

عصرية مقومات السياحة التقنية ودورها في تطور السياحة الترفيهية

عصام المخادمه محمد شبيب الخصاونه سامر فندی عبابنه
تخصص الإدارة السياحية - قسم العلوم المالية والإدارية - كلية عجلون الجامعية - جامعة البلقاء

الملخص

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى دور عصرية مقومات السياحة التقنية في تطور السياحة الترفيهية، واعتمدت على المنهج الوصفي، وتم استخدام استبانة لجمع البيانات، وتكونت عينة الدراسة من (220) سائح محلي، و(171) سائح أجنبي، و(20) مرشد سياحي في الأردن. أظهرت النتائج أن مستوى عصرية المقومات السياحية التقنية لتطوير السياحة الترفيهية جاءت بدرجة مرتفعة، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى عصرية المقومات السياحية التقنية لتطوير السياحة الترفيهية بالنسبة للمتغيرات الجنس، والدخل الشهري، ووجود فروق دالة في مستوى عصرية المقومات السياحية التقنية لتطوير السياحة الترفيهية بالنسبة للسائح تعزى لمتغيري الجنسية والعمر لصالح الجنسية العربية والفئة العمرية (60 فما فوق)، في حين لم تظهر فروق في مستوى عصرية المقومات السياحية التقنية لتطوير السياحة الترفيهية بالنسبة للمرشدين السياحيين تعزى لمتغيرات المؤهل العلمي، والتخصص، والخبرة العلمية، والعمر.

الكلمات المفتاحية: العصرية، السياحة التقنية، السياحة الترفيهية، السياحة الإلكترونية.

The modernity of the technical tourism elements and its role in the development of leisure tourism

Abstract

This study aims at identifying the role of modern technical tourism elements in the development of leisure tourism, The descriptive approach was adopted in this study, and a questionnaire was used to collect data and study sample consisted of 220 local tourists, and 171 foreign tourists, and (20) guided tour in Jordan. The results showed that the level of modern tourism technical components for the development of leisure tourism came to a high degree, and the absence of significant differences in the level of modern tourism technical components for the development of leisure tourism for tourists due to gender variables, monthly income, and the existence of significant differences in the level of modern tourism technical components for the development of leisure tourism for tourists attributed to the variables of nationality and age in favor of Arab nationality and age group 60 years, while there were no differences in the level of modern tourist technical components for the development of leisure tourism for tour guides attributed to the variables of scientific qualification, specialization, scientific experience, and age.

Keywords: Modern, Technical Elements of Tourism, The Development of Recreational Tourism.

مقدمة

شهد العالم في الفترة الأخيرة تغيرات سريعة في كل المجالات والمفاهيم الاقتصادية والاجتماعية وظهرت مفاهيم جديدة متنوعة وشاملة والتي من أهمها العولمة والانفتاح على اقتصاديات العالم ككل منها من يعتمد على الصناعة وأخرى على السياحة وأصبح العائد من أعمال السياحة يساهم مساهمة فعالة في الإنتاج المحلي لكثير من الدول والسياحة كغيرها من القطاعات تنتج عنها آثار مختلفة اقتصاديا واجتماعيا وبيئيا على مستوى المنطقة السياحية (إسلام، 2014).

وتعتبر السياحة ركيزة اساسية في اقتصاديات العديد من الدول لدورها المهم في الميزان التجاري اذ تسهم في توفير العملات الصعبة وفرص العمل ، مما ينعكس بشكل ايجابي على التنمية الاقتصادية والاجتماعية للمجتمع (نسيبه، 2014)، ويؤكد(رضا، 2017) أن استثمار القطاع السياحي يتطلب التنوع في المقومات وعوامل الجذب وتعددها بما يساهم في خلق التكامل السياحي للدولة، إضافة إلى زيادة وعي المجتمع المحلي بالأهمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للنشاط السياحي.

مشكلة الدراسة

تمثل السياحة في الوقت الحاضر نشاطاً اقتصادياً مهماً تحرص الدول على تنميته، لكونها مورداً اقتصادياً يسهم في زيادة الدخل القومي، كما أنها تساهم في استغلال موارد المنطقة السياحية بشكل أفضل، مما يدفع ذلك لتحقيق التنمية الإقليمية المتوازنة بين أقاليم تلك الدول، فإن جميع الدول تقدم أقصى الدعم لهذا القطاع لأهميته في تحسين وتطوير الدخل القومي وتشغيل الأيدي العاملة وهناك مؤشرات تدل على أن هنالك تراجع في هذا القطاع وتكمن مشكلة البحث في إبراز عصرية مقومات السياحة التقنية ودورها في تطور السياحة بشكل عام والسياحة الترفيهية بشكل خاص الترفيهية.

تساؤلات الدراسة

تحاول الدراسة الحالية الإجابة الأسئلة الآتية:

- 1- ما مستوى عصرية المقومات السياحية التقنية لتطوير السياحة الترفيهية؟
- 2- هل تختلف مقومات السياحة التقنية، باختلاف متغيرات الجنس، العمر، الدخل الشهري، الجنسية حسب عينات الدراسة "السياح، المرشدين السياحيين"؟

أهداف الدراسة

هدفت الدراسة إلى معرفة دور عصرية المقومات السياحية التقنية في تطوير السياحة الترفيهية في ضوء بعض المتغيرات من وجهة نظر السياح والمرشدين السياحيين.

المصطلحات الإجرائية

- **السياحة:** "تعني السفر والإقامة المؤقتة خارج مكان السكن الأصلي؛ بهدف التعرف على موجودات الجهة المقصودة، وجمع المