التي يحس بها العميل؛
- الأساس في تجربة العميل هو العلاقة الإنسانية بين مقدمي الخدمة والعميل؛
- تتضمن لقاءات مباشرة وغير مباشرة مع المؤسسة ومنتجاتها.

ثانياً: مفهوم تجربة العملاء في قطاع السياحة

في مجال السياحة، غالباً ما تقود فرق المبيعات والتسويق وموظفو الاستقبال وموظفو عمليات السياحة المباشرون خدمة العملاء، حيث يمثلون الواجهة بين المضيف والضيف. تحدث تجربة العملاء في مجموعة واسعة من المواقف، مثل استخدام شركة نقل أو منظم رحلات أثناء السفر من وإلى الوجهة، أو حضور معلم سياحي، أو قضاء يوم في منتجع صحي، أو تناول الطعام في مطعم، أو زيارة متحف، أو شراء أي منتجات أو خدمات أثناء التواجد في الوجهة.

¹ Oh H , Fiore A. M., & Jeoung M., **Measuring experience economy concepts: tourism applications**, Journal of Travel Research, Vol .46, No.2,2007, p119

² Klaus P. P., & Maklan S., **Towards a better measure of customer experience**, International Journal of Market Research, 55 (2), 2013, p 227.

³ القاضي كنانة نديم، أثر تجربة العملاء على رضا عملاء الشركة السورية للاتصالات، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020، ص04.

1- تعريف تجربة العملاء في قطاع السياحة

يعد تقديم التميز في تجربة العملاء ذو أهمية حيوية لجميع المؤسسات في قطاع السياحة. إذ تساعد خدمة العملاء القوية على دعم سمعة المؤسسة، وزيادة الترويج الإيجابي الشفهي، وزيادة احتمالية تكرار الزيارات. وبالتالي، فإن مستوى الخدمة الذي يختبره العميل هو أداة مبيعات وتسويق قوية للغاية يمكن أن يكون لها تأثيرات إيجابية على المؤسسة.

من ناحية أخرى، يمكن أن يكون لخدمة العملاء السيئة عواقب صعبة وملئية بالتحديات، خاصة إذا لم ترق إلى مستوى توقعات العملاء وزادت شكاوى العملاء لاحقاً. من خلال تلبية الاحتياجات المحددة للعميل وتقديم تجارب عملاء ممتازة، ستفهم المؤسسات عملائها بشكل أفضل، وتكتسب ولاءهم، وتولد مبيعات أعمال جديدة، وتزيد الربحية.

استناداً لما سبق تظهر تجربة العميل السياحية على أنها مجموع الانطباعات والتفاعلات التي يمر بها السائح خلال رحلته السياحية، بدءاً من التخطيط للرحلة وحتى العودة إلى المنزل. تشمل هذه التجربة جميع جوانب الرحلة، مثل:¹

- التخطيط والحجز: سهولة الحصول على المعلومات، ووضوح الأسعار، ومرونة خيارات الحجز؛
- النقل: راحة السفر، وسلامة وسائل النقل، ودقة المواعيد؛
- الإقامة: جودة الفنادق أو أماكن الإقامة الأخرى، ونظافة الغرف، وتوفر الخدمات؛
- المعالم السياحية: جاذبية المواقع السياحية، وتوفر المرافق، وسهولة الوصول؛
- الأنشطة والترفيه: تنوع الأنشطة، وجودة الخدمات، وتوفر خيارات تناسب جميع الأذواق؛
- التسوق والمطاعم: جودة المنتجات والخدمات، وتنوع الخيارات، وتوفر الأسعار المناسبة؛
- التفاعل مع السكان المحليين: حسن الضيافة، والود، والاستعداد لتقديم المساعدة؛
- الخدمات العامة: توفر المعلومات، وسهولة الوصول إلى الخدمات الطبية، والأمن والأمان.

¹Buhalis D., & Amaranggana Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience Through Personalisation of Services. In Tussyadiah, I., & Inversini, A. (Eds.), Information and Communication Technologies in Tourism ,2015, p 379

2- أهمية تجربة العملاء في قطاع السياحة

تُعد تجربة العملاء في قطاع السياحة أمرًا بالغ الأهمية لعدة أسباب، فهي لا تؤثر فقط على رضا العملاء وولائهم، بل تؤثر أيضًا على سمعة الوجهة السياحية ككل. وهذه بعض الجوانب التي تبرز أهمية تجربة العملاء في هذا القطاع:¹

✓ **زيادة رضا العملاء وولائهم:** عندما يحظى السائح بتجربة إيجابية، فإنه يشعر بالرضا والسعادة، مما يزيد من احتمالية عودته مرة أخرى أو توصيته بالوجهة السياحية لأصدقائه وعائلته. ويؤدي ولاء العملاء إلى زيادة الإيرادات وتقليل تكاليف التسويق، حيث أن العملاء المخلصين هم أكثر عرضة لإنفاق المزيد من المال وتكرار الزيارات.

✓ **تحسين سمعة الوجهة السياحية:** في عصر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، تنتشر تجارب العملاء بسرعة كبيرة، سواء كانت إيجابية أو سلبية. وتساهم التجارب الإيجابية في بناء سمعة طيبة للوجهة السياحية مما يجذب المزيد من السياح، بينما يمكن أن تؤدي التجارب السلبية إلى تدهور السمعة وتنفير السياح المحتملين.

✓ **زيادة القدرة التنافسية:** يتميز قطاع السياحة بتنافسية عالية، حيث تتنافس الوجهات السياحية على جذب أكبر عدد ممكن من السياح. وتعتبر تجربة العملاء المتميزة أحد أهم العوامل التي تميز وجهة سياحية عن أخرى، وتجعلها أكثر جاذبية للسياح.

✓ **تحسين جودة الخدمات:** من خلال الاستماع إلى آراء العملاء وملاحظاتهم، يمكن للمؤسسات السياحية تحديد نقاط القوة والضعف في خدماتها، والعمل على تحسينها. ويؤدي تحسين جودة الخدمات إلى زيادة رضا العملاء وولائهم، وبالتالي تحقيق المزيد من الأرباح.

✓ **تعزيز التنمية المستدامة:** تساهم تجربة العملاء الإيجابية في تعزيز السياحة المستدامة، حيث أن السياح الراضين هم أكثر عرضة لتقدير واحترام البيئة والثقافة المحلية. ويمكن للسياحة المستدامة أن تساهم في الحفاظ على الموارد الطبيعية والثقافية، وتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية للمجتمعات المحلية.

¹ Buhalis, D & Amaranggana., op-cit, p380.

الفصل الأول: التأسيس النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

المطلب الثاني: متطلبات تقديم تجارب عملاء ممتازة في قطاع السياحة

تعتبر المهارات والصفات المستخدمة في تقديم تجارب عملاء، متطلبات أساسية لنجاح هذه التجارب وسيتم التعرض لها في هذا المطلب.

أولاً: المهارات المستخدمة في تقديم تجارب عملاء ممتازة

تمثل المهارة القدرة على فعل شيء ما بشكل جيد. يمكن ممارسة هذه المهارة بشكل متكرر لتحسينها. وهناك بعض المهارات الأساسية المستخدمة في تقديم تجارب عملاء ممتازة في قطاع السياحة يمكن عرضها في الجدول الموالي:

الجدول (02): مهارات تقديم تجارب عملاء ممتازة

المهارة	كيف تساعد
التواصل	تمكن من التفاعل الواضح والفعال مع العملاء
الإبداع والابتكار	تعزز تجربة العملاء من خلال حل المشكلات الإبداعي وتقديم أفكار جديدة
التفكير النقدي	يمكن استخدام المنطق لحل المشكلات واتخاذ قرارات مستنيرة لمساعدة العميل
الإلمام الرقمي	من الضروري التفاعل مع العملاء عبر الإنترنت قبل وأثناء زيارتهم
القيادة	تلهم وتوجه الفرق لتقديم تجارب عملاء استثنائية
الاستماع	الانتباه إلى احتياجات العملاء ومخاوفهم والاستجابة لهم بفعالية
مهارات القراءة والكتابة	تتيح التواصل المهني والواضح في المراسلات المكتوبة
مهارات التفاوض	تمكن من تحقيق نتائج سريعة ومفيدة للطرفين في حل النزاعات
مهارات الحساب	ضرورية لمهام مثل معالجة المدفوعات وإدارة المعاملات المالية
مهارات التنظيم	ضرورية لإدارة المهام وتحديد أولويات العمل وضمان سلاسة العمليات
حل المشكلات بسرعة	تمكن من تحديد التحديات التي تنشأ أثناء تفاعلات العملاء وحلها بسرعة.
تقنيات البيع	يمكن استخدامها للترويج للمنتجات والخدمات والخبرات للعميل.

La source: Strayer University, essential employability skills, web site:

<https://assets.strayer.edu.com> , seen: 15.03.2025, at 21.00

من خلال الجدول السابق يتضح أن مناهج القيادة والإدارة الرئيسية التي يمكن أن تساعد في التغلب على

الفصل الأول: التأصيل النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

التحديات داخل المؤسسة تشمل إدارة الإجهاد، وإدارة النزاعات، وحل المشكلات، وتطوير الاستراتيجيات واستخدام الشبكات. ويعد تعلم مهارات التغلب على التحديات جزءًا أساسيًا من أي وظيفة. فعندما تكون في وظيفة تتضمن التعامل مع العملاء وضمان حصولهم على تجربة إيجابية لا تنسى، هناك مجموعة من المهارات المفيدة، بما في ذلك الرغبة في التعلم من المواقف المختلفة، والتسامح مع الاختلافات، وتطوير موقف متفائل. وتشمل المهارات الاجتماعية والمهنية المفيدة بشكل خاص في إدارة خدمات العملاء ما يلي:¹

* مهارات الملاحظة	* التأمل الذاتي
* تغيير وجهة النظر	* التعاطف
* المعرفة المهنية	* مهارات اللغة
* الوعي باحتياجات العملاء	* معرفة المفاهيم/القيم/الأعراف الثقافية

ويعد التواصل أمرًا أساسيًا لتقديم تجارب ممتازة للعملاء، وجزء مهم وغالبًا ما يتم تجاهل من التواصل عنصر الاستماع. إذ يمكن أن يساعد الاستماع إلى مخاوف العملاء أو ثنائهم في توجيه الأعمال نحو خدمة عملاء متسقة وممتازة.

ويُعد الاستماع من أهم مهارات التواصل، فهو يساعد على فهم الآخرين بشكل أعمق، ويعزز العلاقات ويدعم تبادل الأفكار بفعالية. كما يُنمّي التركيز، ويُسهّم في حلّ النزاعات وتفاذي سوء الفهم، وفيما يلي أبرز فوائده:²

- تحسين معرفة وفهم القضايا؛
- تحديد تفاصيل ما يحتاجه ويتوقعه العميل أو الزميل من الخدمات السياحية؛

¹ Strayer University, **op-cit**.

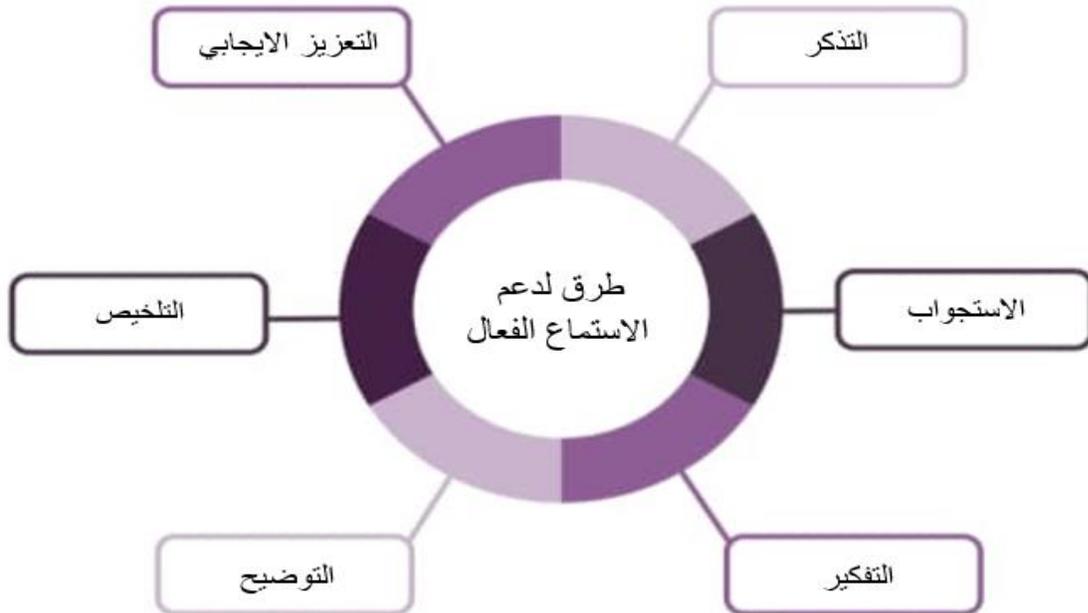
² Ayisha amatullah, **Active Listening Techniques**, article en ligne: <https://www.universalcoachinstitute.com>, seen:01.04,2025,at 20.00pm.

الفصل الأول: التأسيس النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

- تحسين العلاقة مع الزملاء والعملاء؛
- بناء الثقة والمصداقية بشكل أكثر فعالية؛
- منع المشاكل في مكان العمل؛
- تحقيق نتائج أفضل؛
- إظهار الأهمية للعميل أو الزميل؛
- تحسين فهم ما يقوله الناس في المحادثات والاجتماعات.

والاستماع هو عملية نشطة يتم فيها اتخاذ قرار واعٍ للاستماع وفهم رسالة المتحدث، ومن الضروري التركيز على العلامات اللفظية وغير اللفظية للمتحدث. فالاستماع النشط ليس مجرد الإيماء للمتحدث، إنها مهارة يمكن اكتسابها وتطويرها بالممارسة؛ إذ أنه ينطوي على التركيز الكامل على ما يقال، بدلاً من مجرد "سماع" رسالة المتحدث بشكل سلبي، كما ينطوي على التركيز وإيلاء الاهتمام الكامل للمتحدث - تلقي كل ما يقوله وتقديم ملاحظات له.

الشكل (04): طرق دعم الاستماع الفعال



La source: Ayisha amatullah, op-cit.

الفصل الأول: التأسيس النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

من خلال الشكل السابق يتضح أن هناك مجموعة من الطرق التي من شأنها دعم التواصل الفعال وهي التذكر، التعزيز الإيجابي، الاستجواب، التلخيص، التفكير والتوضيح.

ثانياً: الصفات المطلوبة لتقديم تجارب عملاء ممتازة

الجودة هي سمة مميزة أو خاصية يمتلكها شخص ما أو شيء ما. بينما يمكن تعلم هذه الأمور والتحسين فيها، إلا أنها عادةً ما تكون جزءاً من شخصية الفرد. وهناك العديد من الصفات التي تمكن الموظف من تقديم تجارب عملاء ممتازة وهي موضحة في الجدول الموالي:

الجدول (03): الصفات المطلوبة لتقديم تجارب عملاء ممتازة

الصفة	كيف تساعد
التعاطف والذكاء العاطفي	إظهار التعاطف تجاه مشاعر العملاء وفهم وجهات نظرهم من أجل تقديم خدمة شخصية ومتعاطفة .
المرونة	القدرة على التكيف والاستجابة لتلبية احتياجات العملاء المتنوعة.
الابتكار	تبني ثقافة الابتكار للتحسين المستمر وتقديم تجارب عملاء فريدة
الصبر	إظهار الصبر مفيد بشكل خاص في المواقف الصعبة أو عند التعامل مع العملاء الصعبين.
الأولوية للعميل	إعطاء الأولوية لاحتياجات العملاء ورضاهم، وضمان شعورهم بالتقدير
الموقف الإيجابي	يخلق السلوك الإيجابي والودود تجربة عملاء ترحيبية وممتعة.
حل المشكلات	تمكين التعرف السريع على التحديات التي تنشأ أثناء تفاعلات العملاء وحلها.
الاحترافية	التصرف بطريقة مهنية، والالتزام بالمعايير الأخلاقية، والحفاظ على النزاهة.
التحفيز الذاتي	المبادرة في تقديم تجارب عملاء ممتازة دون إشراف مستمر .
العمل الجماعي	يضمن التعاون الفعال مع الزملاء تقديم خدمة عملاء سلسة.
الرغبة في التعلم	امتلاك عقلية النمو والانفتاح على تعلم مهارات ومعلومات جديدة لتحسين تفاعلات العملاء.

La source: Welsh joint education committee, **essential employability skills, qualities of a good customer expérience professional**, website, <https://getrapl.com> , seen:11.04.2025, at 10.00am.

الفصل الأول: التأصيل النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

يبين الجدول السابق أن المهارات والصفات المذكورة أعلاه مهمة جدًا من أجل تقديم تجارب عملاء ممتازة بغض النظر عن المنصب داخل المؤسسة. ومع ذلك، هناك بعض المواقف التي تكون فيها ضرورية للنتيجة الإيجابية لتجربة السائح بسبب التفاعلات المباشرة والمتكررة مع العملاء. وتشمل هذه المواقف:¹

- خدمة الاستقبال في الفنادق؛
- الإرشاد السياحي؛
- عمليات النقل (شركات الطيران، خدمات سيارات الأجرة، جولات الحافلات)؛
- المطاعم والحانات؛
- مكاتب المعلومات السياحية.

المطلب الثالث: تقييم تجربة العملاء في قطاع السياحة والعوامل المؤثرة فيها

يُعدّ تقييم تجربة العملاء ومعرفة العوامل المؤثرة فيها جانبًا بالغ الأهمية لتحقيق النجاح في قطاع السياحة. لأن التجارب المتعلقة بالسياحة ذات طابع فردي للغاية، وتعتمد على العميل نفسه، وكذلك على المؤسسة التي تقدم الخدمات والمنتجات لدعم التجربة.

أولاً: تقييم تجربة العملاء في قطاع السياحة

تُنشئ السياحة في جوهرها تجارب شخصية وفردية وجماعية ينتج عنها فوائد للفرد أو المجموعة. يلعب الفرد هنا دورًا حاسمًا في تحديد التجارب التي يخوضها، وبالتالي الفوائد ومستوى الاستمتاع. ولذلك، فإن قياس الرضا ينطوي على تقييم ما إذا كانت التجارب قد حققت الفوائد المرجوة التي يسعى إليها الفرد.

وبالتالي، يمكن استخلاص رضا السائح بعدة طرق تعتمد على احتياجات واهتمامات الفرد أو المجموعة وخصائص وميزات الخدمة المقدمة. ويمكن أن يشير الرضا القائم على السياحة إلى الرضا الخاص بالمعاملة المتعلقة بمنتج أو خدمة معينة أو الرضا التراكمي المستمد من التجربة الكاملة للعطلة، والتي يمكن أن تتراوح من يومين إلى أسبوعين وما بعدهما، وهذا يركز على تقييم السائح لتجربته الشاملة في الوجهة. وسيتم توضيح ذلك كما يلي:²

¹ Welsh joint education committee, **essential employability skills, qualities of a good customer experience professional**, article en ligne, <https://getrapl.com>, seen:11.04.2025,at 10.00am.

² Welsh joint education committee, **Methods of monitoring, measuring and evaluating the customer experience**, article en ligne: WJEC <https://resource.com>, seen:14.04.2025 ,at11.00pm

الفصل الأول: التأسيس النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

✓ يمكن أن يساعد تطبيق أداة إدارة السمعة لتتبع المراجعات عبر الإنترنت وتحليل آراء الضيوف وقياس أداء الأعمال مقارنة بالمنافسين في رصد تجربة العملاء. وفي حين أن تحديد مستويات رضا العملاء من خلال الملاحظات أمر مهم، فمن الضروري مراجعة هذه المعلومات ومتابعتها لزيادة ولاء العملاء وتنمية قاعدة العملاء. كما يجب أن يكون الهدف هو الرد الفوري على المراجعات الإيجابية والسلبية على حد سواء وشرح كيفية إجراء تغييرات بناءً على ملاحظاتهم لضمان تقديم خدمة عالية الجودة؛

✓ إذا ظهرت نفس المشكلات بانتظام في ملاحظات العملاء، فيجب أن تكون هناك عملية لمعالجة هذه المشكلات بشكل رسمي لأنها من المرجح أن تؤثر سلبًا على نتائج رضا العملاء في المستقبل؛

✓ يُعدّ قياس أداء خدمة العملاء في الأعمال التجارية لفهم كيفية تحسن الأعمال بمرور الوقت نهجًا مفيدًا أيضًا للرصد والتقييم. ويُعدّ إعداد الاستبيانات ومراجعة الأهداف للأقسام المناسبة وتحديد المعالم التي يجب على الفرق تحقيقها أمرًا ضروريًا أيضًا. كما يُعدّ الاحتفال بالإنجازات والاعتراف بالتعليقات الإيجابية للحفاظ على تفاعل الفرق والموظفين واستثمارهم في تقديم تجارب استثنائية للضيوف أداة رئيسية لدعم الروح المعنوية للموظفين وتحفيزهم على التحسين المستمر لخدمة العملاء؛

✓ تُعدّ مراجعات السفر عبر الإنترنت (مثل TripAdvisor و Booking.com و AirBnB و Google Reviews) مصدرًا قويًا للبيانات تستخدمه الخدمات السياحية لفهم رضا العملاء؛ إذ تؤثر مشاعر السفر لدى العملاء وعواطفهم وأحاسيسهم والغرض من سفرهم تأثيرًا كبيرًا على رضاهم وما يكتبونه في مراجعاتهم. وهناك مجموعة واسعة من الطرق لجمع البيانات عبر الإنترنت، وتوفر معظم شركات السفر والنقل والإقامة والمطاعم الفرصة للسماح للعملاء بتقديم الملاحظات؛

✓ تشمل مصادر البيانات الأخرى الاستبيانات الورقية أو عبر الإنترنت التي توزعها الشركات السياحية والمنظمات الحكومية. تُستخدم هذه الاستبيانات لتجميع البيانات القائمة على الزائر حول الوصول والإنفاق. ويمكن استخدامها أيضًا لجمع ملاحظات العملاء والمعلومات التجريبية والقيمة المتصورة للتجربة في الوجهة من قبل السائح. يمكن للعملاء مشاركة الملاحظات مع أصحاب الأعمال والمديرين ومنظمات القطاع العام بعدة طرق، بما في ذلك الملاحظات المكتوبة باستخدام نموذج ملاحظات العملاء أو من خلال استبيان قد يكون متاحًا عبر الإنترنت عبر موقع المؤسسة الإلكتروني أو تطبيق الهاتف المحمول. يمكن أن يؤدي تنفيذ استبيانات الزائر في نقاط مناسبة في رحلة العميل إلى زيادة احتمالية إكمال الاستبيان، وبالتالي فهو عامل مهم

الفصل الأول: التأسيس النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

يجب مراعاته. ويُعدّ توفير فرصة للعملاء لتدوين الملاحظات طريقة عملية ومفيدة لفهم مستويات رضا السائحين وفرصة للكشف عن أي نقاط ضعف في تقديم المنتج أو الخدمة، والتي يمكن تحسينها للتعامل التالي؛
✓ تعدّ أنظمة النجوم والوجوه المبتسمة أو الحزينة ومقاييس ليكرت (مثل مقاييس خانات الاختيار من سيئ جداً وسيء ومتوسط وجيد جداً وممتاز) طرقاً يمكن استخدامها أيضاً لإجراء مراجعات أسرع لتجارب العملاء. ومع ذلك، لا تلتقط هذه الطرق تعليقات نوعية مفصلة يمكن التحقيق فيها بمزيد من العمق.

ثانياً: العوامل المؤثرة على تجربة السياحة للتعامل

من المهم أن تفهم جميع المؤسسات عملائها والدور الذي يلعبونه في نجاح الأعمال. بالنسبة للمؤسسات السياحية، السائح/الزائر هو الشخص الأكثر أهمية. لذلك، من الضروري أن تفكر في كيفية منح السائحين/الزائرين تجربة العملاء الأكثر إيجابية.

هناك مجموعة متنوعة من العوامل التي يمكن أن تؤثر على تجربة السائح السياحية. يمكن أن تشمل هذه العوامل عدد الأشخاص الذين يشكلون مجموعة المسافرين (بما في ذلك المسافرين المنفردين)، وأعمارهم وسبب شراء منتج أو خدمة، وتفضيلاتهم الثقافية، وأولوياتهم الشخصية، وحتى وسيلة النقل الخاصة بهم. يرتبط هذا ارتباطاً وثيقاً بدافع السائح للسفر.

حيث تم تعريف دوافع السياحة كما وردت في بيرس وموريسون وروتلينج 1998 بأنها " الشبكة التكاملية العالمية للقوى البيولوجية والثقافية التي تمنح القيمة والاتجاه لخيارات السفر وسلوكه وتجربته".
وتعتبر السياحة أداة محتملة لتقييم التغييرات في السمات الاجتماعية والاقتصادية والنفسية عندما يغادر الناس ويعودون إلى مكان إقامتهم المعتاد. من وجهة نظر رجال الأعمال، تعتبر السياحة استجابة لإجراءات/دوافع معينة قائمة على الحاجة، مع التوسع التدريجي لهذه الصناعة، نشأت ضرورة لتقييم العوامل ذات التأثير الحيوي على دوافع السياح للسفر. ويساعد فهم وتقييم هذه العوامل مقدمي الخدمات على تطوير الحزمة المناسبة للسياح.

وبالتالي يجب تطبيق نظريات الدافعية على السياحة:

1- نظرية ماسلو لتسلسل الحاجات للدوافع

هناك مجموعة من النظريات المتاحة لوصف طبيعة عملية التحفيز. ولكن نظراً لطبيعتها المعقدة، لا يمكن استخدام نظرية واحدة لتوضيح ما يحفز الناس بالضبط ويفعل سلوكهم الموجه نحو الحاجة.

الفصل الأول: التأسيس النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

ومع ذلك، يُعتقد أن تسلسل ماسلو للحاجات هو الأقرب إلى الدقة لدعم عملية التحفيز وهي تركز على:¹

✓ خصائص نظرية ماسلو لتسلسل الحاجات للدوافع:

- إحدى الخصائص المميزة لهذه النظرية تكمن في حقيقة أن احتياجات الفرد تتحرك بترتيب هرمي، أي من الأسفل إلى الأعلى؛

- لا يمكن للفرد الانتقال من مستوى حاجة أدنى إلى المستوى الأعلى إلا بعد تلبية المستوى الأدنى؛

- بمجرد تلبية مستوى معين من الحاجة، يفقد قدرته على تحفيز الفرد بشكل أكبر.

✓ الحاجات حسب النظرية: تستند نظرية ماسلو إلى تسلسل هرمي من خمس حاجات أساسية:

- **الحاجات الفسيولوجية الأساسية:** الحاجات الأكثر أساسية، تشكل هذه الفئة على سبيل المثال الجوع والنوم والعطش وما إلى ذلك. يمكن تطبيق هذا المفهوم أيضًا على صناعة السياحة. يضمن السائح أثناء القيام بالسفر توافر الإقامة المناسبة والمياه الصالحة للشرب والمطاعم التي تقدم طعامًا جيدًا.

- **حاجات السلامة/الأمن:** تحمي هذه الحاجات الفرد من الأذى الجسدي والعاطفي. على سبيل المثال الأمن الوظيفي واستقرار الدخل وما إلى ذلك. في حالة صناعة السياحة، لا يمكن للوجهات السياحية جذب السياح إلا إذا وفرت أمانًا كافيًا وتجربة عطلة خالية من المتاعب. وبالتالي، في حالة الوجهة السياحية، يمكن ضمان السلامة والأمن من خلال تقديم المساعدة وضمان إعادة المسافرين إلى وطنهم في حالة حدوث أي طارئ (كارثة طبيعية وما إلى ذلك).

- **حاجات الانتماء/الارتباط:** تتعلق الحاجة الثالثة بالرغبة في تكوين و/أو بناء علاقات مع الناس لخلق شعور بالانتماء. بالنسبة للسياح، هذه الحاجة ضرورية للتعرف على المجتمعات والانغماس في تجربة السفر في نهاية المطاف.

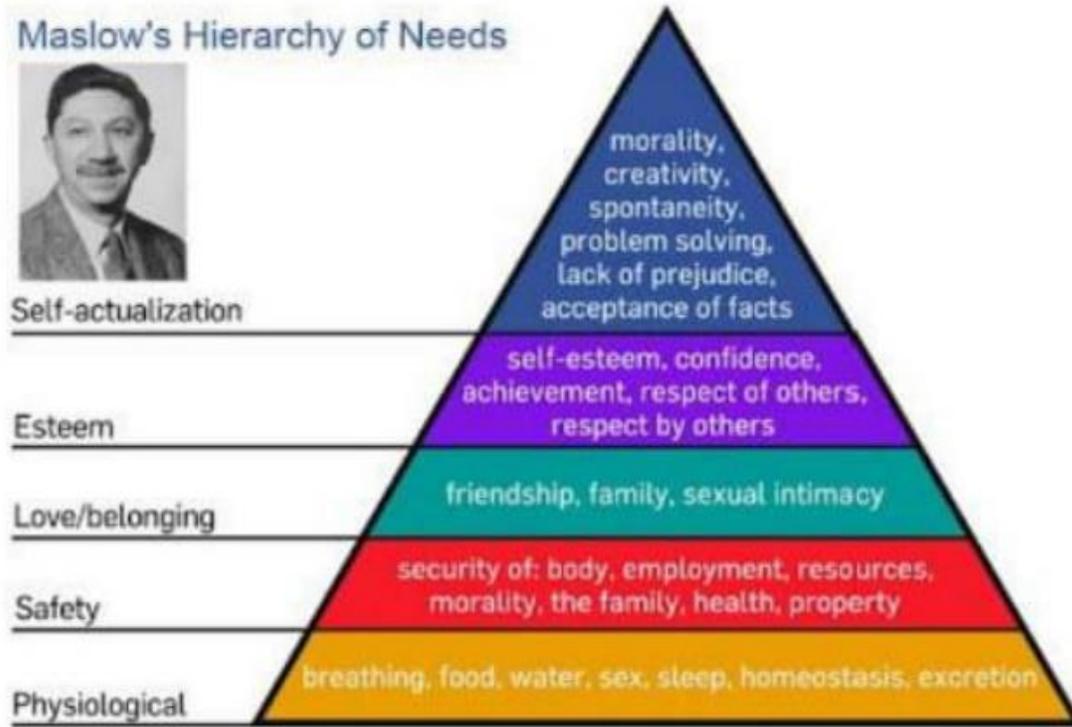
- **حاجات التقدير:** بعد تلبية حاجات الانتماء والارتباط، تنشأ الحاجة الرابعة وهي حاجات التقدير. وتشمل احترام الذات والتقدير والاهتمام. هذه الظاهرة واضحة جدًا في صناعة السياحة حيث يسافر جزء كبير من مجتمع السياح للتباهي بين الأصدقاء والعائلة واكتساب مكانة اجتماعية أعلى.

¹Joanne Jones, sherry Hartzell, Maslow's Hierarchy of Needs & Theory of Motivation, article en ligne: <https://study.com>, seen: 6.04.2025, at 21.00.

الفصل الأول: التأسيس النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

- حاجات تحقيق الذات: هذه هي الحاجة الأخيرة في الهرم. وتشمل النمو وتحقيق الذات. في سياق السياحة يُرى المسافرون يسافرون لتحسين مجموعة مهارات محددة مثل المشي لمسافات طويلة والرحلات وحتى القيام بأنشطة مثل الغوص في أعماق البحار واستكشاف الكهوف وما إلى ذلك مما يؤدي إلى زيادة القدرة على التحمل وتحسين قدراتهم على تحمل المخاطر وغيرها الكثير.

الشكل (05): هرم ماسلو للحاجات



La source: AMIT MEHTA, ANJANABEN J, **Maslow's Hierarchy of Needs – Theory of Human Motivation**, International Journal of Research, Vol 7, 2019, p39

يوضح الشكل السابق مستويات الحاجات حسب هرم ماسلو للحاجات وهي تشمل خمسة مستويات.

2- نظرية التوقع

تم اقتراح نظرية التوقع للتحفيز من قبل فيكتور فروم من كلية بيل للإدارة عام 1964. هذه النظرية، بكلمات بسيطة، تعني مقدار رغبة الفرد في الحصول على مكافأة. وهي تستند إلى الاعتقاد بأن المزيد من الجهد سيؤدي

الفصل الأول: التأسيس النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

إلى أداء أفضل. استخدم فروم متغيرات التوقع والأدائية والتكافؤ لوصف ذلك¹. يتم التعبير عن علاقة التحفيز هذه في شكل صيغة:

$$M = V \times E \times I$$

حيث:

$$M = \text{التحفيز}$$

$$V = \text{التكافؤ}$$

$$E = \text{التوقع}$$

$$I = \text{الآلية}$$

- **التوقع:** هو تصور الفرد لمدى تأثير جهده على مستوى معين من الأداء. إذا كان التوقع مرتفعاً، يعتقد الناس أنه كلما زاد الجهد الذي يبذلونه، كان أداؤهم أفضل.
- **الآلية:** تتعلق بالمدى الذي سيؤدي به الأداء على مستوى معين إلى تحقيق النتائج. في حالة الآلية العالية غالباً ما يعتقد الناس أن مستوى الأداء الأعلى يؤدي إلى تحقيق نتائج معينة (قد تكون مرغوبة أو غير مرغوبة).
- **التكافؤ:** هي الخطوة الأخيرة في العملية وتشير إلى استصواب كل من النتائج المتاحة. في هذه المرحلة يرغبون في النتائج التي تنتج عن أدائهم (الأعلى هنا).

3- نظرية دان للعوامل الدافعة والجاذبة

يشرح دان هذه النظرية بشكل لا لبس فيه من خلال مستويين مختلفين من التحفيز النفسي الاجتماعي. المستوى الأول، أي العوامل الدافعة، هي الدوافع التي تدفع الناس بعيداً عن المنزل. على سبيل المثال، التجديد والتعليم وما إلى ذلك، المستوى الثاني هو العوامل الجاذبة التي تجذب السياح نحو الوجهة. تم وصف المستويات بالتفصيل على النحو التالي:²

✓ **العوامل الدافعة:** كما هو موضح أعلاه، العوامل الدافعة هي الرغبة أو الحاجة الداخلية أو الجوهرية التي تحث الناس على السفر. العوامل الدافعة ذات طبيعة نفسية اجتماعية لأنها تنشأ من داخل الأفراد وترتبط

¹ Vroom V.H, **Work and Motivation: Expectancy Theory of Motivation**, 14th Edition, New York, 1964, p25.

² Dann G. M. S, "Anomie, Ego-Enhancement and Tourism", Annals of Tourism Research, 4(4), 1977, p184.

الفصل الأول: التأسيس النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

ب عوامل مثل التوق إلى الراحة والترفيه والاستجمام وقضاء الوقت مع العائلة والأصدقاء أو حتى قضاء عطلة نهاية الأسبوع. الاختلالات النفسية والفسولوجية على وجه الخصوص تلعب دوراً مهماً في تحفيز الناس.

✓ **العوامل الجاذبة:** من ناحية أخرى، تستند العوامل الجاذبة إلى جاذبية الوجهة، وتحديدًا المرافق ووسائل الراحة التي تقدمها للسياح، على سبيل المثال، الإقامة المناسبة والمطاعم والمرافق الترفيهية وما إلى ذلك. على الرغم من حقيقة أن العوامل الجاذبة يتم تحفيزها إلى حد كبير من خلال القوى الخارجية وهي خاصة بالوجهة إلا أنها يمكن أن تساعد في إطلاق العوامل الدافعة.

الجدول (04): العوامل الجاذبة والعوامل الدافعة

العوامل الجاذبة	العوامل الدافعة
الجمال الطبيعي	الهروب
المعالم الثقافية	اكتشاف الذات
أماكن الإقامة	الترفيه
خدمات الأطعمة والمشروبات	اندفاع الأدرينالين
المرافق الترفيهية	قضاء الوقت مع العائلة والأصدقاء

La source: Dann, G. M. S, "Anomie, op-cit.

يتضح من خلال الجدول السابق أنه وبشكل عام، تتلاقى العوامل الدافعة والجاذبة معًا لاتخاذ القرار النهائي للسفر وللحصول على تجربة السفر.

4- نظرية جراي للدوافع السياحية

تتكون نظرية جراي للدوافع السياحية من دافعين رئيسيين للسفر هما حب الاستطلاع وحب الشمس¹.

✓ **حب الاستطلاع (Wanderlust):** حب الاستطلاع هو رغبة أو دافع قوي للسفر. إنه سمة فطرية بشكل أساسي، أي تنشأ من داخل الفرد وقد تتسبب فيها اختلالات نفسية اجتماعية. إحدى الخصائص

¹ (IGNOU). (n.d.), Unit 5: **Travel Motivations**, article en ligne: <https://egyankosh.ac.in>, seen: 10.04.2025, at 10:00.

الفصل الأول: التأصيل النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

الميزة لحب الاستطلاع هي الرغبة في استكشاف الأماكن غير المكتشفة؛ للانتقال من بيئة مألوفة إلى بيئة غير مألوفة ويلعب الفضول أيضاً دوراً مهماً فيه.

✓ **حب الشمس (Sunlust):** يرتبط حب الشمس بالسفر من أجل مرافق أو وسائل راحة معينة غير موجودة في مكان إقامة السائح. على سبيل المثال، مرافق الترفيه والاستجمام، والتسوق، وساحات الألعاب، والاهتمام الثقافي أو التاريخي وغيرها الكثير. يشمل حب الشمس أيضاً السفر من أجل الأنشطة المغامرة مثل الرحلات والتجديف وتسلق الجبال وما إلى ذلك. مدة هذا السفر أطول مقارنة بحب الاستطلاع.

5- أنواع كوهين لنظرية السائح

قام كوهين، عالم الاجتماع السياحي، في نظريته بتصنيف السياح على أساس سلوكيات سفرهم وعلى أساس مدى طموحهم للألفة والجدة. ويصف الجدول التالي خصائص أنواع السياح المحددة:

الجدول رقم (05): خصائص أنواع السياح

النوع	الألفة	الحدائثة	أخرى
الرحالة	الأدنى	الأكثر	شديد المغامرة، يتفاعل ويعيش مع المجتمع المحلي.
المستكشف	الأدنى	الأكثر	يفضل السفر بمفرده، الإقامة المريحة، وسيلة نقل موثوقة.
السائح الفردي ذو العدد الكبير	الأكثر	الأدنى	يقوم برحلة فردية، يتبع جدولاً زمنياً أو مساراً محدداً.
السائح الجماعي المنظم	الأكثر	الأدنى	يتبع جولة مصحوبة بمرشد ومسار محدد

La source: Cohen, Erik, "Toward a Sociology of International Tourism. Social Research, 39(1), 1972, p 164

يتضح من خلال الجدول السابق أن خصائص السياح تختلف بحسب نوع السائح.

6- تصنيف ماكنتوش وغولدر لدوافع السفر:

قام ماكنتوش وغولدر (1984) في نظريتهم بتلخيص جميع الدراسات السابقة حول دوافع السفر.

إذ صنفوا مجموعات السياح بشكل عام إلى أربع فئات هي:¹

✓ **الدوافع الجسدية:** تتعلق الدوافع الجسدية بالصحة والرفاهية. وهي تشمل الراحة والرياضة والأنشطة الترفيهية مثل التسلق والمشي لمسافات طويلة والسباحة والخضوع للعلاجات وحضور معسكرات اليوغا وما إلى ذلك. باختصار، فهي مرتبطة بشكل مباشر بصحة الفرد.

✓ **الدوافع الشخصية:** البشر صفات اجتماعية معقدة لديها القدرة على تبادل الأفكار والقيم من خلال اللغة أو وسائل الاتصال الأخرى. وبالتالي، تشمل الدوافع الشخصية زيارة الأصدقاء والأقارب وقضاء الوقت مع العائلة وما إلى ذلك.

✓ **الدوافع الثقافية:** تقع الرغبة الشديدة في استكشاف الأفكار أو العادات أو السلوك الاجتماعي لمجتمع أو مجتمع آخر ضمن هذه الفئة. على سبيل المثال، يتفاعل السياح مع المجتمع المحلي ويتعلمون عن أشكال الرقص والفولكلور والتاريخ وما إلى ذلك.

✓ **دوافع المكانة والوجاهة:** يتم تغطية الحاجة إلى الشهرة والتقدير والاحترام بين الأقران والمجتمع وتحقيق الذات وتعزيز الأنا والتنمية الشخصية والرغبة في استمرار التعليم ضمن هذه الفئة. ويشمل أيضًا السفر لأغراض تجارية أو مهنية.

7- نظرية دوافع إيزو-أهولا

تنص نظرية إيزو-أهولا على أن البحث (المكافآت المتأصلة) والهروب (من الروتين/البيئات المألوفة) يحفز الناس على السفر. اقترح إيزو-أهولا أن السياح يميلون إلى الابتعاد عن المواقف المتطرفة مثل الإفراط في التحفيز (الإرهاق العقلي أو الجسدي) والتحفيز القليل جدًا (الملل) والبحث عن المكافآت الداخلية والابتعاد عن الروتين الدنيوي.

مصطلح إيزو-أهولا (1983)، "السفر الترفيهي هو عملية تفاعل مستمر بين قوتين: تجنب البيئة اليومية للفرد والبحث عن الجدة والمكافآت النفسية الأخرى". يحتوي هذان المكونان على عناصر شخصية وشخصية. كما أنها تعمل كقوة دافعة للسياح بمعنى الابتعاد عن مكان الإقامة المعتاد.²

¹ McIntosh R. W., & Goeldner C., R, **Tourism: Principles, Practices, Philosophies**, Charles E. Merrill Publishing Company, 4th ed, 1984, p112.

² Iso-Ahola S. E., **MTowards a social psychology theory of tourism motivation**, A rejoinder Annals of Tourism Research, 10(3), 1983,p 256.

تشير النظرية أيضًا إلى أن الناس، في مرحلة ما من الوقت، يتفاعلون مع مجتمع آخر لتحقيق المستوى المطلوب من الرضا. وينطوي ذلك أيضًا على قطع أنفسهم عن الآخرين أو الأشخاص الذين يعرفونهم بالفعل. أدى فهم النظرية إلى ظهور كلمتين رئيسيتين:

- الهروب: بمعنى الابتعاد عن الروتين الرتيب للحياة اليومية.
- البحث: الرغبة في الحصول على مكافآت نفسية وجسدية فطرية من الآخرين أو من خلال السفر الفردي.

8- نموذج بلوج النفسي

في نموذج بلوج النفسي، يتم فصل السياح على أساس سمات الشخصية على طول متصل، مع وجود مركزية الآخرين (Allocentrics) في أحد طرفي النطاق ومركزية الذات (psychocentrics) في الطرف الآخر. في منتصف النطاق تقع المركزية الوسطى (mid-centric). بصرف النظر عن هذه الفئات الثلاث، قد يقع السائحون في مركزية الآخرين القريبة (near-allocentrics) أو مركزية الذات القريبة (near-psychocentrics)، دون الوقوع بالكامل في أي من الفئات المتطرفة. نموذج بلوج متخصص في وصف التطور اليومي في الوجهة بسبب الاعتراف بها في سوق السياحة على النحو التالي:¹

- يتطور تطوير الوجهة عبر نطاق النموذج من مركزية الآخرين إلى المركزية الوسطى ثم في النهاية إلى مركزية الذات؛

- المغامرون هم أول من يكتشف وجهة سياحية جديدة، يستكشفونها ثم يوصون بها لبقية الناس من خلال الكلام الشفهي (أو وسائل التواصل الاجتماعي)؛

- شبه المغامرين سيكونون أول من يتبع خطاهم؛

- بعد شبه المغامرين، تأتي المجموعة التالية من السياح المحتملين وهم الوسطيون، الذين يزورون الوجهة في وقت بدأت فيه بالانتشار، وفي طريقها لتصبح وجهة سياحية جماعية؛

- بحلول هذا الوقت، يكون المغامرون قد طوروا نوعًا من النفور من الوجهة، لأنها فقدت جدتها وتفردتها. ولكن بعض شبه المغامرين قد يستمرون في زيارة الوجهة؛

¹ Plog S. C., **Why destination areas rise and fall in popularity**, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 14(4), 1974, p 55

الفصل الأول: التأصيل النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

- المجموعة التالية من السياح التي تزور الوجهة ستكون شبه المعتمدين على الذات، الذين، بطبيعتهم، يرغبون في السفر إلى الأماكن المشهورة أو الأماكن التي سمعوا عنها سابقاً أو زاروها من قبل؛
- سيكون المعتمدون على الذات هم المجموعة الأخيرة التي تزور الوجهة، التي أصبحت الآن وجهة سياحية جماعية. المعتمدون على الذات هم مسافرون آمنون، يسعون للسفر إلى وجهات ذات بنية تحتية مناسبة ومرافق إقامة، وخدمات طعام وشراب، ومرافق ترفيهية، وما إلى ذلك؛
- تدريجياً، مع انخفاض شعبية الوجهة، ينخفض أيضاً عدد السياح الذين يزورون المنطقة، مما يؤدي إلى تعطيل اقتصاد الوجهة وفي النهاية زوالها.

وفيما يلي بعض خصائص أنواع السياح:

• المغامرون:

- المسافر الذي يسعى إلى تجارب جديدة ورحلات في مجموعة متنوعة من الأنشطة، هذا الشخص منفتح وواثق من نفسه في سلوكه؛
- يفضل الشخص المغامر استكشاف مناطق جديدة وغير مألوفة قبل أن يحققها الآخرون؛
- يستمتع المغامرون بمقابلة أشخاص من الخارج أو ثقافات فريدة من نوعها؛
- يفضلون الفنادق المناسبة والطعام، ولكن ليس بالضرورة الفنادق الحديثة أو ذات السلاسل المعروفة؛
- إنهم غير ملتزمين ببرنامج رحلة منظم، بل يقومون بترتيباتهم الشخصية بأنفسهم.

• المعتمدون على الذات:

- المسافر الذي يندرج في هذه الفئة عادة ما يكون غير مغامر؛
- يختارون العودة إلى وجهات سفر مألوفة حيث يمكنهم الاسترخاء ومعرفة أنواع الطعام والترفيه التي يتوقعونها؛
- يفضل هؤلاء المسافرون القيادة إلى الوجهات، والإقامة في فنادق قياسية، وتناول الطعام في مطاعم عائلية.

• الوسطيون:

- تغطي هذه الفئة من السياح أولئك الذين يتأرجحون بين الأنواع المذكورة أعلاه. بعبارة أخرى، يتأرجحون بين المغامرين والمعتمدين على الذات؛
- يتم وضع هذا النوع من السياح في منتصف التسلسل المتصل في نموذج بلوغ النفسي؛

الفصل الأول: التأسيس النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

- لديهم مزيج متوازن من كلا الاتجاهين النفسيين القائمين على الشخصية؛
- لا يميلون إلى المسار المجرب والحقيقي لـ "المعتمدين على الذات" ولا إلى مسار البحث عن التنوع الخاص بـ "المغامرين".

• شبه المغامرين وشبه المعتمدين على الذات

- بالإضافة إلى ذلك، قد يندرج المصطافون في فئة شبه المغامرين وشبه المعتمدين على الذات دون الوقوع تمامًا في الأنواع المتطرفة لهذا النموذج؛
- بعد استكشاف مكان الإجازة من قبل المغامرين، يكون شبه المغامرين من أوائل الموجات الرئيسية للمتبنين بينما من المرجح أن يجرب شبه المعتمدين على الذات مكان إجازة تمت زيارته عدة مرات.

من خلال ما تم طرحه من هذا المبحث يتضح أن تجربة العملاء في قطاع السياحة تتجاوز مجرد تقديم الخدمات الأساسية، لتشمل بناء رحلة متكاملة ومثيرة لكل زائر. إن فهم هذا المفهوم بعمق، وتحديد المهارات والصفات اللازمة لدى العاملين، وتبني طرق ممنهجة لمراقبة وقياس وتقييم هذه التجربة، بالإضافة إلى إدراك العوامل المؤثرة عليها، يمثل الركائز الأساسية لتعزيز القدرة التنافسية للوجهات السياحية. وبعد الاستثمار في تحسين تجربة العملاء ليس مجرد خيار، بل ضرورة استراتيجية تضمن تحقيق الرضا المستدام للزوار وبناء الولاء على المدى الطويل، مما يدعم نمو القطاع السياحي وازدهاره.

المبحث الثالث: العلاقة بين الذكاء الاصطناعي وتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها العالم نتيجة التقدم التكنولوجي، برز الذكاء الاصطناعي كأحد المحركات الرئيسية لتطوير الخدمات في مختلف القطاعات، ومن بينها قطاع السياحة الذي يتسم بالتغير المستمر والتفاعل المباشر مع العملاء. وتُعد تجربة العميل أحد العناصر الجوهرية في نجاح المؤسسات السياحية، مما يجعل من توظيف الذكاء الاصطناعي أداة استراتيجية لتحسين جودة الخدمات المقدمة، وتعزيز رضا العملاء وولائهم. ويأتي هذا المبحث ليلسط الضوء على العلاقة بين الذكاء الاصطناعي وتحسين تجربة العملاء في السياحة، من خلال معرفة دور التكنولوجيا بصفة عامة في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة ثم تحليل التطبيقات المعتمدة، وقياس مدى فاعليتها، وصولاً إلى تحديد فوائد الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة السياح.

وبناء على ما سبق سيتم في هذا المبحث تناول المطالب التالية:

- **المطلب الأول:** دور التكنولوجيا في تحسين تجربة العملاء؛
- **المطلب الثاني:** مساهمات الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة السائح؛
- **المطلب الثالث:** تحديات وفرص استخدام الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة السائح.

المطلب الأول: دور التكنولوجيا في تحسين تجربة العملاء

تلعب التكنولوجيا دوراً محورياً في تحويل تجربة العملاء (CX)، خاصة في المجال الرقمي حيث تتطور توقعات العملاء باستمرار. فمع ظهور التقنيات المتقدمة مثل الذكاء الاصطناعي (AI)، والتعلم الآلي (ML) وإنترنت الأشياء (IoT)، يمكن للمؤسسات تقديم تجارب أكثر تخصيصاً وكفاءة وسلاسة فهي بمثابة العمود الفقري لتجربة العملاء الحديثة، مما يمكّن المؤسسات من فهم احتياجات العملاء والاستجابة لها في الوقت الفعلي.

وللتطرق إلى دور التكنولوجيا في تحسين تجربة العملاء، من الضروري أولاً فهم المفهوم الأساسي لهذه التكنولوجيا في تجربة العملاء، وكذلك الوقوف على أهميتها، وأبرز تقنياتها، قبل الوصول إلى استنتاج لدورها الفعلي.

أولاً: مفهوم التكنولوجيا في تجربة العملاء

دخلت التكنولوجيا في جميع المجالات دون استثناء من بينها تجربة العملاء لما لها أثر بالغ الأهمية على هذه الأخيرة، وسيتم من خلال هذا العنصر التعرف على تعريفها وأهميتها.

1- تعريف التكنولوجيا في تجربة العملاء

تشير التكنولوجيا في تجربة العملاء (CX) إلى الأدوات والمنصات التي تستخدمها المؤسسات للتفاعل مع العملاء، وجمع البيانات، وتقديم تجارب مخصصة. يشمل ذلك كل شيء من الذكاء الاصطناعي (AI) والتعلم الآلي (ML) إلى الروبوتات الدردشة (chatbots)، وأنظمة إدارة علاقات العملاء (CRM)، والتحليلات المتقدمة¹.

2- أهمية التكنولوجيا في تجربة العملاء (CX)

تمكن التكنولوجيا المؤسسات من أتمتة العمليات، وجمع وتحليل بيانات العملاء، وتقديم تجارب مخصصة على نطاق واسع. فمن خلال الاستفادة من التكنولوجيا، يمكن للمؤسسات تحسين الكفاءة، وخفض التكاليف وتعزيز رضا العملاء وولائهم، فهي تلعب دور حاسم في تحسين تجربة العملاء من خلال:²

✓ **قيادة التخصيص من خلال البيانات والتحليلات:** إحدى الطرق الرئيسية التي تعزز بها التكنولوجيا تجربة العملاء هي من خلال التخصيص. فمن خلال الاستفادة من البيانات والتحليلات، تستطيع المؤسسات الحصول على رؤى معمقة حول سلوكيات العملاء وتفضيلاتهم واحتياجاتهم، مما يسمح لها بتكييف التفاعلات والعروض لتناسب كل عميل على حدة. على سبيل المثال، تستخدم نتفليكس خوارزميات متطورة لتحليل عادات المشاهدة والتوصية بالمحتوى، مما يخلق تجربة شخصية للغاية تحافظ على تفاعل المستخدمين. هذا المستوى من التخصيص لا يمكن تحقيقه إلا من خلال استخدام تقنيات تحليل البيانات المتقدمة التي يمكنها معالجة كميات هائلة من البيانات بسرعة ودقة.

✓ **تحسين الكفاءة من خلال الأتمتة:** أحدثت تقنيات الأتمتة، مثل روبوتات الدردشة المدعومة بالذكاء الاصطناعي وأتمتة العمليات الروبوتية (RPA)، ثورة في خدمة العملاء من خلال معالجة المهام والاستفسارات

¹Aslan Patov, **The Role of Technology in improving Customer Experience (CX)**, web site: <https://www.renaissance.io>, seen:13.04.2025, at 13.40.

² Ibid

الفصل الأول: التأسيس النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

الروتينية بكفاءة أكبر. لا يؤدي هذا إلى تقليل أوقات الانتظار والتكاليف التشغيلية فحسب، بل يحرر أيضاً وكلاء الدعم البشري للتركيز على الأنشطة الأكثر تعقيداً وذات القيمة المضافة. على سبيل المثال، قد يستخدم بنك روبوت دردشة لمساعدة العملاء في المعاملات الروتينية، مثل التحقق من أرصدة الحسابات أو تحويل الأموال، مما يسمح للوكلاء البشريين بتقديم مشورة مالية أكثر تخصيصاً. ووفقاً لتقرير صادر عن Juniper Research، من المتوقع أن توفر روبوتات الدردشة على المؤسسات أكثر من 8 مليارات دولار سنوياً بحلول عام 2024، مما يسلب الضوء على الإمكانيات الهائلة للأتمتة في توفير التكاليف.

✓ **تعزيز تفاعل العملاء باستخدام التقنيات التفاعلية:** تعمل تقنيات مثل الواقع المعزز (AR) والواقع الافتراضي (VR) وإنترنت الأشياء (IoT) على تعزيز تفاعل العملاء من خلال توفير تجارب تفاعلية وغامرة. على سبيل المثال، تتيح تقنية الواقع المعزز للعملاء تصور كيف ستبدو المنتجات في منازلهم قبل إجراء عملية الشراء، بينما يمكن للواقع الافتراضي توفير جولات افتراضية للعقارات. يمكن لأجهزة إنترنت الأشياء، مثل منتجات المنزل الذكي، التفاعل مع العملاء في الوقت الفعلي، وتقديم توصيات ودعم مخصصين. تخلق هذه التقنيات تجارب أكثر جاذبية ولا تُنسى، مما يعزز رضا العملاء وولائهم.

✓ **تسهيل تجارب سلسلة متكاملة عبر القنوات المتعددة:** تعتبر التكنولوجيا ضرورية لتقديم تجارب سلسلة متكاملة عبر القنوات المتعددة، مما يضمن حصول العملاء على تفاعلات متسقة ومتراصة عبر جميع نقاط الاتصال. على سبيل المثال، تعمل أنظمة إدارة علاقات العملاء (CRM) على مركزية بيانات العملاء من مختلف القنوات، مما يمكن المؤسسات من تقديم خدمة شخصية ومتسقة بغض النظر عن الطريقة التي يختارها العملاء للتفاعل مع العلامة التجارية. فعلى سبيل المثال، قد يبدأ العميل رحلة شراء على تطبيق الهاتف المحمول، ويستكملها على موقع ويب سطح المكتب، وينتهيها في المتجر، مع تلقي رسائل وخدمة متسقة طوال العملية. هذا التكامل السلس عبر القنوات أصبح ممكناً بفضل التكنولوجيا، مما يعزز الراحة والرضا للعميل.

✓ **الامتثال وإمكانية الوصول:** تستمر قوانين خصوصية البيانات وغيرها من القوانين في التطور بمرور الوقت يجب على المؤسسات حماية بيانات عملائها بثقة، وتأمين مواقعها الإلكترونية ضد الاختراقات، وأتمتة الامتثال لقوانين الخصوصية) مثل القانون العام لحماية البيانات GDPR أو قانون مكافحة البريد العشوائي الكندي CASL، والحفاظ على الامتثال عبر كل منصة رقمية. يجب عليهم قياس وتحسين إمكانية الوصول إلى المنتجات الرقمية والتحسين المستمر وفقاً للمعايير الحالية لتقديم تجارب أكثر إرضاءً لجميع المستخدمين. بدءاً

الفصل الأول: التأسيس النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

من أتمتة جميع البيانات، ووصولاً إلى حماية موقع الويب الخاص، وحماية معالجة المدفوعات، وتمكين تجارب أكثر سهولة للوصول، وغير ذلك الكثير، تحتل التكنولوجيا مركز الصدارة في تمكين المؤسسات من العمل بقدر أكبر من التطور والسرعة والتحكم والأمان والاتساق¹.

الشكل (06): الأنظمة العامة لحماية البيانات



La source: Whereoware, **How is Technology Used to improve Customer Experience?**, web site: <https://www.whereoware.com>, seen: 13.04.2025, at 14.03.

✓ **تبسيط التعاون بين الإنسان والآلة:** تعمل التكنولوجيا جنباً إلى جنب مع القدرات البشرية، حيث تعمل على تحسينها بدلاً من إحلالها. إذ تساعد الأجهزة المدعومة بالذكاء الاصطناعي العملاء وتفيد الوكلاء من خلال توفير بيانات أساسية، مما يسمح لهم بالتركيز على حل المشكلات المعقدة وبناء علاقات حقيقية. باختصار التكامل الحيوي للابتكار في تفاعلات العملاء يعزز الإنتاجية التشغيلية ويمكن المؤسسات من تقديم معرفة أكثر تخصيصاً وموثوقية².

¹ Whereoware, **How is Technology Used to improve Customer Experience?**, web site: <https://www.whereoware.com>, seen: 13.04.2025, at 14.03.

² Pratik Salia, **What is the Role of Customer Experience Technology in improving CX?**, web site: <https://knowmax.ai/blog/customer-experience-technology/>, seen: 14.04.2025, at 14.15 pm.

ثانياً: التقنيات التكنولوجية المساعدة في تحسين تجربة العملاء

تقود العديد من التقنيات الرئيسية التحسينات في تجربة العملاء الرقمية، مما يمكن المؤسسات من تقديم تجارب أكثر تخصيصاً وكفاءة وجاذبية. من خلال الاستفادة من هذه التقنيات، يمكن للمؤسسات فهم احتياجات العملاء والاستجابة لها بشكل أفضل، مما يخلق رحلة عميل أكثر إرضاءً ولا تُنسى. فهذه التقنيات تعتبر أدوات تمكن من تقديم تجارب رقمية استثنائية ويمكن ذكر منها ما يلي:

1- أنظمة إدارة المعرفة (KMS)

في بيئة الأعمال الحالية، حيث البيانات وفيرة ولكنها غالباً ما تكون متناثرة، تصبح أنظمة إدارة المعرفة حلاً أساسياً. لا تكمن الصعوبة في جمع البيانات، بل في تجميعها وترتيبها بشكل منطقي وقابل للقراءة كمصدر واحد للحقيقة. وتعتبر برامج إدارة المعرفة المزودة بقدرات الذكاء الاصطناعي ضرورية لأنها تعمل على أتمتة تصنيف قواعد المعرفة ووضع العلامات عليها وتحديثها المستمر.

يمكن للمؤسسات استخدام الذكاء الاصطناعي لضمان دقة المعلومات وتسهيل استرجاعها السريع من قاعدة المعرفة، مما يمنح المستهلكين والموظفين إمكانية الوصول إلى رؤى دقيقة وفي وقتها المناسب. تعتبر إدارة المعرفة (KM) الأساس لاتخاذ قرارات مستنيرة، وتعزيز ثقافة فعالة ومرنة في بيئات الأعمال سريعة التغير.

2- الذكاء الاصطناعي (AI) والتعلم الآلي (ML)

يعتبر الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي من بين أكثر التقنيات تحويلاً لتجربة العملاء الرقمية (CX)، حيث يمكن المؤسسات من تحليل كميات هائلة من البيانات، والتنبؤ بسلوك العملاء، وتقديم تجارب مخصصة. يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي في تطبيقات متنوعة، مثل روبوتات الدردشة لخدمة العملاء، ومحركات التوصيات للمحتوى المخصص، والتحليلات التنبؤية لتوقع احتياجات العملاء. على سبيل المثال، يستخدم Spotify خوارزميات التعلم الآلي لتحليل عادات استماع المستخدمين وإنشاء قوائم تشغيل مخصصة، مما

الفصل الأول: التأسيس النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

يعزز تفاعل المستخدمين ورضاهم. من خلال الاستفادة من الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي، يمكن للمؤسسات تقديم تجارب أكثر ملاءمة وفي الوقت المناسب مما يعزز ولاء العملاء¹.

3- البيانات الضخمة والتحليلات

تسمح تقنيات البيانات الضخمة والتحليلات للمؤسسات بجمع ومعالجة وتحليل كميات كبيرة من بيانات العملاء من مصادر متعددة، مثل مواقع الويب ووسائل التواصل الاجتماعي وتفاعلات خدمة العملاء. توفر هذه البيانات رؤى قيمة حول سلوك العملاء وتفضيلاتهم ونقاط ضعفهم، مما يمكن المؤسسات من اتخاذ قرارات تستند إلى البيانات وتحسين استراتيجيات تجربة العملاء الخاصة بها. على سبيل المثال، قد تستخدم شركة للتجارة الإلكترونية تحليلات البيانات الضخمة لتحديد الأنماط في تصفح العملاء وسلوكياتهم الشرائية، مما يسمح لها بتخصيص توصيات المنتجات والرسائل التسويقية. من خلال تسخير قوة البيانات الضخمة، يمكن للمؤسسات الحصول على فهم أعمق لعملائها وتقديم تجارب أكثر استهدافاً وفعالية².

4- أنظمة إدارة علاقات العملاء (CRM)

تعتبر أنظمة إدارة علاقات العملاء ضرورية لإدارة تفاعلات العملاء والحفاظ على رؤية شاملة لمسار رحلة العميل. من خلال مركزية بيانات العملاء وتفاعلاتهم، تمكن أنظمة CRM المؤسسات من تقديم تجارب متسقة وشخصية عبر جميع نقاط الاتصال. على سبيل المثال، قد يستخدم تاجر تجزئة نظام CRM لتتبع مشتريات العملاء وتفضيلاتهم، مما يسمح له بإرسال رسائل تسويقية مستهدفة وعروض مخصصة تعزز التفاعل والولاء. من خلال الاستفادة من تكنولوجيا CRM، يمكن للمؤسسات إنشاء تجربة عملاء أكثر سلاسة وإرضاءً تدفع النمو على المدى الطويل.

¹ Pratik Salia, *op-cit*.

² Aslan Patov, *op-cit*.

5- الواقع المعزز (AR) والواقع الافتراضي (VR)

تعمل تقنيات الواقع المعزز والواقع الافتراضي على تغيير الطريقة التي يختبر بها العملاء المنتجات والخدمات، حيث تقدم تجارب غامرة وتفاعلية تعزز التفاعل والرضا. يسمح الواقع المعزز للعملاء بتصوير المنتجات في بيئتهم الخاصة، مثل تجربة ملابس افتراضية أو رؤية كيف سيبدو الأثاث في منزلهم. يوفر الواقع الافتراضي تجارب غامرة تمامًا، مثل الجولات الافتراضية للعقارات أو صالات العرض الافتراضية لوكلاء السيارات، على سبيل المثال، تستخدم IKEA تقنية الواقع المعزز في تطبيقها للسماح للعملاء بتصوير كيف سيبدو الأثاث في منزلهم، مما يعزز تجربة التسوق ويقلل من عمليات الإرجاع. من خلال الاستفادة من الواقع المعزز والواقع الافتراضي، يمكن للمؤسسات إنشاء تجارب أكثر جاذبية ولا تُنسى تدفع ولاء العملاء.

6- روبوتات الدردشة والذكاء الاصطناعي الحواري

توفر روبوتات الدردشة والذكاء الاصطناعي الحواري دعمًا ومساعدة فورية للعملاء من خلال معالجة اللغة الطبيعية (NLP) ويمكن لهذه الأدوات التعامل مع الاستفسارات الروتينية، مما يحرر وكلاء الدعم البشري للتركيز على المشكلات الأكثر تعقيداً. وتعزز روبوتات الدردشة الكفاءة وتوفر دعمًا على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع، مما يحسن رضا العملاء ويقلل التكاليف التشغيلية. على سبيل المثال، يساعد المساعد الافتراضي لبنك أمريكا، "إريكا"، العملاء على إدارة شؤونهم المالية، مما يوفر تجربة مريحة وشخصية¹.

7- إنترنت الأشياء (IoT)

تجمع أجهزة إنترنت الأشياء بيانات في الوقت الفعلي حول تفاعلات العملاء، مما يوفر رؤى حول سلوكهم وتفضيلاتهم. يمكن استخدام هذه البيانات لتخصيص التجارب وأتمتة العمليات، مثل تجديد المخزون أو تعديل مستويات الخدمة. كما يمكن إنترنت الأشياء من التخصيص والأتمتة في الوقت الفعلي، مما يعزز راحة ورضا

¹ Aslan Patov, **op-cit**.

العملاء. على سبيل المثال، يتيح زر Dash الخاص بـ أمازون للعملاء إعادة طلب المنتجات بنقرة واحدة، مما يوفر تجربة سلسلة¹.

8- تقنية سلسلة الكتل (Blockchain)

توفر سلسلة الكتل معاملات آمنة وشفافة ولا مركزية، مما يعزز الثقة ويقلل الاحتيال. يمكن استخدامها لتحسين أمن البيانات، وتبسيط سلاسل التوريد، وتعزيز شفافية العملاء. كما تعزز سلسلة الكتل الثقة والأمان وهما عنصران حاسمان لتجربة عملاء إيجابية. على سبيل المثال، تستخدم IBM سلسلة الكتل لتوفير الشفافية وإمكانية التتبع في سلسلة الإمداد الغذائي، مما يعزز ثقة العملاء.

9- منصات ملاحظات العملاء

تمكّن هذه المنصات المؤسسات من جمع وتحليل واتخاذ إجراءات بناءً على ملاحظات العملاء في الوقت الفعلي. تساعد هذه الملاحظات على تحديد مجالات التحسين واتخاذ قرارات تستند إلى البيانات لتعزيز تجربة العملاء. كما توفر منصات الملاحظات رؤى قيمة حول احتياجات العملاء وتفضيلاتهم، مما يتيح التحسين المستمر. على سبيل المثال، تقدم Medallia منصة شاملة لإدارة الملاحظات تساعد الشركات على تحسين تجربة العملاء من خلال تحليل ملاحظات العملاء.

10 - أتمتة العمليات الروبوتية: (RPA)

تقوم RPA بأتمتة المهام المتكررة، مثل إدخال البيانات ومعالجة الطلبات، مما يحرر الموظفين للتركيز على أنشطة أكثر استراتيجية. تعزز هذه الأتمتة الكفاءة وتقلل الأخطاء، مما يحسن تجربة العملاء بشكل عام. كما تعمل RPA على تحسين الكفاءة التشغيلية والدقة، مما يعزز رضا العملاء. على سبيل المثال، تساعد حلول RPA من UiPath المؤسسات على أتمتة عمليات المكتب الخلفي، مما يقلل أوقات الاستجابة ويحسن جودة الخدمة.

¹ Pratik Salia, op-cit.

11- تقنية التعرف على الصوت

أصبحت تقنية التعرف على الصوت ضرورية لتجربة عملاء محسنة في عصر التفاعلات بدون استخدام اليدين والأجهزة الذكية. بفضل هذه التقنية، يمكن للعملاء التفاعل مع الأنظمة باستخدام اللغة الطبيعية، مما يوفر تجربة سلسلة وعملية. ويمكن للأجهزة التي يتم تنشيطها بالصوت والمساعدات الصوتيين المخصصين التعرف على تفضيلات المستخدمين والتكيف وفقاً لذلك، وتقديم الدعم والتوصيات المصممة خصيصاً لهم. ولقد أصبح دمج تقنية التعرف على الصوت في تفاعلات العملاء ضرورة استراتيجية للمؤسسات التي تسعى إلى الحفاظ على قدرتها التنافسية وأهميتها في السوق، بينما تكافح لتلبية المتطلبات المتطورة باستمرار لقاعدة عملائها المتمكنة من التكنولوجيا. ومن خلال تبني هذه التقنيات، يمكن للمؤسسات تحسين وتعزيز تجربة العملاء (CX) مما يدفع للنمو والتميز¹.

المطلب الثاني: مساهمات الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة السائح

يشهد قطاع السياحة تحولاً جذرياً بفضل مساهمات الذكاء الاصطناعي؛ حيث تتجسد هذه المساهمات في تطبيقات متنوعة تعمل على تحسين تجربة العملاء في جميع مراحل رحلتهم السياحية، مما يغير الطريقة التي يخطط بها المسافرون لرحلاتهم ويختبرونها، إذ يستخدمون العديد من التطبيقات المدعومة بالذكاء الاصطناعي مثل:

✓ يتم استخدام روبوتات الدردشة بشكل متزايد لدعم العملاء والاستفسارات وتقديم المساعدة الفورية والإجابة على الأسئلة على مدار الساعة. كما توفر روبوتات الدردشة المدعومة بالذكاء الاصطناعي هذه ردوداً مخصصة، مما يساعد المسافرين في معلومات الحجز وتوصيات الوجهات والاستفسارات الأخرى المتعلقة بالسفر، مما يعزز خدمة العملاء ورضاهم².

✓ توفر أنظمة التوصيات المدعومة بخوارزميات الذكاء الاصطناعي اقتراحات سفر مخصصة مصممة لتناسب التفضيلات والسلوكيات الفردية. من خلال تحليل كميات هائلة من البيانات، بما في ذلك تاريخ السفر السابق وأنماط البحث وتعليقات المستخدمين، تقدم أنظمة التوصيات هذه اقتراحات مستهدفة للوجهات والإقامات

¹ Aslan Patov, **op-cit**.

² Chi O. H., Denton G., & Gursoy, D, **Artificially Intelligent Device Use in Service Delivery**, A Systematic Review, Synthesis, and Research Agenda. Journal of Hospitality Marketing & Management, 29(7), 2020, p 757

الفصل الأول: التأسيس النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

والأنشطة وخيارات تناول الطعام، مما يمكن المسافرين من اكتشاف تجارب جديدة تتوافق مع اهتماماتهم وتفضيلاتهم¹.

✓ **تعمل التحليلات التنبؤية المدعومة بالذكاء الاصطناعي على تحويل التنبؤ بالطلب وتحسين التسعير في قطاع السياحة.** من خلال تحليل بيانات الحجز التاريخية واتجاهات السوق والعوامل الخارجية مثل أنماط الطقس والأحداث، يمكن لخوارزميات الذكاء الاصطناعي التنبؤ بالطلب المستقبلي على خدمات السفر وتعديل الأسعار ومستويات المخزون ديناميكياً لزيادة الإيرادات ومعدلات الإشغال إلى أقصى حد. يمكن هذا النهج القائم على البيانات شركات السياحة من اتخاذ قرارات مستنيرة والتكيف مع ظروف السوق المتغيرة في الوقت الفعلي، مما يحسن الإيرادات والربحية².

✓ **يتم استخدام المساعدين الافتراضيين بشكل متزايد لتخطيط مسارات الرحلات وخدمات الكونسيرج، وتقديم توصيات ومساعدة مخصصة طوال رحلة السفر.** يساعد هؤلاء المساعدون الافتراضيون المدعومون بالذكاء الاصطناعي المسافرين على تخطيط مسارات رحلاتهم وحجز الأنشطة وإجراء حجوزات المطاعم والوصول إلى التوصيات المحلية، مما يوفر تجربة سفر سلسلة ومخصصة من البداية إلى النهاية³.

✓ **إدارة الوجهات الذكية:** تسهل تقنيات الذكاء الاصطناعي إدارة الوجهات الذكية من خلال مراقبة تدفقات السياح وأنماط حركة المرور وكثافة الحشود في الوجهات السياحية الشهيرة. من خلال تحليل البيانات في الوقت الفعلي، يمكن للسلطات تنفيذ إجراءات التحكم في الحشود وتحسين طرق النقل وتعزيز السلامة والراحة للمسافرين. يضمن ذلك تجربة أكثر متعة وخالية من المتاعب للسياح⁴.

✓ **الحملات التسويقية المخصصة:** يمكن الذكاء الاصطناعي المؤسسات السياحية من إنشاء حملات تسويقية مستهدفة بناءً على تفضيلات العملاء وسلوكهم. من خلال تحليل بيانات العملاء، يمكن لخوارزميات الذكاء

¹ Citak J., Owoc M. L., & Weichbroth P, **Note on the Applications of Artificial Intelligence in the Hospitality Industry**, Preliminary Results of a Survey, Procedia Computer Science,2021, p192.

² Dash R., McMurtrey M., Rebman C., & Kar, U. K, **Application of Artificial Intelligence in Automation of Supply Chain Management**, Journal of Strategic Innovation and Sustainability, 14(3), 2019, p43

³ Chi, O. H., Denton, G., & Gursoy,D, **op-cit**, p758.

⁴ Berezina K., Ciftci O., & Cobanoglu C.,**Robots, Artificial Intelligence, and Service Automation in Restaurants, In Robots, Artificial Intelligence, and Service Automation in Travel, Tourism and Hospital**, Emerald Publishing Limited, 2019, p185.

الاصطناعي تحديد الشرائح ذات الصلة وتقديم عروض ترويجية مخصصة للعملاء الأفراد. يزيد هذا النهج المستهدف من فعالية الجهود التسويقية، مما يؤدي إلى زيادة مشاركة العملاء ورضاهم¹.

✓ تجربة حجز محسنة: توفر منصات الحجز المدعومة بالذكاء الاصطناعي واجهات سهلة الاستخدام وتوصيات مخصصة، مما يبسط عملية الحجز للمسافرين. تستفيد هذه المنصات من خوارزميات الذكاء الاصطناعي لاقتراح خيارات ذات صلة بناءً على تفضيلات العملاء وقيود الميزانية، مما يسهل اتخاذ القرارات بشكل أسرع ويعزز الرضا العام².

✓ تحليل التعليقات المستمر: تحلل أدوات الذكاء الاصطناعي تعليقات العملاء من مصادر مختلفة مثل المراجعات والاستطلاعات ومنصات التواصل الاجتماعي. من خلال استخلاص رؤى من هذه التعليقات، يمكن للمؤسسات السياحية تحديد مجالات التحسين وتنفيذ التغييرات اللازمة لتعزيز تجربة العملاء. تضمن حلقة التعليقات المستمرة هذه أخذ تفضيلات العملاء في الاعتبار، مما يؤدي إلى مستويات أعلى من الرضا والولاء³.

المطلب الثالث: تحديات وفرص استخدام الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة السائح

بينما يتبنى قطاع السياحة تقنيات الذكاء الاصطناعي (AI) لتعزيز تجارب العملاء وتبسيط العمليات، فإنه يواجه أيضًا تحديات وفرصًا⁴ متنوعة في الاستفادة من هذه التطورات بفعالية.

أولاً: تحديات الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة السائح

تتمثل أبرز التحديات التي يواجهها قطاع السياحة جراء إدخال الذكاء الاصطناعي في:

✓ أحد التحديات الهامة هو القلق المتزايد بشأن الخصوصية والأمان مع الأنظمة المدعومة بالذكاء الاصطناعي. نظرًا لأن خوارزميات الذكاء الاصطناعي تجمع وتحلل كميات هائلة من البيانات، هناك خطر متزايد من انتهاكات البيانات وانتهاكات الخصوصية والوصول غير المصرح به إلى المعلومات الحساسة. لذا يجب على المؤسسات السياحية إعطاء الأولوية لتدابير حماية البيانات، وتنفيذ بروتوكولات أمان قوية، والامتثال للمتطلبات التنظيمية لحماية بيانات العملاء والحفاظ على الثقة.

✓ يمثل التكامل مع البنية التحتية الحالية والأنظمة القديمة عقبة أخرى أمام اعتماد الذكاء الاصطناعي في

¹ Goel P., Kaushik N., Sivathanu B., Pillai R., & Vikas J., **op-cit**, p05.

² Berezina K., Ciftci O., & Cobanoglu C., **Robots**, **op-cit**, p185.

³ Dash R., McMurtrey M., Rebman C., & Kar U. K., **op-cit**, p55.

⁴ Gurjar P., **Role of Artificial Intelligence in Tourism Sector for Improved Customer Experience**, International Journal of Creative Research Thoughts (IJCRT), 12(8), 2024, p 11.

قطاع السياحة. تعمل العديد من المؤسسات على أنظمة قديمة أو معزولة، مما يجعل من الصعب دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي بسلاسة في عملياتها. يتطلب التكامل الفعال تخطيطاً دقيقاً واستثماراً في بنية تحتية متوافقة وتعاوناً مع شركاء التكنولوجيا لضمان التشغيل البيئي وتقليل الاضطرابات في سير العمل الحالي.

✓ تشكل فجوة المهارات وتدريب القوى العاملة عقبات كبيرة أمام تنفيذ الذكاء الاصطناعي بنجاح في صناعة السياحة؛ إذ تفتقر العديد من المؤسسات إلى الخبرة والموارد الداخلية اللازمة لتطوير ونشر وصيانة حلول الذكاء الاصطناعي بفعالية. ويتطلب معالجة هذا التحدي استثماراً في برامج تدريب القوى العاملة، وتأهيل الموظفين في تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتعزيز ثقافة الابتكار والتعلم المستمر داخل المؤسسة.

ثانياً: فرص الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة السائح

على الرغم من التحديات السالفة الذكر، إلا أن الذكاء الاصطناعي يقدم العديد من الفرص للابتكار والميزة التنافسية في قطاع السياحة من خلال:¹

✓ تسخير قوة الذكاء الاصطناعي؛ إذ يمكن للمؤسسات فتح إمكانيات جديدة للتخصيص والأتمتة واتخاذ القرارات القائمة على البيانات. كما توفر الحلول المدعومة بالذكاء الاصطناعي فرصاً لتبسيط العمليات وتحسين تخصيص الموارد وتعزيز تجارب العملاء، مما يؤدي إلى زيادة الكفاءة والإنتاجية والربحية؛

✓ يمكن الذكاء الاصطناعي المؤسسات السياحية من اكتساب ميزة تنافسية من خلال تقديم منتجات وخدمات مبتكرة تميزها عن المنافسين. سواء من خلال روبوتات الدردشة المدعومة بالذكاء الاصطناعي لخدمة العملاء المخصصة أو التحليلات التنبؤية للتنبؤ بالطلب، ويمكن للمؤسسات الاستفادة من الذكاء الاصطناعي للبقاء

في الطليعة وجذب عملاء جدد والاحتفاظ بالعملاء الحاليين في مشهد سوق تنافسي للغاية؛ إذ تقدم روبوتات الدردشة والمساعدون الافتراضيون المدعومون بالذكاء الاصطناعي دعماً فورياً ومساعدة شخصية، ويحلون الاستفسارات ويقدمون التوصيات على الفور، وبالتالي يسعدون العملاء ويضمنون تجربة إيجابية طوال رحلتهم؛

✓ يمكن الذكاء الاصطناعي من تعزيز تخصيص تجارب السفر وتعديلها. من خلال تحليل كميات هائلة من البيانات، بما في ذلك التفضيلات والسلوكيات والتفاعلات السابقة، ويمكن لخوارزميات الذكاء الاصطناعي تصميم التوصيات والخدمات لتلبية الاحتياجات الفريدة لكل مسافر. يعزز هذا المستوى من التخصيص مشاركة وتواصل أعمق مع العملاء، مما يؤدي إلى زيادة الولاء وتكرار الأعمال؛

¹ Gurjar P, op-cit, p 09.

الفصل الأول: التأسيس النظري للذكاء الاصطناعي وعلاقته بتحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة

✓ بالإضافة إلى التجارب المخصصة، يسهل الذكاء الاصطناعي العمليات الفعالة وتخصيص الموارد داخل المؤسسات السياحية؛ إذ يؤدي أتمتة المهام مثل عمليات الحجز وتخطيط مسار الرحلة واستفسارات العملاء إلى تبسيط العمليات، وتقليل الجهد اليدوي وتحسين الإنتاجية. علاوة على ذلك، تعمل التحليلات التنبؤية المدعومة بالذكاء الاصطناعي على تحسين تخصيص الموارد من خلال التنبؤ بالطلب والتسعير ومستويات المخزون بدقة، مما يضمن الاستخدام الأمثل للموارد وزيادة إمكانات الإيرادات إلى أقصى حد؛

✓ من الفوائد الرئيسية الأخرى للذكاء الاصطناعي في السياحة اتخاذ القرارات القائمة على البيانات لاستراتيجيات التسويق والأعمال، من خلال تحليل البيانات من مصادر مختلفة، بما في ذلك تفضيلات العملاء واتجاهات السوق وأنشطة المنافسين، يمكن الذكاء الاصطناعي المؤسسات من اتخاذ قرارات مستنيرة بشأن الحملات التسويقية وعروض المنتجات واستراتيجيات توسيع الأعمال. يعزز هذا النهج القائم على البيانات فعالية الجهود التسويقية، ويحسن استهداف العملاء، ويدفع نمو الأعمال في مشهد سوق تنافسي.

باختصار، يقدم الذكاء الاصطناعي العديد من الفوائد لقطاع السياحة، بدءًا من تحسين خدمة العملاء والتخصيص إلى تعزيز الكفاءة التشغيلية واتخاذ القرارات القائمة على البيانات. من خلال الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي، يمكن للشركات السياحية البقاء في الطليعة، وتلبية توقعات العملاء المتطورة، ودفع النمو المستدام في مشهد رقمي سريع التغيير.

بشكل عام، يعد دور الذكاء الاصطناعي في قطاع السياحة أمرًا بالغ الأهمية لدفع العمليات الأكثر ذكاءً وتقديم تجارب عملاء محسنة. من خلال الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي بفعالية، يمكن للمؤسسات السياحية تصميم عروضها وتبسيط العمليات وتوقع احتياجات العملاء، مما يؤدي في النهاية إلى زيادة رضا العملاء وولائهم.

خلاصة الفصل

يُمكن استخلاص أن الذكاء الاصطناعي (AI) قد رسخ مكانته كقوة دافعة لا غنى عنها في إعادة تعريف تجربة العملاء ضمن قطاع السياحة. فالفحص الشامل لتطوره التاريخي، ومفاهيمه الجوهرية، وتنوع تطبيقاته، يؤكد قدرته الفائقة على تمكين المنشآت السياحية من الانتقال من تقديم خدمات نمطية إلى إبداع تجارب شديدة التخصيص والتفاعلية. هذه القدرة المحورية، التي تكمن في تحليل البيانات الضخمة، وتوقع الاحتياجات الفردية، وتوفير حلول فورية، لم تعد مجرد ميزة تنافسية، بل أصبحت ركيزة استراتيجية تضمن للجهات الفاعلة في القطاع تلبية التوقعات المتزايدة للمسافرين المعاصرين. وهكذا، فإن التنبؤ الفعال للذكاء الاصطناعي لا يعزز الكفاءة التشغيلية فحسب، بل يمثل استثماراً حاسماً في بناء ولاء العملاء وتعزيز النمو المستدام في سوق سياحي يتسم بالديناميكية والتطور المستمر.

الفصل الثاني:

دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في

قطاع السياحة بالإمارات

تمهيد

لم يعد الذكاء الاصطناعي مجرد تقدم نظري، بل أصبح قوة دافعة للتجديد التشغيلي وتحسين الأداء، ممكناً المؤسسات من استخلاص رؤى عميقة من البيانات، وتحسين التفاعلات مع المستفيدين، وتحقيق مستويات متقدمة من الأتمتة. يفرض هذا التحول التكنولوجي تبنيًا استراتيجيًا للتقنيات المتقدمة لضمان القدرة التنافسية والاستمرارية في بيئة الأعمال المعاصرة.

ضمن هذا السياق العالمي، تبرز دولة الإمارات العربية المتحدة كنموذج رائد في استشراف المستقبل وتبني الابتكار الرقمي، لا سيما في تعزيز قطاعها السياحي كرافد اقتصادي حيوي. ففي ظل تزايد توقعات المسافرين وتطلعاتهم لتجارب سياحية مخصصة وثرية، أصبح دمج الذكاء الاصطناعي ضرورة حتمية لتحسين تجربة العملاء (CX). فالذكاء الاصطناعي يعمل على تمكين المنشآت السياحية في الإمارات من فهم معمق لتوجهات العملاء، وتصميم عروض وخدمات متفردة، ورفع كفاءة العمليات التشغيلية، مما يسهم بشكل مباشر في تعزيز رضا العملاء وبناء ولائهم. ويشكل هذا التبني الاستراتيجي للذكاء الاصطناعي عنصرًا مفصليًا في ترسيخ مكانة الإمارات كوجهة سياحية عالمية متفوقة ومبتكرة.

ومن خلال هذا الفصل سيتم عرض تجربة الامارات العربية المتحدة من خلال تبنيها للذكاء الاصطناعي في قطاع السياحة، وسيكون ذلك من خلال المباحث الموالية:

- **المبحث الأول:** نظرة حول السياحة في الإمارات العربية المتحدة؛
- **المبحث الثاني:** جهود الإمارات العربية المتحدة في تطوير السياحة؛
- **المبحث الثالث:** الذكاء الاصطناعي وتحسين تجربة العملاء في القطاع السياحي الإماراتي.

المبحث الأول: نظرة حول السياحة في الإمارات العربية المتحدة

تُعدّ دولة الإمارات العربية المتحدة واحدة من أبرز الوجهات السياحية على الصعيدين الإقليمي والعالمي وقد شهد قطاع السياحة فيها تطوراً ملحوظاً خلال العقود الأخيرة.

وينطلق هذا المبحث لرصد أهمية فهم العوامل المتشابكة التي أسهمت في هذا الازدهار، مع إيلاء اهتمام خاص للأبعاد الجغرافية التي تشكل ركيزة أساسية في بناء وتطوير المشهد السياحي المتنوع للدولة. ولتحقيق فهم شامل وعميق لهذا القطاع الحيوي، سيتناول هذا البحث الجوانب المختلفة المتعلقة بالسياحة في الإمارات وسيتم من خلال المطالب الموالية:

- **المطلب الأول:** تقديم عام لدولة الإمارات العربية المتحدة؛
- **المطلب الثاني:** خصائص وأنواع السياحة في دولة الإمارات العربية المتحدة؛
- **المطلب الثالث:** نمو السياحة في دولة الإمارات العربية المتحدة؛
- **المطلب الرابع:** مركز السياحة في الإمارات العربية المتحدة في ظل التنافسية السياحية.

المطلب الأول: تقديم عام لدولة الإمارات العربية المتحدة

قبل التعرف على السياحة في دولة الإمارات يجب الحديث عن المعلومات الخاصة بالدولة كموقعها التأسيس، المناخ، السكان....

أولاً: التعريف بدولة الإمارات العربية ومقوماتها

دولة الإمارات العربية المتحدة هي دولة اتحادية دستورية تتكون من سبع إمارات، مدينة أبو ظبي هي عاصمتها الرسمية والمقر الدائم للمجلس الأعلى للاتحاد في عام 1996. مؤسس دولة الإمارات هو المغفور له بإذن الله الشيخ زايد بن سلطان آل نهيان الذي سعى إلى توحيد الإمارات في دولة واحدة منذ العام 1968 وقد تحقق هذا الحلم في الثاني من ديسمبر 1971 حيث بدأت الإمارات عصراً جديداً من التطور في جميع ميادين الحياة.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

الشكل (07): المغفور له زايد بن سلطان آل نهيان



1- اللغة الرسمية والديانة

اللغة العربية هي اللغة الرسمية في المؤسسات والهيئات الحكومية، وذلك استناداً إلى المادة السابعة من الدستور الإماراتي. ومع ذلك، ونظراً لوجود أكثر من 200 جنسية تعمل أو تقيم في الدولة، يوجد أيضاً لغات أخرى متداولة مثل: اللغة الإنجليزية، اللغة الهندية، الأوردو، البنغالية، التغالو الفارسية، الروسية، التغالوغ الفلبينية، واللغات الأوروبية الأخرى. والإسلام هو الدين الرسمي في دولة الإمارات، كما يسمح بممارسة المعتقدات الدينية الأخرى.

La source: website: <https://www.alsh3r.com/poets/view/139> seen: 02/05/2025 at 1.40 pm.

وبالنسبة للديانة فالشكل التالي يوضح الديانة الرسمية في الامارات:

الشكل (08): الديانة الرسمية في الإمارات العربية المتحدة



La source: website: <https://u.ae/ar-ae/information-and-services/public-holidays-and-religious-affairs/official-religion-and-religious-affairs-entities> , seen 02/05/2025 at 1:42pm.

يوضح الشكل السابق أن الإسلام يشكل الديانة الأساسية في دولة الامارات العربية المتحدة.

2- الموقع الجغرافي والمناخ

الإمارات العربية المتحدة هي دولة عربية اتحادية تقع في شمال شرق شبه الجزيرة العربية في جنوب غرب قارة آسيا. تطل على الشاطئ الجنوبي الخليج العربي لها حدود بحرية مشتركة من الشمال الغربي مع دولة قطر ومن الشمال الخليج العربي من الغرب حدود برية وبحرية مع المملكة العربية السعودية ومن الجنوب الشرقي مع سلطنة عُمان وهي تشغل مساحة تقدر ب 83,600 كم² وتشغل أبو ظبي حوالي 87% من إجمالي مساحة الدولة وفي ما يتعلق بالمناخ تتمتع دولة الإمارات بمناخ صحراوي دافئ ومشمس شتاءً، حار ورطب صيفاً. ويكون المناخ أكثر اعتدالاً وأقل رطوبة في الجبال الشرقية.

والأشكال التالية تبين موقع دولة الإمارات العربية المتحدة في جنوب غرب آسيا وخارطة الإمارات العربية

المتحدة:

الشكل (10): خارطة الإمارات العربية المتحدة

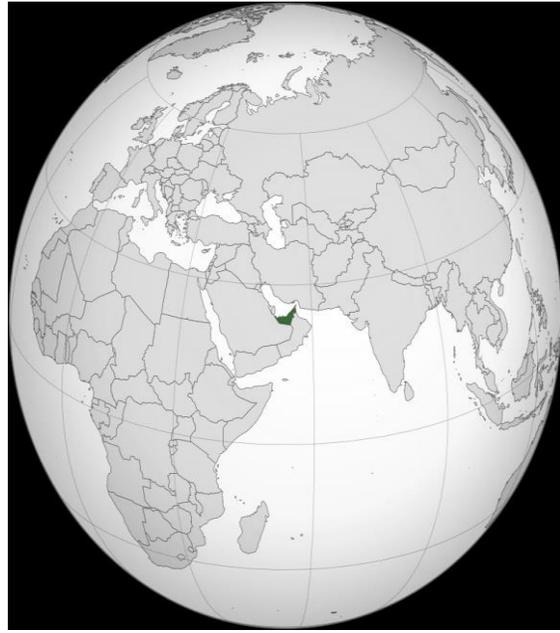


La source: website:

<https://www.aljazeera.net/amp/encyclopedia/2010/12/15> seen: 02/05/2025 at 1:50pm.

الشكل (09): موقع دولة الإمارات العربية

المتحدة في جنوب غرب آسيا



La source: website:

<https://ar.m.wikipedia.org/wiki> seen: 02/05/2025 at 1:45pm.

يبين الشكلين السابقين موقع الإمارات العربية المتحدة وخارتها الجغرافية ضمن نطاق العالم.

3- عدد السكان والقوى العاملة

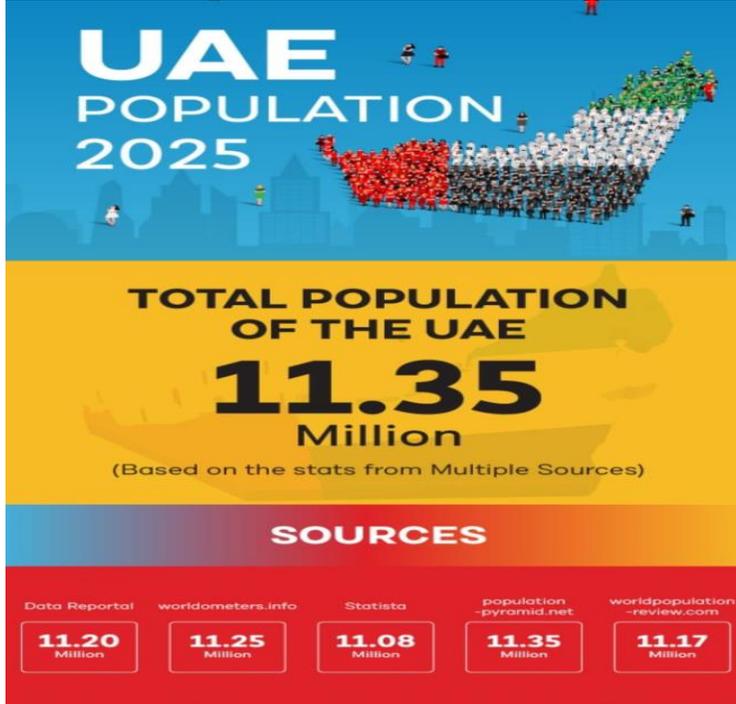
وفقا لإحصائيات 2025، مع بداية عام 2025 بلغ عدد سكان الإمارات حوالي 11.346 مليون نسمة في جانفي. ومع استمرار العام، شهدت الدولة زيادة ثابتة في أعداد السكان، حيث وصل العدد إلى 11.35 مليون في فيفري نتيجة عوامل النمو الطبيعي والهجرة. ومع حلول أفريل، تخطى عدد السكان 11.4 مليون من مقيمين ومواطنين و يوجد حوالي أكثر من 200 جنسية تقيم وتعمل في دولة الامارات¹.

والأشكال التالية توضح هذا النمو التدريجي:

¹ Website : <https://ar.m.wikipedia.org/wiki>, seen: 02/05/2025 at 1.36 pm.

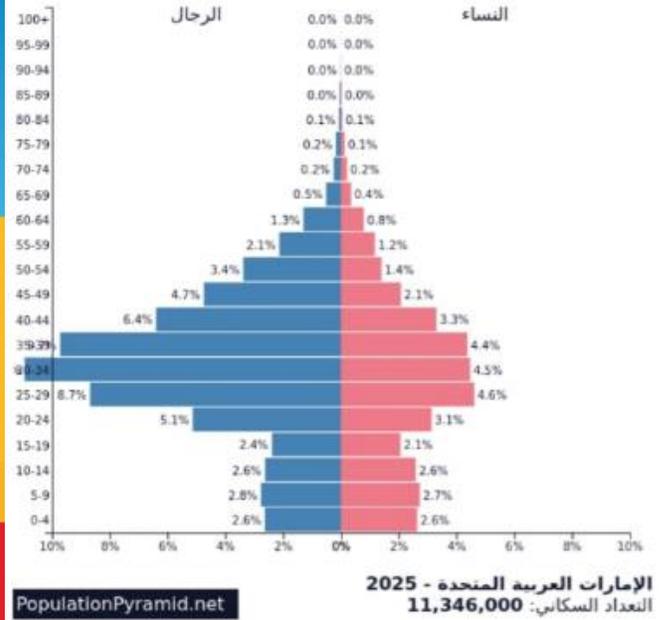
الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

الشكل (12): عدد سكان الإمارات العربية المتحدة في فيفري 2025



La source: website: <https://www.globalmediainsight.com/about-us/>, seen:03/05/2025 at10.00am.

الشكل (11): التعداد السكاني لدولة الإمارات العربية المتحدة مع بداية 2025



La source: website: <https://www.populationpyramid.net/ar/2025/> seen: 02/05/2025 at1:53pm.

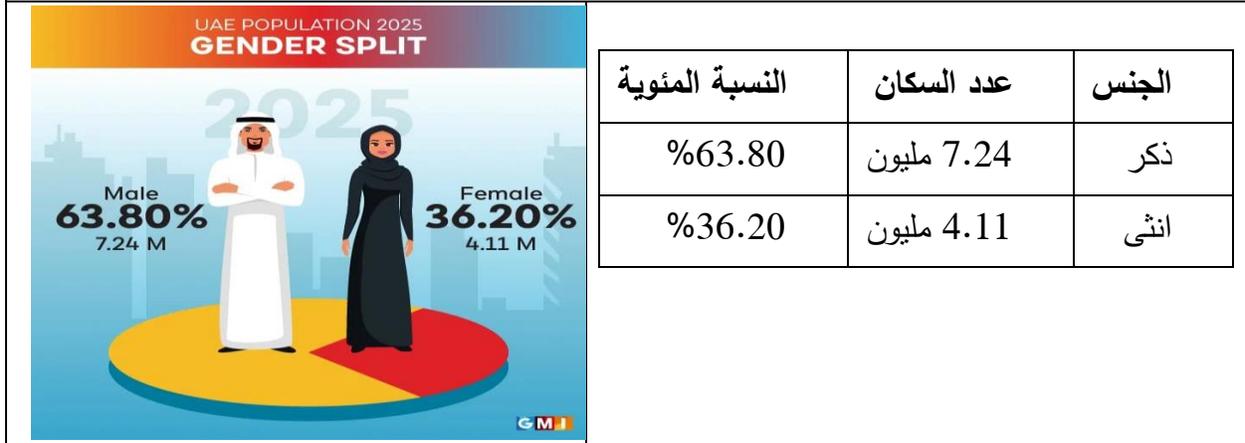
كذلك يمكن معرفة عدد سكان الإمارات من خلال بياناتها الديمغرافية وسيتم توضيح ذلك كما يلي:

❖ التوزيع عدد السكان حسب الجنس

الصورة والجدول التالي يوضحان عدد السكان حسب الجنس:

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

الشكل (13): عدد السكان حسب الجنس



La source: website: <http://www.globalmediainsight.com/about-us/> , op-cit.

توضح الأشكال السابقة عدد سكان الامارات والذي من المتوقع أن يشهد في عام 2025 خللاً ملحوظاً بين الجنسين، حيث يفوق عدد الذكور عدد الإناث بشكل كبير من إجمالي السكان، فهناك 7.24 مليون رجل ويشكلون نسبة كبيرة تبلغ 63.80%، في حين يبلغ عدد النساء 4.11 مليون نسمة، وهو ما يمثل نسبة 36.20%.

ويرجع هذا الفارق إلى حد كبير إلى القوة العاملة الكبيرة الوافدة إلى البلاد، والتي تتكون في الغالب من العمال الذكور في الصناعات مثل البناء والتكنولوجيا والأعمال، ويعكس هذا التوجه دور دولة الإمارات العربية المتحدة كمركز عالمي للتوظيف والفرص الاقتصادية، وجذب العمال من جميع أنحاء العالم. وعلى الرغم من الاختلاف في الأعداد، فإن الرجال والنساء يلعبون دوراً حاسماً في تشكيل المجتمع والاقتصاد والثقافة النابضة بالحياة في دولة الإمارات العربية المتحدة.

❖ سكان الإمارات العربية المتحدة حسب العمر

الجدول التالي يوضح سكان الامارات العربية المتحدة حسب العمر:

الجدول (06): عدد السكان حسب الفئة العمرية

الفئة العمرية	عدد السكان	النسبة المئوية
14-0 سنة	1.81 مليون	15.98%
24-15 سنة	1.44 مليون	12.71%
54-25 سنة	7.28 مليون	64.12%
64-55 سنة	0.61 مليون	5.40%
65 سنة فما فوق	0.20 مليون	1.79%

La source: website: <https://www.globalmediainsight.com/about-us/> , op-cit

من خلال الجدول يتضح أن عدد سكان دولة الإمارات العربية المتحدة في عام 2025 سيتكون بشكل كبير من الشباب من فئة منتصف العمر. بينما يشكل الأطفال والمراهقون (14-0 سنة) 1.81 مليون نسمة، وهو ما يمثل 15.98% من إجمالي السكان.

وفي الوقت نفسه، يساهم الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و 24 عاماً بنحو 1.44 مليون شخص آخر (أو 12.71%). أما البالغون من فئة (25-54 سنة) فيشكلون عدداً هائلاً يصل إلى 7.28 مليون شخص، وهو ما يمثل 64.12% من السكان وهذا يدل على القوى العاملة القوية والاقتصاد الديناميكي في دولة الإمارات العربية المتحدة.

وبالنسبة للفئة كبيرة السن، فإن الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 55 و 64 عاماً يشكلون 5.40% من السكان، أو حوالي 0.61 مليون شخص. كما يشكل كبار السن الذين تبلغ أعمارهم 65 عاماً فأكثر أصغر مجموعة، حيث يبلغ عددهم 0.20 مليون فرد، أي ما يعادل 1.79% فقط من الإجمالي. وبشكل عام، يمكن القول أن دولة الإمارات العربية المتحدة تتمتع بتركيبة سكانية شابة ونشطة، حيث أن غالبية سكانها في سن العمل، وهذا عامل رئيسي في دفع عجلة النمو والتنمية في البلاد.

❖ عدد سكان الإمارات العربية المتحدة حسب الإمارات في عام 2025

الجدول التالي يوضح سكان الامارات العربية المتحدة حسب الامارات لعام 2025:

الجدول (07): عدد سكان الإمارات العربية المتحدة حسب الإمارات في عام 2025

الإمارة	عدد السكان
دبي	3841188
أبو ظبي	3789860
الشارقة	1808000
عجمان	504846
راس الخيمة	400000
الفجيرة	316790
أم القيوين	49159

La source: website: <https://www.globalmediainsight.com/about-us/>, op-cit.

من خلال الجدول السابق يتضح أنه من المتوقع أن يتوزع سكان دولة الإمارات العربية المتحدة في عام 2025 على إماراتها السبع، حيث تنصدر دبي وأبو ظبي والشارقة القائمة. وتظل دبي الإمارة الأكثر سكاناً، حيث يبلغ عدد سكانها 3,841,188 نسمة، وفقاً لمركز دبي للإحصاء. وتليها أبوظبي بفارق كبير بـ 3,789,860 نسمة، وفقاً لتعداد أبوظبي 2023. أما الشارقة، مركز متنامي للعائلات والمؤسسات، بلغ عدد سكانها 1.8 مليون نسمة.

وبالنسبة للإمارات الأخرى، فإن أحدث البيانات المتاحة توفر تقديرات لعدد سكانها؛ إذ يبلغ عدد سكان عجمان حوالي 504,846 نسمة، استناداً إلى بيانات عام 2017. وتستمر رأس الخيمة التي يبلغ عدد سكانها 400 ألف نسمة حسب بيانات عام 2023، في النمو كوجهة اقتصادية وسياحية رئيسية. وتلعب الفجيرة، التي يبلغ عدد سكانها 316,790 نسمة (وفقاً لأرقام عام 2022)، دوراً حيوياً في التجارة البحرية. في حين بلغ عدد سكان إمارة أم القيوين، وهي الإمارة الأقل سكاناً، 49,159 نسمة وفقاً لسجلات عام 2005، دون أي تحديثات رسمية حديثة.

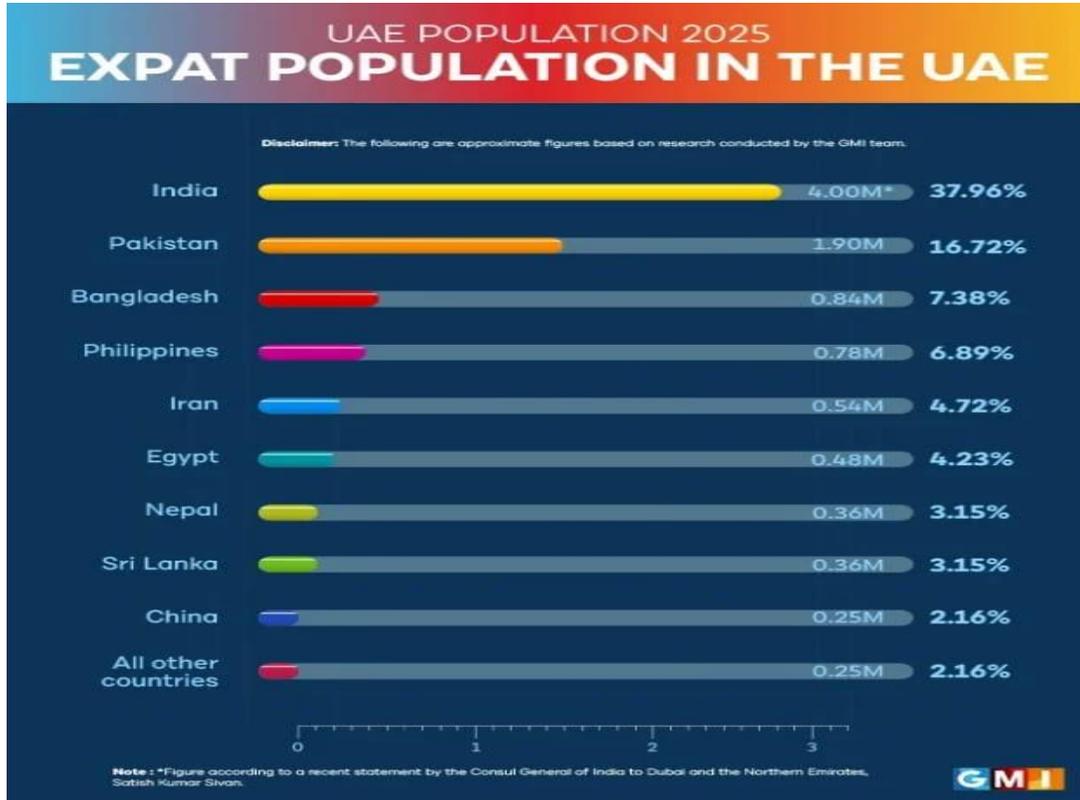
كما تتميز دولة الإمارات العربية المتحدة بتعداد سكانها المغتربين الكبير، والذي يفوق عدد المواطنين بكثير.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

يشكل الهنود أكبر جالية مغتربة في الإمارات العربية المتحدة، حيث يبلغ عدد سكانها حوالي 4 ملايين نسمة ارتفع عددهم من 2.2 مليون نسمة في عام 2012 إلى ما يقرب من 4 ملايين نسمة بحلول عام 2024، على مر السنين لعبوا دورًا مهمًا في تنمية الإمارات العربية المتحدة في جميع القطاعات الرئيسية.

والرسم التالي يوضح عدد سكان الإمارات حسب جنسيتهم:

الشكل (14): عدد سكان الامارات حسب جنسيتهم



La source: website: <https://www.globalmediainsight.com/about-us/>, op-cit

من خلال الشكل تؤكد الأرقام على مكانة دولة الإمارات العربية المتحدة، حيث لا يساهم التنوع الكبير في عدد السكان المغتربين في دفع عجلة الاقتصاد فحسب، بل يساهم أيضاً في إثراء المشهد الثقافي للبلاد.

أما فيما يتعلق بالقوى العاملة في عام 2025، تتميز القوى العاملة في دولة الإمارات العربية المتحدة بالنمو والنشاط، كما ذكر سابقاً أن إجمالي السكان حوالي 11.4 مليون نسمة، ويشكل الوافدون منهم نسبة كبيرة تصل إلى 88.5%. ويشكل الشباب والشريحة العمرية بين 25 و 54 عاماً الجزء الأكبر من القوى العاملة، التي شهدت نمواً ملحوظاً بنسبة 12.04% في عام 2024. ويبلغ معدل المشاركة في القوى العاملة حوالي 45.86% مع معدل بطالة منخفض يقدر بنحو 2.80% في عام 2025. وتولي الدولة اهتماماً كبيراً لبرامج

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

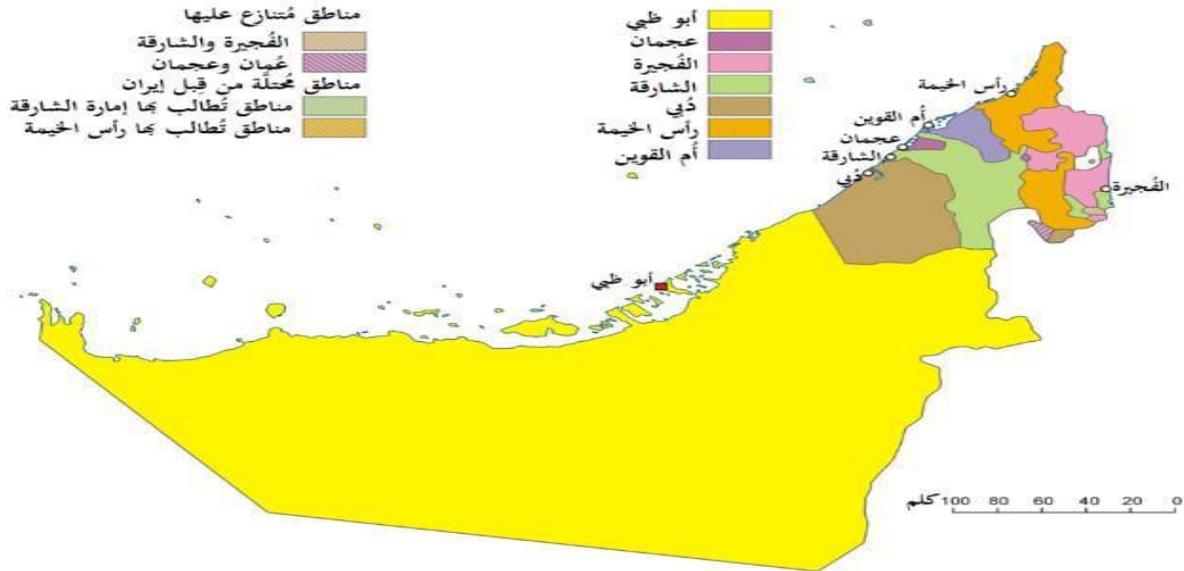
التوطين مثل "نافس" لزيادة مشاركة المواطنين في القطاع الخاص.

كما يشهد سوق العمل طلباً متزايداً على المهارات في قطاعات مثل التكنولوجيا، السياحة والمالية والعقارات مع التركيز على تطوير مهارات القوى العاملة وجذب المواهب والاحتفاظ بها، بالإضافة إلى تبني مفاهيم العمل عن بعد والتنوع والشمول. وتتبوأ دولة الإمارات مكانة متقدمة عالمياً في القدرة على جذب المواهب. ووفقاً للإحصائيات الواردة من وزارة الموارد البشرية والتوطين في دولة الإمارات، يبلغ عدد الوافدين العاملين في القطاع الخاص 131 ألف بحلول عام 2024.

4- الإمارات المكونة للدولة

تتكون الإمارات العربية المتحدة، وهي دولة اتحادية، من سبع إمارات - أبو ظبي: التي تعد مركز الإمارات السياسي والتجاري والثقافي، دبي: التي استحوذت دبي على اهتمام العالم من خلال مشاريعها العقارية المبتكرة والضخمة، واستضافتها للأحداث الرياضية الاستثنائية، الشارقة: التي تعتبر بمثابة مركز ثقافي وتعليمي وتشتهر في حفاظها على التراث الثقافي، رأس الخيمة، عجمان، الفجيرة، وأم القيوين.

الشكل (15): الإمارات المكونة لدولة الإمارات العربية المتحدة



La source: website: <https://www.globalmediainsight.com/about-us/>, op-cit

من خلال الشكل السابق يتضح ان الامارات العربية المتحدة هي عبارة عن اتحاد 7 إمارات عربية بالإضافة الى مجموعة من المناطق التي تعتبر محل نزاع لضمها للإمارات المتحدة.

ثانياً: السياحة في الامارات

تعتبر السياحة من أسرع القطاعات الاقتصادية نمواً، وهي تعتبر من أكبر الصناعات، ولا يقتصر الاهتمام بصناعة السياحة على الدول المتقدمة التي ترتفع فيها مستويات الدخل، بل يمتد لمعظم الدول النامية التي وجدت في السياحة قطاعاً حيويًا يساهم في تنويع مصادر الدخل ويوفر فرص عمل باعتبارها قطاعاً يتصف بالكثافة العمالية. ويعتبر قطاع السياحة من أكثر القطاعات الاقتصادية تشابكاً مع القطاعات الأخرى، لذا فإن ازدهاره ينعكس على مستويات أداء تلك القطاعات، ومن ثم الاقتصاد ككل، فبجانب الأنشطة الرئيسية كالفنادق والمطاعم، فإن هناك قطاعات أخرى مرتبطة به مثل قطاع النقل والاتصالات، وقطاع المؤسسات المالية وقطاع التجارة، والأنشطة الثقافية والترفيهية والصناعات اليدوية، وخدمات النظافة وحماية البيئة.

وقد شهدت دولة الإمارات العربية المتحدة نقلة هائلة في قطاع السياحة الذي بات خلال السنوات الماضية مورداً مهماً للدخل بالنسبة للدولة ككل وإمارة دبي على حدى، وصارت الإمارات بفضل التخطيط الجيد والرؤية المستقبلية البعيدة المدى تسعى لتطوير الموارد الهامة وتهيتها سياحياً في منطقة الشرق الأوسط، بل وصارت إمارة دبي رابع أكثر وجهة سياحية في العالم من حيث عدد السياح الدوليين الوافدين إليها، متفوقة على مدن سياحية عريقة مثل نيويورك وروما وبرشلونة وسنغافورة واسطنبول وهونغ كونغ وبكين ومدريد وأمستردام وشنغهاي وبانكوك....، وصنفت الدولة بالتقارير الدولية من بين الأكثر استثماراً في صناعة السياحة بالمنطقة والعالم حيث مكنت استثماراتها السخية من تدشين العديد من المتاحف والفنادق والمنتجعات ووسائل الترفيه ومراكز التسوق ومراكز رجال الأعمال المزودة بأحدث رؤوس الأموال الخليجية المهمة بالاستثمار السياحي، وأضحت الدولة تفرض نفسها كواجهة سياحية مهمة على خارطة السياحة العالمية وأصبحت مركزاً جاذباً للزوار من رجال الأعمال والسياح والشباب. وهي تسعى لذلك بما تمتلكه من الإمكانيات والمقومات التي تجعلها وجهة سياحية متعددة المزايا، تتمثل في وجود بنية تحتية متطورة من طرق وجسور ومطارات وموانئ ووسائل نقل ومواصلات واتصالات حديثة تضاهي مثيلاتها في كبرى دول العالم، والمنتجعات السياحية الفخمة ووسائل الراحة والترفيه بالإضافة إلى تميزها في مجال الضيافة؛ حيث تمتلك مجموعة من الفنادق والشقق الفندقية المختلفة الفئات والدرجات لتلبي كافة متطلبات السياح، وتتوافر على كافة أنماط السياحة الترفيهية والثقافية وسياحة المؤتمرات والسياحة الرياضية والعلاجية والسفاري، والسياحة التاريخية وسياحة التسوق وغيرها.

وقد رافقت جهود الدولة الحثيثة ومسئوليتها تجاه صناعة السياحة مع امتلاكها للعديد من المقومات التي لم

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

تتوفر لمعظم منافسيها في هذه الصناعة وعلى رأسها توافر مقومات الأمن والاستقرار السياسي والاجتماعي والانفتاح الثقافي على العالم الخارجي، وتمتعها بعلاقات قوية وممتينة مع كافة دول العالم، بالإضافة إلى قوة الاطار البشري الاقتصادي لديها، جعل منها الوجهة السياحية الأكثر أماناً والأفضل مقارنة بالأسواق الأخرى في الشرق الأوسط، والأكثر إقبالاً وارتداداً من الناس على المدى الأول عالمياً كوجهة مفضلة لاجتذاب السائحين من جميع أنحاء العالم.

وقد حلت دولة الإمارات في المركز الأول على مستوى منطقة الشرق الأوسط والـ 25 عالمياً في التنافسية السياحية العالمية، وذلك وفقاً لتقرير المنتدى الاقتصادي العالمي لعام 2025، فيما بلغت حصة القطاع من الناتج المحلي الإجمالي للدولة نحو 12.5%. كما ساهم القطاع في توفير ما يقارب 850 ألف فرصة عمل خلال العام نفسه¹.

المطلب الثاني: خصائص وأنواع السياحة في دولة الامارات العربية المتحدة

بالإضافة الى الخصائص العامة التي تميز دولة الامارات العربية المتحدة، فهي مميزة أيضاً من الجاني السياحي الذي يجعلها وجهة سياحية مفضلة على مستوى العالم.

أولاً: الخصائص السياحية المميزة لدولة الإمارات العربية المتحدة

تعد الإمارات وجهة سياحية مثلى من عدة جوانب، ومن المميزات التي ساهمت في ذلك:²

- الاستقرار الاقتصادي والسياسي؛
- الموقع الاستراتيجي الذي يربط بين الشرق والغرب؛
- الربط الممتاز بشبكات الطيران العالمية الكبرى؛
- البنية التحتية القوية والداعمة للسياحة؛
- خيارات إقامة واسعة تلائم مختلف الطلبات والميزانيات؛
- باقة متنوعة من الفعاليات والأنشطة التي تلبي جميع الفئات العمرية؛
- التنوع البيولوجي الفريد حيث تمتاز الإمارات بجمال الصحاري، والجبال، والواحات، والوديان والسهول

¹ البوابة الرسمية لحكومة الإمارات العربية المتحدة، حقائق وأرقام، متاح على الموقع:

<https://www.government.ae/ar-AE/about-the-uae/fact-sheete/>، تاريخ الاطلاع: 03.05.2025 على الساعة 10:00 نهرا.

² دولة الإمارات الوجهة السياحية الأمثل، من الموقع الرسمي لحكومة دولة الإمارات العربية المتحدة:

<https://u.ae/ar-ae/information-and-services/visiting-and-exploring-the-uae/uae-an>، تاريخ الاطلاع: 03.05.2025 على الساعة 12:00 نهرا.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

والشواطئ، وتنوع الحيوانات البرية والبحرية؛

- تقبل كبير للأديان والثقافات الأخرى، حيث تحتضن دولة الإمارات 200 جنسية؛
- انخفاض نسبة الجريمة فهي تتصدر عالميا قائمة أقل الدول بمعدل الجريمة فهي تتحل المركز الثاني بحلول 2025 وبلغ مؤشر الأمان لديها 84.9%؛
- كما وتصدر دولة الإمارات جواز السفر الإماراتي الذي تم تصنيفه بالمرتبة الأولى عالميا من حيث القوة حسب التصنيف العالمي على موقع سبور إنديكس والمتخصص في تصنيف جوازات السفر عالميا (passport index 2025)؛
- يتيح الجواز لحامله الدخول إلى 179 دولة بلا تأشيرة مسبقة هذا حسب تصنيف جواز السفر الاماراتي 2025¹.

والرسومات التالية توضح لوحة بيانات جواز السفر ودرجة التنقل العالمي مع مرور الوقت:

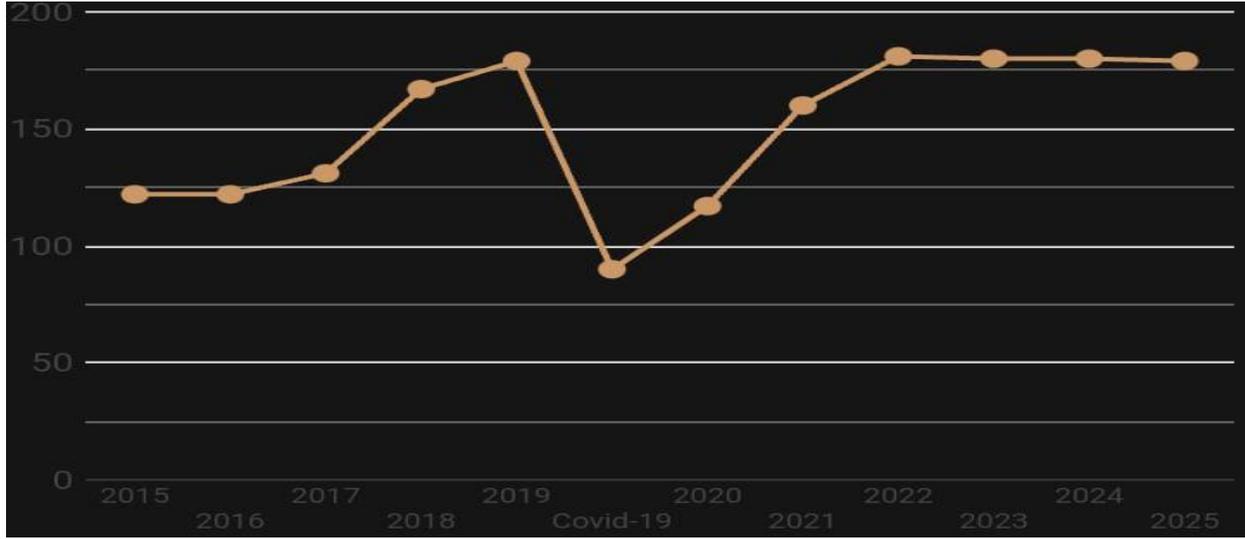
الشكل (16): لوحة بيانات جواز السفر



La source: website: <https://www.passportindex.org/ar/?country=ae> , seen: 03/05/2025 at 13:30.

¹ تصنيف جواز السفر الإماراتي، من البوابة الرسمية لحكومة دولة الإمارات المتحدة العربية: <https://u.ae/ar-ae/information-and-services/passports-and-traveling/the-emirati-passport/one-of-the-best-passports-in-the-world> ، تاريخ الاطلاع: 03.05.2025 على الساعة 13:30 نهارا.

الشكل (17): درجة التنقل العالمي لجواز سفر دولة الامارات مع مرور الوقت



La source: website: <https://www.passportindex.org/ar/?country=ae> , seen 03/05/2025 at 14:03.

يوضح الشكلين السابقين قوة وقدرة جواز السفر الاماراتي على عبور القارات فهو يحتل المرتبة الأولى عالمياً.

إضافة إلى ذلك قامت دولة الإمارات العربية المتحدة بمبادرات عديدة لتعزيز قطاع السياحة والسفر وهذه المبادرات شملت كل من إمارة أبوظبي، دبي، عجمان والشارقة، حيث سعت إلى تنمية سياحية مستدامة في أبوظبي من خلال التركيز على المحاور التالية:¹

- الأدلة الإرشادية للاستدامة السياحية؛
 - نظام قياس الانبعاثات الكربونية الخاص بالفنادق؛
 - مشروع التدقيق على استهلاك الطاقة بالفنادق في أبوظبي.
- وبالنسبة لإمارة دبي، فقد عملت على زيادة حظيرتها الفندقية وتوسيعها وتقديم خدمة إيواء ممتازة وخيالية. وتوضح الصورة التالية إجمالي مخزون أماكن الإقامة السياحية وأدائها حتى مارس 2025:

¹ إحصائيات السفر والسياحة، من الموقع الرسمي:

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

الجدول (08): إجمالي مخزون أماكن الإقامة السياحية في الإمارات وأدائها حتى مارس 2025

Number of Hotels			
YTD 2025 March	2025	2024	% change
Hotels 5 star	169	163	3.7%
Hotels 4 star	199	197	1.0%
Hotels 1 -3 star	278	276	0.7%
Hotels Total	646	636	1.6%
Number of Hotel Rooms			
YTD 2025 March	2025	2024	% change
Hotels 5 star	54,429	52,692	3.3%
Hotels 4 star	43,943	43,792	0.3%
Hotels 1 - 3 star	29,354	29,100	0.9%
Hotels Total	127,726	125,584	1.7%
Average Room Occupancy			
YTD 2025 March	2025	2024	% change
Hotels 5 star	81.0%	81.0%	0.0%
Hotels 4 star	82.0%	84.0%	-2.0%
Hotels 1-3 star	80.0%	82.0%	-2.0%
Hotels Total	81.0%	82.0%	-1.0%
Number of Hotel Apartments			
YTD 2025 March	2025	2024	% change
Deluxe	80	86	-7.0%
Standard	106	110	-3.6%
Apartments Total	186	196	-5.1%
Number of Hotel Apartment Rooms			
YTD 2025 March	2025	2024	% change
Deluxe	13,862	14,036	-1.2%
Standard	12,133	12,542	-3.3%
Apartments Total	25,995	26,578	-2.2%
Average Room Occupancy			
YTD 2025 March	2025	2024	% change
Deluxe	84.0%	84.0%	0.0%
Standard	82.0%	85.0%	-3.0%
Apartments Total	83.0%	84.0%	-1.0%
Total Tourist Accommodation			
YTD 2025 March	2025	2024	% change
Hotels	646	636	1.6%
Apartments	186	196	-5.1%
Total	832	832	0.0%
Total Number of Rooms			
YTD 2025 March	2025	2024	% change
Hotels	127,726	125,584	1.7%
Apartments	25,995	26,578	-2.2%
Total	153,721	152,162	1.0%
Average Room Occupancy			
YTD 2025 March	2025	2024	% change
Hotels	81.0%	82.0%	-1.0%
Apartments	83.0%	84.0%	-1.0%
Total	82.0%	83.0%	-1.0%
YTD 2025 March			
2025	2024	% change	
Occupied Room Nts	11,190,000	11,200,000	-0.1%
Average Length Stay (nts)	3.80	3.86	-1.6%
Average Daily Rate US\$	\$176.29	\$173.84	1.4%
RevPar US\$	\$143.87	\$143.60	0.2%

La source: website: <https://tourismanalytics.com/dubai-statistics.html>, seen:04/05/2025 at18.38.

من خلال الشكل السابق يتضح أن دبي شهدت نموًا مطردًا وهامًا في حظيرتها الفندقية وخدمات الإيواء

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

بين عامي 2024 و 2025 وبالأخص عام 2024؛ إذ يتبين أن هذا الأخير شهد نموًا ملحوظًا في حظيرة الفنادق والغرف الفندقية، مصحوبًا بارتفاع في متوسط الإشغال ومتوسط سعر الغرفة، مما أدى إلى زيادة الإيرادات لكل غرفة متاحة. ومع ذلك، تشير بيانات الأشهر الأولى من عام 2025 (حتى مارس) إلى استمرار نمو العرض الفندقي ولكن بوتيرة أبطأ، وبالرغم من الانخفاض الطفيف في متوسط الإشغال الفندقي، إلا أن كل هذا يعكس نمو في قطاعها السياحي وجعل الإمارة وجهة سياحية ممتازة.

أما إمارة الشارقة، فشاركت هيئة الشارقة للمتاحف في معرض سوق السفر العربي 2025 (ATM)، الذي يقام في مركز دبي التجاري العالمي خلال الفترة من 28 أبريل إلى 1 ماي، لتعزيز مكانة الشارقة كوجهة سياحية ثقافية رائدة على مستوى المنطقة والعالم، مسلطة الضوء على الدور الحيوي لمتاحف الشارقة في تعزيز السياحة الثقافية، وبالتالي زيادة عدد التدفقات السياحية.

وفي نفس الوقت سعت إمارة عجمان إلى وضع خطة إستراتيجية (رؤية عجمان 2030)، تهدف من خلالها إلى تنمية واستدامة القطاع السياحي وجعل عجمان الوجهة المفضلة لمختلف فئات السياح، وهذا عبر الشراكات الاستراتيجية الفاعلة مع الإبداع المستمر.

ثانيا: أنواع السياحة في دولة الامارات العربية المتحدة

إن التنوع البيئي والاستثمار المستمر في المجال السياحي جعل دولة الإمارات من أهم الوجهات السياحية عالميا خاصة وأنه يوجد بها عدد من أنواع السياحة، وهي كما يلي:¹

1- سياحة التسوق: دبي هي عاصمة تجارة التجزئة الفريدة في منطقة الشرق الأوسط، إذ تجذب في كل عام إلى مراكز تسوقها الضخمة وأسواقها العريقة ملايين المتسوقين من كل ركن من أركان العالم، فبالإضافة إلى دبي مول، أحدث مقصد سياحي في الدولة، ومول الإمارات، الذي يحتوي على حلبة سكاوي دبي الثلجية، تضم دبي أكثر من 70 مركز تسوق يلبي كافة احتياجات وأساليب الحياة العصرية وتضم دولة الإمارات العربية المتحدة العديد من الأسواق التقليدية المفتوحة في الهواء الطلق. وتشتمل قائمة الأسواق الأكثر شهرة، كسوق دبي للذهب السوق المركزي في الشارقة الذي يقدم مجموعة متميزة من السلع والمنتجات من مختلف أنحاء العالم ومراكز التسوق في أبوظبي.

¹ website: <http://www.economy.gov.ae/arabic/Knowledge-Section/Tourism-Promote/Pages/UAE.aspx>
05/05/2025 at 12.00.

seen:

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

2- سياحة المغامرات: سواء القفز بالمظلات فوق جزيرة النخلة جميرا أو الرحلات عبر جبال حتا أو المشاركة في سباقات السيارات في الصحراء فإن زوار الإمارات لن يجدوا أي لحظة تخلو من الإثارة والمتعة على حد سواء، ويمكن للزوار الذين يفضلون الاستمتاع بالأجواء الهادئة تجربة جولات مناظير الهواء الساخنة فوق أجمل المناظر الطبيعية في المنطقة، هذا بالإضافة إلى تجربة رحلات السفاري الصحراوية والغوص في المياه الخلابة للخليج العربي، وتلال الربع الخالي في منطقة ليوا.

3- السياحة الرياضية: ولعشاق الرياضة ومحبي متابعة ومشاهدة البطولات الرياضية على اختلاف أنواعها تحتضن دولة الإمارات العديد من الأحداث الرياضية العالمية المتميزة مثل جائزة أبوظبي الكبرى للفورمولا I و بطولة دبي للتنس، و بطولة أبوظبي العالمية للجولف، وسباعيات دبي للرجبي، وكأس دبي الذهبية للبولو، وأغنى سباق للخيل في العالم كأس دبي العالمي.

4- السياحة الثقافية: تمتلك دولة الإمارات الكثير من المواقع التاريخية والمتاحف في مختلف إمارات الدولة وتشمل قائمة المواقع التراثية والأثرية كل من قرية التراث في أبوظبي، وقلعة الجاهلي في العين، ومتحف وقلعة الفهيدي في دبي، وورش بناء المراكب الشراعية في كل من الفجيرة وعجمان، ومتاحف عجمان و رأس الخيمة و أم القيوين

وبالإضافة إلى المتاحف والقلاع التاريخية باتت دولة الإمارات العربية المتحدة وجهة استثنائية للفنون على اختلاف أنواعها، حيث تقام وعلى مدار العام المعارض الفنية والمهرجانات الموسيقية والعروض المسرحية ومنها مسابقة شاعر المليون.

5- السياحة التعليمية: تقدم دولة الإمارات العربية المتحدة للطلاب من جميع أنحاء العالم فرص التعليم العالي في حوالي أكثر من 60 كلية وجامعة مرموقة على المستوى العالمي، وتشتمل على قائمة من المؤسسات الرائدة مثل: جامعة أبو ظبي، الجامعة الأمريكية في دبي، الجامعة الأمريكية في الشارقة، كلية كاس للأعمال، قرية دبي للمعرفة، كلية لندن للأعمال...

6- السياحة الاستشفائية العلاجية: تعتبر دولة الإمارات العربية المتحدة وجهة مثالية للمرضى الذين يلتمسون العلاج في الخارج وذلك بفضل أوقات الانتظار القصيرة والأسعار التنافسية والتنوعية الجيدة من الرعاية الصحية وبالإضافة إلى العمليات الروتينية والعمليات التجميلية، تحتضن دولة الإمارات العربية المتحدة مراكز متخصصة لعلاج الأورام، والاضطرابات الوراثية ومرض السكري ومرافق لإعادة التأهيل، وطب الأطفال والطب الشامل.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

7- **سياحة المعارض والمؤتمرات:** صنفت جمعية المؤتمرات والمعارض الدولية التي تتخذ من أمستردام مقراً لها دبي مؤخراً ضمن قائمة أفضل المدن في مجال الأعمال وتنظيم الفعاليات، إلى جانب مدن مثل سنغافورة وهونغ كونغ ونيويورك وملبورن.

وفي عاصمة دولة الإمارات العربية المتحدة، دشنت مؤخراً شركة أبوظبي الوطنية للمعارض "أدنيك" أكبر منشأة للمعارض في منطقة الشرق الأوسط - مركز أبوظبي الوطني للمعارض، كما تحتضن الشارقة أكسبو الشارقة. كما تضم الدولة مجموعة من المرافق الخاصة بسياحة المعارض مثل مركز المعارض والمؤتمرات في دبي وأكسبو الشارقة.

8- **السياحة البحرية المتطورة** ازدهرت السياحة البحرية بشكل كبير في الامارات ولا سيما مشروع «دبي هاربور» الاقتصادي السياحي التطويري المتكامل الذي تتولى تنفيذه مجموعة «مراس» في منطقة الواجهة البحرية، الواقعة على امتداد شارع الملك سلمان بن عبدالعزيز آل سعود، بين «جزيرة النخلة» و«جميرا بيتش ريزيدنس». وبدخل ضمن امتداده على مساحة 20 مليون قدم مربعة، كل من: «سكاي دايف دبي»، و«نادي دبي الدولي للرياضات البحرية»، وجزيرة «لوجو». سيسهم مشروع «دبي هاربور» في تحقيق هدف دبي نحو تبوؤ مكانتها العالمية في السياحة البحرية، وليس وضعها على الخريطة العالمية لأهم السفن السياحية فحسب بل كمركز رئيس لانطلاق رحلاتها للسياح من وإلى دبي. هذا ويعدّ «دبي هاربور» من أهم المشروعات التي تخدم بصورة مباشرة قطاع السياحة في دبي، ومن المتوقع أن يكون لهذا المشروع، مع اكتمال مكوناته، أثر اقتصادي كبير ليس على دبي فحسب، بل على منظومة السياحة الخليجية بصورة عامة، لما يتضمنه من مكونات ستسهم في تعزيز التدفقات السياحية على المنطقة عموماً، من أبرز مكونات المشروع، مرفأ اليخوت الذي سيكون الأكبر على الإطلاق في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا ويتسع لـ 1400 يخت، إضافة إلى ميناء بحري لاستقبال السفن السياحية الضخمة، مدعوماً بمبنى متكامل للخدمات لاستقبال الركاب بطاقة استيعابية تبلغ 6000 راكب، ووجهة تسوق فريدة، ومركز للفعاليات ومنشآت فندقية وخدمية متنوعة، ومبان سكنية ومكتبية راقية، في حين سيتم تصميم شوارع المشروع بمكوناته المختلفة بأسلوب خاص، يمكن من خلاله استضافة سباقات سيارات «فورمولا»، إضافة إلى «دبي لايت هاوس»، التي ستشكل بتصميمها المستقبلي أحد أهم وأجمل معالم مشروع «دبي هاربور»، الذي سيستغرق تنفيذه أربع سنوات، اعتباراً من تاريخ البدء في أعمال الإنشاءات، بينما سيتم تسليمه على مراحل عدة.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

9- السياحة البيئية والاستدامة: باعتبارها واحدة من الوجهات المفضلة في العالم، تتفرد دولة الإمارات العربية المتحدة بالعديد من المناظر الطبيعية الخلابة والفريدة، بالإضافة إلى تنوع بيولوجي استثنائي. ففي إمارة أبوظبي حيث يمكن الزوار بالاستمتاع بالطبيعة الرائعة في نفس الوقت الحفاظ على الطبيعة كما هي، يمكن ترتيب الجولات البيئية من خلال محميات متخصصة في البيئة، مثل مجموعة الإمارات للمناطق الرطبة، ومجموعة المها العربي، ومجموعة جبل حفيت حيث يجب منع متلقي الرحلات السياحية الخاصة والمناديل، وهذه امجموعة من المناطق والجهود المبذولة في مجال السياحة البيئية: ¹

• تعتبر مدينة العين التابعة لإمارة أبوظبي إحدى أفضل الوجهات "الخضراء" في دولة الإمارات العربية المتحدة كما تعد إحدى أقدم المناطق المأهولة في العالم بشكل دائم. حيث كانت في القدم مركزاً رئيسياً على طرق التجارة الممتدة من بلاد الشام إلى المحيط الهندي. ويمكن استكشاف التاريخ الغني لهذه الواحة الصحراوية عبر زيارة قلعة العين، ومتحف العين الوطني وقلاع هيلي والقطارة التي يقدر عمرها ب 4000 سنة. كما تشمل قائمة الأماكن السياحية في مدينة العين كل من واحة العين، ومنتجع وحديقة العين للحياة البرية، وحديقة المغامرات المائية "وادي أدفنتشر" وواحة أفلاذ الأثرية يمكن زيارة مدينة العين بأقل من ألفي درهم في عطلة نهاية الأسبوع.

• تعرف دولة الإمارات العربية المتحدة بأجمل مغامرات الغوص المثيرة في المنطقة وجاذبة هواة الغوص مرتين يومياً، وهي واحدة من بقع الغوص الأكثر شعبية، وتساهم الحياة البحرية الغنية والمناظر البحرية الخلابة التي تحتضن ثمانية أميال في جعل رحلة الغوص إحدى المغامرات التي لا تنسى في دولة الإمارات العربية المتحدة.

• وجود السياحة البيئية يساعد في جهود المحافظة على الاستدامة، وحماية الحياة البرية للأجيال القادمة. وهذا هو السبب الذي يجعل الزوار يعشقون محمية دبي الصحراوية وهي تمثل ما يقرب من 5% من مساحة إمارة دبي. ويعد موطناً لأكثر من 6000 شجرة أصلية، والحيوانات والطيور، فضلاً عن قطعان من المها وغيرها من الحيوانات البرية. وتعد محمية دبي الصحراوية، والواقع على طريق دبي العين من أفضل الأماكن التي تعكس واقع الحياة البرية الأصلية للدولة، حيث تنتشر أماكن الإقامة الفاخرة الريفية مع خدمات البدو الفريدة على التلال الرملية لتكون بمثابة حجز للزاوية للزوار لاستكشاف محمية دبي الصحراوية، وتقديراً لدورها الرئيس في الحفاظ على الحياة البرية في المنطقة، منحت ناشيونال جيوغرافيك منتجع المها جائزة التراث العالمي.

• أما في الشارقة، فتعمل الحكومة على تطوير قطاع السياحة البيئية من خلال التعاون مع الجهات والمؤسسات

¹ website: <http://www.economy.gov.ae/arabic/Knowledge-Section/Tourism-Promote/Pages/UAE.aspx> , op-cit.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

المحلية والدولية المعنية، وذلك لضمان حسن اختيار المواقع المثالية لإنشاء مشاريع، والحفاظ على الإرث البيئي للإمارة. ويجري العمل حالياً على تحديد هذه المواقع من أجل الحفاظ على التوازن البيئي وتطوير مشاريع تتماشى مع السياسة البيئية. وقد تم إطلاق 18 شاطئاً ينتمي إلى فصيلة الأمم المتحدة للأهداف الإنمائية مؤخراً، وذلك في حملة "تظيفة" في مدينة كلباء. وتعد هذه الخطوة بمثابة إنتاج المرحلة الأولى لمشروع السياحة البيئية في كلباء والذي تقوم بتطويره هيئة الاستثمار والتطوير في الشارقة "شروق" بالتعاون مع هيئة حماية البيئة والمحميات الطبيعية في كلباء. كما تم إطلاق عدد من الطيور الجارحة والتي تضمنت 21 نوعاً من الصقور وذلك في قلعة الحيل والتي تعتبر جزء حراً من مشروع الكائنات الحية. وتضمنت القائمة طيور الحر والشاهين، وطوير الوراق، والنسر والعقاب.

• في حين قد يجدها الزوار الجدد غريبة، فإن مشاهدة الطيور هي من الأنشطة السياحية البيئية المشهورة في دولة الإمارات العربية المتحدة، وبخاصة حول المناطق التي تتجمع فيها المياه على مدار العام، والتي تعد موطناً لأكثر من 400 نوعاً من الطيور. وتشمل الأماكن الرئيسية لمراقبة الطيور كل من منطقة رأس الخور في دبي، والتي تعد موطناً لعشر بلشون الصخر، فلامينغو، والنسور المرقطة، ومنطقة جبل علي التي تشتهر بطائر الفهد وطائر الدراج الرمادي.

• يعتبر وادي الوريعة في الفجيرة المحمية الطبيعية الأولى من نوعها في الدولة، ويهدف إلى حماية ينابيع المياه العذبة والجداول التي تعتبر مورداً أساسياً للمياه العذبة المتجددة. وتعمل الجهات المسؤولة حالياً على تطوير المشروع لضمان حماية هذه الموارد الطبيعية. ويعتبر هذا المشروع مثلاً حياً على تأثير هذه المشاريع المستدامة على اقتصاد البلاد.

وتضم الإمارات العربية المتحدة مجموعة متميزة من المحميات الطبيعية التي تشكل حوالي 15.53% من إجمالي مساحة دولة الإمارات وعددها 49 محمية منها 33 محمية برية تشغل نحو 18.4% من مساحة المناطق البرية في الدولة، وتتنوع هذه المحميات في أبوظبي (محمية مروح المائية، والياسات) ودبي (محمية رأس الخور، وجبل علي، وصحراء دبي) والشارقة (خور كلباء، والغيل، ووادي الحلو، والبردي، والرمثاء، وغيرها) وعجمان (الزوراء في فخور عجمان) والفجيرة (البادية، وجزيرة الطيور).

• كما تعي دولة الإمارات العربية المتحدة بمبدأ الاستدامة بشكل خاص حيث تعمل على الحد من انبعاثات غاز الكربون بالإضافة إلى تطوير المشاريع وإنتاج المنتجات الصديقة للبيئة، كما تحث الدولة على تعاون

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

مختلف الجهات لتطوير حلول مستدامة وتلعب الدولة اليوم دوراً إقليمياً بارزاً عبر مشاريع البنية التحتية المستدامة التي تنجزها.

• كذلك تلتزم دائرة الاقتصاد والسياحة بدبي بالمساهمة في تحقيق أهداف الطاقة النظيفة والتنمية المستدامة في المدينة، من خلال إطلاق مبادرة دبي للسياحة المستدامة لدعم مفهوم الاستدامة في قطاع السياحة والتي اطلق عليها «ختم دبي للسياحة»، يُمنح الختم للفنادق التي حصلت على أعلى تصنيف في الامتثال لمعايير الاستدامة الـ 19 التي وضعتها الدائرة بهدف ترسيخ النهج المستدام لدى المنشآت الفندقية، وقد تحصل 153 فندقاً حائزاً على ختم دبي للسياحة المستدامة في عام 2024، كل هذا من أجل تعزيز مكانة الإمارات كوجهة سياحية رائدة ومستدامة للزيارة والعيش والعمل.

• وقد أطلقت الإمارات استراتيجية التنمية المستدامة تحت شعار "اقتصاد مستدام لتنمية مستدامة" ومن خلال هذه المبادرة تسعى لتصبح من بين الدول الرائدة في العالم ومركزاً لتصدير وإعادة تصدير التكنولوجيا والمنتجات المستدامة، وتتألف المبادرة من ستة فقرات وهي الطاقة المتجددة، حوافز الاستثمار، نمط الحياة المستدام المدينة المستدامة، وتأثيرات تغير المناخ. كما قامت الدولة بتطوير برنامج علمي يقوم على تقييم التغيرات في استعمال الكهرباء والمياه ومدى تأثير ذلك على انبعاثات ثاني أكسيد الكربون في العاصمة أبوظبي ولغاية عام 2030.

المطلب الثالث: نمو السياحة في دولة الامارات العربية المتحدة

أبدت دولة الإمارات العربية المتحدة خلال السنوات الأخيرة اهتماماً كبيراً بالقطاع السياحي، من خلال تطوير بنية تحتية متطورة ومرافق تلبية متطلبات السياح الأجانب، إلى جانب الارتقاء بمستوى الخدمات في القطاع الفندقي والنقل المريح، فضلاً عن إقامة الفعاليات والمهرجانات التي كان لها دور واضح في استقطاب السياح من شتى أنحاء العالم. وتعتبر الإمارات الدولة الأكثر جذباً للسياح على الصعيد العربي، وذلك بفضل مدينة دبي التي اكتسبت شهرة دولية، من خلال السياحة الفاخرة. وبذلك صارت الإمارات تعتمد بشكل كبير على السياحة، كواحد من أهم القطاعات غير النفطية في البلد. وتعد الإمارات حالياً من أكثر عشر وجهات سياحية نمواً في العالم وفق منظمة السياحة العالمية، حيث يصل عدد السياح الوافدين على الدولة 15.5 مليون سائح، ويمكن الحديث عن نمو السياحة من خلال ما يلي:

أولاً: أهمية القطاع الفندقي

وصل عدد السياح الوافدين إلى الإمارات 18.72% مليون زائر دولي، أمكن استيعابهم بفضل التطور الكبير للقطاع الفندقي، حيث وصل عدد الفنادق من فئة (5 نجوم) وحدها إلى ما يقارب 169 فندقاً تضم 54 ألفاً و 429 غرفة، تشكل 35% من إجمالي الطاقة الفندقية، بمتوسط إشغال بلغ 81% وهو رقم يتجاوز عدد الفنادق القائمة في دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية الخمس الأخرى مجتمعة. وتتوفر في هذه الفنادق مختلف وسائل الراحة والترفيه العالمي وإقامة المؤتمرات والمعارض؛ إذ تعتبر سياحة المعارض من أهم مجالات الاستقطاب السياحي في الدولة.

وبالنسبة لإحصائيات الفنادق لسنة 2025 يمكن تفصيلها كمايلي:¹

- استقبلت دبي 5.31 ملايين زائر دولي خلال الربع الأول من عام 2025، بنمو نسبته 3% مقارنة بالفترة نفسها من العام الماضي، وتبين أن 25% من الزوار يزورون دبي مرتين سنوياً، ما يعكس الجاذبية المستدامة التي تتمتع بها الإمارة لدى السياح الدوليين؛
- حققت فنادق أبو ظبي نمواً قياسياً في عدد النزلاء خلال عام 2025 حيث بلغ 1.4 مليون نزيل فندقي خلال الربع الأول من 2025، أي بزيادة قدرها 18% مقارنة بالفترة ذاتها من العام الماضي؛

¹ website: <https://www.government.ae/ar-AE/information-and-services/visiting-and-exploring-the-uae/travel-and-tourism> , seen 06//5/2025 at 14:01pm.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

- أما الشارقة فقد استقبلت 490 ألف نزيل فندقي في عام 2025، بنمو نسبته 13% مقارنة بالفترة نفسها في العام الماضي؛

- تطمح إمارة رأس الخيمة لجذب أكثر من 1.11 مليون زائر بحلول عام 2025، مع توقعات بنمو محفظة فنادقها إلى أكثر من 12,700 غرفة. كما تخطط الإمارة لزيادة عدد الغرف الفندقية إلى 14,000 بحلول عام 2027، من خلال افتتاح 21 مشروعاً فندقياً جديداً يضيف 6,533 غرفة فندقية.

ثانياً: السياحة والناتج المحلي الإجمالي

تصدرت دولة الإمارات الأسواق العربية الآسيوية في الإسهام المباشر لقطاع السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي، ويتضح ذلك من خلال عدة عناصر:

• **الأهمية الاستراتيجية للسياحة في دولة الإمارات العربية المتحدة:** تُعد السياحة ركيزة استراتيجية أساسية في تحول دولة الإمارات العربية المتحدة نحو نموذج اقتصادي جديد يقلل الاعتماد على النفط. وقد وصل مساهمة القطاع غير النفطي، الذي يشمل السياحة والخدمات المالية والتكنولوجيا، إلى ما يقرب من 75% من الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي. وتطمح أبوظبي إلى أن يساهم قطاع السياحة بمبلغ 24.5 مليار دولار أمريكي في ناتجها المحلي الإجمالي غير النفطي بحلول عام 2030. وتولي الحكومة اهتماماً كبيراً بالاستثمار في البنية التحتية بهدف تعزيز السياحة. وتستهدف الاستراتيجية الوطنية للسياحة 2031 جذب 40 مليون نزيل فندقي بحلول عام 2031 وزيادة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي إلى 450 مليار درهم إماراتي. وتوضح هذه الأهداف الطموحة مدى إيمان الحكومة بالإمكانيات الكبيرة لقطاع السياحة ودوره الهام في الاقتصاد المستقبلي. ويشير التركيز المحدد على مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي غير النفطي في أبوظبي إلى جهد مركز لتنمية هذا القطاع بشكل مستقل عن إيرادات الهيدروكربونات، مما يدل على التزام قوي بالتنوع على مستوى الإمارة¹.

• **أداء قطاع السياحة والمؤشرات الرئيسية لعام 2025:** حيث جاء كما يلي:²

• **بيانات على المستوى الوطني:** سجلت فنادق دولة الإمارات العربية المتحدة إيرادات بلغت 12.3 مليار

¹ UAE Economic Forecast for 2025: Strong Growth and New Opportunities, website: <https://www.uaeeu.com/blog/uae-economic-forecast-for-2025-a-bright-future-ahead.html>, seen: 06/05/2025 at 15.00pm.

² IMF Staff Concludes Visit to United Arab Emirates, website: <https://www.imf.org/en/NewsArticlepr25013united-arab-emirates-imf-staff-concludes-visit>, seen: 07/05/2025 at 22:53pm.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

دولار أمريكي (45 مليار درهم إماراتي) في عام 2024، بزيادة سنوية قدرها 3%، مع معدل إشغال بلغ 78.5% كما شهد عام 2024 زيادة بنسبة 9.5% في عدد نزلاء الفنادق في دولة الإمارات العربية المتحدة ليصل إلى 30.8 مليون نزيل. وتهدف الاستراتيجية الوطنية للسياحة 2031 إلى تحقيق 40 مليون نزيل فندقي بحلول عام 2031.

• **أداء دبي:** استقبلت دبي 5.31 مليون زائر دولي في الربع الأول من عام 2025، بزيادة قدرها 3% مقارنة بالربع الأول من عام 2024. وشهد قطاع الضيافة في دبي أداءً قوياً في الربع الأول من عام 2025 مع زيادة سنوية بنسبة 2% في متوسط السعر اليومي ليصل إلى 647 درهماً إماراتياً. وإيرادات الغرفة المتاحة لتصل إلى 528 درهماً إماراتياً. وتهدف دبي إلى مضاعفة حجم اقتصادها بحلول عام 2033، مع التركيز بشكل كبير على السياحة. وفي عام 2024، استقبلت دبي 18.7 مليون سائح دولي، بزيادة سنوية قدرها 9%. كما استقبلت دبي 3.82 مليون زائر لليلة واحدة في شهري جانفي وفيفري 2025، بزيادة قدرها 4% مقارنة بالفترة نفسها من عام 2024.

• **أداء أبوظبي:** سجلت أبوظبي زيادة سنوية بنسبة 4% في عدد نزلاء الفنادق الدوليين لليلة واحدة في الربع الأول من عام 2025. وبلغت معدلات الإشغال الفندقي مستويات عالية في الربع الأول من عام 2025 حيث وصلت إلى 79% في جميع أنحاء الإمارة و82% في مدينة أبوظبي. وبلغت إيرادات فنادق أبوظبي في الربع الأول من عام 2025 نحو 2.3 مليار درهم إماراتي بزيادة سنوية قدرها 18%. ووصلت إيرادات الغرفة المتاحة إلى 484 درهماً إماراتياً (بزيادة قدرها 25%). وتستهدف أبوظبي جذب 39.3 مليون زائر سنوياً بحلول عام 2030. وتتوقع أبوظبي أن يساهم قطاع السياحة بمبلغ 16 مليار دولار أمريكي في اقتصاد الإمارة في عام 2025، بزيادة قدرها 13% عن عام 2024، وأن يصل إلى 24.5 مليار دولار أمريكي بحلول عام 2030.

• **المساهمة المقدرّة للسياحة في الناتج المحلي الإجمالي لدولة الإمارات العربية المتحدة في عام 2025:** تشير تقديرات وزير الاقتصاد إلى أن السياحة ساهمت بنسبة 12% في الناتج المحلي الإجمالي لدولة الإمارات العربية المتحدة في عام 2024. كما تتوقع موقع gowithguide.com نسبة مماثلة لعام 2024. ويتوقع المجلس العالمي للسفر والسياحة أن تصل مساهمة القطاع في الناتج المحلي الإجمالي إلى أكثر من 236 مليار درهم إماراتي في عام 2024. وبناءً على استمرار زخم النمو والأهداف الحكومية، من المتوقع أن يساهم

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

قطاع السياحة بنسبة تتراوح بين 12% و 13% تقريباً في الناتج المحلي الإجمالي لدولة الإمارات العربية المتحدة في عام 2025. وباستخدام تقدير للناتج المحلي الإجمالي الاسمي قدره 568.57 مليار دولار أمريكي وسعر صرف 3.6725 درهم إماراتي للدولار الأمريكي، فإن الناتج المحلي الإجمالي الاسمي بالدرهم الإماراتي لعام 2025 يبلغ حوالي 2088.6 مليار درهم إماراتي. وبالتالي، فإن مساهمة بنسبة 12% ستعادل حوالي 250.6 مليار درهم إماراتي، ومساهمة بنسبة 13% ستكون حوالي 271.5 مليار درهم إماراتي. وعلى المدى الطويل، تتوقع وزارة الخارجية أن ترتفع المساهمة الإجمالية للسفر والسياحة في الناتج المحلي الإجمالي إلى 12.4% بحلول عام 2027. وتتوقع وزارة الاقتصاد أن تساهم السياحة بنسبة 15% في الناتج المحلي الإجمالي بحلول عام 2031. ويتوقع المجلس العالمي للسفر والسياحة مساهمة تزيد عن 275 مليار درهم إماراتي بحلول عام 2026 (ما يقرب من 11%). ويتوقع موقع gowithguide.com مساهمة قدرها 62.8 مليار دولار أمريكي بحلول عام 2028¹.

والجداول التالية توضح توقعات نمو الناتج المحلي الإجمالي لدولة الإمارات العربية المتحدة لعام 2025 والمؤشرات الرئيسية لقطاع السياحة للربع الأول من عام 2025 وتقديرات وتوقعات مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لدولة الإمارات العربية المتحدة:

¹ UAE Economy Records 4.5% Growth in Non-Oil Sectors, with Real GDP Expanding by 3.8%, website: <https://fcsc.gov.ae/en-us/Pages/Press-Release/05-03-2025.aspx>, seen: 07/05/2025 at 23:00pm.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

الجدول (09): توقعات نمو الناتج المحلي الإجمالي لدولة الإمارات العربية المتحدة لعام 2025

الملاحظات	معدل النمو الحقيقي للناتج المحلي الاجمالي المتوقع %	المصدر
توقعات مختلفة	4%	صندوق النقد الدولي، البنك الدولي
	4.6%	البنك الدولي
تقرير الربع الاقتصادي	4.7%	مصرف الامارات العربية المتحدة المركزي
	4.8%	معهد المحاسبين القانونيين في إنجلترا وويلز واكسفورد ايكونوميكس
	5%	ماستركارد، بنك الامارات دبي الوطني
	5%-6%	وزير الاقتصاد
	6.7%	بي ام أي
	5%	اس اند بي جلوبال للتصنيفات
بالأسعار الثابتة لعام 2015	5.1%	ورلد ايكونوميكس

La source: Minister of Economy: 5% - 6% expected growth of UAE economy in 2025, website: <https://wam.ae/article/bi5yv5o-minister-economy-expected-growth-uae-national> , seen 07/05/2025 at 23:09 pm.

الجدول (10) : المؤشرات الرئيسية لقطاع السياحة للربع الأول من عام 2025

المؤشر	دبي (القيمة / النسبة المئوية)	أبوظبي (القيمة / النسبة المئوية)
عدد الزوار الدوليين	5.31 مليون (+3%)	1.4 مليون (+4%)
ايرادات الفنادق		2.3 مليار درهم اماراتي (+18%)
معدل الاشغال الفندقي		79% (82% في مدينة ابوظبي)
متوسط السعر اليومي (الدريم الاماراتي)	647 (+2%)	
(ايرادات الغرفة المتاحة)	528	484 (+25%)

La source: Minister of Economy: 5% - 6% expected growth of UAE economy in 2025, op-cit.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

الجدول (11): تقديرات وتوقعات مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لدولة الإمارات العربية المتحدة

السنة	المساهمة المقدرة / المتوقعة في الناتج المحلي الاجمالي (%)	المساهمة المقدرة / المتوقعة (مليار درهم اماراتي)
2022	9%	167
2023	11.7%	220
2024	12%	236 (تقدير)
2025	12%-13%	250.6-271.5 (تقدير المحلل)
2027	12.4%	258.6 (بناء على ناتج 2025)
2028		230.6 (62.8 مليار دولار امريكي)
2031	15%	450 (هدف)
2034	11%	275

La source: Minister of Economy: 5% - 6% expected growth of UAE economy in 2025, **op-cit.**

من خلال الجداول السابقة يتضح أن التقديرات تشير إلى أن الناتج المحلي الإجمالي لدولة الإمارات العربية المتحدة سيشهد نمواً إيجابياً في عام 2025، ومن المتوقع أن يساهم قطاع السياحة بشكل كبير في هذا النمو بنسبة تتراوح بين 12% و 13% تقريباً. ويُعد الأداء القوي لقطاع السياحة في دبي وأبوظبي محركاً رئيسياً لهذه المساهمة. وتبرز الأهمية الاستراتيجية للسياحة في جهود التنويع الاقتصادي لدولة الإمارات العربية المتحدة ودورها في تحقيق أهداف التنمية الوطنية. وفي الختام، يبقى التوقع إيجابياً بشأن النمو المستمر لقطاع السياحة وتأثيره المتزايد على اقتصاد دولة الإمارات العربية المتحدة في السنوات القادمة.

ثالثاً: نمو قطاع الطيران في الامارات

عرف قطاع الطيران في الإمارات تطوراً متزامناً مع التطور الكبير الذي لحق بشركات الطيران المحلية، فمن المتوقع أن تصل عدد الحركات الجوية في 2025 إلى 2.1 مليون حركة جوية، وتتوقع مطارات الإمارات العربية المتحدة استقبال 135 مليون مسافر في عام 2025، بزيادة قدرها 4% عن العام السابق، كما احتلت شركة طيران الإمارات المرتبة الأولى على مستوى الشرق الأوسط، وعلامة طيران الإمارات رسخت مكانتها

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

كواحدة من أبرز شركات الطيران العالمية في تقرير «براند فاينانس العالمي السنوي» لافضل خمسين علامة تجارية في قطاع الطيران لعام 2025، فقد حافظت على المركز الرابع عالمياً، وقدرت قيمة علامتها التجارية 8.4 مليار دولار أمريكي بزيادة نسبتها 26.6% عن قيمتها في العام الماضي. والشكل الموالي سيوضح نمو الاتصال الجوي في الشرق الأوسط عام 2025:

الشكل (18): نمو الاتصال الجوي في الشرق الأوسط عام 2025



La source: website:

https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://mabrian.com/blog/middle-east-air-connectivity-set-for-growth-in-2025-led-by-uae-turkiye-and-saudi-arabia/&ved=2ahUKEwj8oZeyja6NaxWTR_EDHZjuIzIQFnoECB0QAQ&usg=AOvVaw3vj2LiUdT4h1QIh_eil6i, seen: 07/05/2025 at 23:52 pm.

تشير النتائج في الشكل السابق إلى أن الإمارات العربية المتحدة تحافظ على مكانتها العالمية كأهم مركز من مراكز الاتصال العالمية، حيث تصدر القائمة بإجمالي سعة مقاعد دولية متوقعة تبلغ 88.9 مليون مقعد في عام 2025. تشير إلى نمو سنوي معتدل بنسبة +3.4% مقارنة بعام 2024 ونمو قوي على مدى خمس سنوات بنسبة +14.5% مقارنة بعام 2019، وهذا يعكس مكانة الإمارات كمركز طيران عالمي رئيسي. يرسى التزام دولة الإمارات العربية المتحدة بالطيران المستدام معايير جديدة للمسؤولية البيئية في هذا القطاع. وتسعى الجهات الحكومية والخاصة على حد سواء إلى تحقيق التوازن بين تلبية متطلبات النقل الجوي والحفاظ على البيئة.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

على سبيل المثال، تُعد طيران الإمارات أول شركة طيران ركاب في العالم تشغل طائرة بوينغ 777 تعمل بمحرك من جنرال إلكتريك يعمل بوقود طيران مستدام بنسبة 100%. كما أنها أول شركة طيران في العالم تشغل رحلة تجريبية لطائرة إيرباص A380 باستخدام وقود طيران مستدام بنسبة 100% بحلول عام 2030، تهدف الإمارات إلى تحقيق:

- استخدام وقود الطيران المستدام في العمليات بنسبة 25%؛
- انخفاض انبعاثات الكربون بنسبة 40% مقارنة بمستويات عام 2019؛
- التكامل الكامل لعمليات الطائرات الكهربائية.

يُقدر محللو السوق مبادرات الإمارات العربية المتحدة في مجال الطيران المستدام بـ 30 مليار درهم إماراتي حتى عام 2030، مما يجعلها المركز الرائد في مجال الطيران الأخضر في الشرق الأوسط. ونظراً لحجم حركة الطيران ومعدلات النمو التي يشهدها قطاع الطيران في دبي، سيكون من الملهم رؤية كيفية تحقيقهم لأهداف الاستدامة.

المطلب الرابع: مركز السياحة في الإمارات العربية المتحدة في ظل التنافسية السياحية

تتميز دولة الإمارات العربية المتحدة بموقعها الاستراتيجي وبنيتها التحتية المتطورة ومعالمها السياحية المتنوعة، مما جعلها وجهة جاذبة عالمياً. وفي ظل التنافسية المتزايدة في قطاع السياحة، تسعى الإمارات باستمرار لتعزيز جاذبيتها من خلال تطوير عروضها وتجاربها السياحية المبتكرة.

لذا سيتم التطرق إلى بعض العناصر للوصول إلى ترتيب الإمارات العربية المتحدة حسب مؤشرات تقرير تنافسية السياحة والسفر العالمي الصادر عن المنتدى الإقتصادي العالمي لسنة 2025.

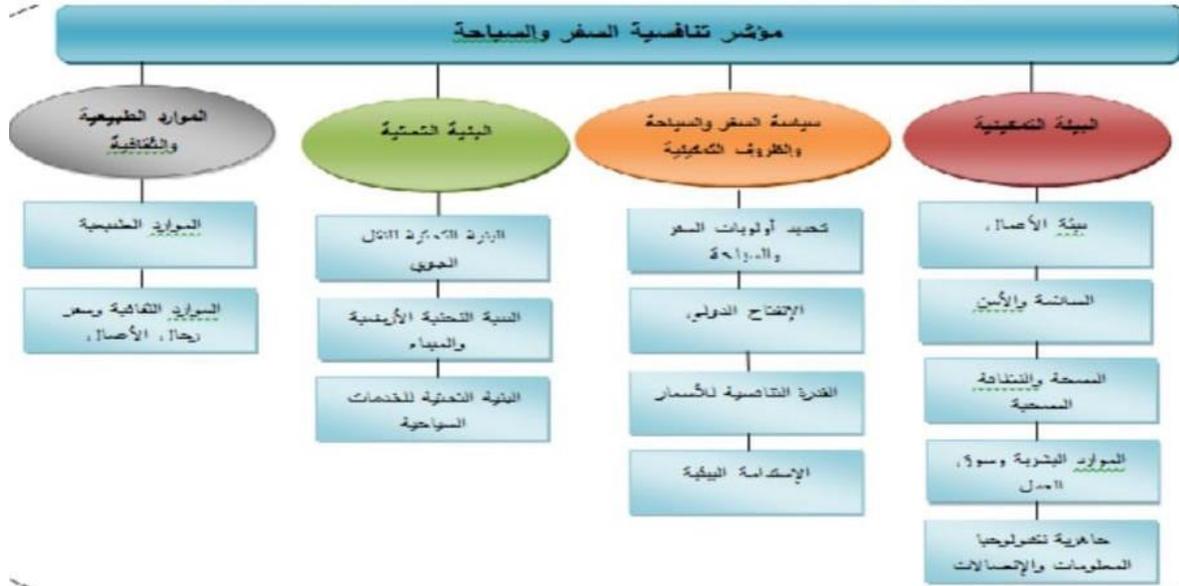
أولاً: نبذة حول تقرير تنافسية السياحة والسفر العالمية الصادر عن منتدى الإقتصادي العالمي

يصدر تقرير تنافسية السياحة والسفر العالمية كل سنتين عن المنتدى الإقتصادي العالمي، تقرير هذا العام تحت عنوان "تمهيد الطريق لمستقبل أكثر استدامة وشمولية"، يقيس التقرير العوامل والسياسات التي تمكن من تطوير الاستدامة في قطاع السياحة والسفر، يغطي التقرير 140 دولة.

ثانياً: مؤشرات تقرير تنافسية السياحة والسفر العالمي

يمكن توضيح المؤشرات في هذا التقرير من خلال الشكل الموالي:

الشكل (19): مؤشرات تقرير تنافسية السياحة والسفر العالمي



La source: website: <https://www.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024/in-full/dimension-results/> , seen:08/05/2025 at 00:51pm.

من خلال الشكل السابق يتضح العناصر التالية:¹

1- البيئة التمكينية: ويجسد المؤشر الفرعي للبيئة التمكينية الظروف العامة اللازمة للعمل في بلد ما ويتضمن 5 ركائز:

1-1- بيئة الأعمال (12 مؤشر): تبين هذه الركيزة مدى وجود بيئة سياسية مواتية للشركات للقيام بأعمال تجارية، وقد وحدت البحوث روابط هامة بين النمو الاقتصادي وجوانب مثل مدى حماية حقوق الملكية وكفاءة الإطار القانوني. وبالمثل فإن التشوهات في الضرائب وسياسة المنافسة - بما في ذلك المنافسة المحلية والدولية على السواء، التي تقاس بتيسير الاستثمار الأجنبي المباشر - تؤثر على كفاءة البلد وإنتاجيته هذه العوامل مهمة لجميع القطاعات، بما في ذلك السفر والسياحة، بالإضافة إلى ذلك ينظر في التكلفة والوقت اللازمين للتعامل مع تراخيص البناء، وهي مسألة ذات صلة خاصة لتطوير السفر والسياحة.

1-2- السلامة والأمن (05 مؤشرات): السلامة والأمن عاملان حاسمان يحددان القدرة التنافسية لصناعة السفر والسياحة في بلد ما، ومن المرجح أن يردع السياح عن السفر إلى بلدان أو مناطق خطرة، مما يجعل

¹ website: <https://www.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024/in-full/dimension-results/> seen:08/05/2025 at 00:51pm.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

تطوير قطاع السفر والسياحة في تلك الأماكن أقل جاذبية، وهنا يأخذ في الاعتبار تكلفة الجريمة العادية والعنف فضلا عن الإرهاب، ومدى إمكانية الاعتماد على خدمات الشرطة لتوفير الحماية من الجريمة.

1-3- الصحة والنظافة (06 مؤشرات): الصحة والنظافة ضروريان أيضاً للقدرة التنافسية، السفر والسياحة والحصول على مياه الشرب المحسنة والمرافق الصحية أمر هام لراحة المسافرين وصحتهم، وفي حالة مرض السياح، يجب أن يكون القطاع الصحي في البلد قادراً على ضمان رعايتهم على النحو المناسب، كما يقاس بتوافر الأطباء وأسرة المستشفيات، وبالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يكون لارتفاع معدل انتشار فيروس نقص المناعة البشرية والملاريا تأثير على إنتاجية قوة العمل السفر والسياحة وأن يؤدي دوراً في ثناء السياح عن زيارة بلد ما.

1-4- الموارد البشرية وسوق العمل (09 مؤشرات): تضمن الموارد البشرية العالية الجودة في الاقتصاد إمكانية وصول الصناعة إلى المتعاونين الذين يحتاجون إليها، وتقيس عناصر هذه الركيزة مدى كفاءة البلدان في تنمية المهارات من خلال التعليم والتدريب وتعزيز أفضل تخصيص لتلك المهارات من خلال سوق عمل تتسم بالكفاءة ويشمل الأول معدلات التحصيل التعليمي الرسمي ومشاركة القطاع الخاص في الارتقاء بالموارد البشرية، مثل الاستثمار التجاري في خدمات التدريب ورعاية العملاء، ويشمل هذا الأخير مقياس مرونة سوق العمل وكفاءتها وانفتاحها، ومشاركة المرأة، لتقييم عمق مجموعة المواهب في البلد وقدرته على تخصيص الموارد البشرية لأفضل استخدام لها.

1-5- جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (08 مؤشرات): الخدمات عبر الإنترنت والعمليات التجارية لها أهمية متزايدة في السفر والسياحة، مع استخدام الإنترنت لتخطيط مسارات وحجز السفر والإقامة، ومع ذلك فإن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أصبحت الآن منتشرة ومهمة جداً بالنسبة لجميع القطاعات وتعتبر جزءاً من البيئة التمكينية العامة، ولا تقيس مكونات هذه الركيزة وجود هياكل أساسية صلبة حديثة أي تغطية شبكات الهاتف المحمول وجودة إمدادات الكهرباء، بل تقيس أيضاً قدرة الأعمال التجارية والأفراد على استخدام الخدمات عبر الإنترنت وتقديمها.

2- سياسة السفر والسياحة والظروف التمكينية: يلتقط المؤشر الفرعي سياسة السفر والسياحة والظروف التمكينية سياسات محددة أو جوانب استراتيجية تؤثر على صناعة السفر والسياحة بشكل مباشر أكثر ويتضمن

4 ركائز:

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

2-1- تحديد أولويات السفر والسياحة (6 مؤشرات): مدى إعطاء الحكومة الأولوية لقطاع السفر والسياحة له تأثير مهم على القدرة التنافسية للسفر والسياحة إذ أن هذا القطاع هو من الشواغل الرئيسية، يمكن للحكومة أن توجه الأموال إلى المشاريع الإنمائية الأساسية وأن تنسق الجهات الفاعلة والموارد اللازمة لتطوير هذا القطاع، ويمكن أن يؤثر الإشارة إلى استقرار سياسة الحكومة على قدرة القطاع على اجتذاب المزيد من الاستثمارات الخاصة، كما يمكن للحكومة أن تلعب دوراً هاماً في جذب السياح مباشرة من خلال حملات التسويق الوطنية، وتشمل هذه الركيزة مقاييس الإنفاق الحكومي، وفعالية الحملات التسويقية والعلامات التجارية القطرية واكتمال وتوقيت توفير بيانات السفر والسياحة للمنظمات الدولية، لأن ذلك يشير إلى الأهمية التي يحددها البلد إلى قطاع السفر والسياحة.

2-2- الإنفتاح الدولي (3 مؤشرات): يتطلب تطوير قطاع السفر والسياحة على الصعيد الدولي درجة معينة من الانفتاح وتيسير السفر، فالسياسات التقييدية مثل متطلبات التأشيرة المرهقة تقلل من استعداد السياح لزيارة بلد ما، وتقلل تجربة الإمارات العربية المتحدة في تحقيق مراتب متقدمة في مجال التنافسية السياحية بشكل غير مباشر من توافر الخدمات الرئيسية، وتشمل المكونات المقاسة في هذه الركيزة انفتاح اتفاقات الخدمات الجوية الثنائية التي أبرمتها الحكومة، والتي تؤثر على توافر الاتصالات الجوية إلى البلد، وعدد الاتفاقات التجارية الإقليمية السارية، التي تبين مدى إمكانية تقديم خدمات سياحية عالمية المستوى.

2-3- القدرة التنافسية للأسعار (4 مؤشرات): زيادة انخفاض التكاليف المتعلقة بالسفر في بلد ما تزيد من جاذبيته بالنسبة للعديد من المسافرين وكذلك للاستثمار في قطاع السفر والسياحة، ومن بين جوانب القدرة التنافسية للأسعار التي تؤخذ في الاعتبار في هذه الركيزة الضرائب المفروضة على تذاكر السفر وكذا رسوم المطارات، التي يمكن أن تجعل تذاكر الطيران أكثر تكلفة بكثير من التكلفة النسبية للإقامة في الفنادق، تكلفة المعيشة وتكاليف أسعار الوقود، التي تؤثر بشكل مباشر على تكلفة السفر.

2-4- الإستدامة البيئية (10 مؤشرات): لا يمكن المبالغة في أهمية البيئة الطبيعية لتوفير موقع جذاب للسياحة، ولذلك فإن السياسات والعوامل التي تعزز الاستدامة البيئية هي سياسة تنافسية هامة لها ميزة في ضمان جاذبية البلد في المستقبل كوجهة، وتتألف هذه الركيزة من مؤشرات للسياسة العامة مثل صرامة وإنفاذ الأنظمة والمتغيرات البيئية للحكومة التي تقيم حالة المياه والموارد والحياة البحرية، مع تحديد حالة الأرصد السمكية، وبالنظر إلى الآثار البيئية للسياحة نفسها، فإنه يؤخذ في الاعتبار أيضاً مدى تطوير صناعة السفر

والسياحة بطريقة مستدامة.

3- البنية التحتية: ويجسد المؤشر الفرعي للبنية التحتية توافر وجودة البنية التحتية المادية لكل اقتصاد ويتضمن 3 ركائز:

3-1- البنية التحتية للنقل الجوي (6 مؤشرات): الربط الجوي ضروري لسهولة وصول المسافرين من البلدان وإليها، وكذلك التنقل داخلها. فهذه الركيزة تقيس كمية النقل الجوي، وذلك باستخدام مؤشرات مثل الكيلومترات المتاحة للمقعد، وعدد المغادرين، وكثافة المطار وعدد شركات الطيران العاملة، فضلا عن نوعية البنية التحتية للنقل الجوي المحلية والرحلات الدولية.

3-2- البنية التحتية الأرضية والميناء (7 مؤشرات): إن توافر وسائل نقل فعالة وسهلة الوصول إلى مراكز الأعمال الرئيسية ومناطق الجذب السياحي أمر حيوي لقطاع السفر والسياحة، وهذا يتطلب شبكة واسعة بما فيه الكفاية من الطرق والسكك الحديدية، وبكثافة الطرق والسكك الحديدية، وكذلك الطرق والسكك الحديدية والبنية التحتية للموانئ التي تفي بالمعايير الدولية للراحة والأمن وكفاءة النقل، كما تمثل الركيزة الطرق غير المعبدة، التي تمكن من الاتصالات المحلية، وإلى حد ما، يمكن أن تكون وجود طرق خلابة، والتي يمكن أن تجذب السياح في سياقات محددة جداً.

3-3- البنية التحتية للخدمات السياحية (4 مؤشرات): يمكن أن يمثل توافر أماكن إقامة ومنتجعات ومرافق ترفيهية ذات جودة كافية ميزة تنافسية كبيرة للبلد، إذ يقيس مستوى البنية التحتية للخدمات السياحية من خلال عدد الغرف الفندقية التي يكملها مدى الوصول إلى الخدمات مثل تأجير السيارات وأجهزة الصراف الآلي.

4- الموارد الطبيعية والثقافية: ويجسد المؤشر الفرعي للموارد الطبيعية والثقافية أسباب السفر الرئيسية ويتضمن ركيزتين:

4-1- الموارد الطبيعية (5 مؤشرات): من الواضح أن البلدان ذات الأصول الطبيعية تتمتع بميزة تنافسية في اجتذاب السياح، في هذه الركيزة يدرج عددا من تدابير الجاذبية، بما في ذلك عدد مواقع التراث العالمي الطبيعي لليونسكو، وهو مقياس النوعية للبيئة الطبيعية التي تعين بحمال مناظرها الطبيعية، وثراء الحيوانات في البلاد كما تقاس بمجموع الأنواع المعروفة من الحيوانات، والنسبة المئوية للمناطق المحمية وطنيا، والتي تعد من المنتزهات الوطنية والمحميات الطبيعية.

4-2- الموارد الثقافية وسفر رجال الأعمال (5 مؤشرات): الموارد الثقافية للبلد هي محرك حاسم آخر للقدرة

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

التنافسية للسفر والسياحة، ففي هذه الركيزة يدرج عدد مواقع التراث العالمي الثقافي لليونسكو، وعدد الملاعب الكبيرة التي يمكن أن تستضيف فعاليات رياضية أو ترفيهية هامة، ومقياس جديد للطلب الرقمي على الثقافة والترفيه عدد عمليات البحث عبر الإنترنت فيما يتعلق بالموارد الثقافية للبلد يمكن أن تسمح باستنتاج مستوى الاهتمام، ويُدرج عدد اجتماعات الجمعيات الدولية التي تعقد في بلد ما للحصول جزئياً على الأقل، على السفر إلى الأعمال التجارية.

ثالثاً: أداء دولة الإمارات في تقارير ومؤشرات التنافسية العالمية

تقدمت الإمارات في التقرير السنوي للتنافسية العالمية 2024، الصادر عن مركز التنافسية العالمي التابع للمعهد الدولي للتنمية الإدارية في مدينة لوزان السويسرية، إلى المركز الـ 7 عالمياً وقد حققت الإمارات مراكز متقدمة ضمن تقرير التنافسية العالمي 2024 حيث:¹

- جاءت ضمن العشرة الأوائل دولياً في أكثر من 90 مؤشراً رئيسياً وفرعياً ضمن تقرير التنافسية العالمي 2024؛

- الدولة الأولى عالمياً في نسبة التوظيف ومستخدمي الانترنت وقلة النزاعات العمالية؛

- حلت بالمركز الثاني عالمياً في نمو القوى العاملة، وغياب البيروقراطية؛

- احتلت المركز الثالث عالمياً في مؤشر سوق العمل الرئيس، ومرونة قوانين الإقامة، ونمو التوظيف؛

- حققت الإمارات المرتبة الرابعة عالمياً في 5 مؤشرات وهي مؤشر نسبة البطالة - المدى الطويل، ومؤشر تكاليف وحدة العامل للاقتصاد الإجمالي، ومؤشر التوقعات: نسبة البطالة، ومؤشر الخبرات العالمية، ومؤشر اللوائح التنظيمية للعمل؛

- حلت في المركز الخامس عالمياً في مؤشري العمالة الماهرة الأجنبية وتشريعات البطالة؛

- كما جاءت الإمارات في المرتبة الأولى عربياً في مؤشر مرونة العمل العالمي 2024، الصادر عن شركة الاستشارات العالمية "وايتشيلد"؛

- جاءت دولة الإمارات في المرتبة الأولى عالمياً في تقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال لعام 2023 - 2024 بعدما سجلت معدل 7.7 وهو رقم قياسي يتم تسجيله للمرة الأولى في تاريخ التقرير منذ إنطلاقه؛

- احتلت المرتبة الأولى عالمياً في مؤشر "جودة البنية التحتية للنقل الجوي" ضمن "مؤشر تنمية السياحة والسفر"

¹ website: <https://www.annahar.com/Economy/176019> , seen: 09/05/2025 at 12:59.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

لعام 2024، الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي، وفي المرتبة الثالثة عالمياً في مؤشري "كفاءة خدمات النقل الجوي" و"عدد المقاعد للرحلات الدولية المنطلقة أسبوعياً / بالكيلومتر"؛

- وحققت دولة الإمارات المركز الخامس عالمياً، والأول عربياً في جودة الطرق، والعاشر عالمياً والثاني عربياً في فعالية خدمات النقل العام، إضافة إلى المركز التاسع عالمياً والأول عربياً في فعالية خدمات الموانئ، وفقاً لتقرير مؤشر تنمية السياحة والسفر 2024، الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي؛

- احتلت دولة الإمارات المركز الأول عالمياً في مؤشر البنية التحتية للاتصالات وحصلت على العلامة الكاملة بنسبة 100%، وفق تقرير الأمم المتحدة لمسح الحكومة الإلكترونية 2024؛

- ارتفع ترتيب دولة الإمارات من المركز 35 في عام 2019 إلى المركز 27 على المستوى الدولي والأول عربياً، وفقاً لمؤشر التنافسية الصناعية العالمي الصادر عن منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية "UNIDO" لعام 2024¹؛

- وصلت دولة الإمارات إلى المركز الخامس عالمياً في مؤشر البنية التحتية للجودة للتطور المستدام لعام 2024، الصادر عن منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية "UNIDO"²؛

- حصلت العاصمة أبوظبي على المركز الأول ضمن قائمة المدن الأكثر أماناً في عام 2024 على مستوى العالم، للعام الثامن على التوالي، وفق مؤشر «أمن المدن» الصادر عن موقع «نومبيو»، فيما احتلت كل من عجمان ودبي ورأس الخيمة في المراتب الرابعة والخامسة والسادسة على التوالي بحسب المؤشر ذاته³؛

- احتلت دولة الإمارات المرتبة الأولى عربياً و26 عالمياً في مؤشر المعرفة العالمي لعام 2024 الذي يقيس أداء الدول في مجالات المعرفة المختلفة⁴؛

- حققت دولة الإمارات المركز الثاني عالمياً في مؤشر نصيب الفرد من استهلاك الطاقة الشمسية وتخطط الدولة للاستفادة من الموارد المتجددة لتلبية نحو 20% من احتياجاتها من الطاقة في 2030⁵.

¹ website: <https://www.emaratalyoum.com/business/local/2024-09-25-1.1885135>, seen: 09/05/2025 at 13:10.

²website:

<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.emaratalyoum.com/business/local/2024-12-08>, seen: 09/05/2025 at 13:25.

³ أحمد مسعود، أبوظبي تصدر قائمة المدن الأكثر أماناً في العالم 2024، من الموقع: <https://cnmbusinessarabic.com/article/1110807/>، تاريخ الاطلاع: 09/05/2025 الساعة 13:50 نهاراً.

⁴ الخليج أون لاين، الإمارات الأولى عربياً في مؤشر المعرفة 2024، من الموقع:

<https://www.alkhaleejonline.net/> تاريخ الاطلاع: 02/05/2025 على الساعة 14:00 نهاراً.

⁵ وكالة انباء الامارات، الإمارات تعزز ريادتها بمشاريع للطاقة الشمسية تدعم الاستدامة، على الموقع:

<https://www.wam.ae/article/15eefht> - تاريخ الاطلاع: 09/05/2025 على الساعة 14:30 نهاراً.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

والشكل التالي يوضح مؤشر التنافسية العالمي لعام 2024:

الشكل (20): مؤشر التنافسية العالمي لعام 2024



المصدر: انترريجونا للتحليلات الاستراتيجية، نتائج مؤشر التنافسية العالمي لعام 2024، على الموقع الإلكتروني،

تاريخ الإطلاع: 2025/05/09 الساعة 14:50. <https://www.interregional.com/article>

يبين الشكل السابق مؤشر التنافسية العالمي لسنة 2024 والذي جاءت فيه الإمارات الأولى عربياً والسابعة

عالمياً.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

رابعاً: ترتيب الإمارات العربية المتحدة حسب مؤشرات تقرير تنافسية السياحة والسفر العالمي الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي لسنة 2025

وسيتم توضيح ذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول (12): نتائج مؤشر TTDI 2024 لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

Economy	TTDI rank	Enabling Environment					T&T Policy and Enabling Conditions			Infrastructure and Services			T&T Resources			T&T Sustainability		
		Business Environment	Safety and Security	Health and Hygiene	Human Resources and Labour Market	ICT Readiness	Prioritization of T&T	Openness to T&T	Price Competitiveness	Air Transport Infrastructure	Ground and Port Infrastructure	Tourist Services and Infrastructure	Natural Resources	Cultural Resources	Non-Leisure Resources	Environmental Sustainability	T&T Socioeconomic Impact	T&T Demand Sustainability
United Arab Emirates	18	5.57	6.40	4.83	4.67	6.23	5.39	5.67	4.28	6.52	4.67	5.48	1.85	2.48	3.84	4.06	2.67	3.92
Saudi Arabia	41	4.95	6.36	4.79	4.59	6.00	4.43	3.10	4.52	4.96	3.84	3.96	2.99	2.58	3.93	3.87	2.96	4.69
Israel	48	5.18	5.04	5.69	5.00	6.17	4.52	4.25	1.42	4.55	4.99	4.12	1.90	1.76	3.45	4.22	4.49	3.57
Qatar	53	5.11	6.76	4.67	4.47	5.83	3.32	3.97	3.34	5.46	4.22	3.66	1.31	1.86	3.15	3.77	4.11	3.22
Bahrain	58	4.80	5.99	4.31	3.98	5.74	4.86	3.57	4.74	4.46	4.51	3.34	1.22	1.55	2.42	3.51	3.98	4.40
Oman	67	4.84	6.35	4.39	3.90	5.50	3.39	4.12	5.11	3.91	3.72	2.64	2.10	1.99	2.00	3.59	3.50	4.65
Jordan	70	4.58	6.30	4.69	3.70	4.79	5.58	3.70	4.50	3.66	3.45	1.92	1.83	1.85	2.20	4.22	4.08	3.86
Iran, Islamic Rep.	73	2.46	5.39	4.29	3.04	4.90	3.87	3.08	6.03	2.88	2.85	3.01	3.47	3.76	2.16	3.96	4.61	3.41
Lebanon	79	3.04	5.02	4.88	3.66	4.35	5.98	3.29	4.09	3.43	2.47	4.36	1.36	1.77	1.86	3.72	5.28	3.76
Kuwait	96	4.44	6.53	4.78	3.72	5.32	2.28	2.88	3.74	4.15	3.00	1.72	1.35	1.93	2.45	3.73	3.99	3.09
Middle East		4.50	6.02	4.73	4.07	5.48	4.36	3.76	4.18	4.40	3.71	3.42	1.94	2.07	2.68	3.86	3.97	3.86
Egypt	61	3.88	5.37	3.95	3.43	4.45	5.87	3.09	6.11	4.58	3.85	2.76	3.11	3.18	2.39	4.07	2.27	4.90
Morocco	82	4.15	5.75	3.71	3.10	4.41	4.38	4.19	4.84	3.65	3.33	2.31	2.20	2.75	2.90	4.00	2.69	3.49
Tunisia	83	3.43	5.17	4.41	3.38	4.28	5.60	3.43	5.94	2.95	2.69	2.69	2.02	1.83	2.64	3.97	3.45	3.35
Algeria	98	3.24	5.58	4.35	3.03	4.41	3.69	2.49	6.03	2.66	2.80	2.61	2.47	2.20	1.94	3.42	4.47	2.82
North Africa		3.68	5.47	4.11	3.23	4.39	4.88	3.30	5.73	3.46	3.17	2.59	2.45	2.49	2.47	3.86	3.22	3.64
Middle East and North Africa		4.26	5.86	4.55	3.83	5.17	4.51	3.63	4.62	4.13	3.56	3.18	2.08	2.19	2.62	3.86	3.75	3.80

La source: website: <https://www.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024/in-full/6-regional-results> , op-cit.

من خلال الجدول يلاحظ:

- تحتل دولة الإمارات العربية المتحدة مرتبة متقدمة نسبياً (المرتبة 18) في مؤشر تنمية السفر والسياحة (TTDI) بقيمة إجمالية قدرها 5.57. ويشير هذا الموقع إلى مستوى عالٍ من الجاهزية التنافسية في القطاع مقارنة بالدول الأخرى المشمولة في التحليل.
- عند تفحص البيئة التمكينية (Enabling Environment) بقيمة 5.57، يلاحظ تفوق الإمارات بشكل خاص في مؤشري السلامة والأمن (6.40) وجاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (6.23). ويعكس هذا الأداء

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

القوي استقراراً أمنياً وبيئة رقمية متطورة، وهما عاملان حاسمان في جذب السياح وتعزيز كفاءة العمليات السياحية. كما أن قيمة بيئة الأعمال (5.57) تشير إلى إطار تنظيمي وقانوني جاذب للاستثمار في القطاع. - في فئة سياسات وظروف السفر والسياحة (T&T Policy and Enabling Conditions) بقيمة 4.63 تبرز قوة الإمارات في البنية التحتية للنقل الجوي (6.52)، مما يعكس الاستثمارات الضخمة في المطارات وشركات الطيران الوطنية التي تسهل الوصول الدولي. ومع ذلك، فإن قيمة تنافسية الأسعار (4.28) قد تستدعي دراسة مقارنة معمقة مع الجهات المنافسة.

- أما بالنسبة للبنية التحتية والخدمات (Infrastructure and Services) بقيمة 4.40، فإن الأداء القوي في البنية التحتية للخدمات السياحية (5.48) يشير إلى توفر مرافق إقامة وخدمات عالية الجودة تلبي احتياجات السياح المتنوعة.

- يمثل مؤشر موارد السفر والسياحة (T&T Resources) بقيمة 2.19 نقطة ضعيفة نسبياً. تعكس القيمة المنخفضة في الموارد الطبيعية (1.85) محدودية التنوع البيئي الطبيعي، بينما تشير قيمة الموارد الثقافية (2.48) إلى إمكانية تطوير واستثمار أكبر في التراث الثقافي والتاريخي لتعزيز جاذبية الدولة.

- أخيراً، في الاستدامة البيئية والاجتماعية والاقتصادية (T&T Sustainability) بقيمة 3.75، يظهر اهتمام متزايد بالاستدامة البيئية (4.06) وتأثير القطاع الاجتماعي والاقتصادي (2.67)، مع وجود فرص لتعزيز استدامة الطلب (3.92) على المدى الطويل.

إذن، تتمتع دولة الإمارات العربية المتحدة بتنافسية عالية جداً في قطاع السياحة على مستوى المنطقة والعالم، مدعومة بشكل خاص ببيئة أعمال جاذبة، ومستوى عالٍ من السلامة والأمن، وبنية تحتية رقمية متطورة، بالإضافة إلى بنية تحتية ممتازة للنقل الجوي والخدمات السياحية. بينما تعتبر الموارد الطبيعية والثقافية نقاطاً تحتاج إلى مزيد من التطوير، إلا أن الأداء العام للإمارات يعكس التزاماً قوياً بتطوير قطاع سياحي مستدام وتنافسي.

وكخلاصة لما سبق يمكن القول أن دولة الإمارات العربية المتحدة قد رسخت مكانتها كقوة سياحية عالمية بفضل الدور المحوري للأبعاد الجغرافية، التي أسهمت في تشكيل خصائصها السياحية الفريدة وتنوع أنواعها. وقد أظهرت الدراسة نمواً ملحوظاً في القطاع وموقعاً متقدماً ضمن مؤشرات التنافسية العالمية، مؤكدةً على تكامل العوامل الجغرافية والاقتصادية في تحقيق هذا الازدهار السياحي المستمر.

المبحث الثاني: جهود الإمارات العربية المتحدة في تطوير السياحة

تواصل دولة الإمارات العربية المتحدة تعزيز مكانتها كوجهة سياحية رائدة عالمياً، وذلك بفضل جهودها الدؤوبة ورؤيتها الاستراتيجية. يهدف هذا المبحث إلى الغوص في تفاصيل هذه الجهود المركزة التي تدعم تطور قطاع السياحة. ولتقديم تحليل شامل، سيتناول المبحث محاور رئيسية تشمل تحديث البنية التحتية السياحية ووضع الاستراتيجيات الطموحة، إلى جانب تبني تقنيات الثورة الصناعية الرابعة لتعزيز الابتكار والتميز.

وسيتم استعراض هذه الجوانب الجوهرية وتفصيلها عبر المطالب التالية:

- **المطلب الأول:** تطور البنية التحتية السياحية في الإمارات؛
- **المطلب الثاني:** الاستراتيجيات الطموحة لتطوير السياحة بالإمارات؛
- **المطلب الثالث:** تبني تقنيات الثورة الصناعية الرابعة لتطوير السياحة في الإمارات؛

المطلب الأول: تطور البنية التحتية السياحية في الإمارات

شهدت دولة الإمارات العربية المتحدة بدايات متواضعة في قطاع السياحة، خاصة في السنوات التي أعقبت تأسيس الاتحاد عام 1971. ففي تلك الفترة، لم يكن لدى الدولة صناعة سياحية متطورة بالمعنى الحديث وكان الاقتصاد يعتمد بشكل كبير على الثروة النفطية. إلا أن الرؤية المستقبلية للقيادة، وعلى رأسها الشيخ زايد بن سلطان آل نهيان، أدركت مبكراً ضرورة تنويع مصادر الدخل القومي والاستعداد لمرحلة ما بعد النفط، حيث تم إيلاء قطاع السياحة أهمية خاصة في هذه الرؤية.

شكل افتتاح أول فندق في الدولة، فندق متروبوليتان دبي، عام 1979 نقطة تحول هامة في مسيرة تطوير قطاع الضيافة الذي يُعد ركيزة أساسية في البنية التحتية السياحية. وقد ارتبط تطور السياحة في دولة الإمارات بشكل وثيق بالجهود التي بذلت في دبي، التي كانت من أوائل الإمارات التي فتحت أبوابها للسياح. فقد أدرك الشيخ راشد بن سعيد آل مكتوم، حاكم دبي آنذاك، أهمية بناء اقتصاد مستدام يتجاوز الاعتماد على النفط وبدأ في وضع الأسس لقطاع سياحي مزدهر.

وفي عام 1989، تم تأسيس مجلس دبي للترويج التجاري والسياحي، والذي تحول لاحقاً إلى دائرة السياحة والتسويق التجاري (DTCM)، بهدف تعزيز مكانة دبي كوجهة فاخرة. وعلى صعيد تطوير المطارات، تم افتتاح مطار دبي الدولي في عام 1960 ومطار أبوظبي الدولي (الآن مطار زايد الدولي) في عام 1980، كما شهدت هذه الفترة تطوير بنية تحتية أساسية للنقل.

أولاً: تطور البنية التحتية للنقل البري

سعت الإمارات الى تطوير البنية التحتية للنقل البري من خلال:

1- المراحل المبكرة وتطور الطرق

في الفترة التي سبقت تأسيس دولة الإمارات العربية المتحدة عام 1971، كانت وسائل النقل البري محدودة للغاية، حيث اعتمد التنقل بين الإمارات بشكل كبير على المسارات الرملية الوعرة والطرق الساحلية غير الممهدة. كانت هذه المسارات تمثل تحدياً كبيراً للمسافرين، حيث كانت عرضة للرياح والعواصف الرملية وكثيراً ما كانت تتسبب في ضياع المركبات أو غرزها في الرمال. كما كانت الرحلات بين المدن الرئيسية مثل دبي وأبوظبي تستغرق وقتاً طويلاً وتتسم بالصعوبة والمخاطر، خاصة في ظل غياب شبكات الاتصال الحديثة التي تتيح طلب المساعدة في حالات الطوارئ.

بدأت مرحلة تطوير الطرق الحديثة في دولة الإمارات في أواخر الستينيات والسبعينيات من القرن الماضي حيث تم إنشاء أولى الطرق المعبدة التي ربطت بين بعض الإمارات. وقد لعبت المملكة العربية السعودية دوراً هاماً في تمويل بعض هذه المشاريع الأولية، مثل الطريق الذي ربط بين دبي ورأس الخيمة مما يعكس التعاون الإقليمي في تطوير البنية التحتية الأساسية.

ومع مرور الوقت، تم إنشاء وتوسيع الطرق الرئيسية التي ربطت بين مختلف إمارات الدولة، وعلى رأسها طريق دبي - أبوظبي، الذي يُعرف حالياً باسم شارع الشيخ زايد. وقد شهد هذا الطريق تطورات كبيرة على مر السنين، حيث تحول من طريق ذي مسار واحد إلى طريق متعدد المسارات مزود بالعديد من الجسور والأنفاق لتسهيل حركة المرور وتقليل الازدحام. وقد استمرت الاستثمارات الضخمة في تطوير شبكة الطرق الحديثة في جميع أنحاء الدولة، مما ساهم بشكل كبير في سهولة تنقل الزوار والمقيمين وربط الجهات السياحية المختلفة ببعضها البعض¹.

2- إنشاء وتوسيع السكك الحديدية (Etihad rail)

في عام 2009، تأسست شركة الاتحاد للقطارات بهدف تطوير وتشغيل شبكة السكك الحديدية الوطنية في دولة الإمارات العربية المتحدة. يمثل هذا المشروع الاستراتيجي نقلة نوعية في قطاع النقل في الدولة، حيث

¹ Sheikh Zayed Road, Dubai as it used to be, website:

<https://www.dubaiasitusedtobe.net/SheikhZayedRoadDubai.shtml> , seen:11/05/2025 at 12:32 pm.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

يهدف إلى ربط المراكز السكانية والصناعية والموانئ الرئيسية بشبكة حديثة وفعالة من السكك الحديدية. يتكون مشروع الاتحاد للقطارات من عدة مراحل، وقد تم إنجاز المرحلة الأولى التي تربط بين شاه وحبشان والرويس في المنطقة الغربية من إمارة أبوظبي، وتستخدم بشكل أساسي لنقل حبيبات الكبريت. أما المراحل اللاحقة، فتهدف إلى ربط جميع إمارات الدولة ببعضها البعض، بالإضافة إلى ربط دولة الإمارات بدول مجلس التعاون الخليجي الأخرى عبر الحدود مع المملكة العربية السعودية وسلطنة عمان. من المتوقع أن تساهم شبكة السكك الحديدية الوطنية بشكل كبير في تعزيز قطاع السياحة من خلال توفير وسيلة نقل حديثة وسريعة ومريحة بين مختلف الوجهات السياحية في الدولة، بالإضافة إلى دعم النمو الاقتصادي بشكل عام من خلال تسهيل حركة البضائع والخدمات اللوجستية¹.

الجدول (13): أبرز الطرق التي تربط جميع إمارات الدولة ببعضها البعض

المرحلة	المسار	الطول	الحالة
الأولى	<input type="checkbox"/> شاه <input type="checkbox"/> حبشان <input type="checkbox"/> الرويس	264	تشغيلية
الثانية	<input type="checkbox"/> الغويفات <input type="checkbox"/> المصفح <input type="checkbox"/> ميناء خليفة <input type="checkbox"/> جبل علي <input type="checkbox"/> دبي <input type="checkbox"/> الشارقة	605	قيد الانشاء
الثالثة	ربط الامارات الشمالية بالشبكة الرئيسية	غير محدد	مخطط لها

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

(Etihad Rail-Wikipedia, website: <https://en.wikipedia.org/wiki/EtihadRail> , op-cit)

يوضح الجدول السابق أبرز الطرق التي تربط جميع إمارات الدولة ببعضها البعض.

¹ Etihad Rail - Wikipedia, website: https://en.wikipedia.org/wiki/Etihad_Rail, seen: 11/05/2025 at 12:57pm.

3- تطوير وسائل النقل العام في المدن (الحافلات والمترو والترام)

شهدت المدن الرئيسية في دولة الإمارات العربية المتحدة تطوراً ملحوظاً في شبكات النقل العام، مما ساهم في توفير خيارات تنقل ميسورة ومريحة لكل من الزوار والمقيمين. فقد تم تأسيس وتوسيع شبكات الحافلات العامة في دبي وأبوظبي والشارقة والإمارات الأخرى، لتغطي معظم المناطق الحضرية والضواحي وتوفر خدمات نقل فعالة بين مختلف الأحياء والمعالم السياحية. وقد تم تحديث هذه الشبكات بمرور الوقت بإضافة حافلات حديثة ومكيفة ومجهزة بأحدث التقنيات لضمان راحة الركاب وتوفير تجربة نقل متميزة.

يعد مترو دبي، الذي تم إنشاؤه وتشغيله كأول نظام نقل سريع في منطقة الخليج العربي، إنجازاً بارزاً في مجال تطوير البنية التحتية للنقل العام في الدولة. وقد ساهم المترو بشكل كبير في تسهيل التنقل داخل المدينة وتقليل الازدحام المروري، كما أصبح وسيلة نقل مفضلة للعديد من الزوار والمقيمين نظراً لسرعته وراحته وتغطيته لمعظم المناطق الحيوية في المدينة. بالإضافة إلى ذلك، تم تطوير أنظمة نقل حديثة أخرى مثل ترام دبي الذي يخدم مناطق حيوية مثل مرسى دبي والصفوح، وهناك مشاريع نقل مستقبلية قيد الدراسة والتطوير مثل نظام Railbus الذي يهدف إلى توفير حلول نقل مبتكرة ومستدامة¹.

4- أحدث التطورات التقنية الحادثة في النقل البري

شهد قطاع النقل البري في دولة الإمارات العربية المتحدة تحولات جذرية تمثلت في توسيع وتحديث شبكات الطرق والسكك الحديدية، بالإضافة إلى تبني مبادرات مبتكرة في مجالات النقل الذكي والمستدام. يعكس هذا التوجه الاستراتيجي رؤية الدولة نحو تعزيز الاتصال البيئي، وتحسين كفاءة التنقل، ودعم النمو الاقتصادي والسياحي.

4-1 تطوير شبكة الطرق الحديثة

أولت دولة الإمارات اهتماماً بالغاً بتطوير بنيتها التحتية للطرق. ففي إمارة أبوظبي، تم إقرار حزمة من 144 مشروعاً إنشائياً بقيمة إجمالية قدرها 66 مليار درهم إماراتي خلال عام 2024. وقد استهدفت هذه المشروعات إجراء تحسينات مرورية على محاور رئيسية مثل طريق أبوظبي - العين وطريق المصفح. وبالمثل تبنت هيئة الطرق والمواصلات في دبي خطة استثمارية بقيمة 16 مليار درهم إماراتي للفترة الممتدة من عام

¹ Everything about the Development of Transportation in the UAE, website: <https://www.dubizzle.com/blog/cars/development-transportation-uae/> seen:11/05/2025 at 13:00pm.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

2024 إلى عام 2027، تركز على تطوير الشوارع الحيوية كشارع لطيفة بنت حمدان، وشارع الميدان، وشارع المستقبل، وشارع أم سقيم، وشارع الفاي، وشارع الصفا.

كما افتتحت دبي جسراً جديداً يمتد على طول 1000 متر ويتضمن مسارين ملاحيين، يربط بين شارع حصة وشارع الخيل. وقد أسهم هذا المشروع في تقليل زمن التنقل بشكل ملحوظ. كما تضمنت خطة الفجيرة 2040 محوراً خاصاً بتعزيز البنية التحتية لقطاع النقل، مع التركيز على تطوير شبكة الطرق.

ويُستدل من حجم الاستثمارات المتعددة في تطوير الطرق على مستوى الإمارات المختلفة على التزام الدولة الراسخ بتحسين الربط وتقليص أوقات السفر. وتكتسب هذه الأهداف أهمية قصوى في تعزيز تجربة السياح وتيسير حركة التنقل بين الإمارات. ويُعد التركيز على تقليل أزمنا الرحلات، كما هو واضح في مشروع جسر شارع حصة، مؤشراً على فهم عميق لأهمية الكفاءة التشغيلية لكل من المقيمين والزوار، مما يعكس تبني نهج يتمحور حول المستخدم في تخطيط البنية التحتية¹.

4-2- تطوير قطاع السكك الحديدية

يشهد قطاع السكك الحديدية في دولة الإمارات تطورات نوعية في إطار جهود الدولة لتطوير شبكة وطنية متكاملة. وفي هذا الصدد، يُعد "قطار الاتحاد" مبادرة رائدة، حيث تعمل خدمات الشحن التابعة له بالفعل على مستوى الدولة. ومن المتوقع إطلاق خدمات نقل الركاب قريباً، وقد تم تأكيد أوقات الرحلات لخطوط استراتيجية مثل أبوظبي إلى دبي (57 دقيقة) وأبوظبي إلى الفجيرة (105 دقائق).

ستضم إمارة الشارقة محطة مخصصة لركاب قطار الاتحاد، مما يعزز ربطها بالشبكة الوطنية، وعلى صعيد التعاون الدولي، يتبادل قطار الاتحاد الخبرات مع سكك حديد باكستان بهدف تعزيز الكفاءة التشغيلية علاوة على ذلك، يشهد مشروع "هافيت ريل"، وهو مشروع مشترك بين قطار الاتحاد و"عُمان ريل"، تقدماً ملحوظاً مع بدء الأعمال الإنشائية للشبكة التي ستربط بين دولة الإمارات وسلطنة عُمان.

يمثل الإطلاق الوشيك لخدمات الركاب في قطار الاتحاد نقلة نوعية في البنية التحتية للنقل البري في الدولة، حيث من المتوقع أن يعزز بشكل كبير الاتصال بين المدن الرئيسية للمقيمين والسياح على حد سواء. كما أن التكامل مع الإمارات الأخرى والربط مع سلطنة عُمان يوسعان من آفاق السياحة الإقليمية. ويشير

¹ UAE powers ahead with landmark infrastructure developments in 2024, website: <https://www.constructionweekonline.com/news/uae-powers-ahead-with-landmark-infrastructure-developments-in-2024>, seen: 11/05/2025 at 13:11pm.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

التعاون مع سكك حديد باكستان إلى إمكانية تبادل الخبرات في تطوير وإدارة أنظمة السكك الحديدية، مما يعزز مكانة دولة الإمارات كفاعل رئيسي في قطاع النقل على مستوى المنطقة¹.

4-3- مبادرات النقل الذكي والمستدام

تولي دولة الإمارات اهتمامًا متزايدًا بتعزيز مبادرات النقل الذكي والمستدام. وتجسد ذلك في هدف دبي بتحويل 25% من وسائل النقل إلى ذاتية القيادة بحلول عام 2030. وفي هذا الإطار، من المقرر إطلاق مركبات "كروز" ذاتية القيادة في دبي. كما يُتوقع إطلاق خدمات سيارات الأجرة الطائرة في دبي خلال الربع الأول من عام 2026، بهدف ربط المناطق الحيوية مثل برج خليفة، ومرسى دبي، ومطار دبي الدولي، ونخلة جميرا. كما يشمل برنامج النقل الذكي أيضًا مشروع "سكاي بودز" في دبي، الذي سيغطي 65 كيلومترًا من المسارات على طرق رئيسية مثل شارع أم سقيم، والخور، والزعبيل. أما مشروع "ريل باص"، فهو نظام نقل مبتكر يعتمد على الطاقة الشمسية، وقد تم الإعلان عنه خلال القمة العالمية للحكومات 2025، ومن المتوقع إطلاقه في السنوات القليلة المقبلة.

ويعكس التركيز القوي على حلول النقل الذكي والمستدام مكانة دولة الإمارات المتقدمة في مجال التنقل المستقبلي. ولا تقتصر فوائد هذه المبادرات على تعزيز الكفاءة وتقليل الأثر البيئي، بل توفر أيضًا خيارات سفر فريدة وجذابة للسياح. ويُعد دمج هذه الأنظمة الذكية مع شبكات النقل العام الحالية أمرًا بالغ الأهمية لإنشاء نظام تنقل سلس ومتكامل يخدم الزوار والمقيمين على حد سواء².

1-4-5- مبادرات النقل العام المستدام

تتضمن جهود تطوير النقل العام في دولة الإمارات تحديث وتوسيع أساطيل الحافلات وسيارات الأجرة، مع التركيز بشكل خاص على الخيارات الكهربائية والمستدامة. وتطمح هيئة الطرق والمواصلات في دبي إلى تحقيق نظام نقل عام خالٍ من الانبعاثات بحلول عام 2050، مع التركيز على استخدام الحافلات وسيارات الأجرة التي تعمل بالكهرباء والهيدروجين. وقد قامت دبي بالفعل بتحويل 50% من أسطول سيارات الأجرة إلى مركبات هجينة وتستهدف التحويل الكامل إلى مركبات هجينة وكهربائية بحلول عام 2027. وفي إمارة الشارقة، تم إدخال عشر حافلات كهربائية جديدة لخدمة خطوط النقل بين المدن. كما تتبنى

¹ The Future of Transportation in the UAE, website: <https://urbantransportnews.com/news/the-future-of-transportation-in-the-uae-mega-projects-set-to-transform-urban-mobility>, seen: 11/05/2025 at 13.30 pm.

² Ibid.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

أبوظبي برنامجًا لتقييم الحافلات الخضراء يهدف إلى تحويل جزيرة أبوظبي إلى منطقة نقل عام خضراء تعتمد على حافلات تعمل بالهيدروجين والكهرباء بحلول عام 2030.

يُظهر هذا التوجه القوي نحو النقل العام المستدام على مستوى الدولة التزامًا بتقليل البصمة الكربونية لقطاع السياحة وتوفير خيارات سفر صديقة للبيئة للزوار. ويتمشى تبني المركبات الكهربائية والهيدروجينية مع الأهداف العالمية للاستدامة ويمكن أن يعزز الصورة الدولية لدولة الإمارات كوجهة سياحية مسؤولة بيئيًا. ومع ذلك، فإن نجاح هذه المبادرات يعتمد على تطوير بنية تحتية متكاملة لشحن وتزويد المركبات الكهربائية والهيدروجينية بالوقود في جميع أنحاء البلاد¹.

ثانياً: تطور البنية التحتية للنقل الجوي

تظهر أهم التطورات التي مست البنية التحتية للنقل الجوي في:

1- تأسيس وتوسيع المطارات الرئيسية (دبي، أبوظبي، الشارقة وغيرها)

شهد قطاع النقل الجوي في دولة الإمارات العربية المتحدة تطورًا هائلًا على مر العقود، حيث تم تأسيس وتوسيع المطارات الرئيسية لتواكب النمو المتزايد في حركة السفر والسياحة. يُعد مطار دبي الدولي مثالًا بارزًا على هذا التطور، حيث تحول من مطار صغير افتُتح عام 1960 إلى واحد من أكثر المطارات ازدحامًا في العالم. وقد مر المطار بعدة مراحل من التوسع والتحديث، شملت إنشاء مدارج جديدة ومباني ركاب حديثة وزيادة الطاقة الاستيعابية لمواكبة الأعداد المتزايدة من المسافرين، الذي وصل عددها 23.4 مليون مسافر خلال الربع الأول من 2025.

وبالمثل، تم إنشاء مطار زايد الدولي (مطار أبوظبي الدولي سابقًا) عام 1982 وتوسعته بشكل كبير ليخدم النمو المتزايد في حركة السفر والسياحة في إمارة أبوظبي. وقد تم تزويد المطار بأحدث التقنيات والمرافق لضمان توفير تجربة سفر مريحة وسلسة للمسافرين الذي بلغ عددهم 29.4 مليون مسافر في 2024. بالإضافة إلى ذلك، تم تطوير مطارات أخرى في الدولة مثل مطار الشارقة ورأس الخيمة والفجيرة لتلبية احتياجات المناطق المختلفة وتعزيز الاتصال الجوي على مستوى الدولة².

¹ On Sustainable Public Transport In The UAE, website: <https://www.thegazelle.org/issue/261/sustainable-public-transport-uae>, seen: 11/05/2025 at 14:00pm.

² Dubai International Airport - Wikipedia, website: https://en.m.wikipedia.org/wiki/Dubai_International_Airport, seen: 11/05/2025 at 15.30pm

2- نمو وتأثير شركات الطيران الوطنية (طيران الإمارات والاتحاد للطيران)

لعبت شركات الطيران الوطنية، وعلى رأسها طيران الإمارات والاتحاد للطيران، دورًا محوريًا في ربط دولة الإمارات بالعالم وتعزيز مكانتها كمركز عالمي للطيران والسياحة. فقد تأسست طيران الإمارات عام 1985 ونمت بسرعة لتصبح واحدة من أكبر شركات الطيران في العالم، حيث تربط دبي بمئات الوجهات في مختلف القارات. وبالمثل، تأسس الاتحاد للطيران عام 2003 وسرعان ما أصبحت شركة طيران عالمية المستوى تساهم في تعزيز مكانة أبوظبي كمركز عالمي للطيران والسياحة. وقد ساهم النمو الهائل في أساطيل هذه الشركات وتوسع شبكاتها بشكل كبير في زيادة أعداد المسافرين عبر مطارات الدولة وفي تعزيز مساهمة قطاع الطيران في الناتج المحلي الإجمالي¹.

3- أحدث التطورات التقنية الحادثة في النقل الجوي

من أحدث التقنيات الحادثة في النقل الجوي لدولة الامارات ما يلي:

3-1- التوسع والتحديث الشامل للمطارات الرئيسية

تتبنى دولة الإمارات استراتيجية طموحة لتوسيع وتحديث مطاراتها الرئيسية، بهدف زيادة طاقتها الاستيعابية وتعزيز كفاءتها التشغيلية وقدرتها على استيعاب النمو المتوقع في حركة المسافرين والشحن الجوي. وتعكس التوسعات الهائلة في كل من دبي وأبوظبي إدراك القيادة الإماراتية للدور الحيوي الذي يلعبه قطاع الطيران في تحقيق أهداف التنمية الاقتصادية والسياحية للدولة. كما تشير إلى استشراف للمستقبل وتوقع للزيادة المطردة في حجم السفر الجوي على الصعيدين الإقليمي والعالمي. علاوة على ذلك، فإن التركيز على دمج التكنولوجيا المتقدمة وتحسين تجربة المسافرين في تصميم مطار آل مكتوم الدولي يعكس فهمًا عميقًا للاحتياجات المتطورة للمسافرين المعاصرين وتوقعاتهم المتعلقة بالراحة والكفاءة والابتكار في الخدمات المقدمة².

3-2- التوسع الاستراتيجي لشبكات شركات الطيران الوطنية

تعد شركات الطيران الوطنية الإماراتية، وعلى رأسها طيران الإمارات والاتحاد للطيران وفلاي دبي وويز إير أبوظبي، محركًا رئيسيًا لنمو قطاع النقل الجوي في الدولة. تتبنى هذه الشركات استراتيجيات توسعية طموحة تهدف إلى تعزيز ربط دولة الإمارات بمختلف أنحاء العالم وتوفير خيارات سفر متنوعة للمسافرين.

¹ UAE aviation: A story of takeoffs and landings, website: <https://gulfnews.com/business/aviation/uae-aviation-a-story-of-takeoffs-and-landings-1.925143>, seen: 11/05/2025 at 15:48pm.

² The future of UAE infrastructure - Turner & Townsend, website: <https://www.turnerandt Townsend.com/insights/the-future-of-uae-infrastructure/>, seen: 11/05/2025 at 16:22pm.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

إن التوسع المستمر في شبكات خطوط الطيران من قبل شركات الطيران الإماراتية يمثل عاملاً حاسماً في دعم نمو قطاع السياحة في الدولة. من خلال توفير المزيد من خيارات السفر وربط دولة الإمارات بشبكة واسعة من الأسواق الدولية، تساهم هذه الشركات بشكل مباشر في جذب المزيد من الزوار وتعزيز مكانة الإمارات كوجهة سياحية عالمية. ويُلاحظ أن التركيز الاستراتيجي على التوسع في أسواق متنوعة، بما في ذلك الاقتصادات الناشئة والمناطق التي قد تعاني من نقص في خدمات الطيران المباشر، يشير إلى نهج استباقي لتتويج الأسواق المصدرة للسياحة في دولة الإمارات العربية المتحدة وتقليل الاعتماد على أسواق تقليدية محددة¹.

3-3- تطوير النقل الجوي المتقدم

تتبنى دولة الإمارات رؤية مستقبلية للنقل الحضري من خلال الاستثمار في تطوير تقنيات النقل الجوي المتقدمة، وخاصة مشاريع الطائرات بدون طيار لنقل الركاب والبضائع.

- **تخطيط الممرات الجوية ولوائح eVTOL**: بدأت دولة الإمارات بالفعل في مراحل متقدمة من تخطيط الممرات الجوية وصياغة اللوائح التنظيمية المصاحبة لعمليات الإقلاع والهبوط العمودي الكهربائي (eVTOL) الموجهة وذاتية القيادة. ومن المتوقع الانتهاء من تخطيط هذه الممرات الجوية في غضون 20 شهراً، مما يشير إلى التزام جاد بتفعيل هذا النوع من النقل في المستقبل القريب.

- **التعاون في مجال سيارات الأجرة الجوية الكهربائية**: تتعاون دبي بشكل فعال مع شركة "جوبي أفليشن" بهدف إنشاء نظام بيئي متكامل لسيارات الأجرة الجوية الكهربائية ذاتية القيادة. وقد تم الإعلان عن إجراء رحلات تجريبية لهذه التقنية المبتكرة في عام 2024، مما يعكس التقدم الملموس في هذا المشروع الطموح.

إن هذا النهج الاستباقي الذي تتبناه دولة الإمارات في تطوير البنية التحتية للنقل الجوي المتقدم يعكس رؤية استشرافية تهدف إلى تبني حلول نقل مبتكرة ومستدامة. تتمتع سيارات الأجرة الجوية وطائرات الشحن بدون طيار بالقدرة على إحداث تحول جذري في مفاهيم التنقل الحضري، والمساهمة في تقليل الازدحام المروري وتحسين كفاءة نقل البضائع، وتقديم تجارب فريدة وجذابة للسياح في المستقبل. كما أن الاستثمار في هذا

¹ Emirates Plans To Launch These New Routes In 2025 - Simple Flying, website: <https://simpleflying.com/emirates-new-routes> , seen: 11/05/2025 at 17:00pm.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

المجال يضع دولة الإمارات في طليعة الدول التي تستعد لمستقبل النقل الجوي وتستفيد من الإمكانيات الهائلة التي توفرها هذه التقنيات الناشئة¹.

والجدول التالي يلخص التطورات التقنية في قطاع النقل الجوي في دولة الإمارات العربية المتحدة:

الجدول (14): التطورات التقنية في قطاع النقل الجوي في دولة الإمارات العربية المتحدة

الأهداف الاستراتيجية والتأثير المتوقع	التقنيات والمبادرات الرئيسية	مجال التطوير التقني
<ul style="list-style-type: none"> - تعزيز تجربه الركاب وتوفير رحله سلسة وغير تلامسية. - تحسين كفاءة العمليات التشغيلية والامنية في المطارات. - زيادة الطاقة الاستيعابية للمطارات. - ترسيخ مكانة الامارات كمركز عالمي رائد في تكنولوجيا السفر الجوي. 	<ul style="list-style-type: none"> - تطبيق أنظمه القياسات الجوية لتسجيل الوصول والهجره والصعود الى الطائره في مطار دبي الدولي ومطار زايد الدولي - استخدام الذكاء الاصطناعي لمساعدته الركاب - تطبيق مساحة التصوير المقطعي المحوسب المتقدمه في مطار دبي الدولي لتسريع النفتيش الامني - تطوير مطار آل مكتوم الدولي بتكامل واسع النطاق للذكاء الاصطناعي والقياسات الحيويه والروبوتات. 	<ul style="list-style-type: none"> - تحديثات تكنولوجيا المطارات
<ul style="list-style-type: none"> - توفير وسيلة نقل مبتكرة وسريعة داخل المدن. - تقديم تجارب سياحية فريدة باطلاات جوية. - تحسين الاتصال بين المناطق الرئيسية والمطارات. 	<ul style="list-style-type: none"> - شركات بين دبي وابو ظبي مع شركات مثل Joby Aviation و Archer Aviation لتوفير خدمات سيارات الاجرة الجوية. - تخطيط ممرات جوية وتطوير أطر تنظيمية لسيارات الاجرة الجوية والطائرات بدون طيار لنقل الركاب والبضائع. 	<ul style="list-style-type: none"> - التنقل الجوي المتقدم

¹ Department of Municipalities and Transport completes milestone, website: <https://www.mediaoffice.abudhabi/en/infrastructure/departement-of-municipalities-and-transport-completes-milestone-projects-worth-aed4bn-in-2024>, seen: 11/05/2025 at 17:10pm.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

<ul style="list-style-type: none"> - ترسيخ مكانة الامارات كاولى الدول في تنفيذ خدمات سيارات الاجرة الجوية والتجارية. 	<ul style="list-style-type: none"> - انشاء مهابط عمودية في مواقع رئيسية مثل مطار دبي الدولي ووسط مدينة دبي ونخلة جميرا ومرسى دبي. 	
<ul style="list-style-type: none"> - تحسين تجربة السفر وتوفير راحة أكبر للركاب. - تقديم أحدث التقنيات في مجال الترفيه والاتصال على متن الطائرة. - تعزيز جاذبية شركة الطيران الاماراتية للمسافرين الدوليين. 	<ul style="list-style-type: none"> - كشف طيران الامارات عن اول طائرة ايرباص A350 بمقصورات جديدة وانظمة ترفية متقدمة. - تقديم الاتحاد للطيران طائرات ايرباص A321LR جديدة بمميزات راحة متقدمة للرحلات القصيرة ومتوسطة المدى. 	<p>تكنولوجيا الطائرات الجديدة</p>
<ul style="list-style-type: none"> - تبسيط اجراءات السفارة وتحسين تجربة الركاب في كل مرحلة. - توفير خيارات دفع مريحة وآمنة. - تعزيز كفاءة الخدمة على متن الطائرة وفي المطار. - توفير تجربة سفر أكثر تخصيصا وملائمة للسياح. 	<ul style="list-style-type: none"> - تبني الاتحاد للطيران تقنية Skypad لافراد طاقم الطائرة لتعزيز الخدمة وتبسيط تجارب تناول الطعام. - تعزيز طيران الامارات وياييال لعلاقتهم في مجال المدفوعات الرقمية لتوفير راحة اكبر للمسافرين. - تعاون مطارات أبو ظبي مع الهيئة الاتحادية للهوية والجنسية القائم على القياسات الحيوية في مطار زيد الدولي. - تعزيز الاتحاد للطيران لمنصاتها الرقمية بمميزات جديدة تركز على العملاء. 	<p>حلول رقمية للسفر الجوي</p>

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

Department of Municipalities and Transport completes milestone, website:
<https://www.mediaoffice.abudhabi/en/infrastructure/department-of-municipalities-and-transport-completes-milestone-projects-worth-aed4bn-in-2024>, op-cit.

يوضح الجدول السابق تحليلا شاملا لتطور النقل الجوي وأثره على السائح.

ثالثاً: تطور البنية التحتية للنقل البحري

شهدت البنية التحتية للنقل البحري تطوراً هائلاً، مدفوعاً بالنمو التجاري والتقدم التكنولوجي. فلم تعد الموانئ مجرد أماكن لرسو السفن وتفريغ البضائع، بل أصبحت مراكز لوجستية متكاملة تستخدم أحدث التقنيات لزيادة الكفاءة وتقليل التكاليف.

1- تطوير الموانئ التجارية الكبرى (جبل علي، راشد، خليفة)

تُعد الموانئ التجارية الكبرى في دولة الإمارات العربية المتحدة من الركائز الأساسية في دعم التجارة والخدمات اللوجستية، ولها أيضاً تأثير غير مباشر على قطاع السياحة من خلال تعزيز مكانة الدولة كمركز عالمي متطور. فقد تم تأسيس وتطوير ميناء راشد في دبي في أوائل السبعينيات من القرن الماضي، ولعب دوراً حاسماً في تحويل دبي إلى مركز تجاري عالمي من خلال تسهيل حركة الاستيراد والتصدير. وفي عام 1979، تم افتتاح ميناء جبل علي، الذي يُعد أكبر ميناء اصطناعي في العالم، وقد ساهم بشكل كبير في تعزيز التجارة والخدمات اللوجستية في المنطقة. بالإضافة إلى ذلك، تم تطوير موانئ أخرى مثل ميناء خليفة في أبوظبي، والذي يلعب دوراً متزايد الأهمية في دعم النمو الاقتصادي وتنويعه¹.

2- أحدث التطورات التقنية الحادثة في النقل البحري

شهد قطاع النقل البحري في دولة الإمارات العربية المتحدة تحولات جذرية مدفوعة باستراتيجية طموحة لتعزيز مكانتها كمركز لوجستي وتجاري عالمي. تجسدت هذه التطورات في ثلاثة محاور رئيسية: التوسع والتحديث المستمر للموانئ التجارية، تطوير محطات متخصصة للسفن السياحية ذات المعايير العالمية، وتبني مبادرات مبتكرة في مجال النقل البحري المستدام والذكي.

2-1- التوسع والتحديث الاستراتيجي للموانئ التجارية

تُولي دولة الإمارات اهتماماً بالغاً بتطوير بنيتها التحتية المينائية، إدراكاً لدورها الحيوي في دعم حركة التجارة والخدمات اللوجستية. يتجلى ذلك في المشاريع التوسعية الطموحة التي تشهدها موانئها الرئيسية. ويُعد التوسع والتحديث المستمر للموانئ الإماراتية أمراً بالغ الأهمية ليس فقط لدعم النمو المتزايد في قطاعي التجارة والخدمات اللوجستية، بل يُمثل أيضاً عاملاً محورياً في تعزيز قطاع السياحة البحرية المتنامي في

¹ Celebrating 40 Years of Port Development - Lighthouse - CSS Group, website: <https://cssgroupsite.com/lighthouse/celebrating-40-years-of-port-development/>, seen: 11/05/2025 at 17:30pm

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

الدولة. كما أن التركيز المتزايد على الاستدامة في تطوير هذه الموانئ يتماشى مع الأهداف البيئية العالمية ويعكس وعياً بأهمية التنمية المستدامة¹.

2-2- تطوير محطات عالمية المستوى للسفن السياحية

إلى جانب تطوير الموانئ التجارية، أولت دولة الإمارات اهتماماً خاصاً بتعزيز بنيتها التحتية لاستقبال السفن السياحية، وذلك بهدف ترسيخ مكانتها كوجهة رائدة للسياحة البحرية في المنطقة.

2-3- تبني المبادرات المبتكرة في النقل البحري المستدام والذكي

تُظهر دولة الإمارات ريادة واضحة في تبني الابتكار في قطاع النقل البحري، من خلال إطلاق وتبني مبادرات طموحة تهدف إلى تحقيق الاستدامة وتعزيز الكفاءة أبرزها:²

- مشروع "سي جلايدر": يُمثل نقلة نوعية في تكنولوجيا النقل البحري، حيث يجري تطوير هذا النوع الجديد من السفن البحرية عالية السرعة والكهربائية بالكامل. وتدرس الدولة مسارات محتملة لهذه السفن، مثل الربط بين أبوظبي ودبي في غضون 25 دقيقة، مما سيحدث ثورة في خيارات التنقل بين المدن الرئيسية. وقد وقعت شركة "ريجننت" اتفاقية لإنشاء مشروع مشترك لتصنيع وتقديم خدمات "سي جلايدر" في دولة الإمارات مما يؤكد على التزام الدولة بدعم الابتكارات التكنولوجية في هذا المجال.

- تطوير العبارات الكهربائية ذاتية القيادة: تقوم هيئة الطرق والمواصلات في دبي بتجربة أول عبّرة كهربائية ذاتية القيادة، تعمل بدون انبعاثات كربونية، وذلك في إطار هدفها الطموح بجعل 25% من وسائل النقل العام ذاتية القيادة بحلول عام 2030. بالإضافة إلى ذلك، تعمل دبي على تطوير أول عبّرة كهربائية في العالم باستخدام تقنية الطباعة ثلاثية الأبعاد، مما يجمع بين الابتكار في مجال النقل البحري وتقنيات التصنيع المتقدمة.

تعكس هذه المبادرات الرائدة في مجال النقل البحري الكهربائي وذاتي القيادة التزام دولة الإمارات بتحقيق أهداف الاستدامة البيئية وخفض الانبعاثات الكربونية في جميع القطاعات. كما أنها توفر خيارات سفر أسرع وأكثر استدامة وراحة لكل من السكان والسياح، مما يُعزز من صورة الدولة كمركز متقدم تقنياً ومهتم بالبيئة.

¹ U.A.E. - Port - New projects information in India, Middle East, South Asia - News on Projects, website: <https://www.newsonprojects.com/country?country=12&industry=9>, seen: 11/05/2025 at 18:18pm.

² Dubai Marine Transport Master Plan-2030 | The Official Portal of the UAE, website: <https://u.ae/en/about-the-uae/strategies-initiatives-and-awards/strategies-plans-and-visions/transport-and-infrastructure/dubai-marine-transport-master-plan>, seen: 11/05/2025 at 19:30pm.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

ويمكن القول أن دولة الإمارات العربية المتحدة تحرز تقدماً ملحوظاً في الاستفادة من التكنولوجيا لتعزيز بنيتها التحتية السياحية، وخاصة في مجال النقل البري والجوي والبحري. تؤدي هذه التطورات إلى زيادة الكفاءة وتحسين تجارب الركاب وقطاع سياحي أكثر استدامة. ويدعم حكومي مستمر وتركيز قوي على الابتكار، تحتل دولة الإمارات العربية المتحدة مكانة رائدة عالمياً في مجال السياحة الذكية والنقل.

المطلب الثاني: استراتيجية الإمارات العربية المتحدة الطموحة لتطوير السياحة

منذ تأسيسها في 2 ديسمبر 1971، شهدت دولة الإمارات العربية المتحدة تحولاً ملحوظاً، مدفوعاً برؤيتها الطموحة، واستثماراتها الاستراتيجية، ومواردها الطبيعية. وقد نمت الدولة لتصبح قوة عالمية تتمتع باقتصاد متنوع يرتكز على المعرفة والاستراتيجية طويلة الأجل.

ولقد قامت دولة الإمارات بتجديد هويتها السياحية، حيث استقطبت ملايين الزوار سنوياً، مدعومة ببنية تحتية عالمية المستوى ومعالم سياحية أيقونية مثل برج خليفة ونافورة دبي. ومع ذلك، فقد شهد القطاع السياحي العالمي تقلبات كبيرة في السنوات الأخيرة، مما استلزم تطبيق استراتيجيات جديدة للتغلب على المنافسة المتزايدة من وجهات أخرى والتكيف مع الطلب المتغير باستمرار.

في هذا السياق، تم الإعلان عن استراتيجية السياحة لدولة الإمارات العربية المتحدة 2031 في نوفمبر 2022، لتشمل سلسلة من المبادرات التنموية والاقتصادية لدفع نمو الدولة في مختلف القطاعات السياحية. يتمثل أحد الأهداف الرئيسية للخطة في تعزيز مكانة دولة الإمارات العربية المتحدة كوجهة سياحية رئيسية في العالم.

تم تطوير استراتيجية السياحة لدولة الإمارات العربية المتحدة 2031، التي تتدرج ضمن "مشاريع الخمسين" كأحد أهم المشاريع في السنوات القادمة، بالتعاون مع وزارة الاقتصاد الإماراتية والجهات المحلية والاتحادية الأخرى، بما في ذلك وزارة الخارجية والتعاون الدولي والهيئة الاتحادية للهوية والجنسية والجمارك وأمن المنافذ ومصرف الإمارات العربية المتحدة المركزي والهيئة العامة للطيران المدني والعديد من الشركات العالمية.

تتكون الاستراتيجية من مبادرات وسياسات متعددة تركز بشكل أساسي على أربعة محاور رئيسية كالتالي:¹

- تعزيز الهوية السياحية الوطنية الموحدة؛

¹ Report Roland Berger, The UAE Tourism Strategy 2031, website: <https://www.rolandberger.com>, seen: 12/05/2025 at 12:00pm.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

• تطوير وتنويع المنتجات السياحية المتخصصة؛

• بناء القدرات السياحية وتشجيع مساهمة الكوادر الوطنية في القطاع السياحي؛

• زيادة الاستثمارات في جميع القطاعات السياحية.

تهدف الاستراتيجية الوطنية الجديدة للسياحة 2031 أيضاً إلى تعزيز مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي ليصل إلى 450 مليار درهم بحلول عام 2031، بزيادة سنوية قدرها 27 مليار درهم. علاوة على ذلك، تهدف الاستراتيجية إلى جذب استثمارات إضافية جديدة بقيمة 100 مليار درهم إلى الدولة بحلول عام 2031.

وبالتالي، ستضع الاستراتيجية الدولية الخليجية على المسار الصحيح نحو خلق بيئة جاذبة وأمنة مع تركيز قوي على الاستدامة والتكنولوجيا والتراث الثقافي. وتهدف الخطة أيضاً إلى تطوير وتقديم منتجات سياحية مبتكرة مع الحفاظ على القدرة التنافسية وتدفق مستمر من السياح في المستقبل.

وسيتم استعراض استراتيجية السياحة في دولة الإمارات العربية المتحدة 2031 في ضوء محاورها الأربعة:

1- تعزيز الهوية السياحية الوطنية الموحدة

تشير الأدلة الأثرية إلى أن الاستيطان البشري في المنطقة يعود إلى ما يقرب من 125,000 عام. وفي أعقاب فترة من الحماية البريطانية كدويلات متصالحة، اتحدت الإمارات السبع (أبوظبي ودبي والشارقة وعجمان وأم القيوين والفجيرة ورأس الخيمة) لتشكيل اتحاد في عام 1971. وبعد عام، انضمت رأس الخيمة إلى الاتحاد الذي أصبح يعرف الآن باسم دولة الإمارات العربية المتحدة.

شكلت عملية التوحيد هذه علامة فارقة مهمة في تاريخ المنطقة، حيث أدت إلى ظهور كيان سياسي واحد ووفرت إطاراً للتعاون والتنمية. وبفضل العديد من أوجه التشابه، لا سيما الدين والتقاليد المشتركة، فضلاً عن الرؤية والتطلعات الاستراتيجية المشتركة، تعمل الإمارات السبع على تحقيق أهداف مشتركة، مثل التنوع الاقتصادي القائم على المعرفة والقدرة التنافسية، وتحسين مستوى المعيشة العالمي.

وعلى الرغم من هذه القواسم المشتركة، تتمتع كل إمارة بهوية وتاريخ وثقافة ومسار تنموي فريد، مما يوفر مجموعة متنوعة من التجارب للزوار والمقيمين على حد سواء.

فلا يوجد مكان يضاهي دبي في مظاهر الفخامة التي تتجلى في ناطحات السحاب المذهلة ونمط الحياة الفخم، والذي يعتمد إلى حد كبير على مكانتها العالمية كمركز تجاري وكمنازة للابتكار. ومع مواردها النفطية

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

والغازية الراسخة وتراثها التاريخي العميق، برزت أبوظبي كقوة سياسية واقتصادية للبلاد، مما يوفر ثروة من الفرص لأولئك الذين يطمحون إلى الازدهار وفقاً لأعلى المعايير. يقدم هذا التنوع فرصاً للإمارات الأخرى حيث تتميز الشارقة بمشهدها الفني والثقافي النابض بالحياة وتراثها الغني، بينما تعتبر الفجيرة وجهة فريدة لمحبي الطبيعة بفضل جبالها الوعرة وشواطئها الخلابة. وفي الوقت نفسه، توفر عجمان تجربة إماراتية أصيلة وهادئة مع شواطئها الممتدة ومعالمها التاريخية وأسواقها التقليدية وثقافتها المحلية الغنية. بالنسبة لأولئك الذين يبحثون عن أنشطة خارجية مبهجة مثل المشي لمسافات طويلة والتسلق، فلا يوجد أبعد من رأس الخيمة بتضاريسها الجبلية الوعرة المقترنة بالضيافة الإماراتية التقليدية والفنادق الفاخرة. وأخيراً، تعتبر أم القيوين وجهة مثالية لأولئك الذين يبحثون عن ملاذ هادئ وأجواء شاطئية مريحة وتجارب أصيلة بعيداً عن صخب الوجهات الأكثر شهرة¹.

فكل إمارة في دولة الإمارات العربية المتحدة تقدم عرضاً سياحياً متميزاً خاصاً بها، والرسم التالي يوضح ذلك:

الشكل (21): السياحة في دولة الإمارات العربية المتحدة حسب كل إمارة



La Source: Ministry of Economy, Government of Dubai, Abu Dhabi Department of Culture and Tourism, Sharjah Commerce & Tourism Development Authority (SCT- DA) , **Government of Fujairah, View emirate in the UAE offers its own distinct tourism offering**, website:

<https://Ministry Of EconomyUAE>, seen: 12/05/2025 at 12:30 pm.

¹ Ministry of Economy, Government of Dubai, Abu Dhabi Department of Culture and Tourism, Sharjah Commerce & Tourism Development Authority (SCT- DA) , **Government of Fujairah, View emirate in the UAE offers its own distinct tourism offering**, website: <https://Ministry Of EconomyUAE>, seen: 12/05/2025 at 12:30 pm.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

ويوضح الشكل السابق أن كل إمارة من الإمارات تزخر بسياحة مميزة لذلك وللمضي قدماً، وبناء استراتيجية موحدة على مستوى الدولة مع الحفاظ على التفرد السياحي لكل إمارة يجب التعاون والتآزر بين الإمارات السبع لتعزيز القدرة التنافسية السياحية لدولة الإمارات العربية المتحدة على المستوى العالمي. كما يجب على الإمارات تطوير علامة تجارية سياحية وطنية موحدة تعكس قيمها المشتركة وهويتها. في الوقت نفسه، يجب تمكين كل إمارة من تطوير عروضها السياحية المتخصصة التي تستفيد من ملفها الفريد وقيمها بحيث يمكن لدولة الإمارات العربية المتحدة تلبية احتياجات مجموعة واسعة من الزوار.

في هذا الصدد، تأسس مجلس الإمارات للسياحة في عام 2021 لتعزيز التعاون والتنسيق بين جميع أصحاب المصلحة في القطاع السياحي في دولة الإمارات العربية المتحدة. المجلس مسؤول عن تطوير استراتيجيات سياحية متكاملة على مستوى الدولة وتشريعات لدعم مشاريع التنمية السياحية المختلفة وإنشاء قاعدة بيانات وطنية شاملة للمعلومات السياحية.

بالإضافة إلى ذلك، تتبنى الحكومة والجهات الحكومية التحول الرقمي لتبسيط العمليات وتعزيز الشفافية. يهدف هذا النهج إلى إنشاء إطار تنظيمي مرن وجذاب للمستثمرين عبر الإنترنت. وفي سياق أوسع، تهدف الشفافية إلى بناء الثقة بين المستثمرين وضمان بيئة أعمال أكثر ملاءمة.

2- تطوير وتنويع المنتجات السياحية المتخصصة

لفهم كيف للإمارات أن تطور وتنوع من منتجاتها السياحية سوف يتبادر في الذهن سؤال، ما هو نوع العروض السياحية المتخصصة التي يجب على دولة الإمارات العربية المتحدة التركيز عليها لزيادة إنفاق السياح؟، وللإجابة على هذا سيعتمد على ما يلي:

2-1 - صناعة تجارب تعزز الإنفاق السياحي

شهد عام 2019 زيادة كبيرة في عدد الغرف الفندقية لتصل إلى 180 ألف غرفة، تشير هذه الزيادة في القدرة الاستيعابية إلى التزام دولة الإمارات العربية المتحدة بتوفير بنية تحتية وعروض عالمية المستوى، إلى جانب سجلها الحافل في جذب السياح.

ومع ذلك، فإن زيادة مساهمة القطاع في الناتج المحلي الإجمالي بمقدار 2.5 ضعف من 180 مليار درهم إماراتي في عام 2019 إلى 450 مليار درهم إماراتي بحلول عام 2031 هو مسعى طموح، ويتطلب من دولة

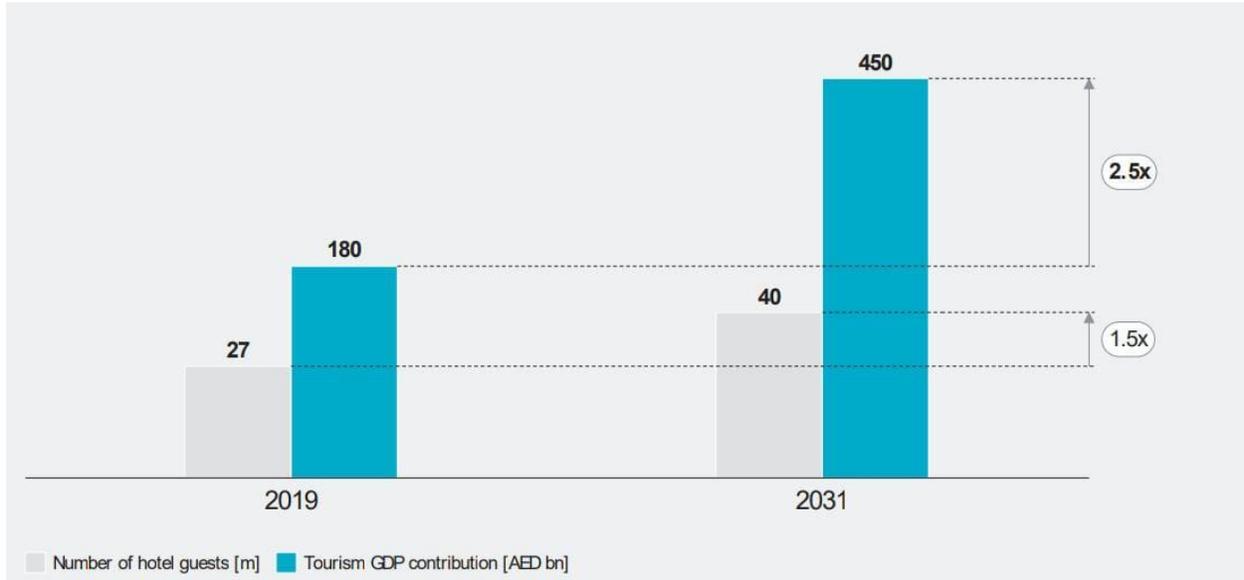
الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

الإمارات العربية المتحدة إيجاد طرق لزيادة إنفاق كل زائر أو إطالة مدة إقامته¹.

والشكل التالي يوضح ذلك:

الشكل (22): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي وعدد النزلاء في الفنادق في دولة الإمارات

العربية المتحدة، 2031-2019



La Source: Ministry of Economy, The volume and value of the tourism and hospitality

industry is expected to grow significantly in the coming decade, website:

<https://www.moec.gov.ae/en/home>, Seen: 12/05/2025 at 12:54pm.

يظهر الرسم البياني زيادة كبيرة في كلا المؤشرين في عام 2031 مقارنة بعام 2019

2-2- الاستفادة من النجاحات السابقة

بالاستفادة من تراثها الثقافي الغني ومعالمها المعمارية المتنوعة ومرافقها الترفيهية، وضعت دولة الإمارات العربية المتحدة نفسها تدريجياً كوجهة سياحية عالمية تجذب ملايين الزوار سنوياً، وخاصة العائلات والأزواج الذين يبحثون عن الترفيه والاسترخاء والمغامرة.

علاوة على ذلك، شهدت دولة الإمارات العربية المتحدة استثمارات كبيرة في مناطق الجذب السياحي ذات المستوى العالمي والمعالم الثقافية والمنتزهات الترفيهية التي حققت نجاحاً كبيراً في تحسين تجربة الزوار الشاملة.

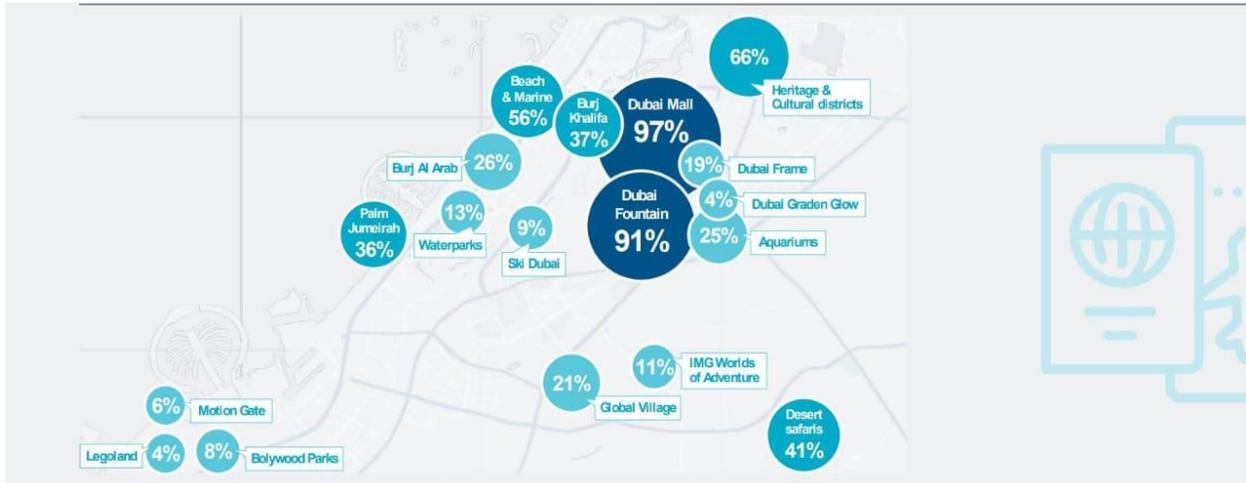
¹ Ministry of Economy, The volume and value of the tourism and hospitality industry is expected to grow significantly in the coming decade, website: <https://www.moec.gov.ae/en/home>, Seen: 12/05/2025 at 12:54pm.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

فمثلاً، بالنظر إلى دبي وحدها، لا يزال دبي مول أحد أكثر مناطق الجذب استقطاباً للزوار في البلاد، حيث يجذب أعداداً كبيرة من السياح المحليين والدوليين. إلى جانب نافورة دبي الشهيرة والعديد من العروض الأخرى يظل المول وجهة شهيرة للتسوق والترفيه وتناول الطعام وعلى الرغم من أن الإمارات مثل دبي لديها العديد من العروض، إلا أن مواقع قليلة تجذب الغالبية العظمى من الزوار¹.

والشكل التالي يوضح حصة الزوار حسب مناطق الجذب الرئيسية في دبي:

الشكل (23): حصة الزوار حسب مناطق الجذب الرئيسية في دبي



La Source: Dubai International Visitors Survey 2019, Whilst emirates such as Dubai have several offerings, select sites attract the vast majority of visitors, website:

<https://www.dubaidet.gov.ae/ar/research-and-insights>, seen: 12/05/2025 at 13:00pm.

من الشكل تشير الأرقام إلى أن عدداً قليلاً من المواقع، مثل دبي مول وبرج خليفة ونخلة جميرا، تستحوذ على غالبية الزوار. كما تشمل الأمثلة البارزة الأخرى على مستوى دولة الإمارات العربية المتحدة متحف اللوفر أبوظبي، الذي يضم روائع عالمية، والحي الثقافي في السعديات، وهو مركز ثقافي نابض بالحياة يجذب الزوار إلى أبوظبي. بالإضافة إلى ذلك، يعد جراند بريكس أبوظبي حدثاً رياضياً عالمياً يجذب حشوداً كبيرة. علاوة على ذلك، من المتوقع أن يعزز معرض إكسبو 2020 دبي، الذي أقيم مؤخراً، مكانة الدولة كوجهة سياحية رائدة.

ومما لا شك فيه أن دولة الإمارات العربية المتحدة لديها القدرة على تنمية قطاعها السياحي وتوسيع

¹ Dubai International Visitors Survey 2019, Whilst emirates such as Dubai have several offerings, select sites attract the vast majority of visitors, website: <https://www.dubaidet.gov.ae/ar/research-and-insights>, seen: 12/05/2025 at 13:00pm.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

عروضها، والانتقال من السياحة التقليدية إلى خيارات مستدامة تركز على الثقافة والمغامرة والعافية وغيرها من العروض المتخصصة.

ومن هنا يركز الركن الثاني من الاستراتيجية - "تطوير وتنويع المنتجات السياحية المتخصصة" - على النجاح المذكور أعلاه. لتحقيق النجاح الكامل، يجب على السلطات السياحية في دولة الإمارات العربية المتحدة التفكير في التوسع والتنويع بما يتجاوز العروض الحالية.

في هذا الصدد، يجب التركيز على فهم وتلبية احتياجات مجموعات الزوار المختلفة. وبالمثل، فإن استكشاف إمكانية بناء فنادق متوسطة الميزانية في الأسواق الناشئة يمثل فرصة واعدة لتكملة الفنادق الفاخرة القائمة.

في هذا الصدد، يقترح رولاند بيرجر أنه يجب على دولة الإمارات العربية المتحدة أن تتوسع عروضها في السوق المتوسطة لجذب شريحة أوسع من السياح. من خلال استهداف قطاعات السوق المتوسطة والعليا بشكل أكثر فعالية، يمكن لدولة الإمارات العربية المتحدة أن تستوعب عدداً أكبر من الزوار المهتمين بالثقافة والتاريخ والمغامرة والمنتجات المتخصصة بأسعار معقولة. يمكن لهذا النهج أيضاً أن يقلل من اعتماد الدولة على الأسواق التي قد تكون حساسة للغاية للتغيرات الاقتصادية.

ويمثل الاستثمار في الفنادق ذات الأسعار المعقولة وتطوير منتجات سياحية جديدة فرصاً رئيسية يمكن أن تساعد في تنويع سوق السياحة في دولة الإمارات العربية المتحدة وجذب مجموعة أوسع من الزوار. إذن لجذب وتنويع السياحة واستهداف شريحة السوق المتوسطة، يبدو أن تطوير عروض فاخرة بأسعار معقولة يمثل النهج الأكثر فعالية لتحقيق أهداف استراتيجية السياحة في دولة الإمارات العربية المتحدة 2031 مع الأخذ في الاعتبار القدرة التنافسية السعرية.

3- بناء القدرات السياحية وتشجيع مساهمة الاطارات الوطنية في القطاع السياحي

على مدى العقدين الماضيين، اكتسبت دولة الإمارات العربية المتحدة اعترافاً دولياً بإنجازاتها الاقتصادية والاجتماعية والتنمية المستدامة. ومع ذلك، فإن قطاع السياحة لم يكن استثناءً من هذا النمو الملحوظ. إذ تسعى الحكومة إلى تعزيز النمو المسؤول وتشجيع الاستثمار في رأس المال البشري وتمكين المواطنين للانخراط في القطاع السياحي، كجزء من أجندة التوطين في الدولة لا يزال الإقبال في القطاع الخاص منخفضاً، حيث يشكل المواطنون الإماراتيون 1% فقط من القوى العاملة النشطة حالياً في قطاع السياحة في دولة الإمارات العربية المتحدة. على النقيض من ذلك، يمثل المواطنون الإماراتيون ما يصل إلى 10% من القوى العاملة في

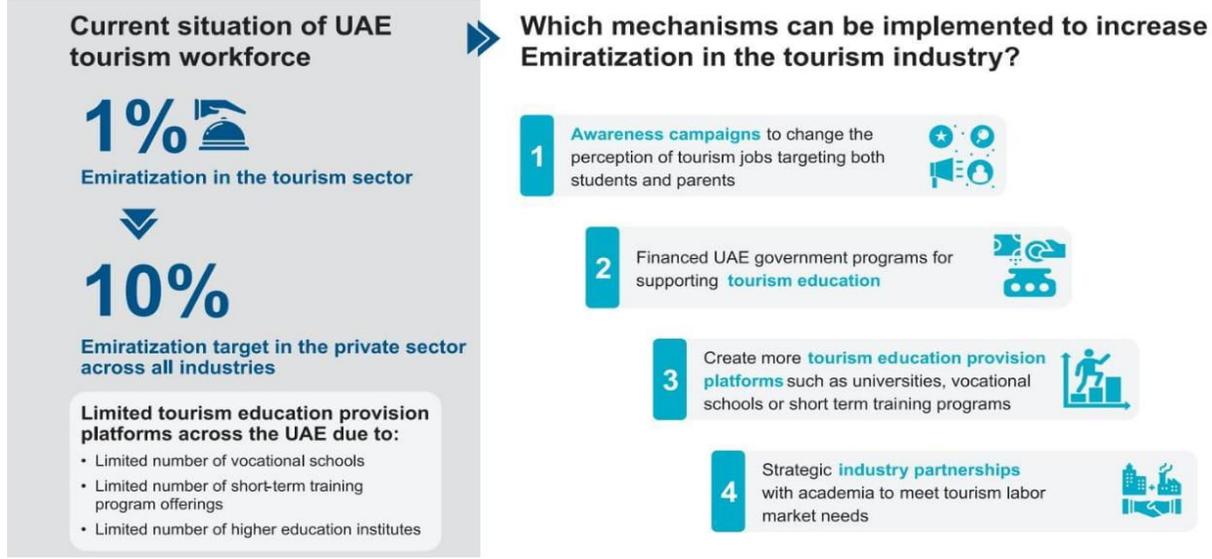
الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

القطاع العام. تهدف حكومة دولة الإمارات العربية المتحدة إلى معالجة هذا التفاوت من خلال مبادرات مختلفة لزيادة مستويات التوطين. على سبيل المثال، أطلقت وزارة الموارد البشرية والتوطين برنامج "نافس"، وهو برنامج اتحادي يهدف إلى زيادة القدرة التنافسية للمواطنين الإماراتيين في القطاع الخاص، ولا سيما في قطاعات مثل السياحة.

بالتالي، حددت استراتيجية السياحة لدولة الإمارات العربية المتحدة 2031 تطوير الكفاءات الوطنية في القطاع السياحي كأحد ركائزها الأساسية، ويعد تطوير الكفاءات البشرية في قطاع السياحة أمراً بالغ الأهمية لنجاح الخطط والبرامج الصناعية. والهدف هو زيادة مشاركة المهنيين الإماراتيين المؤهلين والمتقنين في القطاع السياحي. ولتحقيق ذلك، يجب على الحكومة الاستثمار في خلق شراكات أوثق بين قطاعي التعليم والسياحة لتلبية احتياجات سوق العمل، توجد حالياً قيود على مؤسسات التعليم التي تركز على السياحة، مع عدد قليل فقط من المؤسسات التي تقدم مؤهلات متخصصة، مع وجود استثناءات قليلة مثل أكاديمية دبي للسياحة (DTA) والمعهد الوطني للسياحة والضيافة (NITHM)، بالإضافة إلى مؤسسة أبوظبي للتعليم والتدريب المهني والتقني (ADVETI) التي تقدم شهادات ذات صلة. لذلك، من الضروري اتخاذ إجراءات فورية وتنفيذ استراتيجية شاملة للتدريب السياحي كجزء من تطوير مهني أوسع في الصناعة - ويشمل ذلك إنشاء المزيد من الكليات القائمة على السياحة / الضيافة التي تنفذ برامج مهنية متخصصة بالإضافة إلى المؤهلات الأكاديمية في المستويات المهنية¹. والشكل التالي يوضح ذلك:

¹ Al Arabiya, Tellereport, current situation of Uae tourism workforce, website: <https://www.alarabiya.net>, seen:12/05/2025 at 13:13pm.

الشكل (24): الوضع الراهن للقوى العاملة السياحية في الإمارات



La Source: Al Arabiya, Tellereport ,current situation of Uae tourism workforce, website: <https://www.alarabiya.net>, seen:12/05/2025 at 13:13pm.

بناء على الشكل السابق يمكن القول إنه لتوسيع القوى العاملة الإماراتية في قطاع السياحة، من الضروري تنفيذ تدابير مستهدفة وإجراءات تعالج التصورات الخاطئة وتزرع شغفاً حقيقياً بالعمل في هذا القطاع. كما يجب تسليط الضوء على الفرص الوظيفية ومسارات النمو الوظيفي المجزية داخل قطاع السياحة، مع التركيز على المزايا التنافسية التي يتمتع بها الموظفون الإماراتيون، بما في ذلك الرواتب الجذابة والمزايا الشاملة وبيئة العمل الداعمة.

وفي ظل المشهد المتغير للمهنيين الشباب الذين يزداد اهتمامهم بالصناعات الجديدة والناشئة، من الضروري تخصيص مبادرات التوطين في القطاع السياحي لاستهداف وإقناع الأفراد المهتمين بمتابعة مهنة في قطاع السياحة. استخدمت المملكة المتحدة بنجاح منصات وسائل الإعلام المختلفة في حملتها "يا له من مكان للعمل!"، والتي صورت وظائف الضيافة على أنها مهن نابضة بالحياة ومجزية توفر مسارات وظيفية واضحة ورواتب تنافسية. من خلال تعزيز بيئات عمل شاملة وداعمة، يمكن للمبادرات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية أن تساعد دولة الإمارات العربية المتحدة في تطوير قوة عاملة إماراتية في قطاع السياحة تتمتع بالكفاءة والتفاني. ولزيادة عدد الإماراتيين الشباب الذين يسعون للحصول على وظائف في القطاعات ذات الصلة، من الضروري إنشاء حزم تعويضات جذابة وبرامج تدريب مدعومة. يمكن تحقيق ذلك من خلال رعاية البرامج التي تسجل الإماراتيين في دورات الضيافة والسياحة في الخارج (إما عن بعد أو من خلال التعلم المدمج) حيث

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

يمكنهم اكتساب مهارات حاسمة لتلبية احتياجات سوق العمل.

علاوة على ذلك، لتحسين القيادة وتعزيز ثقافة الأعمال، يجب توفير برامج تطوير مصممة خصيصاً لكبار المديرين والمديرين التنفيذيين في مؤسسات السياحة الصغيرة والمتوسطة الحجم (SMEs). كما يجب أن تسمح هذه الدورات أيضاً بتبادل المعرفة وأفضل الممارسات، مما يؤدي إلى زيادة القدرة التنافسية والابتكار في القطاع. يمكن أن يؤدي دعم وتدريب جيل جديد من القادة الإماراتيين في قطاع السياحة إلى قوة عاملة أكثر مهارة وتفانياً، مما يؤدي إلى زيادة القدرة التنافسية المتزايدة في السوق المتخصصة، إذن يجب على رأس المال البشري في الدولة أن يعطي الأولوية للأهداف والاستراتيجيات الوطنية، ويجب على إدارات الموارد البشرية إعطاء الأولوية لعمليات التوظيف والتدريب لإعداد الموظفين لتعزيز أدائهم وإنتاجيتهم. لتحقيق هذه الغاية، من الضروري تطوير "خريطة تعلم" تقيم الكفاءات الأساسية للموظفين وتحدد احتياجاتهم التدريبية. يجب أن تستخدم هذه الخريطة أساليب وتقنيات تدريب ضرورية لتطوير مهنيين ذوي خبرة ومؤهلين يمكنهم إضافة قيمة إلى قطاع السياحة في الدولة¹.

والشكل الآتي يوضح أربعة سبل لتعزيز بناء القدرات في قطاع السياحة في دولة الإمارات العربية:

الشكل رقم (25): أبرز أربعة سبل لتعزيز بناء القدرات في قطاع السياحة في دولة الإمارات العربية

Personalized communication initiatives	Sponsored education packages	Streamlined network of universities, schools & training programs	Reskilling & upskilling developmental programs
			
Creating tailored communication campaigns in the UAE for improving the perception of tourism jobs and promote the dynamic aspects of the tourism industry	Designing attractive education packages in tourism to build key skills in the industry and fulfill the labor market needs, e.g., funded programs, free online courses subscription	Building a unified accreditation system that can ensure a streamlined standard of qualifications for higher education, vocational schools and training programs and create a pool of accredited trainers and professionals	Reskilling and upskilling the current workforce through leadership trainings for senior executives, exchange programs for employees, as well as entrepreneurship programs for young Emiratis

La Source: Al Arabiya, Tellereport, **There are several avenues to effectively build tourism capabilities within the UAE**, website: <https://www.alarabiya.net> , seen: 12/045/2025 at 14:00pm.

¹ Al Arabiya, Tellereport, **There are several avenues to effectively build tourism capabilities within the UAE**, website: <https://www.alarabiya.net> , seen: 12/045/2025 at 14:00pm.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

وبالتالي من خلال الشكل يتضح الامارات تسعى جاهدة ألى بناء القدرات في قطاع السياحة من خلال انتهاج سبل تضمن فعالية ذلك.

4- زيادة الاستثمارات في جميع القطاعات السياحية

أكد صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم، نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي على الأهمية الخاصة التي توليها دولة الإمارات العربية المتحدة لقطاعها السياحي. وقد أطلق سموه مؤخراً "مشاريع الخمسين" كواحدة من أكبر الخطط الاستراتيجية التي تهدف إلى جذب استثمارات بقيمة 100 مليار درهم إماراتي واستقبال 40 مليون زائر جديد بحلول عام 2031، قبل الخوض في تفاصيل الاستراتيجية والمحركات الرئيسية لجذب الاستثمارات، من الضروري فهم خلفية دولة الإمارات العربية المتحدة من حيث الاستثمارات السياحية.

فمن عام 2017 إلى عام 2022، كانت دولة الإمارات العربية المتحدة أكبر متلقٍ لمشاريع الاستثمار الأجنبي المباشر ورأس المال في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. يمكن أن يُعزى هذا الإنجاز إلى بيئة الأعمال القوية في دولة الإمارات العربية المتحدة، والتي حققت نمواً اقتصادياً ثابتاً، خاصة في دبي. تستمد جاذبية الدولة من عدة عوامل، بما في ذلك اقتصادها المستقر ومزاياها الضريبية وتوافر مناطق التجارة الحرة المتعددة، وفيما يتعلق بالاستثمار الأجنبي المباشر في قطاع السياحة، تبرز دبي بين الإمارات الأخرى. في هذا الصدد، أشاد صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم، ولي عهد دبي ورئيس المجلس التنفيذي ببيئة الأعمال القوية في الإمارة وإطارها التنظيمي الديناميكي. وقد صرح سموه بأن "البنية التحتية ذات المستوى العالمي لإمارة دبي، وبيئة الأعمال الداعمة للابتكار، واللوائح العالمية تجعلها وجهة استثمارية رائدة".

فبين عامي 2017 و2022، سجلت دبي رقماً قياسياً بلغ 3,156 مشروعاً للاستثمار الأجنبي المباشر برأسمال استثماري قدره 58 مليار دولار أمريكي (212.9 مليار درهم إماراتي). وشملت القطاعات الرئيسية التي جذبت هذه الاستثمارات العقارات والسياحة والضيافة وتوليد الطاقة الكهربائية والنشر البرمجي¹.

والشكلان البيانيان يوضحان إجمالي مشاريع الاستثمار الأجنبي المباشر وتدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر في دبي من عام 2017 إلى عام 2022:

¹ UAE Ministry of Economy, **Dubai FDI monitor, Since 2017, more than USD 50 bn of FDI into Dubai has been delivered across 3,000+ projects in multiple industries**, website: <https://www.moec.gov.ae/en/home>, seen: 12/05/2025 at 14:30pm.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

الشكل (26): إجمالي مشاريع الاستثمار الأجنبي المباشر وتدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر في دبي من عام 2017 إلى عام 2022



La source: UAE Ministry of Economy, **Dubai FDI monitor**, Since 2017, more than USD 50 bn of FDI into Dubai has been delivered across 3,000+ projects in multiple industries, website: <https://www.moec.gov.ae/en/home>, seen: 12/05/2025 at 14:30pm.

يلاحظ من الشكل أنه خلال الفترة الممتدة من عام 2017 إلى 2022، استقطبت دبي تدفقات كبيرة من الاستثمار الأجنبي المباشر بلغت 58 مليار دولار أمريكي، نتج عنها تنفيذ 3,156 مشروعاً متنوعاً، مما يعكس جاذبيتها كوجهة استثمارية عالمية. وعلى الرغم من هذا النمو القوي على المدى الطويل، شهدت الفترة تقلبات سنوية ملحوظة في كل من عدد المشاريع وقيمة الاستثمارات. فقد سجل عام 2019 ذروة في كليهما، بينما تأثرت الأعوام اللاحقة، خاصة 2020 و 2021، على الأرجح بالظروف الاقتصادية العالمية وتداعيات جائحة كوفيد-19. ومع ذلك، أظهر عام 2022 علامات تعافٍ نسبي في النشاط الاستثماري، مما يشير إلى قدرة دبي على التكيف واستعادة جاذبيتها في مرحلة ما بعد الجائحة.

والشكل التالي عبارة عن شريط مكسب يوضح تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر في قطاعات السياحة الفرعية في دبي من عام 2017 إلى عام 2022 بالمليار دولار أمريكي:

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

الشكل (27): تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر في قطاعات السياحة الفرعية في دبي من عام 2017 إلى عام 2022 بالمليار دولار أمريكي



La Source: UAE Ministry of Economy, Dubai FDI monitor, Within the tourism sector, FDI is yet to recover from the effect of the pandemic, website: <https://www.moec.gov.ae/en/home>, seen: 12/05/2025 at 15:00pm.

تُظهر الشرائح المختلفة في كل عمود القطاعات الفرعية المختلفة مثل الفنادق والمنتجعات والترفيه والتسليّة والأطعمة والمشروبات، بين عامي 2017 و2022، تلقت الفنادق والمنتجعات غالبية الاستثمار الأجنبي المباشر في قطاع السياحة، حيث شكلت 85% من الإجمالي. شهد قطاع الترفيه والتسليّة انخفاضاً كبيراً في تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر بنسبة 72% في عام 2021، مما يشير إلى أن قطاع الأطعمة والمشروبات قد عوض هذا الانخفاض جزئياً، حيث ارتفع بنسبة 10%. ومع ذلك، لا يزال الاستثمار الأجنبي المباشر في قطاع الأطعمة والمشروبات يتعافى من آثار الجائحة، حيث انخفض بنسبة 72% في عام 2021 مقارنة بعام 2019.

من بين 334 مشروعاً سياحياً، استحوذ قطاع الفنادق والمنتجعات على نصيب الأسد، حيث بلغ حوالي 65% من الإجمالي. تبع ذلك قطاع الترفيه والتسليّة بنسبة كبيرة بلغت 28%، بينما شكل قطاع الأطعمة والمشروبات نسبة صغيرة بلغت 6%. يشير هذا التوزيع غير المتناسب إلى أن قطاع الفنادق والمنتجعات يهيمن على مشهد الاستثمار الأجنبي المباشر في قطاع السياحة في دبي. في المقابل، لا يزال قطاع الترفيه والتسليّة والأطعمة والمشروبات يعانيان من آثار الجائحة.

إذن في المنطقة، يسود قطاع الفنادق والمنتجعات، مع عدد قليل من المؤسسات الدولية الكبرى مثل حياة وفنادق ومنتجعات ماريوت ومنتجعات وندام هوتلز تسيطر على السوق. في حين أن قطاع الترفيه والتسليّة

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

والأطعمة والمشروبات يلعبان دوراً حيوياً في الاقتصاد السياحي الشامل، إلا أنهما لا يزالان يتعافيان من التباطؤ الناجم عن الجائحة، وتظل الآثار الاقتصادية الشاملة للجائحة واضحة، كما يشير الانخفاض الحاد في تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر في عامي 2020 و2021. ومع ذلك، فإن الانتعاش التدريجي في عام 2022 يوفر بصيص أمل في أن المنطقة في طريقها للعودة إلى مستويات ما قبل الجائحة.

في الأخير يمكن القول في خضم اقتصاد عالمي متقلب ومتربط، أثبتت دولة الإمارات العربية المتحدة قدرة ملحوظة على الصمود والتكيف في سعيها لتحقيق التنوع الاقتصادي. ويمثل إطلاق استراتيجية السياحة الطموحة للدولة خطوة جريئة. سيتطلب التنفيذ الناجح للاستراتيجية تضافر جهود القطاعين العام والخاص لضمان توافق طويل الأجل يعزز القدرة التنافسية السياحية للدولة، وعلى الرغم من أن دولة الإمارات العربية المتحدة حققت تقدماً ملحوظاً في توسيع عروضها السياحية، إلا أن هناك حاجة إلى بذل المزيد من الجهود لتطوير منتجات وتجارب متنوعة يمكن أن تجتذب مجموعة أوسع من الزوار. كما يجب أن يركز هذا التوسع على الاستدامة والممارسات الصديقة للبيئة التي تحافظ على جمالها الطبيعي وتراثها الثقافي مع تلبية احتياجات المسافرين المهتمين بالبيئة بشكل متزايد.

المطلب الثالث: تبني تقنيات الثورة الصناعية الرابعة لتطوير السياحة في الامارات

يشهد قطاع السياحة في دولة الإمارات العربية المتحدة تحولاً جذرياً بفضل التبني الاستباقي لتقنيات الثورة الصناعية الرابعة. وقد أدت هذه التقنيات الذكية إلى تحسين تجربة السائح بشكل كبير في جميع مراحل رحلته مما ساهم في تعزيز مكانة الإمارات كوجهة سياحية عالمية رائدة.

أطلقت دولة الإمارات العربية المتحدة استراتيجيتها للثورة الصناعية الرابعة في عام 2017، مما يدل على إدراكها المبكر لإمكانياتها التحويلية. وتهدف الاستراتيجية إلى أن تصبح الإمارات مركزاً عالمياً ومختبراً مفتوحاً لتجربة وتبني تقنيات الثورة الصناعية الرابعة. وتركز على مجالات رئيسية مثل الذكاء الاصطناعي وإنترنت الأشياء والتصنيع المتقدم، مع تداعيات كبيرة على قطاع السياحة. وتبرز مبادرة "اصنع في الإمارات" التوجه الأوسع نحو تبني التكنولوجيا المتقدمة في مختلف الصناعات.

إن هذا الموقف الحكومي الاستباقي والإطار الاستراتيجي للثورة الصناعية الرابعة يوفران أساساً قوياً ودافعاً لتبني التكنولوجيا داخل القطاع السياحي. فالاستراتيجيات الحكومية تشير إلى الأولويات الوطنية، والتركيز الصريح على الثورة الصناعية الرابعة يدل على التزام الموارد ودعم السياسات. وهذا يخلق بيئة مواتية للابتكار

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

ودمج التكنولوجيا في جميع القطاعات، بما في ذلك السياحة.

وهناك مجموعة من تقنيات الثورة الصناعية الرابعة التي تبنتها الإمارات في السياحة أهمها:

1- الذكاء الاصطناعي (AI) في السياحة الإماراتية

يتيح الذكاء الاصطناعي تقديم:¹

- **توصيات مخصصة:** تقوم خوارزميات الذكاء الاصطناعي بتحليل بيانات المستخدمين لاقتراح مسارات رحلات ومعالم سياحية وخيارات لتناول الطعام وفعاليات مصممة خصيصًا. مثال: تطبيق "زوروا دبي". وهذا يتجاوز التوصيات العامة لتقديم تجارب للسياح تتوافق مع اهتماماتهم الخاصة، مما يزيد من تفاعلهم ورضاهم. فالسياح غالبًا ما يكونون غارقين في الخيارات، ويمكن للذكاء الاصطناعي تصفية وتقديم الخيارات ذات الصلة بناءً على السلوك السابق والتفضيلات المعلنة والبيانات في الوقت الفعلي، مما يجعل تخطيط الرحلة أسهل وأكثر متعة.

- **مساعدون افتراضيون وروبوتات الدردشة:** يقدم المساعدون الافتراضيون المدعومون بالذكاء الاصطناعي معلومات فورية وتحديثات في الوقت الفعلي ودعمًا لغويًا عبر تطبيقات الهاتف المحمول وأكشاك الفنادق، مثال: خدمة الكونسيرج التي تعمل بالذكاء الاصطناعي على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع في فنادق ميرال. يعزز هذا إمكانية الوصول والراحة، ويوفر مساعدة فورية ويكسر الحواجز اللغوية للزوار الدوليين. فالسياح يحتاجون إلى معلومات ودعم في مراحل مختلفة، ويمكن للمساعدين المدعومين بالذكاء الاصطناعي تقديم إجابات فورية على الاستفسارات الشائعة، وتقديم التوجيه، وحتى ترجمة اللغات، مما يضمن تجربة سفر أكثر سلاسة واستقلالية.

- **تحليلات تنبؤية:** استخدام الذكاء الاصطناعي لمراقبة كثافة الحشود في مناطق الجذب السياحي الشهيرة، والتوصية ببداية أقل ازدحامًا، والتنبؤ بالطلب لتحسين تخصيص الموارد. يحسن هذا تجربة الزوار من خلال التخفيف من الازدحام ويحسن الكفاءة التشغيلية للسلطات والشركات السياحية. فالازدحام يمكن أن ينتقص من تجربة السائح، ويمكن للذكاء الاصطناعي التنبؤ بأوقات الذروة واقتراح خيارات بديلة، مما يحسن التدفق والرضا. كما يساعد التنبؤ بالطلب الشركات على تحسين التوظيف والمخزون والتسعير.

¹ AI in Travel and Tourism 2025, website: <https://theintellify.com/ai-in-travel-and-tourism/> seen: 13/05/2025 at 10:00am.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

- الترجمة المدعومة بالذكاء الاصطناعي: ميزات الترجمة اللغوية في الوقت الفعلي في المنصات والخدمات السياحية، مما يسهل التواصل بشكل أكثر سلاسة. هذا أمر بالغ الأهمية لتلبية احتياجات شريحة متنوعة من السياح مثل تلك الموجودة في دولة الإمارات العربية المتحدة، مما يعزز الشمولية وسهولة التفاعل. فالحواجز اللغوية يمكن أن تكون تحديًا كبيرًا للسياح الدوليين، وتقوم أدوات الترجمة المدعومة بالذكاء الاصطناعي بسد هذه الفجوة، مما يسهل على السياح التواصل مع السكان المحليين ومقدمي الخدمات.

- أمن معزز: يستخدم الذكاء الاصطناعي في التعرف على الوجوه في المطارات وفي الكشف عن الاحتيال في المعاملات السياحية، مثال: البوابات الذكية في مطار دبي الدولي. ويؤدي هذا إلى تبسيط العمليات وتعزيز السلامة والأمن للمسافرين. فعمليات الأمن الفعالة تحسن تجربة السفر الشاملة، ويمكن للأنظمة المدعومة بالذكاء الاصطناعي أتمتة التحقق من الهوية والكشف عن الأنشطة الاحتيالية، مما يجعل السفر أكثر أمانًا وراحة¹.

2- إنترنت الأشياء (IoT)

يعرف إنترنت الأشياء بأنه شبكة متطورة من الكائنات المادية المجهزة بأجهزة استشعار وبرمجيات وتقنيات اتصال متقدمة، مما يتيح لها جمع البيانات وتبادلها بكفاءة عالية. هذه القدرة الفريدة تفتح آفاقًا واسعة لإعادة تعريف قطاع السياحة، بدءًا من تحسين العمليات التشغيلية وصولًا إلى إثراء تجربة الزائر وتعزيز الاستدامة البيئية.

ويلعب إنترنت الأشياء دورًا متزايد الأهمية في تطوير أنظمة سياحية متكاملة ومتراصة، مما يؤدي إلى:²

- تحسين الكفاءة التشغيلية: من خلال المراقبة والتحكم في الوقت الفعلي للموارد والخدمات.
- تعزيز راحة الزائر: عبر توفير تجارب مخصصة وسلسة.
- المساهمة في الاستدامة: من خلال الإدارة الذكية للموارد وتقليل النفايات واستهلاك الطاقة.
- يتفاعل السياح باستمرار مع عناصر مادية متنوعة خلال رحلاتهم، وربط هذه العناصر عبر إنترنت الأشياء يوفر إمكانات هائلة للمراقبة والتحكم الفعال، مما يترجم إلى خدمات أكثر كفاءة، واستخدام أمثل للموارد (مثل ترشيد استهلاك الطاقة في الفنادق)، وتجربة سياحية أكثر سلاسة ومتعة.

¹ Role of AI in Revolutionizing Visa Processing in the UAE, website: <https://appinventiv.com/blog/ai-visa-processing-uae/>, seen:13/05/2025 at 10:30am.

² Smart Tourism: Tech-Driven Travel Experiences in Middle East, website: <https://tech-ceos.com/smart-tourism-tech-driven-travel-experiences-in-middle-eastern-destinations>, seen: 13/05/2025 at 11:00am.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

- تتبنى دولة الإمارات العربية المتحدة بشكل فعال تقنيات إنترنت الأشياء لتحويل قطاعها السياحي وتعزيز مكانتها كوجهة عالمية رائدة، يتجلى ذلك بوضوح في المجالات التالية:¹

• **فنادق ذكية:** تقوم الفنادق بتطبيق أجهزة إنترنت الأشياء لتسجيل الوصول بدون تلامس، وطلبات خدمة الغرف الآلية، والتحكم الذكي في المناخ، وإعدادات الغرف المخصصة. مثال: نظام التشغيل الآلي للغرف في فندق شانغريلا، أبوظبي يعزز هذا راحة الضيوف ورفاهيتهم ويوفر بيانات تشغيلية للفنادق. فالمسافرون العصريون يتوقعون تجارب سلسلة وشخصية في أماكن إقامتهم، ويتيح إنترنت الأشياء للفنادق لأتمتة الخدمات وتخصيص بيئات الغرف وجمع البيانات لتحسين الكفاءة ورضا الضيوف.

• **نقل ذكي:** دمج خدمات مشاركة الركوب والدراجات البخارية الكهربائية والمركبات ذاتية القيادة المحتملة لتحسين حركة السياح. هدف دبي لتحقيق 25% من النقل ذاتي القيادة بحلول عام 2030 يوفر هذا للسياح خيارات نقل أكثر مرونة وكفاءة ومستدامة محتملة. فالنقل الفعال أمر بالغ الأهمية لتجربة سياحية إيجابية وتوفر خيارات النقل الذكي الراحة وتقليل الازدحام وتتوافق مع أهداف الاستدامة.

• **بنية تحتية متصلة:** أعمدة إنارة ذكية مزودة بأجهزة استشعار للتحكم التكيفي في الإضاءة واكتشاف أماكن وقوف السيارات الشاغرة، وإدارة النفايات الذكية، وشبكات ذكية لكفاءة الطاقة. يساهم هذا في بيئة حضرية أكثر كفاءة واستدامة ومتعة للسياح. فالبنية التحتية الشاملة للوجهة تؤثر على تجربة السائح، وتساهم تقنيات المدن الذكية مثل الإضاءة المتصلة وإدارة النفايات والشبكات الذكية في بيئة أكثر عملية واستدامة وجاذبية من الناحية الجمالية.

3- الواقع المعزز (AR) والواقع الافتراضي (VR)

الواقع المعزز هو تقنية متكاملة تجمع بين العالم الافتراضي والعالم الحقيقي من خلال التعرف ثلاثي الأبعاد على المشهد وإعادة بنائه، وتحديد المواقع والملاحة المتزامنين، يعتبر الواقع الافتراضي شكلاً من أشكال التفاعل بين الإنسان والحاسوب وتقنية الاستشعار. يوفر الواقع المعزز والواقع الافتراضي تأثيراً متعدد الأبعاد وشاملاً على السياحة، مع تأثيرات ثورية في إعادة بناء المشاهد التاريخية، والإنتاج، والجولات السياحية التفاعلية والمغامرات الخارجية، والسياحة التسويقية، وإدارة المنتجات والخدمات السياحية. إنه يشير إلى تطوير السياحة

¹ How tech is reshaping destinations—and revolutionizing tourism, website: <https://www.middle-east.kearney.com/industry/public-sector/article/how-tech-is-reshaping-destinations-and-revolutionizing-tourism>, seen: 13/05/2025 at 12:30pm.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

الذكية وإدارة التكنولوجيا. مع تقنية الواقع المعزز/الواقع الافتراضي، يمكن للناس "الانتقال" إلى معظم الوجهات البعيدة دون مغادرة أريكتهم للاستمتاع بالمناظر والأصوات الشهيرة.

ويساهم الواقع المعزز والافتراضي في تحسين تجربة العملاء في الامارات من خلال:¹

3-1- استكشاف الوجهات قبل الوصول

- **الجولات الافتراضية التفاعلية ثلاثية الأبعاد لبرج خليفة:** تخيل أن يتمكن السائح من ارتداء نظارات الواقع الافتراضي والانتقال افتراضياً إلى قمة برج خليفة. لن يقتصر الأمر على مشاهدة الإطلالة بانورامية بزاوية 360 درجة، بل سيتضمن أيضاً نقاطاً تفاعلية. عند النقر على نقطة معينة، قد تظهر معلومات حول تاريخ البرج، أو تفاصيل عن تصميمه المعماري، أو حتى محاكاة بصرية لكيفية تطور دبي على مر السنين كما تُرى من هذا الارتفاع. يمكن أن تتضمن الجولة أيضاً تجربة افتراضية للصعود إلى البرج بالمصعد فائق السرعة مع مؤثرات صوتية ومرئية تحاكي السرعة والارتفاع.

- **اتخاذ قرارات مستنيرة:** من خلال هذه المعاینات الغامرة، يصبح السائح أكثر قدرة على اتخاذ قرارات مستنيرة بشأن الوجهات التي يرغب في زيارتها، والأنشطة التي يود القيام بها، وحتى الفنادق والمطاعم التي قد يفضلها. هذا يوفر الوقت والجهد ويضمن تجربة أكثر تخصيصاً وإرضاءً.

3-2- إثراء التجربة في الموقع

- **الواقع المعزز في خور دبي:** بينما يتجول السائح على طول خور دبي، يمكن لتطبيق على هاتفه الذكي أو نظارات الواقع المعزز عرض معلومات حية على المشهد الذي يراه. عند توجيه الهاتف نحو أحد العبرات التقليدية، قد تظهر معلومات حول تاريخها وأهميتها في الماضي والحاضر. عند النظر إلى أحد المباني التاريخية على الضفة الأخرى، يمكن أن يظهر نموذج ثلاثي الأبعاد للمبنى كما كان يبدو في الماضي مصحوباً برواية صوتية تحكي قصته. يمكن أن يشمل ذلك أيضاً معلومات عن الفعاليات أو المهرجانات التي تقام في المنطقة في الوقت الحالي أو تاريخياً.

- **تجارب تفاعلية:** يمكن للواقع المعزز تحويل الأماكن العادية إلى تجارب تفاعلية. على سبيل المثال يمكن لتطبيق واقع معزز أن يجعل المجسمات المعروضة في متحف تنبض بالحياة، أو أن يقدم ألعاباً تفاعلية

¹ The Role of AR/VR Tourism in Dubai's Hospitality Industry - 360 Bright Media, website: <https://360brightmedia.com/the-role-of-virtual-reality-tourism-in-dubais-hospitality-industry> seen: 13/05/2025 at 13:000pm.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

ممتعة مرتبطة بموقع معين، مما يزيد من مستوى التفاعل والمشاركة لدى السائح.

3-3- إعادة إحياء التاريخ والثقافة

- تجارب الواقع الافتراضي التاريخية: يتمكن السائح من الانغماس في تجربة واقع افتراضي تنقله بالزمن إلى حصن الفهيدي في شكله الأصلي، ليشاهد الحياة اليومية في تلك الحقبة ويتفاعل مع البيئة المحيطة كما كانت. هذه التجارب توفر مستوى من الانغماس لا يمكن للوسائل التقليدية تحقيقه، مما يجعل التاريخ أكثر حيوية وجاذبية.

- تطبيقات الواقع المعزز الثقافية: يمكن لتطبيقات الواقع المعزز أن تجعل العادات والتقاليد الإماراتية تنبض بالحياة أمام أعين السائح. على سبيل المثال، يمكن لتطبيق أن يعرض بشكل ثلاثي الأبعاد كيفية تحضير القهوة العربية التقليدية أو طريقة أداء رقصة اليوالة، مع تقديم شروحات صوتية ومرئية تجعل فهم هذه العادات أسهل وأكثر متعة.

3-4- تجارب تسوق وتناول طعام افتراضية

- جولة تسوق افتراضية في دبي مول مع مساعد تسوق افتراضي: يمكن للسائح من أي مكان في العالم ارتداء نظارات الواقع الافتراضي واستكشاف المتاجر الموجودة في دبي مول افتراضياً. يمكنه تصفح المنتجات ثلاثية الأبعاد، مشاهدة عروض الأزياء الافتراضية، وحتى التفاعل مع مساعد تسوق افتراضي يقدم له توصيات بناءً على اهتماماته. يمكنه رؤية تفاصيل المنتج عن قرب، وقراءة المواصفات، وربما حتى تجربته افتراضياً باستخدام تقنيات الواقع المعزز قبل اتخاذ قرار الشراء الفعلي عند زيارة دبي.

- تجربة تناول طعام افتراضية في مطعم فاخر: يمكن للمطاعم الفاخرة في دبي أن تقدم تجارب واقع افتراضي تسمح للزبائن المحتملين بتجربة أجواء المطعم قبل الحجز. يمكن للمستخدم التجول افتراضياً في أنحاء المطعم، ومشاهدة تصميم الديكور، والإطلالات (إذا كانت متاحة)، وحتى رؤية نماذج ثلاثية الأبعاد واقعية للأطباق الموجودة في قائمة الطعام. يمكن أن تتضمن التجربة أيضاً معلومات عن مكونات الطبق، وطريقة تحضيره، وتوصيات الشيف. هذا يمكن أن يساعد الزبائن على اتخاذ قرار مستنير بشأن المطعم الذي يرغبون في زيارته.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

- إذن يساهم دمج الواقع المعزز والواقع الافتراضي في تحسين تجربة السائح في الإمارات من خلال:¹
- توفير معاينات غامرة للوجهات قبل السفر، مما يزيد من الإثارة ويساعد في التخطيط؛
 - إثراء الزيارات الفعلية بمعلومات تفاعلية ورؤى أعمق حول المعالم والتاريخ والثقافة؛
 - إعادة إحياء المواقع التاريخية والثقافية بطرق جذابة وتفاعلية؛
 - تقديم تجارب تسوق وتناول طعام فريدة ومبتكرة؛
 - تخصيص تجربة السائح بشكل أكبر بناءً على اهتماماته وتفضيلاته؛
 - جعل السياحة أكثر سهولة الوصول وممتعة للجميع.

4-تكنولوجيا البيانات الضخمة

إن تطبيق البيانات الضخمة في صناعة السياحة يهدف إلى استخدام تكنولوجيا البيانات الضخمة في التنقيب عن، وتنظيف، وتخزين، وتحليل بيانات السياحة. فهي تساعد المستخدمين على استكشاف الموارد السياحية بشكل فعال، وتدعم القرارات المتعلقة بالجاذبية السياحية، والتنمية الحكومية والإدارات الأخرى لإجراء تخطيط وتسويق وتطوير دقيق لسوق السياحة، وإدارة وتخصيص الموارد السياحية بشكل رشيد، وتحسين تجربة السفر للسياح.

يتجلى تأثير تكنولوجيا البيانات الضخمة في صناعة السياحة من خلال تحليل سلوك السياح وتفضيلاتهم توفر تكنولوجيا البيانات الضخمة للإدارات الحكومية وشركات السياحة معلومات إدارية مهمة، مثل مراقبة وتحليل تدفق السياح، وتسجيل طول إقامة السياح في المناطق الخلابة، وتحسين جودة دعم القرارات والتسويق السياحي.

ويمكن النظر إلى تأثيرات البيانات الضخمة التي تم ذكرها على أنها حلقات متصلة، حيث يغذي كل منها الآخر ويساهم في نهاية المطاف في تجربة سياحية أكثر ثراءً وإرضاءً من خلال:²

- فهم سلوك السائح هو الأساس: من خلال تحليل البيانات المتنوعة (سجلات الحجوزات، التفضيلات تفاعلات وسائل التواصل الاجتماعي، البيانات اللحظية)، يتم الحصول على صورة واضحة وشاملة لمن هم

¹ AR/VR Tourism: Immersive Experiences for Visitors to Dubai - NXT Interactive, website: <https://nxtinteractive.ae/blog/ar-vr-tourism-immersive-experiences-for-visitors-to-dubai> seen: 13/05/2025 at 14:30pm.

² World Tourism Innovation and Development Report, Fourth Industrial Revolution technologies in the UAE, website: <https://www.wta-web.org>, seen: 13/05/2025 at 15:33pm.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

السياح القادمون إلى الإمارات، وما الذي يبحثون عنه تحديداً. هذا الفهم العميق هو نقطة البداية لكل التحسينات اللاحقة. على سبيل المثال، عندما تستخدم دائرة الثقافة والسياحة في أبوظبي البيانات لتحليل اهتمامات الحضور في حدث UFC 242، فإنها تكتسب رؤى قيمة حول نوعية الفعاليات التي تجذب هذا الجمهور، مما يمكنهم من التخطيط لفعاليات مستقبلية أكثر جاذبية.

- **التسويق الشخصي كنتيجة للفهم:** بمجرد فهم سلوك السائح وتفضيلاته، يصبح بالإمكان إنشاء حملات تسويقية فائقة الاستهداف. بدلاً من الرسائل العامة، يمكن الآن مخاطبة شرائح محددة من السياح بعروض وخدمات تتناسب تماماً مع اهتماماتهم. فلو أن سائحاً أبدى اهتماماً بالرياضات المائية أثناء تصفحه لمواقع سياحية في دبي؛ يمكن لوكالة سفر استخدام هذه المعلومة لتقديم عروض حصرية على رحلات الغوص أو التزلج على الماء. هذا لا يزيد فقط من فعالية التسويق بل يجعل السائح يشعر بالفهم والتقدير.

- **تحسين العمليات لتلبية التوقعات:** المعرفة المتعمقة بسلوك السائح وتوقعاته، بالإضافة إلى القدرة على استهدافهم بشكل فعال، تهيئ الأرض لتحسين العمليات التشغيلية المختلفة في قطاع السياحة. تحليل بيانات تدفق الركاب في مطار دبي، على سبيل المثال، يساعد في تحديد أوقات الذروة ومناطق الازدحام، مما يمكن الإدارة من اتخاذ إجراءات استباقية لتقليل أوقات الانتظار وتحسين تجربة الوصول والمغادرة. وبالمثل، يمكن للفنادق استخدام بيانات تفضيلات النزلاء لتخصيص تجهيزات الغرف وتقديم خدمات استباقية تلبى احتياجاتهم الفردية، مما يخلق شعوراً بالراحة والاهتمام الشخصي.

وعندما تتكامل هذه الجوانب الثلاثة بشكل فعال، فإنها تخلق حلقة إيجابية تعمل على إثراء تجربة السائح في كل مرحلة من مراحل رحلته:

- **قبل الرحلة:** يتلقى السائح معلومات وعروضاً مخصصة تتناسب مع اهتماماته، مما يجعل عملية التخطيط والإعداد للرحلة أكثر سهولة وإثارة.
 - **أثناء الرحلة:** يستفيد السائح من عمليات سلسلة ومنظمة (في المطارات، الفنادق، المواقع السياحية) ويحصل على خدمات مخصصة تلبى احتياجاته وتفضيلاته، مما يعزز شعوره بالراحة والرضا.
 - **بعد الرحلة:** يمكن استخدام البيانات لجمع ملاحظات السائحين وتحسين الخدمات المستقبلية، مما يدل على اهتمام الشركات والجهات الحكومية بأرائهم وتطلعاتهم.
- إذن، في النهاية، تطبيق البيانات الضخمة في صناعة السياحة في الإمارات لا يتعلق فقط بجمع وتحليل

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

الأرقام؛ بل يتعلق بفهم الإنسان وراء هذه الأرقام - السائح - وتصميم تجارب سفر تلبي احتياجاته وتتجاوز توقعاته. من خلال الاستفادة الذكية من هذه التقنيات، يمكن للإمارات أن تعزز مكانتها كوجهة سياحية عالمية رائدة تقدم تجارب لا تُنسى لزوارها.

5- سلسلة الكتل (البلوك تشين)

سلسلة الكتل هي نموذج تطبيقي جديد لتكنولوجيا الحاسوب مثل التخزين الموزع، وآلية الإجماع وخوارزميات التشفير. تجلب تكنولوجيا سلسلة الكتل تحولات مدمرة إلى صناعة السياحة التقليدية. تساعد الميزات المميزة لتكنولوجيا سلسلة الكتل، أي التخزين الموزع، واللامركزية، وعدم قابلية تغيير البيانات، في التغلب على نقطة الضعف الرئيسية في الصناعة التي سببها نقص الثقة. من الناحية الصناعية، يقع تطبيق تكنولوجيا سلسلة الكتل في القناة الوسطى وينتمي إلى فئة التوزيع. وهو يركز على حل مشكلة الثقة بين مزودي الموارد والمسافرين.

فاستخدام تقنية سلسلة الكتل (البلوك تشين) يحمل بالفعل إمكانات هائلة لتطوير قطاع السياحة في الإمارات العربية المتحدة وتحسين تجربة السائح بشكل ملحوظ من خلال:¹

5-1- تبسيط عمليات الحجز والدفع

- **تذاكر الطيران والفنادق:** يمكن لسلسلة الكتل إنشاء نظام حجز آمن وشفاف، حيث يتم تسجيل جميع الحجوزات بشكل دائم وغير قابل للتغيير. هذا يقلل من مخاطر الاحتيال والتذاكر المزيفة، ويسهل عملية الدفع عبر العملات الرقمية المشفرة التي قد تتبناها الإمارات في المستقبل. فلو أن سائحًا يحجز رحلته إلى دبي والإقامة في فندق برج العرب باستخدام عملة رقمية محلية مؤمنة بتقنية البلوك تشين، سيجعله يتجنب رسوم التحويل وعمليات الدفع المعقدة.

- **الجولات السياحية والأنشطة:** يمكن تطبيق نفس المبدأ على حجز الجولات السياحية في أبوظبي أو الأنشطة الترفيهية في الشارقة. ستكون العمليات أكثر سلاسة وشفافية، مع إمكانية الدفع المباشر للمنظمين دون وسطاء.

¹ UAE launches strategy for Fourth Industrial Revolution | Emirates News Agency, website: <https://wam.ae/en/details/1395302634934>, seen: 13/05/2025 at 15:45pm.

5-2- تعزيز تجربة السائح الشخصية

- إدارة الهوية الرقمية: يمكن لسلسلة الكتل تخزين بيانات هوية السائح بشكل آمن، مما يسهل إجراءات تسجيل الوصول في الفنادق والمطارات، وحتى الوصول إلى المعالم السياحية المختلفة في جميع أنحاء الإمارات. يمكن للسائح استخدام "جواز سفر رقمي" مؤمن بالبلوك تشين، يحمل بياناته وتفضيلاته، مما يتيح تجربة مخصصة بشكل أكبر. على سبيل المثال، عند زيارة متحف اللوفر أبوظبي، يمكن للنظام التعرف على اهتمامات السائح الفنية وتقديم معلومات مخصصة له؛

- برامج الولاء والمكافآت: يمكن لسلسلة الكتل إدارة برامج الولاء الخاصة بالفنادق وشركات الطيران والمتاجر بشكل أكثر فعالية وشفافية. يمكن للسائح تتبع نقاطهم ومكافآتهم بسهولة واستبدالها بسلاسة في أي مكان في الإمارات. فمثلاً برنامج ولاء موحد يجمع مكافآت الفنادق في دبي ومراكز التسوق في الشارقة وشركات الطيران المحلية، وكل ذلك مُدار بشفافية عبر البلوك تشين.

5-3- تحسين إدارة الجهات السياحية

- تتبع أصول السياحة: يمكن استخدام سلسلة الكتل لتتبع وإدارة الأصول السياحية مثل الفنادق والمرافق الترفيهية والمركبات السياحية. هذا يساعد في تحسين الكفاءة التشغيلية وضمان سلامة وجودة الخدمات المقدمة. على سبيل المثال، يمكن تتبع صيانة حافلات النقل السياحي في رأس الخيمة عبر سجل بلوك تشين، مما يضمن التزام المشغلين بمعايير السلامة.

- إدارة تدفق السياح: يمكن تحليل البيانات المسجلة على سلسلة الكتل لفهم أنماط حركة السياح وتفضيلاتهم بشكل أفضل. هذا يساعد الجهات الحكومية في الإمارات على اتخاذ قرارات مستنيرة بشأن تطوير البنية التحتية السياحية وتوجيه الحملات التسويقية بشكل فعال.

5-4- ضمان الشفافية والأمان

- سلاسل الإمداد الغذائي للفنادق والمطاعم: يمكن استخدام سلسلة الكتل لتتبع مصدر وجودة المكونات الغذائية المستخدمة في الفنادق والمطاعم في جميع أنحاء الإمارات. هذا يعزز ثقة السياح في سلامة الأغذية والمشروبات التي يتناولونها.

- حماية بيانات السياح: توفر تقنية سلسلة الكتل مستوى عالٍ من الأمان والخصوصية لبيانات السياح الشخصية، مما يقلل من مخاطر اختراق البيانات وسوء استخدامها.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

يمكن القول إن دمج تقنية سلسلة الكتل في قطاع السياحة في الإمارات لا يقتصر فقط على تحسين العمليات الحالية، بل يفتح الباب أمام مستقبل أكثر تطوراً وابتكاراً واستدامة لهذا القطاع الحيوي. إنها خطوة استباقية يمكن أن تعزز تنافسية الإمارات كوجهة سياحية عالمية رائدة وتجذب المزيد من الزوار الباحثين عن تجارب فريدة وموثوقة.

6- تكنولوجيا الجيل الخامس G5

باعتبار الجيل الخامس من تكنولوجيا الاتصالات المتنقلة ذات النطاق الترددي العالي والكمون المنخفض والاتصال الضخم، فإن شبكة الجيل الخامس هي بنية تحتية للاتصال بين الإنسان والآلة والأشياء، ولديها آفاق واسعة للتطبيق في صناعة السياحة، من حيث تجربة السياحة توفر شبكة الجيل الخامس ترقية كاملة لتجربة السفر والسياحة وبدعم من الجيل الخامس، أصبحت تطبيقات الواقع الافتراضي/الواقع المعزز والبيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي قادرة على كسر الحواجز التقنية وتقديم تجارب ثقافية وسياحية جديدة وفورية ومنتجات سياحية للسياح أما بالنسبة للإدارة الذكية والخدمات في الوجهات السياحية فإن تطبيق الجيل الخامس يسرع رقمنة الصناعات والقطاعات المختلفة في الوجهات السياحية ويعزز بناء المشاهد الذكية والفنادق المستقبلية ووكالات السفر الذكية بوتيرة أسرع؛ وبدعم من الذكاء الاصطناعي والحوسبة الطرفية عالية الدقة وتقنيات أخرى يوفر الجيل الخامس المزيد من الخدمات المريحة للسياح في تسويق السياحة والترويج لها وبدعم من تحليلات البيانات الضخمة يمكن إجراء التسويق السياحي بشكل أكثر استهدافاً وتحسين فعالية الإنفاق السياحي. فلقد ساعدت برامج التسويق السياحي على أن تصبح أكثر استهدافاً وتتوافق بشكل أفضل مع سلوكيات استهلاك السياح مما أدى إلى تحسين الكفاءة التسويقية لوجهات السياحة ومع التقدم المستمر لتكنولوجيا الجيل الخامس المصحوب بتقنيات متقدمة مثل البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي والواقع المعزز/الواقع الافتراضي والحوسبة الطرفية عالية الدقة والفيديو عالي الدقة وغيرها من التقنيات، ستحدث بلا شك تغييراً كبيراً في تجربة السياحة وإدارة السياحة والتسويق السياحي.

فكنولوجيا الجيل الخامس ستؤثر بشكل كبير على تجربة السياح في الإمارات عبر عدة جوانب رئيسية:¹
- سرعات اتصال فائقة وزمن استجابة منخفض: الإمارات تتصدر عالمياً في سرعات شبكة الجيل

¹ World Tourism Innovation and Development Report, Fourth Industrial Revolution technologies in the UAE, website: <https://www.wta-web.org>, op-cit.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

الخامس المستقلة، حيث تصل سرعات التنزيل إلى نحو 880 ميجابت في الثانية، مع زمن استجابة منخفض جداً، ما يتيح للسياح استخدام الإنترنت بسرعة عالية دون تأخير، مما يعزز تجربة التصفح، البث المباشر واستخدام التطبيقات الذكية أثناء السفر؛

- تجربة رقمية متطورة ومتواصلة: بفضل الجيل الخامس، يمكن للسياح التمتع بخدمات ذكية مثل الواقع المعزز والافتراضي التي توفر جولات افتراضية تفاعلية للمعالم السياحية، مما يضيف بعداً جديداً لتجربة الزيارة ويزيد من التفاعل مع المواقع السياحية؛

- دعم الاتصالات الكثيفة والتوصيل داخل الأماكن المغلقة: الجيل الخامس يمكنه التعامل مع كثافة عالية من الأجهزة المتصلة في المناطق السياحية والفنادق، مما يضمن اتصالاً مستقراً وسريعاً حتى في الأماكن المزدحمة، ويساعد في تقديم خدمات ذكية مثل الحجز الإلكتروني، الدفع اللا تلامسي، وخدمات الدعم الفوري؛

- تحسين تجربة التجوال الدولي: السياح القادمين إلى الإمارات يستفيدون من سرعات G5 عالية حتى أثناء التجوال، مع توفير شرائح اتصال محلية مجانية في المطارات، ما يقلل من تكاليف التجوال ويضمن تجربة اتصال متميزة مقارنة بدول أخرى؛

- تمكين المدن الذكية والبيئة السياحية الذكية: شبكات الجيل الخامس تدعم تطوير المدن الذكية التي تتضمن أنظمة نقل ذكية، مراقبة بيئية، وإدارة موارد متقدمة، مما يجعل التنقل والإقامة أكثر سهولة وراحة للسياح. وبالتالي الجيل الخامس سيحول تجربة السياح في الإمارات إلى تجربة أكثر سرعة، تفاعلية، وذكاءً، مع خدمات رقمية متقدمة تدعم الراحة والأمان وتوفر محتوى سياحي غني ومتطور.

7- تكنولوجيا نظام تحديد المواقع القائم على الموقع (LBS)

وتلعب تكنولوجيا نظام تحديد المواقع القائم على الموقع (LBS) دوراً متزايد الأهمية في تحقيق تطوير للسياحة بالإمارات.

فنظام تحديد المواقع القائم على الموقع، الذي يجمع بين نظام تحديد المواقع العالمي (GPS) والشبكات اللاسلكية وتقنيات الاتصالات المتنقلة، يُمكن مقدمي الخدمات السياحية في الإمارات من تقديم خدمات مخصصة وفعالة للزوار بناءً على مواقعهم الجغرافية. وقد تم بالفعل دمج النمو السريع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير السياحة الإماراتية، ويُعد نظام تحديد المواقع القائم على الموقع أداة فنية حيوية تدعم وظائف سياحية متكاملة مثل توفير المعلومات السياحية الشاملة، وتسهيل الاستعلامات، وتعزيز التسويق

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

السياحي الموجه، وإدارة أساطيل المركبات السياحية بكفاءة.

وتتعدد التطبيقات النموذجية لنظام تحديد المواقع القائم على الموقع في صناعة السياحة الإماراتية منها:¹

- **استكشاف المعالم القريبة بسهولة:** يمكن للسياح القادمين إلى دبي أو أبوظبي أو أي من الإمارات

الأخرى استخدام تطبيقات الهواتف المحمولة المعتمدة على نظام تحديد المواقع القائم على الموقع لتحديد المواقع

السياحية القريبة مثل برج خليفة أو متحف اللوفر أبوظبي أو شواطئ الفجيرة الخلاب، واستكشاف الأماكن

القريبة والمناظر الطبيعية الخلابة بكل سهولة وبسر؛

- **مشاركة التجارب الثرية:** يتيح نظام تحديد المواقع القائم على الموقع للسياح تسجيل الدخول في الأماكن

السياحية البارزة ونشر الصور والتعليقات القيمة لمشاركة تجاربهم السياحية الفريدة مع المسافرين الآخرين، مما

يُسهم في الترويج الشفهي للوجهات الإماراتية؛

- **الحصول على معلومات شاملة:** يمكن للزوار تلقي معلومات أكثر ثراءً وشمولية حول الأماكن السياحية

التي يزورونها عبر هواتفهم المحمولة. على سبيل المثال، عند زيارة منطقة تاريخية في الشارقة، يمكن للتطبيق

تزويدهم بمعلومات تفصيلية حول تاريخ المنطقة وأهميتها الثقافية؛

- **تسهيل الوصول إلى الخدمات:** تساعد تطبيقات الخرائط مثل خرائط جوجل السياح في الإمارات في

البحث عن الأماكن ذات المناظر الخلابة القريبة، ومواقف السيارات المتاحة بالقرب من المراكز التجارية الكبرى

مثل دبي مول أو ياس مول، والخدمات الأخرى التي يحتاجونها، بالإضافة إلى تلقي معلومات مخصصة مثل

المسافة إلى الوجهة والوقت المقدر للوصول وحالة الازدحام المروري على طرق دبي السريعة. وقد قامت خرائط

جوجل بالفعل بتوسيع نطاق وظائفها القائمة على الموقع لتشمل العثور السريع على المطاعم القريبة في

الإمارات، مع توفير صور وتعليقات المستخدمين الآخرين؛

- **تبسيط إجراءات الفنادق:** يُساهم نظام تحديد المواقع القائم على الموقع في تبسيط عملية تسجيل

الوصول للنزلاء في الفنادق الإماراتية الفاخرة، مما يسمح للزوار بالعثور على الفنادق المتاحة (بما في ذلك

معلومات الأسعار وتوافر الغرف) وإجراء البحث التنبئي السريع عن الفندق المناسب أو

الحجز بكل سهولة وبسر.

¹ World Tourism Innovation and Development Report, Fourth Industrial Revolution technologies in the UAE, website: <https://www.wta-web.org>, op-cit.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

إذن، من خلال تبني وتطوير تطبيقات مبتكرة تعتمد على نظام تحديد المواقع القائم على الموقع، تستطيع دولة الإمارات العربية المتحدة تعزيز جاذبيتها السياحية وتوفير تجارب لا تُنسى لزوارها من جميع أنحاء العالم. من خلال ما سبق يمكن القول، أن الارتقاء بمكانة دولة الإمارات العربية المتحدة كقوة سياحية عالمية يعزى إلى جهود ممنهجة ومتكاملة. فقد كشفت المطالب عن الأهمية المحورية لتطور البنية التحتية السياحية كركيزة أساسية، إلى جانب الدور الفاعل للاستراتيجيات الطموحة التي قادت مسيرة التنمية. كما سلّطت الدراسة الضوء على التزام الدولة بتبني تقنيات الثورة الصناعية الرابعة كعنصر حاسم لتعزيز الابتكار والقدرة التنافسية. تؤكد هذه الجهود مجتمعة المقاربة الشاملة والمستقبلية للإمارات لضمان استدامة وازدهار قطاعها السياحي.

المبحث الثالث: الذكاء الاصطناعي وتحسين تجربة في القطاع السياحي الإماراتي

يشهد قطاع السياحة العالمي تحولات عميقة بفضل التطورات التكنولوجية المتسارعة، وفي مقدمتها الذكاء الاصطناعي (AI). فلم يعد الذكاء الاصطناعي مجرد أداة مساعدة، بل أصبح محركاً استراتيجياً لإعادة تعريف ديناميكيات الصناعة السياحية، من جذب الزوار إلى تعزيز جودة الخدمات وتحفيز النمو الاقتصادي. وتتبوأ دولة الإمارات العربية المتحدة، بتطلعاتها الريادية نحو المستقبل، موقعاً متقدماً في تبني هذه التقنيات لتحقيق أهدافها في بناء اقتصاد معرفي مستدام ومجتمع رقمي متكامل.

يهدف هذا المبحث إلى تحليل الأثر المتعدد الأوجه للذكاء الاصطناعي على تجربة العملاء في القطاع السياحي في الإمارات متجاوزاً النطاق التقني ليشمل الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والتجريبية. وعليه سيتم في هذا المبحث التطرق الى المطالب التالية:

- **المطلب الأول:** أثر الذكاء الاصطناعي على تحسين تجربة السياح وتعزيز السياحة الذكية في الامارات؛
- **المطلب الثاني:** دور الذكاء الاصطناعي في دفع نمو الاستثمارات السياحية وتحقيق تجربة عملاء متميزة في الإمارات؛
- **المطلب الثالث:** تطبيقات الذكاء الاصطناعي والارتقاء بتجربة السياح في فنادق دولة الإمارات؛

المطلب الأول: أثر الذكاء الاصطناعي على تحسين تجربة السياح وتعزيز السياحة الذكية في الامارات

لتسليط الضوء على أداء الذكاء الاصطناعي ودوره المحوري في تحسين تجربة السياح وجذبهم، سيتم الاطلاع على بعض النسب الهامة. هذه النسب تشكل صورة واضحة عن مدى مساهمة الذكاء الاصطناعي في تعزيز السياحة الذكية، والمتمثلة بشكل خاص في نسبة عودة الزوار ورضاهم العالي عن الخدمات السياحية المقدمة في الإمارات، وسنتطرق كذلك إلى بعض الارقام والمؤشرات الخاصة بأعداد الزوار والليالي الفندقية.

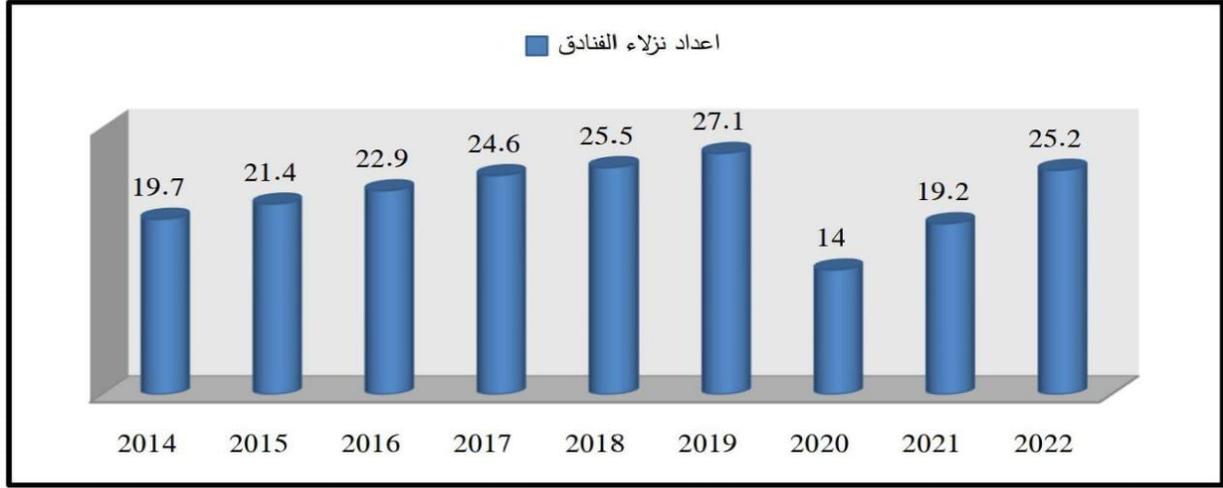
1- بالنسبة للنسب عودة الزوار إلى الإمارات: تشير التقارير إلى أن 94% من زوار دبي كانوا راضين عن إقامتهم الفندقية في عام 2024، مقارنة بـ 92% في عام 2022. ويؤكد السيد "عصام كاظم"، مسؤول دبي للتسويق السياحي والتجاري، خلال فعاليات مهرجان دبي للذكاء الاصطناعي والويب، على هذا الرضا من خلال الإشارة إلى أن حوالي 25% من السياح الذين زاروا دبي يعودون بشكل متكرر. ويعتبر هذا مؤشراً قوياً على جودة الخدمات السياحية المقدمة. وقد أوضح أن دبي تستخدم الذكاء الاصطناعي لتعزيز تجربة السائح منذ لحظة وصوله عبر تقنية التعرف على الوجه لتسهيل الدخول، بالإضافة إلى توفير تجارب شخصية تلبي

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

تفضيلات وسلوك كل زائر، الأمر الذي ساهم في ترسيخ مكانة الإمارات كوجهة سياحية ذكية وجذابة¹.
والشكلين التاليين يوضحان أعداد زوار الفنادق في الامارات وعدد ليلي الفندق في الامارات

الشكل (28): أعداد زوار الفنادق في الامارات العربية

الأرقام بالملايين



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على بيانات الموقع (أداء قطاع السياحة بالإمارات العربية المتحدة 2022،

<https://www.moec.gov.ae/tourism-indicators>).

الشكل (29): عدد ليلي الفندق في الامارات العربية

الأرقام بالملايين



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على بيانات الموقع (أداء قطاع السياحة بالإمارات العربية المتحدة 2022،

<https://www.moec.gov.ae/tourism-indicators>).

¹ مبادرات الذكاء الاصطناعي في دبي تعزز السياحة، على الموقع الإلكتروني <https://arabic.onearabia.me> ، تاريخ الإطلاع: 2025/05/14 على الساعة 9:45 am.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

بناء على الشكلين السابقين يلاحظ أن الإمارات حققت نموًا ملحوظًا في أعداد النزلاء والليالي الفندقية خاصة في الفترة ما بعد عام 2017 باستثناء عام 2020 الذي كان عامًا استثنائيًا بسبب أزمة كوفيد-19. ويعزى هذا النمو بشكل كبير إلى الاستراتيجيات الناجعة التي تبنتها الإمارات، والتي كان من أهمها الاستخدام المبتكر للذكاء الاصطناعي في قطاع الفنادق. ولقد أصبح هذا القطاع نموذجًا من أرقى النماذج العالمية، يلبي احتياجات مختلف الفئات بكفاءة عالية.

إن الارتفاع الملحوظ في عدد الليالي الفندقية لا يعكس فقط جودة الخدمات المقدمة ومستوى الرضا العالي لدى السياح، مما أدى إلى زيادة متوسط مدة الإقامة، بل يؤكد بشكل خاص على "الكيفية التي أحدث بها الذكاء الاصطناعي نقلة نوعية في تجربة هؤلاء السياح". يمكن تفصيل ذلك على النحو التالي:¹

- **تجارب شخصية ومخصصة:** يتيح الذكاء الاصطناعي للفنادق جمع وتحليل بيانات النزلاء وتفضيلاتهم (مثل حجوزات سابقة، طلبات خاصة، وحتى أنشطتهم على شبكات الواي فاي الفندقية). بناءً على هذه البيانات تستطيع الفنادق تقديم عروض وخدمات مخصصة تلبي احتياجات كل نزيل على حدة. على سبيل المثال، قد يتلقى نزيل يفضل المأكولات البحرية توصيات بمطاعم متخصصة، أو قد يجد في غرفته عند الوصول مشروبه المفضل. هذه اللمسات الشخصية تعزز شعور النزيل بالاهتمام والتقدير.

- **خدمات سلسة وفعالة:** يعمل الذكاء الاصطناعي على أتمتة العديد من العمليات الفندقية، مما يجعلها أكثر سلاسة وكفاءة للنزلاء. تشمل هذه العمليات تسجيل الدخول والخروج الذكي عبر تطبيقات الهواتف أو الأكشاك الذاتية، وخدمات الكونسيرج الافتراضية التي تجيب على استفسارات النزلاء على مدار الساعة وتقدم لهم المعلومات والتوصيات بسرعة، هذا يوفر وقت النزلاء ويقلل من الإجراءات الروتينية.²

- **توصيات ذكية ومناسبة:** لا يقتصر دور الذكاء الاصطناعي على الخدمات الفندقية داخل المنشأة، بل يمتد ليشمل تقديم توصيات ذكية للنزلاء حول الأماكن السياحية والفعاليات والأنشطة التي قد تثير اهتمامهم بناءً على ملفهم الشخصي واهتماماتهم المعلنة أو المستنبطة. هذا يساعد السياح على استكشاف الوجهة بشكل أفضل والاستفادة القصوى من وقتهم.

- **تحسين جودة الغرف والراحة:** يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساهم في تحسين تجربة الإقامة داخل

¹ علاقة الذكاء الاصطناعي في الإمارات العربية المتحدة: واقع ومستقبل، على الموقع الإلكتروني:

<https://3arabi.ai>، تاريخ الاطلاع: 2025/05/14 على الساعة 11:00 am.

² المرجع السابق.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

الغرف الفندقية نفسها. على سبيل المثال، يمكن لأنظمة التحكم الذكية ضبط الإضاءة ودرجة الحرارة والموسيقى تلقائياً بناءً على تفضيلات النزيل أو حتى الوقت من اليوم. بعض الفنادق تستخدم الروبوتات لتقديم خدمات الغرف أو حتى تنظيفها بكفاءة عالية¹.

- **دعم متعدد اللغات:** يمكن لأنظمة الذكاء الاصطناعي توفير دعم متعدد اللغات للنزلاء في مختلف جوانب تجربتهم، سواء كان ذلك في التواصل مع موظفي الفندق عبر تطبيقات الترجمة الفورية أو في فهم المعلومات المقدمة على الشاشات التفاعلية. هذا يزيل حاجز اللغة ويعزز شعور النزلاء بالراحة والثقة.

- **تعزيز الأمن والسلامة للضيوف:** توفر أنظمة المراقبة والأمن المدعومة بالذكاء الاصطناعي بيئة أكثر أماناً للضيوف والموظفين.

وعموماً، تعكس هذه الأرقام الإيجابية مدى نجاعة استراتيجيات الإمارات في جذب السياح وتعزيز السياحة الذكية، حيث يلعب الذكاء الاصطناعي دوراً حيوياً في إضفاء طابع شخصي على الإقامة، تبسيط الإجراءات، تقديم معلومات قيمة، وتحسين مستويات الراحة، مما ينتج عنه تجربة سياحية أكثر ثراءً وإرضاءً تدفع السياح إلى تمديد إقامتهم والتخطيط لزيارات مستقبلية.

وفي هذا السياق، يمكن التعمق أكثر في الأدوات المحددة للذكاء الاصطناعي التي تُحدث هذا التحول الإيجابي في تجربة العملاء وتعزز السياحة الذكية في الإمارات كما يلي:²

1- روبوتات الدردشة والمساعدون الافتراضيون المتطورة:

لم تعد روبوتات الدردشة تقتصر على مهام الإجابة على الاستفسارات الروتينية (Frequently Asked Questions – FAQs) بفضل التطورات في نماذج اللغة الكبيرة (Large Language Models – LLMs)، مثل نموذج GPT-4 والنماذج المشابهة.

أصبحت اليوم تتمتع بقدرة فائقة على فهم السياقات المعقدة، وتقديم استجابات تفصيلية وشخصية، والانخراط في حوارات طبيعية تحاكي التفاعل البشري إلى حد كبير. يمثل هذا التحول نقلة نوعية في إمكانات هذه التقنيات وتطبيقاتها المتزايدة في مختلف القطاعات.

¹ Katarzyna Rojewska, **Effective Ways to Improve Tourist Experiences with AI**, website:

<https://www.qtravel.ai/blog/5-effective-ways-to-improve-tourist-experiences-with-ai/>, seen: 14/05/2025 at 12:00.

² من إعداد الطالبة بالاعتماد على عدة مواقع:

(<https://www.ultralytics.com/ar/blog/the-impact-of-ai-on-the-tourism-industry>)

(<https://www.emaratalyoum.com/business/local/2025-04-28-1.1939843>)

(https://jipim.journals.ekb.eg/article_386908_5a869e870d65fffb7b667424d541a863.pdf)

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

تبرز التطبيقات الحديثة لروبوتات الدردشة والمساعدين الافتراضيين في قطاع الخدمات كأحد المجالات الواعدة التي تستفيد بشكل كبير من هذه التطورات. فعلى سبيل المثال، بدأت بعض المؤسسات الفندقية الرائدة في دولة الإمارات العربية المتحدة في تبني مفهوم "البوابين الافتراضيين المتكاملين" تتجاوز وظيفة هؤلاء المساعدين الافتراضيين مجرد الإجابة على استفسارات النزلاء لتشمل تنفيذ طلباتهم المختلفة، مثل عمليات حجز المطاعم والمرافق الصحية، والتحكم في بيئة الغرفة الداخلية (كالإضاءة وأنظمة التكييف)، وتقديم توصيات شخصية للأنشطة الترفيهية والسياحية بناءً على تفضيلات النزلاء المعلنة أو المستنبطة من أنماط سلوكهم الرقمي داخل الفندق.

علاوة على ذلك، يشهد قطاع السفر والسياحة ظهور تطبيقات هاتف محمول تعتمد على الذكاء الاصطناعي لتقديم خدمات "مساعد السفر الشخصي". تعمل هذه التطبيقات على دعم المسافرين في جميع مراحل رحلتهم، بدءاً من مرحلة التخطيط والحجز، مروراً بتقديم الإرشادات والتوجيهات أثناء التنقل في الوجهة المقصودة، وصولاً إلى اقتراح الأماكن والأنشطة ذات الصلة في الوقت الفعلي بناءً على الموقع الجغرافي واهتمامات المستخدم. تجدر الإشارة إلى أن بعض هذه التطبيقات تتضمن أيضاً قدرات متقدمة للترجمة الفورية مما يساهم في تيسير التواصل وتقليل الحواجز اللغوية أمام السياح الدوليين.

أيضاً، تمثل قدرة روبوتات الدردشة الحديثة على التفاعل بطلاقة عبر لغات متعددة ميزة تنافسية هامة خاصة في سياق العولمة وتزايد حركة السياحة الدولية. هذه القدرة اللغوية المحسنة تعمل على تعزيز تجربة السياح القادمين من خلفيات لغوية متنوعة، وتساهم في توفير تجربة سلسلة وشخصية بغض النظر عن لغة الزائر.

2- أنظمة التوصية الذكية فائقة التخصيص:

شهدت أنظمة التوصية تطوراً ملحوظاً تجاوز الاعتماد التقليدي على تحليل البيانات التاريخية. تتجه الأنظمة الحديثة نحو تبني نماذج هجينة تدمج بيانات سلوكية في الوقت الفعلي، وتحليلات متقدمة للمشاعر المستخلصة من تقييمات المستخدمين وتعليقاتهم، وصولاً إلى استقراء بيانات الاستشعار من الأجهزة القابلة للارتداء. يمثل هذا التكامل نقلة نوعية في فهم تفضيلات المستخدمين بعمق أكبر، مما يتيح تقديم توصيات فائقة الدقة والتخصيص تتجاوز التوقعات التقليدية، وهو ما يكتسب أهمية خاصة في قطاع السياحة التنافسي مثل السياحة في الإمارات العربية المتحدة.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

تبرز تطبيقات مبتكرة لأنظمة التوصية الذكية فائقة التخصيص في مختلف القطاعات، مما يعكس قدرتها على التكيف مع سياقات المستخدم المتغيرة وتقديم قيمة مضافة حقيقية. يمكن تصور تطبيقات هذه الأنظمة في إثراء تجربة السائح في الإمارات العربية المتحدة على النحو التالي:

- **التوصيات الديناميكية في قطاع الضيافة بالإمارات:** يمكن للفنادق والمنتجعات في الإمارات استخدام أنظمة توصية ديناميكية لتقديم خدمات ومرافق مخصصة للزلاء. على سبيل المثال، عند وصول سائح يقيم في فندق في دبي لمدة أسبوع، يمكن للنظام أن يقترح مطاعم ذات تقييمات عالية للمأكولات العربية في الأيام الأولى، ثم يقترح رحلات سفاري صحراوية في منتصف الأسبوع بناءً على تفاعلاته السابقة مع محتوى مشابه على التطبيق الفندقي أو اهتماماته المعلنة عند الحجز. بالإضافة إلى ذلك، يمكن تحليل تعابير وجه السائح عند دخوله إلى منطقة الاستقبال لاقتراح مشروب منعش أو خدمة سبا إذا بدا عليه الإرهاق.

- **تخصيص مسارات الرحلات السياحية في الزمن الحقيقي في الإمارات:** يمكن لتطبيقات السفر والسياحة في الإمارات أن تقدم تجارب فريدة من خلال تعديل خطط الرحلات المقترحة بناءً على الظروف اللحظية. على سبيل المثال، إذا كان هناك ازدحام مروري كبير يؤثر على الوصول إلى متحف اللوفر أبوظبي، يمكن للتطبيق اقتراح بدائل قريبة مثل قصر الحصن أو عرضاً ثقافياً آخر. علاوة على ذلك، إذا أبدى السائح اهتماماً بالتراث الإماراتي من خلال زيارة سوق تقليدي في الشارقة، يمكن للتطبيق أن يقترح فعاليات ثقافية قادمة أو ورش عمل حرفية قريبة.

- **دمج التوصيات في التجارب الترفيهية والثقافية في الإمارات:** يمكن للمدن الترفيهية مثل "آي إم جي عالم من المغامرات" أو المواقع الثقافية مثل "حي الفهيدي التاريخي" في دبي الاستفادة من أنظمة التوصية. على سبيل المثال، بعد أن يستمتع السائح بعبء ألعاب مثيرة في المدينة الترفيهية، يمكن للنظام أن يقترح عليه تجربة أفغانية جديدة ذات مستوى إثارة مماثل أو عرضاً حياً قادمًا. وبالمثل، إذا أبدى السائح اهتماماً بالعمارة التقليدية في حي الفهيدي، يمكن للنظام أن يقترح عليه زيارة بيت الشيخ سعيد آل مكتوم القريب أو حضور محاضرة عن تاريخ دبي المعماري.

3- تحليل آراء العملاء المعتمد على الذكاء الاصطناعي التوليدي:

بدلاً من مجرد تحليل القطبية العاطفية (إيجابي، سلبي، محايد)، يمكن للذكاء الاصطناعي التوليدي الآن تلخيص كميات هائلة من تعليقات العملاء وإنشاء رؤى مفصلة حول جوانب محددة من التجربة السياحية (مثل

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

جودة الطعام في فندق معين، كفاءة خدمة تسجيل الوصول في مطار، أو سهولة استخدام تطبيق سياحي).
تتيح التطورات الحديثة في الذكاء الاصطناعي التوليدي تطبيقات عملية يمكن أن تعزز بشكل كبير فهم تجربة السائح في الإمارات:

- **تقارير رؤى العملاء الآلية لتطوير الخدمات:** يمكن لأدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي تجميع وتحليل آلاف التقييمات والتعليقات المنشورة عبر الإنترنت حول الفنادق والمنتجعات وشركات الطيران والمعالم السياحية في مختلف أنحاء الإمارات. على سبيل المثال، يمكن لهذه الأدوات أن تحدد بشكل آلي أن السياح يشيدون باستمرار بالتصميم المعماري الفريد لفندق معين في أبوظبي، بينما يعبرون عن بعض الصعوبات في العثور على مواقف للسيارات بالقرب من أحد المتاحف في الشارقة. هذه التقارير التفصيلية تزود المؤسسات السياحية في الإمارات برؤى قيمة حول نقاط قوتها وضعفها من منظور السائح.

- **تحديد أولويات التحسين بناءً على آراء السياح:** يمكن للذكاء الاصطناعي التوليدي مساعدة الشركات السياحية في الإمارات على فهم المجالات التي تتطلب اهتماماً عاجلاً بناءً على حجم وتأثير المشاعر السلبية التي يعبر عنها السياح. على سبيل المثال، إذا كان هناك عدد كبير من الشكاوى حول طول فترة الانتظار في نقاط التفتيش الأمنية في مطار دبي الدولي، يمكن للمؤسسات المعنية تخصيص الموارد لتحسين هذه العملية بناءً على هذه الرؤى المستخلصة من آراء السياح.

- **إنشاء ردود مخصصة لتعزيز رضا السياح:** يمكن للذكاء الاصطناعي التوليدي اقتراح ردود مخصصة على تعليقات السياح، مع الأخذ في الاعتبار المشاعر والتفاصيل المحددة في تعليقاتهم حول تجربتهم في الإمارات. على سبيل المثال، إذا أبدى سائح إعجابه بتجربة التسوق في أحد المراكز التجارية في دبي ولكنه أشار إلى ارتفاع الأسعار في بعض المتاجر، يمكن للذكاء الاصطناعي اقتراح رد يشكره على ملاحظاته الإيجابية ويعترف بملاحظته حول الأسعار مع التأكيد على سعي المركز لتوفير خيارات متنوعة تناسب مختلف الميزانيات. هذا النوع من الردود المخصصة يعزز من شعور السائح بالتقدير والاهتمام.

4- الرؤية الحاسوبية المتقدمة:

شهد مجال الرؤية الحاسوبية تطورات نوعية في الآونة الأخيرة، مما أدى إلى تعزيز قدرة الأنظمة على إدراك وتحليل البيانات المعقدة بدقة متزايدة. تجلّى هذا التقدم في مجالات متعددة، بدءاً من التعرف الدقيق على الوجوه وتتبع الأجسام المتحركة، وصولاً إلى الفهم العميق للمشاهد وتحليل السلوكيات المعقدة (اسم الباحث أو

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

الجهة المرجعية التي أشارت إلى هذا التطور). ونتيجة لهذه التطورات، أصبحت الرؤية الحاسوبية أداة قوية لتقديم رؤى معمقة حول تفاعلات الأفراد مع محيطهم.

تبرز أهمية هذه التكنولوجيا في قطاع السياحة، خاصة في وجهات رائدة مثل دولة الإمارات العربية المتحدة التي تسعى باستمرار إلى تحسين تجربة السائح. يمكن لتطبيقات الرؤية الحاسوبية المتقدمة أن تحدث نقلة نوعية في هذا المجال من خلال معالجة تحديات مختلفة وتعزيز جوانب متعددة من رحلة السائح.

فعلى سبيل المثال، يمكن الاستفادة من الرؤية الحاسوبية في تحسين تجربة المطارات في الإمارات، والتي تعتبر بوابات رئيسية لاستقبال الزوار. من خلال تحليل تدفق الركاب عبر الكاميرات الذكية، يمكن للنظام التنبؤ بالاختناقات المحتملة في مناطق التفتيش أو تسجيل الأمتعة، مما يتيح اتخاذ إجراءات استباقية لتقليل أوقات الانتظار وتحسين الكفاءة التشغيلية (مثل تطبيقي مع إمكانية الإشارة إلى مبادرات أو دراسات حالة في مطارات الإمارات). بالإضافة إلى ذلك، يمكن توفير معلومات في الوقت الفعلي للركاب حول حالة الرحلات والبوابات عبر شاشات تفاعلية مدعومة بتقنيات الرؤية الحاسوبية التي تستجيب لتفاعلهم.

وفي سياق إدارة الحشود الذكية في المعالم السياحية المنتشرة في الإمارات، يمكن للرؤية الحاسوبية أن تلعب دورًا حيويًا في ضمان سلامة الزوار وراحتهم. من خلال تحليل كثافة الحشود في مناطق الجذب المختلفة، يمكن للمسؤولين الحصول على تنبيهات فورية في حال تجاوزت الكثافة الحدود الآمنة، مما يتيح لهم اتخاذ قرارات مستنيرة لتوزيع الزوار بشكل أفضل وتجنب الازدحام.

أما فيما يتعلق بالكشف عن الاحتيال والأمان في الفنادق والمرافق السياحية في الإمارات، فإن أنظمة التعرف على الوجوه وأنظمة المراقبة الذكية المدعومة بالرؤية الحاسوبية تمثل أدوات قوية لتعزيز الأمن ومنع الأنشطة المشبوهة. يمكن لهذه الأنظمة التحقق من هويات النزلاء والموظفين، ومراقبة المناطق الحساسة، واكتشاف أي سلوكيات غير اعتيادية قد تشير إلى تهديدات أمنية.

5- الواقع المعزز والتجارب الغامرة المدعومة بالذكاء الاصطناعي

تشهد صناعة السياحة تحولًا جذريًا مدفوعًا بالتقدم التكنولوجي، حيث يبرز الواقع المعزز (AR) والتجارب الغامرة، المعززة بقدرات الذكاء الاصطناعي (AI)، كأدوات قوية لإعادة تعريف تفاعل السياح مع الوجهات والثقافات. لم يعد الواقع المعزز يقتصر على طبقات معلوماتية بسيطة؛ بل تطور ليصبح منصة لتجارب تفاعلية وشخصية تتكيف في الوقت الفعلي مع سلوك المستخدم وتفضيلاته وتتمتع دولة الإمارات

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

العربية المتحدة بما تملكه من رؤية استراتيجية طموحة لتتبع اقتصادها وتعزيز مكانتها كوجهة سياحية عالمية رائدة، بإمكانات هائلة للاستفادة من هذا التكامل التكنولوجي لتقديم تجارب سياحية فريدة ومتميزة.

يشير التزاوج بين الواقع المعزز والذكاء الاصطناعي إلى حقبة جديدة من التفاعلات الرقمية الفيزيائية. فبدلاً من مجرد عرض معلومات ثابتة، تعمل أنظمة الواقع المعزز المدعومة بالذكاء الاصطناعي على تحليل بيانات المستخدم في الوقت الفعلي، بما في ذلك الموقع، واتجاه النظر، والتفاعلات السابقة، لتقديم محتوى وتجارب مخصصة استثنائية في الإمارات:

- **استكشاف المواقع التراثية والثقافية:** يمكن لتطبيقات الواقع المعزز أن تحول زيارة المواقع التاريخية مثل قلعة الفهيدي أو منطقة الشندغة التاريخية في دبي إلى تجارب غامرة. يمكن للسياح رؤية تصورات ثلاثية الأبعاد للمباني القديمة كما كانت في الماضي، والتفاعل مع شخصيات افتراضية تحكي قصصاً عن تاريخ المنطقة وثقافتها. يمكن للذكاء الاصطناعي تكييف هذه الروايات بناءً على اهتمامات الزائرين، وتقديم معلومات إضافية لمن يبدون اهتماماً بتفاصيل معينة.

- **جولات سياحية ذكية ومخصصة في المدن:** يمكن لتطبيقات الهاتف المحمول المدعومة بالواقع المعزز أن توجه السياح في جولات مخصصة في مدن مثل أبوظبي ودبي، مع عرض معلومات حول المعالم البارزة والمطاعم والأنشطة الترفيهية بناءً على تفضيلاتهم وموقعهم الحالي. يمكن للذكاء الاصطناعي تحليل بيانات حركة المرور وأوقات الانتظار لتقديم اقتراحات مثالية وتجنب الازدحام.

- **تجارب ثقافية تفاعلية:** يمكن استخدام الواقع المعزز لتقديم تجارب ثقافية تفاعلية في المتاحف والمعارض الفنية، مثل عرض معلومات إضافية عن الأعمال الفنية عند توجيه الهاتف نحوها، أو إنشاء تجارب تفاعلية تحاكي الحرف اليدوية التقليدية. يمكن للذكاء الاصطناعي تتبع تفاعلات الزوار وتقديم محتوى إضافي ذي صلة لتعميق فهمهم وتقديرهم للثقافة الإماراتية.

- **تحسين تجربة التسوق في الأسواق التقليدية والمراكز الحديثة:** يمكن للواقع المعزز أن يوفر معلومات إضافية حول المنتجات المحلية في الأسواق التقليدية، مثل تاريخ المنتج وطريقة صنعه، مما يضيف قيمة لتجربة التسوق. في المراكز التجارية، يمكن للواقع المعزز والذكاء الاصطناعي تقديم تجارب تسوق شخصية وتوجيه الزوار إلى المتاجر التي قد تثير اهتمامهم، وتقديم عروض حصرية بناءً على مشترياتهم السابقة.

- **تجارب ترفيهية مبتكرة في الصحراء والشواطئ:** يمكن دمج الواقع المعزز في الأنشطة السياحية في

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

الصحراء والشواطئ، مثل عرض معلومات حول النباتات والحيوانات المحلية عند استكشاف المحميات الطبيعية أو إنشاء ألعاب تفاعلية ممتعة باستخدام البيئة المحيطة كخلفية.

6- إنترنت الأشياء والتحليلات التنبؤية:

وبرزت إنترنت الأشياء (IoT) والتحليلات التنبؤية كأدوات قوية لإعادة تشكيل تجارب الزوار وتحسين كفاءة العمليات في الوجهات السياحية. تتجلى التطورات الحديثة في هذا المجال في الانتشار الواسع لشبكات إنترنت الأشياء المتكاملة، القادرة على جمع كميات هائلة من البيانات المتنوعة. يمكن للذكاء الاصطناعي (AI) تحليل هذه البيانات المعقدة لتقديم رؤى تنبؤية دقيقة، مما يفتح آفاقاً جديدة لتحسين جودة الخدمات السياحية واستدامتها.

تتبنى دولة الإمارات العربية المتحدة، بوصفها مركزاً سياحياً عالمياً رائداً، هذه التقنيات المبتكرة لتعزيز جاذبيتها وتنافسيتها. يمكن لتكامل إنترنت الأشياء والتحليلات التنبؤية أن يحدث نقلة نوعية في تجربة السياح في الإمارات من خلال تطبيقات متعددة:

- **الصيانة التنبؤية للمرافق السياحية:** يمكن للفنادق والمنتجعات والمرافق الترفيهية في الإمارات استخدام أجهزة الاستشعار المتصلة لمراقبة أداء المعدات الحيوية مثل أنظمة التكييف والمصاعد والمولدات. من خلال تحليل البيانات في الوقت الفعلي، يمكن للأنظمة التنبؤ بالأعطال المحتملة قبل وقوعها، مما يتيح إجراء الصيانة الوقائية في الوقت المناسب. يقلل هذا النهج من فترات التوقف غير المخطط لها، ويحسن من كفاءة العمليات، والأهم من ذلك، يضمن تجربة سلسلة ومريحة للنزلاء (اسم المنظمة/المبادرة في الإمارات، سنة البدء). على سبيل المثال، يمكن تصور نظام مركزي يراقب جميع الفنادق في إمارة معينة، ويتنبأ باحتياجات الصيانة بشكل استباقي.

- **إدارة الطاقة والموارد المستدامة:** في سياق التزام الإمارات بالاستدامة البيئية، يمكن لتحليل بيانات الاستهلاك الواردة من أجهزة إنترنت الأشياء (مثل عدادات المياه والكهرباء الذكية) أن يوفر رؤى قيمة حول أنماط الاستهلاك في الفنادق والمناطق السياحية. يمكن للتحليلات التنبؤية التنبؤ بالطلب المستقبلي على الطاقة والمياه، مما يسمح للمشغلين بتحسين استخدام الموارد، وتقليل الهدر، وبالتالي خفض التكاليف التشغيلية والبصمة البيئية (اسم المبادرة الحكومية في الإمارات، سنة الإطلاق). يمكن تطبيق ذلك على نطاق واسع في المشاريع السياحية الكبرى مثل الوجهات البيئية أو الفنادق المستدامة في الدولة.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

- تحسين تجربة الزوار وإدارة التدفق: يمكن الاستفادة من بيانات الموقع التي يتم جمعها بشكل مجهول من الأجهزة المتصلة بالشبكة (مثل الهواتف الذكية عبر تطبيقات مخصصة أو شبكات الواي فاي العامة) للتنبؤ بمناطق الازدحام في المعالم السياحية والمراكز التجارية والمطارات في الإمارات. ويمكن للتحليلات التنبؤية أن تساعد السلطات السياحية على اتخاذ إجراءات استباقية لإدارة تدفق الزوار بكفاءة، مثل توجيههم إلى مناطق أقل ازدحاماً، أو تعديل جداول النقل، أو توفير معلومات في الوقت الفعلي حول أوقات الانتظار. هذا يساهم بشكل كبير في تحسين تجربة الزائر وتقليل الإزعاج.

- تخصيص تجارب الزوار: بالإضافة إلى إدارة التدفق، يمكن لتحليل بيانات إنترنت الأشياء أن يوفر رؤى حول تفضيلات الزوار وسلوكياتهم. على سبيل المثال، يمكن لأجهزة الاستشعار في الغرف الفندقية الذكية تتبع تفضيلات الإضاءة ودرجة الحرارة، ويمكن لتطبيقات الهاتف المحمول جمع بيانات حول اهتماماتهم والأنشطة التي يشاركون فيها. يمكن استخدام هذه المعلومات لتقديم عروض وتوصيات مخصصة، مما يعزز رضا الزوار وولائهم.

أخيراً، ساهم الاستخدام المبتكر للذكاء الاصطناعي في قطاع الفنادق والضيافة بدولة الإمارات العربية المتحدة بشكل كبير في تحسين تجربة السياح من خلال التخصيص، وتسهيل الخدمات، وتوفير المعلومات القيمة، وتعزيز الراحة، وتقديم تجارب تفاعلية، مما أدى إلى زيادة الرضا ومعدلات الإقامة.

المطلب الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في دفع نمو الاستثمارات السياحية وتحقيق تجربة عملاء متميزة في الإمارات.

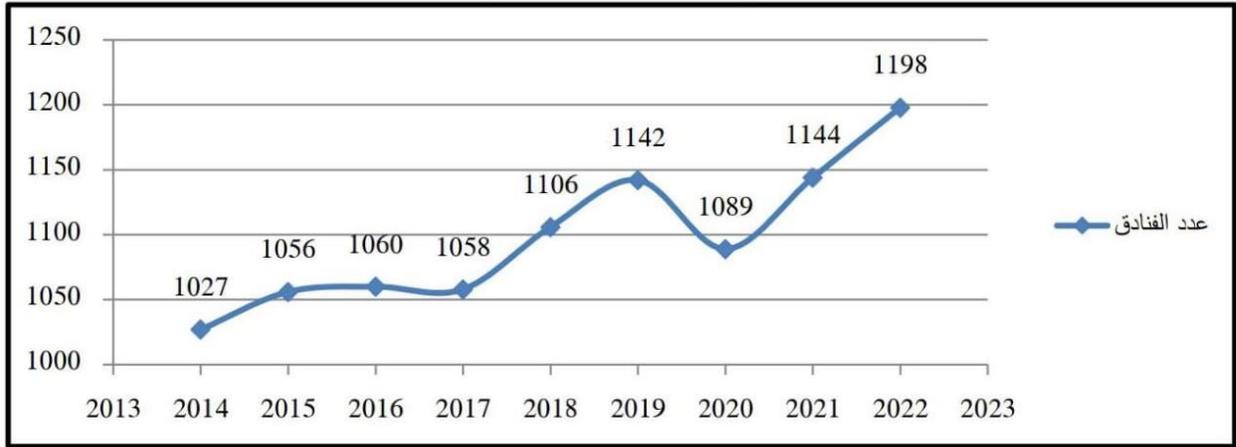
شهدت الإمارات العربية المتحدة بصفة ملحوظة نمو الاستثمارات السياحية نتيجة اعتمادها المتزايد على الذكاء الاصطناعي، إذ أسهم هذا الأخير في تحقيق رؤية الإمارات في التحول إلى وجهة سياحية ذكية وعالمية، وهو ما شجع المستثمرين على ضخ المزيد من الأموال للاستثمار في المشاريع السياحية.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

حيث أوضحت البيانات الصادرة عن المجلس العالمي للسفر والسياحة أن إجمالي استثمارات قطاع السياحة في الإمارات قد بلغ في عام 2023 حوالي (28.8 مليار درهم إماراتي) بنمو يقدر بـ 15.1% عن عام 2022 وتوقع المجلس مواصلة ارتفاع إجمالي الاستثمارات السياحية في الإمارات إلى 50.9 مليار درهم بحلول عام 2023 بواقع 8.3% من إجمالي استثمارات الدولة، وبمعدل نمو يقدر بـ 4.6%¹.

كما ويشير تطور الإيجابي للبيانات الخاصة بإعداد الفنادق والغرف الفندقية وإجمالي الإيرادات الفندقية في الشكل الموجودين أدناه، باستمرار نمو الاستثمارات في مجال الفنادق بسبب التزايد المستمر لأعداد السياح الدوليين نتيجة تحسن الخدمات الفندقية والتي كان لاستخدام التقنيات الحديثة مثل للذكاء الاصطناعي دور فعال في تحسينها.

الشكل رقم (30): تطور عدد الفنادق في الامارات

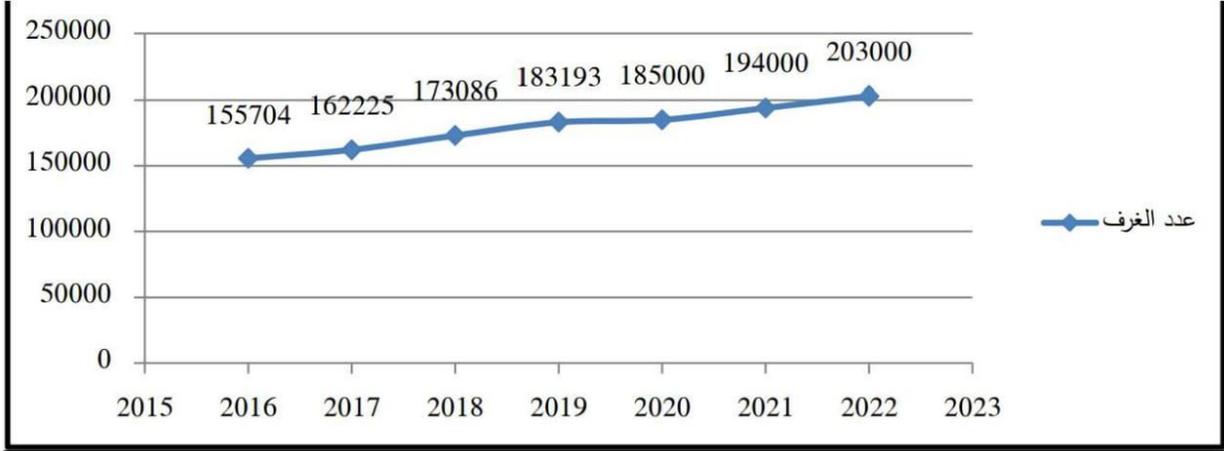


المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات الموقع (<https://www.moec.gov.ae/tourism>)

([indicators](#)، 2022).

¹ حجم الاستثمارات السياحية في الامارات العربية المتحدة خلال 10 سنوات، على الموقع الالكتروني: <https://www.mubasher.info>، تاريخ الإطلاع: 2025/05/15 الساعة 8:00 am.

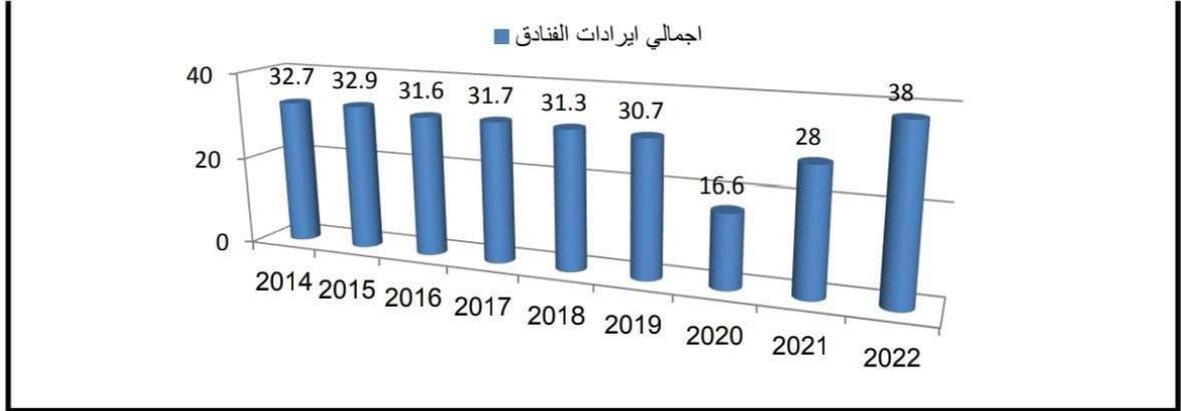
شكل (31): تطور عدد الغرف الفندقية في الإمارات العربية



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على بيانات الموقع (<https://www.moec.gov.ae/tourism-indicators>)، 2022).

الشكل (32): إجمالي إيرادات الفنادق

الوحدة: مليار درهم إماراتي



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على بيانات الموقع (<https://www.moec.gov.ae/tourism-indicators>)، 2022).

توضح الأشكال السابقة أن تطور عدد الفنادق والغرف الفندقية وإجمالي الإيرادات الفندقية في دولة الإمارات العربية المتحدة يمثل عاملاً حاسماً في نمو الاستثمارات السياحية، وذلك من خلال التكامل الوثيق مع الجهود

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

المبدولة لتحسين تجربة السياح كما يلي:¹

- أولاً زيادة الطاقة الاستيعابية وتلبية الطلب المتنامي: ساهم النمو المطرد في أعداد الفنادق والغرف الفندقية في تلبية الطلب المتزايد من السياح، مما يعكس قدرة الإمارات على استيعاب أعداد كبيرة من الزوار. هذه القدرة الاستيعابية العالية تعمل كحافز للمستثمرين لضخ المزيد من الاستثمارات في تطوير فنادق ومنتجعات جديدة، مدفوعين بالثقة في وجود قاعدة عملاء واسعة، وقد تعززت هذه القدرة من خلال تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إدارة الحجوزات، وتحسين تخصيص الغرف، وتوفير معلومات دقيقة وفورية للسياح، مما أدى إلى تجربة سلسلة ومريحة تشجع على زيادة الإقبال والاستثمار في تطوير المزيد من الوحدات الفندقية الذكية.
- ثانياً: ارتفاع الإيرادات الفندقية كمؤشر على الربحية وجاذبية الاستثمار: يعكس النمو المستمر في إجمالي الإيرادات الفندقية الأداء القوي للقطاع وارتفاع متوسط الإنفاق السياحي. هذه الإيرادات المتزايدة تمثل مؤشراً واضحاً على الربحية والعائد على الاستثمار، مما يجعل الاستثمار في الفنادق والخدمات الفندقية خياراً جذاباً للمستثمرين. ويساهم تحسين تجربة السياح من خلال تقديم خدمات عالية الجودة، وتجارب مخصصة واستخدام الذكاء الاصطناعي، في زيادة استعداد السياح للإنفاق على الإقامة والخدمات الفندقية الأخرى، وهو ما يترجم مباشرة إلى زيادة الإيرادات ويعزز ثقة المستثمرين ويشجعهم على التوسع والاستثمار
- ثالثاً: بناء الثقة في سوق سياحي مستدام ومبتكر بفضل الذكاء الاصطناعي: يرسل التوسع في البنية التحتية الفندقية الذكية وتحقيق إيرادات متزايدة إشارة قوية إلى المستثمرين حول استقرار ونمو السوق السياحي في الإمارات، مدعوماً بالابتكار التكنولوجي. فالاستخدام الذكي للبيانات وتحليل سلوك السياح من خلال الذكاء الاصطناعي يساعد في اتخاذ قرارات استثمارية مستنيرة وتقليل المخاطر المتوقعة. وعندما يرى المستثمرون التزاماً بتوظيف أحدث التقنيات لتحسين تجربة السياح وتلبية احتياجاتهم المتطورة، فإن ذلك يعزز من ثقتهم في الرؤية الاستراتيجية للقطاع ويشجع على تدفق المزيد من الاستثمارات النوعية.
- رابعاً: تنويع الفرص الاستثمارية في ظل التحول الرقمي للقطاع الفندقية: لا يقتصر تطور القطاع الفندقية على الإنشاءات التقليدية، بل يشمل أيضاً تطوير حلول إقامة مبتكرة وخدمات مصاحبة ذكية. وقد فتح

¹ من إعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات المواقع:

(<https://www.thefirstgroup.com/ar/news/dubai-leads-gcc-hotel-development-which-is-growing-at-fr-times-the-global-average/>).

(<https://samtrips.com/40-million-guests-uae-2031/>).

(<https://www.argaam.com/ar/article/articledetail/id/172653>).

(<https://www.alkhaleej.ae/2025-03-12>)

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

الذكاء الاصطناعي آفاقاً جديدة للاستثمار في مجالات مثل الفنادق الذكية، وتجارب الواقع المعزز والافتراضي في السياحة، ومنصات الحجز والتسويق الذكية، والخدمات اللوجستية المؤتمتة. هذا التنوع يجذب مستثمرين متخصصين في التكنولوجيا والابتكار، مما يساهم في إثراء التجربة السياحية الشاملة.

وأخيراً، يمثل النمو في عدد الفنادق والغرف والإيرادات الفندقية مؤشرات قوية على جاذبية وربحية القطاع السياحي في دولة الإمارات العربية المتحدة. وعندما يقترن هذا النمو بتركيز استراتيجي على تحسين تجربة السياح من خلال تبني حلول الذكاء الاصطناعي المبتكرة، فإنه يخلق حلقة إيجابية مستدامة تعزز الثقة. وتجذب استثمارات نوعية، وتدفع عجلة التنمية السياحية الذكية والمستدامة في الدولة.

المطلب الثالث: تطبيقات الذكاء الاصطناعي والارتقاء بتجربة السياح في فنادق دولة الإمارات

تعتبر دولة الإمارات من بين الدول الرائدة التي تبنت بسرعة مشاريع الذكاء الاصطناعي على نطاق واسع كأولوية قصوى ضمن مشروع الإمارات 2071، الذي يركز بشكل كامل على تحقيق تأثير إيجابي للذكاء الاصطناعي في تقديم الخدمات وتعزيز تجربة العملاء، بما في ذلك الارتقاء بتجربة السياح وجعلها أكثر سلاسة ومتعة. وقد تجسد هذا التوجه بإطلاق استراتيجية الإمارات للذكاء الاصطناعي في أكتوبر 2017، مما رسخ مكانة الدولة كنموذج إقليمي وعالمي في هذا المجال. ومن خلال هذه الاستراتيجية، تهدف الإمارات إلى تحقيق أهداف رؤية الإمارات 2071 الطموحة، والتي تركز على توظيف الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات بمعدل 100% بحلول عام 2031، وتحسين الأداء الحكومي، وإنشاء بيئات عمل مبتكرة ومنتجة، وتعزيز الاستثمارات في القطاعات الحيوية، ودعم ريادة الأعمال، وتحقيق نمو اقتصادي كبير ذي قيمة عالية، وتطوير قطاع خاص مزدهر، والاستخدام الفعال لأدوات الذكاء الاصطناعي في جميع المجالات، وتعزيز تجربة الزوار من خلال حلول ذكية مخصصة، بما في ذلك تعظيم الاستفادة من الموارد البشرية والمادية.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

وباعتبار قطاع السياحة من أهم القطاعات الاقتصادية التي تحتاج بنية تحتية قوية تجمع ما بين المنشآت السياحية من فنادق ووكالات سياحية، شبكة الطرق والمواصلات، النقل البري والبحري والجوي، الموانئ، ووسائل الاتصال المختلفة، التكنولوجيا، شبكة المياه... الخ، وغيرها من المرافق التي يحتاجها السائح طيلة فترة إقامته يتضح أن حكومة دولة الإمارات قد وفّرت كل ذلك مع إدخال تقنيات الذكاء الاصطناعي على بعض خدماتها يذكر منها:¹

• **الإقامة:** تتميز منشآت الإقامة في دولة الإمارات العربية المتحدة بفخامتها التي استقطبت استثمارات كبيرة، مما يوفر للضيوف أقصى درجات الراحة والرفاهية وتجربة إقامة متميزة. ولتعزيز تجربة السياح بشكل أكبر، يمكن تسليط الضوء على الميزات الفريدة لكل نوع من أنواع الإقامة. فعلى سبيل المثال، يمكن الإشارة إلى أن فنادق مثل قصر الإمارات (أبوظبي) وبرج العرب (دبي) تقدم خدمات شخصية استثنائية وتجارب طعام عالمية المستوى، مما يثري رحلة الزائر، بالإضافة إلى ذلك، فإن توفر خيارات إقامة متنوعة لتلبية الميزانيات المختلفة، بما في ذلك بيوت الضيافة والنزل الشبابية، يساهم في جعل الوجهة الإماراتية في متناول شريحة أوسع من السياح، مما يضمن تجربة مريحة واقتصادية للجميع.

علاوة على ذلك، فإن توفير العديد من أماكن الإقامة لبيئات هادئة ومريحة، فضلاً عن الوجهات البحرية الفاخرة، يمنح السياح فرصة للاسترخاء والاستمتاع بجمال السواحل الإماراتية وتنوعها. أما المنتجعات الصحراوية، مثل فنادق جميرا في دبي وفنادق ومنتجعات النخلة في دبي، فهي تقدم تجارب فريدة من نوعها تمزج بين المغامرة والثقافة المحلية، مما يخلق ذكريات لا تُنسى.

وفقاً لتقرير صادر عن وزارة الاقتصاد بدولة الإمارات العربية المتحدة، ارتفعت الإيرادات الفندقية بنسبة 12% على أساس سنوي في عام 2024، لتتجاوز 24.6 مليار درهم في النصف الأول من عام 2024. وقد تجاوز معدل الإشغال الفندقي 82.6%، وهو ما يعكس جاذبية الدولة المتزايدة كوجهة سياحية رائدة. علاوة على ذلك، استقبلت الدولة 15.3 مليون زائر في الأشهر الستة الأولى من عام 2024، مسجلة نمواً قدره 10.5% مقارنة بالفترة نفسها من عام 2023 (ارتفعت الإيرادات الفندقية في عام 2023 إلى 24.6 مليار درهم في النصف الأول من عام 2024).

¹ Daoud, A., **Dubai expects to add 4,600 new hotel rooms in 2024**, Al Khaleej Newspaper, website: <https://www.alkhaleej.ae/2024-06-07>, seen: 16/05/2025 at10:46am.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

بالنسبة لدبي وحدها، بلغت الطاقة الاستيعابية للفنادق 154,888 غرفة بحلول نهاية عام 2024، مع إضافة 4,597 غرفة فندقية جديدة كان من المقرر افتتاحها هذا العام. حققت دبي إنجازاً هاماً في العام الماضي بوصول عدد الغرف الفندقية إلى 150,000 غرفة، مما عزز مكانتها بين أكبر المدن السياحية في العالم.

والشكل التالي يوضح عدد الفنادق حسب الفئة ومؤشرات الأداء الرئيسية في 2025:

الشكل (33): عدد الفنادق حسب الفئة ومؤشرات الأداء الرئيسية في 2025



La Source: Tourism Performance Report 2025, website:

<https://www.dubaidet.gov.ae/en/research-and-insights/tourism-performance-report-january-2025>,
seen: 16/05/2025 at 10:51am.

يُظهر الشكل تحليل قطاع الفنادق حتى مارس 2025 في الصورة سوقاً مستقرّاً يتميز بطلب قوي نسبياً ونمو طفيف في العرض. فقد حافظ إجمالي عدد المنشآت الفندقية على استقراره عند 832 منشأة، بينما زاد إجمالي عدد الغرف المتاحة بنسبة طفيفة بلغت 1%. ويُعكس الطلب القوي في متوسط الإشغال المرتفع الذي بلغ 82%، مع تسجيل الفنادق الفاخرة (5 و 4 نجوم) والشقق الفندقية الفاخرة أعلى نسب إشغال. هذا الأداء القوي للفئات الراقية يشير إلى تركيز على توفير تجارب إقامة عالية الجودة تلبي توقعات السياح المميزين.

إن توفر خيارات إقامة متنوعة، كما يتضح من وجود فنادق من مختلف الفئات والشقق الفندقية، يساهم في تحسين تجربة السياح من خلال تلبية احتياجات وميزانيات مختلفة. كما أن ارتفاع نسب الإشغال بشكل عام يعكس جاذبية الوجهة وقدرتها على استقطاب الزوار، مما يعزز التجربة السياحية الشاملة. ومع ذلك، فإن التباين في نسبة الغرف المشغولة بين الفئات قد يستدعي دراسة متعمقة لفهم تفضيلات السياح المختلفة وأنماط

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

إقامتهم، مما يمكن الفنادق من تحسين عروضها وتلبية الاحتياجات المتنوعة بشكل أفضل وبالتالي تعزيز تجربة السياح بشكل أكبر.

• **النقل:** تمتلك دولة الإمارات العربية المتحدة بنية تحتية قوية للنقل والمواصلات، تعتبر من بين الأفضل والأكثر تطوراً في العالم، وتعمل على دعم النمو في جميع قطاعات الاقتصاد والأعمال والسياحة، كما أنها تعزز بشكل كبير تجربة السياح. وتشمل هذه البنية التحتية الحافلات ومترو الأنفاق وسيارات الأجرة، التي تربط المناطق الحضرية مع وسائل النقل البحري. وقد قدمت دولة الإمارات أيضاً حلولاً ذكية للتنقل وتطبيقات تمكن السياح من الوصول إلى وجهاتهم، مما يوفر عليهم الوقت والجهد ويجعل استكشاف الدولة أكثر سهولة ومتعة. ومن الأمثلة على ذلك استخدام تطبيقات واسعة الانتشار مثل خرائط جوجل، وتطبيق "سنيار" الذي يوفر نظام ملاحية موحد ويساعد المستخدمين على تحديد العناوين بسهولة، وتطبيق "درب" الذي يقدم حلولاً للتنقل تعتمد على الموقع الجغرافي، بالإضافة إلى ذلك يعمل تطبيق smart Dubai جنباً إلى جنب مع "مكاني" و"هنا"، وهي أنظمة تسهل على الزوار التخطيط لمساراتهم وتحديد المواقع للعثور على الطرق باستخدام الاتصال بالإنترنت، مما يثري تجربتهم السياحية¹.

بالإضافة إلى خيارات النقل على الطرق، تخطط "سيارات الأجرة ذاتية القيادة" أو "سيارات الأجرة الطائرة" التي تعد جزءاً من رؤية هيئة الطرق والمواصلات في دبي 2030، لتقديم تجربة تنقل مستقبلية ومريحة للسياح. يهدف الناس إلى السفر دون تدخل بشري من خلال مركباتهم ذاتية القيادة والطائرات الكهربائية. تعتبر هذه واحدة من المبادرات التي تنفذها دولة الإمارات العربية المتحدة في قطاع النقل (Smart Transportation Strategy 2021-2050)، والتي تهدف في جوهرها إلى تحسين وتسهيل حركة السياح وجعل زيارتهم للدولة تجربة لا تُنسى².

والشكل التالي يوضح مؤشرات أداء النقل والمواصلات في دولة الإمارات:

¹ Mobility, T. a., Ministry of Economy - United Arab Emirates, website: <https://www.moec.gov.ae/transportation-and-mobility>, seen: 16/05/2025 at 11:00am.

² Solutions, S. T., Smart Transport Solutions, website: <https://u.ae/ar-AE/information-and-services/transportation/smart-mobility-solutions>, seen:16/05/2025 at 11:30am.

شكل (34): مؤشرات أداء النقل والمواصلات في دولة الإمارات



La Source: Transportation and UAE Vision 2021.2024, website: <https://u.ae/en/information-and-services/transportation/transportation-and-vision2021.2024>, seen:16/05/2025 at 12:00.

من الشكل يتضح أنه في عام 2024، تصدرت دولة الإمارات العربية المتحدة العديد من المؤشرات التنافسية العالمية المتعلقة بقطاع الطيران المدني. فقد احتلت المرتبة الأولى عالمياً في مؤشر "جودة البنية التحتية للنقل الجوي" ضمن تقرير "مؤشر تنافسية السفر والسياحة 2024" الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي. كما احتلت المرتبة الأولى عالمياً في "مؤشر جودة النقل الجوي بالإضافة إلى ذلك، احتلت المرتبة الأولى في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا في مؤشري "اتفاقيات خدمات النقل الجوي" و "اتفاقيات النقل الجوي". تعكس هذه الإنجازات المتميزة التوجه المستقبلي لدولة الإمارات العربية المتحدة في قطاع البنية التحتية للنقل الجوي¹.

• **تطبيقات الدفع الذكية:** تماشياً مع توجه دولة الإمارات نحو المدن الذكية، تتوفر العديد من تطبيقات الهواتف الذكية للدفع مقابل مختلف الخدمات، مثل دفع الفواتير والضرائب ورسوم المواقف، وبطاقات الدفع لخدمات النقل مثل بطاقة "مواقف"، بطاقة "نول" الذكية، وبطاقة "ساير"، اللتان تتيحان للسياح دفع ثمن التذاكر إلكترونياً.

¹ The UAE ranks first globally in the "Air Transport Infrastructure, website: [https://kanebridgenewsme.com/uae-leads-the-global-ranking-in-air-transport-quality/#:~:text=In%20this%](https://kanebridgenewsme.com/uae-leads-the-global-ranking-in-air-transport-quality/#:~:text=In%20this%20) seen: 16/05/2025 at 14:23pm

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

كما وفرت دولة الإمارات العربية المتحدة تطبيقات ذكية أخرى ومن أبرز هذه التطبيقات:¹

- **تايم أوت دبي (Time Out Dubai):** تطبيق ممتاز للبقاء على اطلاع دائم بجميع الفعاليات والأنشطة في دبي، ويتضمن وصولاً حصرياً إلى أفضل المطاعم والمقاهي والفنادق والترفيه.
- **إنترتينر دبي (Entertainer Dubai):** يقدم هذا التطبيق آلاف العروض بخصوصيات تصل إلى 50% أو عروض "اشتر واحداً واحصل على الثاني مجاناً" في المطاعم والفنادق والمشاركة في فعاليات ترفيهية متنوعة. كما يوفر قائمة بالأنشطة المختلفة في جميع أنحاء الإمارات.
- **بيم (Beam):** يوفر هذا التطبيق طريقة آمنة ومريحة للمستخدمين لإجراء المدفوعات في المتاجر بعد التسجيل وربط معلومات البطاقة المصرفية.
- **دبي مول آب (Dubai Mall App):** يقدم معلومات محدثة حول أكثر من 1200 متجر وأكثر من 200 مطعم ومرافق ترفيهية، ويتضمن إشعارات مخصصة حول العروض المتاحة المختلفة.
- **زوماتو (Zomato):** تطبيق فريد يساعد المستخدمين على اكتشاف مطاعم مهمة قريبة من خلال تجارب وتقييمات المستخدمين الآخرين، بالإضافة إلى الوصول إلى قوائم الطعام وصور الوجبات.
- **زوروا أبوظبي:** يوفر تطبيق زوروا أبوظبي صورة لمستخدميه، دليلاً سياحياً إلكترونياً شاملاً للسياح ولسكان الدولة، ويسهل تحميله عبر الهواتف الذكية المدعومة بأنظمة آيفون ... ويوفر التطبيق الذي توفره هيئة أبوظبي للسياحة والثقافة خريطة تضم الأماكن التي يهتم بها السائح أو المقيم من فنادق ومطاعم ومرافق صحية ويسهل البرنامج جولات السائح بالإمارة، ويعد وسيلة مهمة للإجابة على استفسارات السياح عن أبوظبي، من خلال توفير قاعدة بيانات مستحدثة وشاملة تضم جميع الخدمات التي يحتاجها الزائر أو المقيم. فمن خلال هذا التطبيق يتمكن السائح من الحصول على العديد من المزايا. وهناك العديد من التطبيقات الفرعية الأخرى المبرمجة على مستوى إمارة أبو ظبي منها:

- **تطبيق جدول فعاليات أبوظبي:** يعتبر هذا التطبيق رزنامة أبوظبي الرسمية والمصدر الشامل الذي يتيح اكتشاف أفضل ما يحدث فيها كسباقات السيارات الدولية وبطولات الجولف والحفلات الموسيقية

¹ البوابة الرسمية لحكومة الامارات العربية المتحدة، تطبيقات ذكية للسياحة في الامارات، على الموقع الالكتروني:

https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://u.ae/ar-ae/information-and-services/visiting-and-exploring-the-uae/uae-an-ideal-tourist-destination/uae-tourism-apps&ved=2ahUKEwjz-IHnsLmNaxUIISKQEHRYLCjQQFnoECBMQBQ&usq=AOvVaw3ttKP5NDv6aKYm_Yr7U7BE ،

تاريخ الإطلاع: 2025/05/16 على الساعة 15:00 pm.

ومهرجانات.

• **درب:** يعتبر تطبيق "درب" للهواتف النقالة أداءً تساعد المقيمين في أبوظبي والزوار في الحصول على معلومات حول حركة النقل في الإمارة، ويوفر التطبيق نظاماً ذكياً للنقل في متناول اليد " مزود بيانات حية عن أوضاع حركة المرور وحوادث الطرقات وأعمال تصليح الطرقات في المدينة.

• **الاتحاد للطيران:** تطبيق الاتحاد للطيران سهل الاستخدام على هواتف آيفون والمصمم وفقاً للنهج نفسه الذي تقوم عليه خدماتها العالمية.

• **تريب أدفايزر:** من خلال تطبيق تريب أدفايزر " يمكن إيجاد ملايين التعليقات والصور والخرائط، من أجل تخطيط وحجز الرحلات المثالية الذي يعرض أكثر من 225 مليون تعليق ورأي من المسافرين حول أفضل الفنادق وأروع المطاعم وأمتع الأنشطة بأسعار مقبولة.

• **زوروا دبي:** تطبيق خاص بمنطقة دبي يوفر تقريباً نفس الخدمات التطبيق زوروا أبو ظبي، حيث قامت حكومة دبي بإطلاق العديد من التطبيقات الأخرى خاصة بالمنطقة أهمها:

• **تطبيق مكاني:** يعد التطبيق فريداً من نوعه، وذلك لدوره الجوهري في دعم نظام العنوان الجغرافية الرسمية والمعتمدة في إمارة دبي وعجمان وأم القيوين بالإضافة إلى الفجيرة ورأس الخيمة، ويتألف رقم مكاني دبي من 10 خانات، كما لا يتطلب استخدامه تضمين أي أسماء أو رموز، وتمتاز التطبيق بكفاءة عمله واستخدامه دون الحاجة للاتصال بشبكة الإنترنت بعد المرة الأولى من الاستخدام.

• **تطبيقات الإرشادات الصوتية للتعريف بتراث دبي:** عاقدت دائرة الاقتصاد والسياحة بدبي مع تطبيقي فويس ماب" و "بوكيت عايد" لتقديم جولات صوتية للتعريف بارات دبي وثقافتها بسبع لغات مختلفة، حيث يمكن لزوار المدينة الاختيار من بين ثماني جولات صوتية في متجري "أبل ستور" و"جوجل بلاي"، بالإضافة إلى عشر جولات متوفرة بلغة الماندرين الصينية عبر برنامج الدائرة المصغر في تطبيق "وي تشات".

• **تطبيق التحليلات السياحية:** صمم هذا التطبيق المجاني لجمع المعلومات عن السوق ويتم استخدامه من قبل حكومة دبي ورواد الأعمال في القطاعين العام والخاص، ويوفر التطبيق أحدث البيانات حول أداء السوق على مستوى محركات الاقتصاد الكلي بالإضافة إلى نظرة شاملة على

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

مختلف جوانب السوق، للمساعدة في توجيه عملية تنمية القطاع السياحي والنمو المستدام.

- **زورو الشارقة:** من بين الأنظمة الذكية التي أعلنت عنها هيئة الإنماء السياحي والتجاري بمشاركتها في أسبوع جينكس للتقنية سنة 2015، وبمشاركة 2600 شركة من 62 دولة النظام الإلكتروني التصنيف المنشآت الفندقية، تطبيق الأيام المثالية في الشارقة، موقع الشارقة هي وجهتي، تطبيق الشارقة للهاتف الذكي (حيث يوفر الخدمات بسبع لغات للتخطيط للرحلة السياحية من طرف الزائر بالضغط على زر واحد).

كما أن هناك العديد من الأنظمة الحديثة التي تركز على آليات الذكاء الاصطناعي والخوارزميات برهنت على نجاعتها في خدمة القطاع السياحي بالإمارات، منها ما يلي:

- **مقهى روبوتي مرتكز على الذكاء الاصطناعي في دبي:** قامت شركة ديجي وورلد وهي شركة إماراتية متخصصة في حلول تكنولوجيا المركبات ذاتية القيادة والذكاء الاصطناعي والروبوتات بافتتاح مقهى ومطعم وجبات سريعة (روبوني بالكامل في دبي فيستيفال سيتي)، بكلفة بلغت نحو 7.2 مليون درهم، على حسب مستوى نظام الذكاء الاصطناعي، والبنية التقنية الرقمية للعمليات التشغيلية، والذي تم تطوير جميع مكوناته البرمجية والروبوتية داخل الإمارات، والمقهى مزود بتقنيات الذكاء الاصطناعي، والطباعة ثلاثية الأبعاد واستغرق تطويره نحو ثمان (8) شهور، بحيث أنه يراعي إجراءات التباعد، ومن دون أي تدخل بشري، ويعتمد على ثلاثة روبوتات فائقة الذكاء: يقوم الزائر يطلب مشروباته وطعامه عن طريق جهاز لוחي مثبت عند المدخل، ثم يبدأ الروبوت بتحضير قهوة الضيف أو طعامه، وأخيراً يتلقى الروبوت الثالث الطلب ويرسله عبر مسارات آلية محددة إلى طاولة الزائر، وهو يشكل إضافة نوعية للإنجازات التقنية في المنطقة، كما يشكل عاملاً إضافياً في تشجيع السياحة في دبي، حيث يقبل السياح على المواقع الفريدة والتي تتبنى الأفكار المبتكرة المشابهة¹.

- **نظام علامة 360 لإدارة المكاتب الأمامية:** هو نظام مبتكر الإدارة الفنادق، يعمل بواسطة تقنيات

الذكاء الاصطناعي بأربع أساسية:²

• **رقمنة مكتب الاستقبال:** فمن خلال الحصول على أرقام فورية للغرف المتاحة مع مخططات تشبه التقويم، مع تبسيط عملية إعداد الفواتير والمدفوعات، إلى جانب تسجيل وصول النزلاء ومغادرتهم بنقرة واحدة

¹ أمانة مجلة ماي بيوت، على الموقع الإلكتروني <https://www.bayut.com/mybayut/ar/%D9%88%D8%B2%D8%A7%D8%> تاريخ الإطلاع 2025/05/16 على الساعة 15:30 pm.

² تطبيق نظام إدارة الفنادق، على الرابط: <https://alama360.com>، تاريخ الإطلاع 2025/05/16 على الساعة 16:34 pm.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

ليصبح مكتب الاستقبال خاص بالزبون.

• **إدارة الملفات التعريفية للزلاء:** يتم من خلالها تصنيف الزلاء بوصفهم نزلاء شخصيين أو نزلاء أعمال، ومعالجة إجراءات إعداد الفواتير وفقاً لذلك.

• **تسريع خدمة الضيوف:** تمكن الضيوف من حجز الوجبات وتقديم الطلبات وتبديل الغرف من داخل التطبيق مباشرة، وتراقب احتياجاتهم في الوقت الحقيقي، ويتم تعيين الموظفين المتاحين لتلبية طلبات الخدمة بسرعة، ما يضمن رضا العملاء بشكل كامل.

• **مركزية العمليات:** من خلال استخدام لوحات المعلومات المخصصة للحصول على معلومات معمقة حول أداء العمل، ويتم الاطلاع بصفة مستمرة على أوقات تسجيل الوصول وتسجيل المغادرة، والحجوزات والصيانة، وطلبات خدمة الغرف.

إن نظام علامة 360 للمكاتب الأمامية ذو مميزات قوية يجعل من السهل إدارة الفنادق مع تحسين خدمات الضيوف بشكل عام، بحيث يمكن النظام الذي تم تصميمه من طرف خبراء في الضيافة والذكاء الاصطناعي لاستيعاب أكبر المتطلبات التشغيلية تعقيداً بغض النظر على المؤسسة التي يتم إدارتها، ويساعد على الكفاءة وتحسين إنتاجية الفنادق.

- **روبوت "عامل نظافة" في محطات المترو بدبي:** باشرت هيئة الطرق والمواصلات باستخدام روبوت يتولى مهمة تنظيف محطات المترو، حيث يمكن الاستفادة منه في التقليل من استخدام المياه اللازمة للتنظيف التقليدي مع توافر قدرة كبيرة على التعقيم.

- **المساعد الذكي للعيش في دبي:** أطلقت مؤسسة دبي الذكية التابعة للحكومة دبي مستشار المدينة الذكي راشد، الذي يعتمد على تقنية الذكاء الاصطناعي لمنح المستخدمين إجابات وافية حول الإجراءات والمستندات والمتطلبات اللازمة لمعاملاتهم المختلفة¹.

- **النظارات الذكية:** أصبحت المنشآت السياحية والمولات بإمكانها الآن الاستفادة من تقنية النظارة الذكية التي استخدمتها الشرطة بدولة الإمارات المراقبة درجة الحرارة بطريقة آمنة وفعالة، وتقوم فكرة النظارة على استخدام الإشعاع الحراري في رصد الأشخاص المرتفع درجة حرارتهم، وإطلاق تنبيهات الرجال الأمن لفحص الشخص المعني واتخاذ الإجراءات المناسبة.

¹ أمانة مجلة سيدتي، على الموقع الإلكتروني: <https://www.sayidaty.net> ، تاريخ الاطلاع 2025/05/17 على الساعة 11:52.

الفصل الثاني: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات

- الكشك الذكي لتسجيل الضيوف: أعلنت شركة «تيليماتيكس»، المتخصصة على مستوى المنطقة في تقنية المعلومات والاتصالات، وهندسة الجهد الكهربائي شديد الانخفاض، وتكامل النظم، وتزويد خدمات الصيانة، بالتعاون مع مؤسسات أخرى على طرح الكشك الذكي لتسجيل النزلاء» في دولة الإمارات، وهو حل ثوري للخدمة الذاتية يبسط إجراءات تسجيل دخول النزلاء للفنادق وخرجهم منها، وذلك من خلال واجهة مؤتمنة سهلة الاستخدام تصحب النزيل تلقائياً في عملية تسجيل دخوله إلى الفندق وخرجه منه، ويتكامل كشك التسجيل الذكي بسهولة مع نظام إدارة الممتلكات التشغيل الفنادق، بالإضافة إلى برامج التعرف إلى الوجه الشاشات التي تعمل باللمس الكاميرات أجهزة قراءة جوازات السفر / الهويات، أجهزة السداد باستخدام بطاقات الإئتمان، وأجهزة تشفير بطاقات دخول الغرف الفندقية.

- ميناء عجمان الذكي: الذي يتيح للمستخدمين المسجلين والمخولين الدخول إلى حرم الميناء بطريقة آمنة وذكية، وذلك خلال عرضه في إطار فعاليات معرض جيتكس للتقنية " 2020 حيث أن تطبيق ميناء عجمان الذكي يتيح للمتعاملين الدخول الآمن والسريع الحرم الميناء، إضافة لحوكمة الإجراءات الأمنية وتكاملها وتقليص الزمن المستغرق الدخول الميناء.

أخيراً، لقد عززت هذه التطبيقات وغيرها من المبادرات الرقمية مكانة دولة الإمارات العربية المتحدة لتصبح رائدة في مجال السياحة الذكية. وقد قامت الحكومة بفعالية بتشجيع جميع الأفراد المعنيين - سواء كانوا مواطنين، مقيمين، أو سياحاً يخططون للزيارة - على تبني تطبيقات السياحة الذكية عبر هواتفهم المحمولة وذلك بهدف تسهيل تنقلهم وتحسين تجربتهم الشاملة خلال فترة إقامتهم¹.

من خلال ما سبق يمكن القول أن الذكاء الاصطناعي (AI) ليس مجرد تقنية ناشئة، بل هو عامل تحويلي أساسي يساهم بشكل فعال في إعادة تشكيل القطاع السياحي في دولة الإمارات العربية المتحدة. فمن خلال تحليل المحاور الثلاثة، تبين أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تؤدي دوراً محورياً في جذب السياح عبر تقديم تجارب شخصية ومبتكرة وتعزيز مفهوم السياحة الذكية.

¹ البيان الاقتصادي، التطبيقات الذكية، على الموقع الإلكتروني <https://www.albayan.ae/economy/tourism/2021-11-01-1.428620220> تاريخ الإطلاع 2025/05/17 على الساعة 18:00 pm.

خلاصة الفصل

من خلال ما سبق يمكن القول أن دولة الإمارات العربية المتحدة استطاعت توظيف تقنيات الثورة الصناعية الرابعة بفعالية غير مسبوقة لتعزيز مكانتها كوجهة سياحية رائدة عالمياً. فقد دمجت الذكاء الاصطناعي في بنيتها التحتية السياحية، انسجماً مع رؤيتها الاستراتيجية الطموحة (مثل الاستراتيجية الوطنية للسياحة 2031). فعلى مستوى جذب السياح، حوّلت تقنيات الذكاء الاصطناعي تجربة الزائر إلى رحلة شخصية مُفصّلة عبر تحليل البيانات لاقتراح مسارات سياحية مخصصة، وتقديم خدمات تفاعلية ذكية عبر روبوتات ومساعدين افتراضيين مدعومين بالذكاء الاصطناعي، واستخدام الواقع الافتراضي لتمكين السائح من استكشاف الوجهات افتراضياً قبل الزيارة.

أما على صعيد القطاع الفندقى، فأحدثت تطبيقات الذكاء الاصطناعي ثورة في تجربة الضيافة عبر الغرف الذكية القابلة للتخصيص الآلي، والروبوتات التي تقدم خدمات متطورة، وأنظمة إدارة عمليات قائمة على التنبؤ بالطلب وتعديل الأسعار ديناميكياً بفضل الذكاء الاصطناعي.

ولم تقتصر الاستفادة على الجانب الخدمي فحسب، بل امتدت لتعزيز الاستثمارات عبر تحليلات تنبؤية دقيقة مدعومة بـ*الذكاء الاصطناعي* حددت الفرص الواعدة وقوّصت المخاطر، فضلاً عن تحسين الكفاءة التشغيلية وخفض التكاليف. ودمج هذه التقنيات مع استراتيجيات تسويقية استباقية قائمة على الذكاء الاصطناعي، نجحت الإمارات في بناء نموذج سياحي مستدام يجمع بين الابتكار التكنولوجي والهوية الثقافية مما عزز تنافسيتها العالمية وحقق لها موقعاً ريادياً في خريطة السياحة الذكية المستقبلية.

وبناء على ما سبق يستنتج أن الذكاء الاصطناعي ليس مجرد أداة تكنولوجية، بل هو محرك قوي للابتكار والتغيير، ومع ذلك يجب التذكر أن الذكاء الاصطناعي هو أداة، والقيمة الحقيقية تأتي من كيفية استخدام هذه الأداة لتحسين الحياة.

خاتمة عامة

من خلال هذه الدراسة التي تم تناول فيها موضوع دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة يتضح أن الذكاء الاصطناعي يُحدث نقلة نوعية في تجربة العملاء بالسياحة الإماراتية وذلك من خلال تحليل البيانات بدقة لاستشراف تفضيلات الزوار وتقديم خدمات مُخصصة وشخصية، عبر استخدام التطبيقات لا تُعزز الكفاءة التشغيلية فحسب، بل تُعمّق التفاعل الشخصي مع الزوار.

إن نجاح هذه المبادرات يُجسّد بوضوح ريادة الإمارات في مجال التحول الرقمي، ويُبرز التزامها الراسخ بتسخير التكنولوجيا الحديثة لتعزيز جاذبيتها السياحية وتوفير تجربة استثنائية لضيوفها، مما يؤكد مكانتها كوجهة سياحية عالمية رائدة.

✓ اختبار فرضيات الدراسة:

تم من خلال الدراسة اختبار الفرضيات التي تم الانطلاق منها وقد كانت نتائجها كما يلي:

● **الفرضية الرئيسية:** والتي تنص على يُحسن الذكاء الاصطناعي تجربة العملاء السياحية بالإمارات عبر التنبؤ الدقيق بالاحتياجات وحل المشكلات المحتملة، مما ينتج عنه تجربة شخصية و متكاملة تعزز ولاء العملاء إذ تبين من خلال الدراسة أن الذكاء الاصطناعي في قطاع السياحة بالإمارات يعيد تعريف تجربة العملاء من خلال التنبؤ الدقيق بالاحتياجات، وتقديم توصيات مخصصة للغاية للفنادق، الأنشطة، والخدمات إضافة إلى تحسين خدمة العملاء عبر روبوتات الدردشة والمساعدین الافتراضيين. هذا النهج الاستباقي يحل المشكلات المحتملة قبل وقوعها، ويسهل الإجراءات اللوجستية، مما ينتج عنه رحلة سياحية سلسة، مخصصة وثرية تعزز ولاء العملاء وتدعم مكانة الإمارات كوجهة عالمية رائدة، ومنه يتم رفض الفرضية.

● **الفرضية الفرعية الأولى:** والتي تنص على: أثرت التطبيقات التكنولوجية الحديثة مثل تطبيق تقنيات الواقع المعزز (AR) والذكاء الاصطناعي التوليدي (Generative AI) في المتاحف والمواقع التراثية الإماراتية فلم يقتصر على تعزيز التجربة التفاعلية، بل أعاد تعريف كيفية إدراك السائح للتاريخ والثقافة المحلية، مما أدى إلى زيادة في الاهتمام بالجوانب السردية الرقمية للوجهات الثقافية على حساب التجربة المادية البحتة، إذ بينت الدراسة أن دمج الواقع المعزز (AR) والذكاء الاصطناعي التوليدي (GAI) بالمتاحف والمواقع التراثية الإماراتية أحدث تحولاً جذرياً في إدراك السائح للتاريخ والثقافة. هذه التقنيات لم تعزز التفاعل فحسب، بل أعادت صياغة السرد الثقافي رقمياً، مما أسهم في تفضيل متزايد للتجارب المعرفية المحسنة تكنولوجياً على حساب الاقتصار

على التجربة المادية. وهذا التوجه يعمق فهم الزائر ويُرسخ مكانة الإمارات كمركز رائد في الابتكار الثقافي ومنه يتم قبول الفرضية.

• **الفرضية الفرعية الثانية:** والتي تنص على أن التبني الممنهج لتقنيات الذكاء الاصطناعي (AI) كالمساعدين الافتراضيين، أنظمة التوصية الذكية، والروبوتات الخدمية، سيُحسن بشكل ملموس كفاءة الخدمات السياحية وتخصيص التجارب الفردية، مقبولة بوضوح ودقة عالية ومنطقية للغاية. ينبع هذا القبول من القدرات الجوهرية للذكاء الاصطناعي في أتمتة المهام لتعزيز سرعة ودقة الخدمة، وتحليل البيانات بدقة متناهية لتقديم تجارب شخصية للغاية، مما يلبي التوقعات المتزايدة للمسافرين في العصر الرقمي بتجارب سلسلة ومُصممة خصيصًا. هذه العوامل مجتمعة لا تساهم فقط في رفع مستوى رضا العملاء بشكل مباشر، بل تدفعهم لتكرار الزيارات وتعزز بقوة الميزة التنافسية للإمارات كوجهة سياحية عالمية رائدة، وبالتالي يتم قبول الفرضية.

• **الفرضية الفرعية الثالثة:** يُساهم الذكاء الاصطناعي، بتحسينه لإدارة الحجوزات وتخصيص الغرف وتقديم المعلومات، في زيادة الكفاءة التشغيلية للطاقة الاستيعابية الفندقية. هذا التحسين يُعد فرصة استثمارية جديدة تُشجع على تطوير وحدات فندقية ذكية إضافية، مدفوعة بتعزيز تجربة السياح وزيادة ثقة المستثمرين. إذ بينت الدراسة أن الذكاء الاصطناعي يُحقق ذلك من خلال تحسين دقة التنبؤ بالطلب الفندقية، مما يُمكن الفنادق من تعديل أسعارها وتوزيع غرفها بكفاءة لزيادة معدلات الإشغال. كما أنه يُسهم في تخصيص تجربة النزلاء بشكل فائق عبر تحليل تفضيلاتهم لتوفير الغرف والخدمات الأنسب، مما يرفع من رضاهم ويعزز ولاءهم. هذا التحسين في الكفاءة التشغيلية، المقترن بتعزيز تجربة السائح، يترجم مباشرة إلى زيادة في الإيرادات والربحية للوحدات الفندقية الحالية. هذه النتائج الإيجابية تُقنع المستثمرين بجدوى الاستثمار في القطاع، مما يُشجع على تطوير المزيد من الوحدات الفندقية الذكية التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي كركيزة أساسية لنموها المستقبلي وبالتالي تُصبح فرصة استثمارية جديدة ومُربحة. وبالتالي يتم قبول الفرضية.

• **الفرضية الفرعية الرابعة:** والتي تنص على يؤثر الذكاء الاصطناعي على تجربة العملاء في قطاع السياحة الإماراتي بشكل إيجابي ولملموس عن طريق تقليص مستويات التوتر والقلق لدى المسافرين قبل وأثناء الرحلة (من خلال التنبؤ بالمشكلات وتقديم حلول استباقية) مما يعزز من شعورهم بالراحة والأمان بشكل يتجاوز التحسينات المرفقة المادية، كما أوضحت الدراسة أن هذا التأثير يتجاوز مجرد التحسينات المادية المرفقة، ويتم تحقيقه بفضل قدرة الذكاء الاصطناعي على:

خاتمة عامة

- التنبؤ بالمشكلات المحتملة: من خلال تحليل البيانات الضخمة (Big Data) لأنماط السفر، والظروف الجوية، والفعاليات، وغيرها، يمكن لأنظمة الذكاء الاصطناعي التنبؤ بتأخيرات الرحلات، أو الازدحامات في المطارات، أو المشاكل المتعلقة بالحجوزات قبل وقوعها.
 - تقديم حلول استباقية: بناءً على التنبؤات، يقوم الذكاء الاصطناعي تلقائياً بتقديم حلول بديلة للمسافرين مثل إعادة توجيه الرحلات، أو اقتراح مسارات بديلة، أو تزويدهم بمعلومات فورية حول التغييرات وتأثيراتها مما يقلل من الارتباك والضغط هذه القدرة على التوقع والاستجابة الاستباقية للمشكلات وتمنح المسافرين شعوراً عميقاً بالراحة والأمان، حيث يشعرون بأن هناك نظاماً ذكياً يعمل باستمرار لضمان سلاسة رحلتهم وحماية تجربتهم من أي معوقات غير متوقعة. هذا الشعور بالأمان والاطمئنان المعزز بواسطة الذكاء الاصطناعي يمثل قيمة مضافة حقيقية تتجاوز الخدمات اللوجستية، وتسهم بشكل كبير في بناء تجربة سياحية إيجابية لا تُنسى في دولة الإمارات، ومنه يتم قبول الفرضية.
- ✓ نتائج الدراسة:

تمثلت نتائج الدراسة في نتائج نظرية ونتائج خاصة بالدراسة التطبيقية وهي كالتالي:

✓ نتائج الدراسة النظرية: تتمثل أبرز النتائج النظرية فيما يلي:

- الذكاء الاصطناعي ضرورة فرضتها التطورات المتسارعة في التقنيات التكنولوجية؛
- يتوسع دور الذكاء الاصطناعي في مختلف القطاعات، ولاسيما في قطاع السياحة بالأخص؛
- إن التخلف عن استخدام الذكاء الاصطناعي يعني بالضرورة تخلف في قطاع السياحة في العصر الحالي؛
- يساهم الذكاء الاصطناعي تحسين كفاءة التفاعلات عبر أتمتة المهام الروتينية، ويعزز جودة التفاعلات البشرية بتحرير الموظفين للتركيز على المواقف التي تتطلب ذكاء عاطفياً وحل مشكلات معقدة؛
- يتيح الذكاء الاصطناعي، عبر خوارزميات التعلم الآلي وتحليل البيانات الضخمة، فهماً دقيقاً وغير مسبوق لتفضيلات العملاء، سلوكهم، وتوقعاتهم الديناميكية. هذا الفهم يُمكن من تصميم عروض وخدمات سياحية فردية للغاية (Tailored Experiences)، تتجاوز التجزئة التقليدية للسوق وتُقدم قيمة مضافة مُحسنة للمسافر؛

خاتمة عامة

– يعمل الذكاء الاصطناعي على ربط البيانات والمعلومات عبر جميع مراحل رحلة العميل (قبل، أثناء بعد السفر)، مما يُنشئ تجربة متجانسة ومتصلة، هذا التكامل يُقلل من التكرار، يُعزز من سهولة الوصول إلى الخدمات، ويُقدم دعماً مستمراً، مما يُعزز الشعور بالراحة والثقة لدى العميل.

✓ نتائج الدراسة التطبيقية:

- تمتلك دولة الإمارات البنية التحتية وكل المقومات التي تؤهلها لاستقطاب تقنيات الذكاء الاصطناعي؛
- استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في القطاع السياحي يساعد كثيرا على تجميع بيانات السياح وتحليلها بسرعة فائقة وبالتالي زيادة كفاءة القطاع؛
- الأدوات التقنية الذكية تزيد من إنتاجية الفنادق والمؤسسات السياحية في الامارات؛
- تصدرت إقليميا الإمارات العربية المتحدة حسب مؤشرات تقرير تنافسية السياحة والسفر العالمي الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي؛ وهذا ما يدل على الاهتمام المتزايد للإمارات العربية المتحدة بالقطاع السياحي الذي يعد قطاعا استراتيجيا وحيويا محركا لعجلة التنمية بكل أبعادها؛
- يساهم الذكاء الاصطناعي في تقليل المخاطر المرتبطة بالاستثمارات السياحية وبالتالي يجذب المستثمرين للخوض في استثمار آمن وذو عائد جيد وهو ما يعني توسيع فرص الاستثمار السياحي.

✓ التوصيات والمقترحات:

- من خلال دراسة موضوع دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة بالإمارات العربية يمكن الخروج بالتوصيات التالية التي من شأنها أن تساهم ولو بقدر بسيط في إثراء هذا الموضوع من خلال:
- تكثيف الجهود ومواصلة العمل لاستخدام الذكاء الاصطناعي بما يعزز تجربة العملاء والسياحة الذكية والاستثمار السياحي وقطاع السياحة بشكل عام؛
 - فتح المجال للمستثمرين الأجانب في مجال استخدام الذكاء الاصطناعي لنقل تجاربهم والاستفادة منها؛
 - دعم المواهب وتشجيع البحث في مجال الابتكار والذكاء الاصطناعي وخلق بيئة مناسبة لذلك خاصة في قطاع السياحة بالإمارات؛
 - العمل على تدريب العاملين داخل القطاع السياحي والفندقي على استخدام التكنولوجيا الحديثة من أجل تعظيم الاستفادة وجعل القطاع أكثر كفاءة؛

خاتمة عامة

- الاستثمار في تقنيات مثل التعلم الآلي وروبوتات الدردشة لتعزيز تجربة العملاء؛
 - تطوير أنظمة تفاعلية ذكية مثل المساعدين الافتراضيين لتقديم دعم فوري وفعال للعملاء؛
- ✓ **أفاق البحث:**

تعتبر دراسة الذكاء الاصطناعي من الدراسات الحديثة، وخاصة إذا تعلق الأمر في دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء في قطاع السياحة، في ختام هذه الدراسة يمكن اقتراح بعض المواضيع التي تمثل إشكاليات لبحوث أخرى مستقبلاً مثل:

- تأثير الذكاء الاصطناعي على ولاء العملاء ورضاهم على المدى الطويل؛
- دراسة سلوك المستهلك السياحي في ظل وجود الذكاء الاصطناعي؛
- دور الذكاء الاصطناعي التوليدي (Generative AI) في تجربة العملاء السياحية؛
- الاعتبارات الأخلاقية وقضايا الخصوصية في تطبيقات الذكاء الاصطناعي بقطاع السياحة الإماراتي.

قائمة المصادر والمراجع

✓ المصادر والمراجع باللغة العربية

أ- الكتب:

- 1- النجار فايز جمعة، نظم المعلومات الادارية -منظور اداري-، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة 03، الاردن، 2010.
- 2- عثمانية أ، تطبيقات الذكاء الاصطناعي كتوجه حديث لتعزيز تنافسية منظمات الأعمال، المركزالديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، الطبعة الأولى، ألمانيا، 2019.
- 3- علاء الدين عويد محمد صالح، أساسيات الذكاء الاصطناعي، وزارة الثقافة والاعلام، الطبعة الأولى، بغداد-العراق-، 2017.
- 4- القاضي كنانة نديم، أثر تجربة العملاء على رضا عملاء الشركة السورية للاتصالات، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020.
- 5- مبارك بن آل سليمان، مقدم عن النظم الخبيرة وتصميمها الندوة العلمية حول النظم الخبيرة في مكافحة الحرائق في المنشآت المدنية، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، الطبعة الأولى، السعودية.

ب-المجلات:

- 6- إحسان بن علي، أهمية الذكاء الاصطناعي في ظل كوفيد 19 -تجربة الامارات العربية المتحدة-، مجلة أفاق علوم الادارة والاقتصاد، 6 (2)، 2022.
- 7- الاسطل محمود زكريا وآخرون، تطوير نموذج مقترح قائم على الذكاء الاصطناعي وفاعليته في تنمية مهارات البرمجة لدى طالب الكلية الجامعية للعلوم والتكنولوجيا بخان يونس، مجلة الجامعة الاسلامية للدراسات التربوية والنفسية، 29(2)، 2022.
- 8- بكر عبد الجواد السيد وطه، محمود عبد العزيز، الذكاء الاصطناعي سياساته وبرامجه وتطبيقاته في التعليم العالي: منظور دولي، مجلة كلية التربية، جامعة الازهر، 3 (481)، 2019.
- 9- الجهني نوال صويلح، تصور مقترح لبرنامج يعتمد على الذكاء الاصطناعي لتحديد الاحتياجات التدريبية للمعلمين وتنمية قدراتهم المهنية، مجلة الدراسات الانسانية والادبية، 2 (19)، 2020.

- 10- درويش عمرو محمد، أحمد الليثي، أحمد حسن محمد، أثر استخدام منصات الذكاء الاصطناعي في تنمية عادات العقل ومفهوم الذات الأكاديمي لعينة من طلاب المرحلة الإعدادية منخفضي التحصيل الدراسي، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، 2020.
- 11- شنبوي صورية، الخضر سعيد، إعداد قادة المستقبل باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي (مشروع دولة الإمارات في هذا المجال)، مجلة آفاق علوم الإدارة والاقتصاد، 2022.
- 12- طهراوي ياسين، طاشمة راضية، الذكاء الاصطناعي وصعوبات التعلم. القياس والدراسات النفسية، (4)1، 2022.
- 13- العاقل عبد الغني، قاشي خالد، البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي لتمكين التحول إلى حكومة ذكية دراسة حالة دولة الإمارات العربية المتحدة، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، (2)1، 2021.
- 14- عبد العزيز المطيري وآخرون، تأثير إدارة تجارب العملاء على تحسين جودة الخدمات: دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الكويتية، مجلة البحوث المالية والتجارية، المجلد 21، العدد 4، 2020.
- 15- عيسى مصطفى أبو مندور موسى، مدى كفاية القواعد العامة للمسؤولية المدنية في تعويض أضرار الذكاء الاصطناعي (دراسة تحليلية تأصيلية مقارنة)، مجلة حقوق دمياط للدراسات القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة دمياط، العدد الخامس، 2022.
- 16- مذكور مليكة، الذكاء الاصطناعي ومستقبل التعليم عن بعد، مجلة دراسات في التنمية والمجتمع، (3)6، 2021.
- 17- مقاتل ليلي، حسني هنية، الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته التربوية لتطوير العملية التعليمية، مجلة علوم الانسان والمجتمع، (10)4، 2021.
- 18- المهدي مجدي صلاح، التعليم وتحديات المستقبل في ضوء فلسفة الذكاء الاصطناعي، مجلة تكنولوجيا التعليم والتعلم الرقمي، (5)2.
- 19- نصيرة بوبعاية، دور البيانات والذكاء الاصطناعي في مواجهة وباء فيروس كورونا تجارب دولية ناجحة - COVID 19 ، مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية، (16)3، 2021.
- 20- هلال يحيى، الذكاء الاصطناعي... هل هو اختراق لحدود الروح في الفكر الإسلامي؟، مجلة الدراسات الإسلامية، مختبر الأبعاد القيمية للتحويلات الفكرية والسياسية بالجزائر _ وهران_، (12)22، 2021.

ج- المواقع الالكترونية:

- 21- المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني، مجالات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي، مستخرج من الموقع:
<https://engmohannadb.github.io.com>
- 22- عمر سليم، الذكاء الاصطناعي وتعليم الآلة، مستخرج من الموقع: <https://bimarabia.com>.
- 23- البوابة الرسمية لحكومة الإمارات العربية المتحدة، حقائق وأرقام، متاح على الموقع:
<https://www.government.ae/ar-AE/about-the-uae/fact-sheete>
- 24- دولة الإمارات الوجهة السياحية الأمثل، من الموقع الرسمي لحكومة دولة الإمارات العربية المتحدة:
<https://u.ae/ar-ae/information-and-services/visiting-and-exploring-the-uae/uae-an/>
- 25- تصنيف جواز السفر الإماراتي، من البوابة الرسمية لحكومة دولة الإمارات المتحدة العربية:
<https://u.ae/ar-ae/information-and-services/passports-and-traveling/the-emirati-passport/one-of-the-best-passports-in-the-world/>
- 26- إحصائيات السفر والسياحة، من الموقع الرسمي: <https://u.ae/ar-AE/information-and-services/visiting-and-exploring-the-uae/travel-and-tourism>
- 27- أحمد مسعود، أبوظبي تتصدر قائمة المدن الأكثر أماناً في العالم 2024، من الموقع:
<https://cnnbusinessarabic.com/article/1110807>
- 28- الخليج أون لاين، الإمارات الأولى عربياً في مؤشر المعرفة 2024، من الموقع:
<https://www.alkhaleejonline.net/>
- 29- وكالة انباء الامارات، الإمارات تعزز ريادتها بمشاريع للطاقة الشمسية تدعم الاستدامة، على الموقع:
<https://www.wam.ae/article/15eefht->
- 30- مبادرات الذكاء الاصطناعي في دبي تعزز السياحة، على الموقع الالكتروني
<https://arabic.onearabia.me>
- 31- علاقة الذكاء الاصطناعي في الامارات العربية المتحدة: واقع ومستقبل، على الموقع الالكتروني:

<https://3arabi.ai/>

32- حجم الاستثمارات السياحية في الامارات العربية المتحدة خلال 10 سنوات، على الموقع الالكتروني:

<https://www.mubasher.info>

33- البوابة الرسمية لحكومة الامارات العربية المتحدة، تطبيقات ذكية للسياحة في الامارات، على الموقع الالكتروني :

https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://u.ae/ar-ae/information-and-services/visiting-and-exploring-the-uae/uae-an-ideal-tourist-destination/uae-tourism-apps&ved=2ahUKEwjz-IHnsLmNAXuISKQEHRyLcJQQFnoECBMQBQ&usg=AOvVaw3ttKP5NDv6aKYm_Yr7U7BE

34- أمانة مجلة ماي بيوت، على الموقع الالكتروني:

<https://www.bayut.com/mybayut/ar/%D9%88%D8%B2%D8%A7%D8%>

35- تطبيق نظام إدارة الفنادق، على الرابط: <https://alama360.com>

36- أمانة مجلة سيدتي، على الموقع الالكتروني: <https://www.sayidaty.net>

37- البيان الاقتصادي، التطبيقات الذكية، على الموقع الالكتروني:

<https://www.albayan.ae/economy/tourism/2021-11-01-1.428620220>

د- أطروحات:

38- منسل كوثر، دور الإدارة الإلكترونية في الجزائر: نحو بروز قانون الإدارة الإلكترونية، أطروحة

دكتوراه، تخصص قانون عام، قسم الحقوق، جامعة قالمة 8ماي1945، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قالمة، الجزائر، 2022.

المصادر والمراجع الأجنبية:

Books:

39- Alan Turing, **Computing machinery and intelligence**, Mind (en), Oxford University Press, 59 (236), octobre 1950.

- 40- Berezina K., Ciftci O., & Cobanoglu C., **Robots, Artificial Intelligence, and Service Automation in Restaurants**, In **Robots, Artificial Intelligence, and Service Automation in Travel, Tourism and Hospital**, Emerald Publishing Limited, 2019.
- 41- Buhalis D., & Amaranggana **Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience** Through Personalisation of Services. In Tussyadiah, I., & Inversini, A. (Eds.), **Information and Communication Technologies in Tourism 2015**,
- 42- Citak J., Owoc M. L., & Weichbroth P, **Note on the Applications of Artificial Intelligence in the Hospitality Industry**, Preliminary Results of a Survey, *Procedia Computer Science*, 2021
- 43- Kolodin D., Telychko O., Rekun V., Tkalych M., & Yamkovyi V., **Artificial Intelligence in E-Commerce: Legal Aspects**. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 2020.
- 44- McIntosh R. W., & Goeldner C., R, **Tourism: Principles, Practices, Philosophies**, Charles E. Merrill Publishing Company, 4th ed, 1984
- 45- Pine B. J., & Gilmore J.H, **The experience economy**, Boston: Harvard Business school, 1999
- 46- Song X., i Yang S., & Huang Z., **Artificial Intelligence in Electronic Commerce**. *Journal of Physics (Series 1302)*, 2019.
- 47- Sterne J., **Artificial Intelligence for Marketing: Practical Applications**, Wiley and SAS Business Series, 1 ed, united states, 2017.
- 48- Vroom V.H, **Work and Motivation: Expectancy Theory of Motivation**, 14th Edition, New York, 1964.

Magazines:

- 49- Abumosa M. A., & Al-takahyneh B. A. **The Impact of Using Educational Robot through Integrative Approach on the Achievement of Tenth-Grade Students in Trigonometry**, The International Journal for Research in Education, 45(2), 2021.
- 50- Berry L.L., Carbone L.P., & Haeckel S.H, **Managing the total customer experience**, MIT Sloan Management Review, 43(3), 2002.
- 51- Chi O. H., Denton G., & Gursoy,D, **Artificially Intelligent Device Use in Service Delivery**, A Systematic Review, Synthesis, and Research Agenda. Journal of Hospitality Marketing & Management, 29(7), 2020
- 52- Dann G. M. S,"Anomie, **Ego-Enhancement and Tourism**", Annals of Tourism Research, 4(4), 1977
- 53- Dash R., McMurtrey M., Rebman C., & Kar, U. K, **Application of Artificial Intelligence in Automation of Supply Chain Management**, Journal of Strategic Innovation and Sustainability, 14(3), 2019.
- 54- Gentile C., Spiller N., & Noci G, **How to sustain the customer experience: An overview of experience components that co-create value with the customer**, European management journal, 25 (5), 2007.
- 55- Gurjar P, **Role of Artificial Intelligence in Tourism Sector for Improved Customer Experience**, International Journal of Creative Research Thoughts (IJCRT), 12(8), 2024.
- 56- Holbrook M.B., & Hirschman E.C, **The experiential aspects of consumption: consumer fantasies, feelings and fun**, Journal of Consumer Research, 9(2), 1982.

- 57- Iso-Ahola S. E., **MT owards a social psychology theory of tourism motivation**, A rejoinder Annals of Tourism Research, 10(3), 1983
- 58- Kabbar S., & Monga V., **A Study On Artificial Intelligence In E-Commerce**, International Journal of Advances in Engineering & Scientific Research, 4(4), 2017.
- 59- Klaus P. P., & Maklan S., **Towards a better measure of customer experience**, International Journal of Market Research, 55 (2), 2013,
- 60- Meyer C. & Schwager A, **Understanding customer experience**, Harvard Business Review, 2007.
- 61- Mihret E T., **Robotics and Artificial Intelligence**, International Journal of Artificial Intelligence and Machine Learning, 10(2),
- 62- Mossberg L., **A marketing approach to tourist experience**, Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 7(1), 2007,
- 63- Nagro S, **The Role of Artificial Intelligence Techniqies in Improving the Behavior and Practices of Faculty Members When Switching To Elearning in Light of the Covid-19 Crisis**, International Journal of Education and Practice, 9(4), 2021.
- 64- Oh H, Fiore A. M., & Jeoung M., **Measuring experience economy concepts: tourism applications**, Journal of Travel Research, Vol .46, No.2, 2007.
- 65- Plog S. C.,**Why destination areas rise and fall in popularity**, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 14(4), 1974.
- 66- Singh P., & Kaur, **A systematic review of artificial intelligence in agriculture**, Deep Learning for Sustainable Agriculture, 11(54), 2022

- 67- Ullrich A. , Vladova G. , Eigelshoven F. , & Renz, **Data mining of scientific research on artificial intelligence in teaching and administration in higher education institutions: a bibliometrics analysis and recommendation for future research**. Discover Artificial Intelligence, 2(1), 2022.
- 68- Zanetti M, Rendina S., Piceci L., & Cassese F. P, **Potential risks of Artificial Intelligence in education**. Form@ Re Open Journal per La Formazione in Rete, 20(1), 2020
- 69- Zhang Y , **Dong Z Y. , Yip C. , & Swift, Smart campus: a user case study in Hong Kong**. IET Smart Cities, 2(3), 2022,

Website:

- 70- (IGNOU). (n.d.), Unit 5: **Travel Motivations**, article en ligne :
[:https://egyankosh.ac.in](https://egyankosh.ac.in)
- 71- Abu Dhabi Cruise Terminal at Zayed Port | Abu Dhabi Ports ,website :
<https://www.adports.ae/ports-terminals/cruise-terminals/abu-dhabi-cruise-terminal/>
- 72- AI in Travel and Tourism 2025,website: <https://theintellify.com/ai-in-travel-and-tourism/>
- 73- AR/VR Tourism: Immersive Experiences for Visitors to Dubai – NXT Interactive, website: <https://nxtinteractive.ae/blog/ar-vr-tourism-immersive-experiences-for-visitors-to-dubai> ,
- 74- Aslan Patov, **The Role of Technology in improving Customer Experience (CX)**, website: <https://www.renaissance.io>
- 75- Ayisha amatullah, **Active Listening Techniques**, article en ligne:
<https://www.universalcoachinstitute.com>

- 76- Celebrating 40 Years of Port Development – Lighthouse – CSS Group, website: <https://cssgroupsite.com/lighthouse/celebrating-40-years-of-port-development/>
- 77- Daoud, A., Dubai expects to add 4,600 new hotel rooms in 2024, Al Khaleej Newspaper, website: <https://www.alkhaleej.ae/2024-06-07>
- 78- Department of Municipalities and Transport completes milestone, website: <https://www.mediaoffice.abudhabi/en/infrastructure/department-of-municipalities-and-transport-completes-milestone-projects-worth-aed4bn-in-2024/>
- 79- Dubai International Airport – Wikipedia, website: https://en.m.wikipedia.org/wiki/Dubai_International_Airport
- 80- Dubai Marine Transport Master Plan-2030 | The Official Portal of the UAE, website: <https://u.ae/en/about-the-uae/strategies-initiatives-and-awards/strategies>
- 81- Emirates Plans To Launch These New Routes In 2025 – Simple Flying, website: <https://simpleflying.com/emirates-new-routes>
- 82- Etihad Rail updates: High Speed links, premium cabins and confirmed stations, website: <https://whatson.ae/2025/04/uae-rail-update-all-the-latest-on-the-train-that-will-link-the-seven-emirates/>
- 83- Everything about the Development of Transportation in the UAE, website: <https://www.dubizzle.com/blog/cars/development-transportation-uae/>
- 84- Hall E., **Covergirl's influencer chatbot is smart, funny and responsive**, article en ligne: <https://adage.com>
- 85- How tech is reshaping destinations—and revolutionizing tourism, website:

- <https://www.middle-east.kearney.com/industry/public-sector/article/how-tech-is-reshaping-destinations-and-revolutionizing-tourism>,
- 86- How the Middle East is integrating rail, air, and sea transport, website: <https://www.logisticsmiddleeast.com/logistics/how-the-middle-east-is-integrating-rail-air-and-sea-transport>
- 87- IMF Staff Concludes Visit to United Arab Emirates, website: <https://www.imf.org/en/NewsArticlepr25013-united-arab-emirates-imf-staffconcludes-visit>
- 88- Jee C., **Uses of Robotics in Business: How Will Robots be Used in the Future?**, article en ligne: <https://www.computerworld.com>
- 89- Joanne Jones, sherri Hartzell, **Maslow's Hierarchy of Needs & Theory of Motivation**, article en ligne: <https://study.com>
- 90- Khan M. A., Khojah M., & Vivek. **Artificial Intelligence and Big Data: The Advent of New Pedagogy in the Adaptive E-Learning System in the Higher Educational Institutions of Saudi Arabia**, Education Research International, article online: <https://doi.org.com>
- 91- **L'intelligence artificielle dépassera-t-elle l'humain ?**, mémoire de fin d'étude online, web site: <https://fr.scribd.com/document/321480908/Memoire-Intelligence-Artificielle>
- 92- **Machine d'Anticythère : Google célèbre l'ancêtre des calculateurs** », article en ligne: <https://www.lepoint.fr/>
- 93- Magneto I., **Revolution of Artificial Intelligence in E-Commerce Infographic**, article en ligne: <https://magnetoitsolutions.com>
- 94- Markova E. S., & Pronin K. M. **Artificial intelligence: risks and threats.**

- Innovative Economics and Law**, article en ligne : <https://doi.org.com>
- 95- Mobility, T. a., Ministry of Economy – United Arab Emirates, website : <https://www.moec.gov.ae/transportation-and-mobility>,
- 96- Müller Vincent C, **Introduction: Philosophy and theory of artificial intelligence**. In springer. Springer Nature, Switzerland Article en ligne: <https://doi.org.com>
- 97- New Dubai airport expansion to drive a million jobs and housing, website: <https://www.thenationalnews.com/business/aviation/2025/05/08/dubaiairport-dwc/>
- 98- On Sustainable Public Transport In The UAE, website: <https://www.thegazelle.org/issue/261/sustainable-public-transport-uae>
- 99- Pratik Salia, **What is the Role of Customer Experience Technology in improving CX?**, website: <https://knowmax.ai/blog/customer-experience-technology/>.
- 100- Report Roland Berger, The UAE Tourism Strategy 2031, website: <https://www.rolandberger.com>
- 101- Role of AI in Revolutionizing Visa Processing in the UAE, website: <https://appinventiv.com/blog/ai-visa-processing-uae/>
- 102- Servey c. a., **AI And E-Commerce** article en ligne: <https://www.cowen.com/>
- 103- Sheikh Zayed Road – Dubai as it used to be, website: <https://www.dubaiasitusedtobe.net/SheikhZayedRoadDubai.shtml>
- 104- Smart Tourism: Tech-Driven Travel Experiences in Middle East, website: <https://tech-ceos.com/smart-tourism-tech-driven-travel-experiences-in->

[middle-eastern-destinations](#)

- 105- Solutions, S. T., Smart Transport Solutions, website: <https://u.ae/ar-AE/information-and-services/transportation/smart-mobility-solutions> ,
- 106- The Future of Transportation in the UAE, website: <https://urbantransportnews.com/news/the-future-of-transportation-in-the-uae-mega-projects-set-to-transform-urban-mobility> ,
- 107- The future of UAE infrastructure - Turner & Townsend, website: www.turnerandt Townsend.com/insights/the-future-of-uae-infrastructure/
- 108- The Role of AR/VR Tourism in Dubai's Hospitality Industry - 360 Bright Media, website: <https://360brightmedia.com/the-role-of-virtual-reality-tourism-in-dubais-hospitality-industry/>
- 109- The UAE President inaugurates Khalifa Port expansion, website: <https://www.adports.ae/the-uae-president-inaugurates-khalifa-port-expansion/>
- 110- The UAE ranks first globally in the "Air Transport Infrastructure, website: <https://kanebridgenewsme.com/uae-leads-the-global-ranking-in-air-transport-quality/#:~:text=In%20this%20index%2C%20the%20UAE,%E2%80%93%20millions%2Fweek%E2%80%9D%20indicators>,
- 111- U.A.E. - Port - New projects information in India, Middle East, South Asia - News on Projects, website: <https://www.news on projects.com/country?country=12&industry=9>
- 112- UAE aviation: A story of takeoffs and landings, website: <https://gulfnews.com/business/aviation/uae-aviation-a-story-of-takeoffs-and-landings-1.925143>

- 113- UAE Economic Forecast for 2025: Strong Growth and New Opportunities, website: <https://www.uae-eu.com/blog/uae-economic-forecast-for-2025-a-bright-future-ahead.html>
- 114- UAE Economy Records 4.5% Growth in Non-Oil Sectors, with Real GDP Expanding by 3.8%, website: <https://fcsc.gov.ae/en-us/Pages/Press-Release/05-03-2025.aspx>
- 115- UAE launches strategy for Fourth Industrial Revolution | Emirates News Agency, website: <https://wam.ae/en/details/1395302634934>
- 116- UAE powers ahead with landmark infrastructure developments in 2024, website: <https://www.constructionweekonline.com/news/uae-powers-ahead-with-landmark-infrastructure-developments-in-2024> ,
- 117- Villemin, G, Introduction à l'Intelligence Artificielle, website: <http://villemin.gerard.free.fr/Wwwgvmm/Logique/IAintro.htm>
- 118- website: <https://ar.wikipedia.org/wiki/>
- 119- website: <https://www.emaratalyom.com/business/local/2024-09-25-1.1885135/>
- 120- website: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=http://www.emaratalyom.com/business/local/2024-12-08>
- 121- website: <https://www.government.ae/ar-AE>
- 122- website: <https://www.moffatnichol.com/project/dubai-harbour-cruise-and-marinaberths#:~:text=The%20Dubai%20Harbour%20is%20a,public%20services%20C%20restaurants%20and%20cafes>
- 123- Welsh joint education committee, **essential employability skills, qualities**

- of a good customer experience professional**, article en ligne:
<https://getrapl.com>
- 124- Welsh joint education committee, Methods of monitoring, **measuring and evaluating the customer experience**, article en ligne: WJEC
<https://resource.com>
- 125- **What is artificial intelligence (AI)?**, article en ligne:
<HTTPS://searchenterpriseai.techtarget.com>
- 126- Whereoware, **How is Technology Used to improve Customer Experience?**, website: <https://www.whereoware.com>
- 127- World Tourism Innovation and Development Report, Fourth Industrial Revolution technologies in the UAE, website: <https://www.wta-web.org>

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف الدور المحوري للذكاء الاصطناعي (AI) في تحسين تجربة العملاء (Customer Experience - CX) ضمن قطاع السياحة في دولة الإمارات العربية المتحدة. وقد توصلت الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي يُعد قوة دافعة للتحويل في المشهد السياحي بالإمارات حيث يُمكنه من توفير تجارب سياحية أكثر كفاءة، تخصيصًا، وإشباعًا للزوار. وتُظهر النتائج أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي، مثل أنظمة التوصية الذكية، المساعدین الافتراضيين، وتحليل البيانات الضخمة، تساهم بشكل فعال في تخصيص الخدمات (Service Personalization) بناءً على تفضيلات العملاء وسلوكهم الفردي. كما تُعزز من كفاءة العمليات (Operational Efficiency) من خلال أتمتة مهام الحجز، التخطيط، وتقديم الدعم الفوري، مما يقلل من أوقات الانتظار ويُحسن من الاستجابة لاحتياجات السياح. علاوة على ذلك، تُمكن هذه التقنيات المؤسسات السياحية من فهم أعمق لسلوك العملاء (Deeper Customer Behavior Understanding) وتوقع احتياجاتهم المستقبلية، مما يؤدي إلى تصميم عروض وخدمات أكثر جاذبية. إذا تبرهن الدراسة أن الذكاء الاصطناعي في قطاع السياحة الإماراتي لا يُساهم فقط في تحسين رضا العملاء (Enhanced Customer Satisfaction) وبناء ولاء طويل الأمد (Building Long-Term Loyalty)، بل يُعزز أيضًا من التنافسية العالمية لدولة الإمارات كوجهة سياحية رائدة. الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي، تجربة العملاء، السياحة في الإمارات العربية المتحدة، تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

Abstract

This study aims to explore the pivotal role of Artificial Intelligence (AI) in enhancing Customer Experience (CX) within the tourism sector of the United Arab Emirates (UAE).

The study concluded that AI is a transformative force in the UAE's tourism landscape, enabling more efficient, personalized, and fulfilling travel experiences for visitors.

The findings indicate that AI applications, such as smart recommendation systems, virtual assistants, and big data analytics, actively contribute to service personalization based on individual customer preferences and behavior. They also boost operational efficiency by automating booking and planning tasks and providing instant support, which reduces waiting times and improves responsiveness to tourists' needs. Furthermore, these technologies enable tourism organizations to gain a deeper understanding of customer behavior and anticipate future needs, leading to the design of more attractive offers and services.

Ultimately, the study demonstrates that AI in the Emirati tourism sector not only contributes to enhanced customer satisfaction and building long-term loyalty but also strengthens the UAE's global competitiveness as a leading tourist destination.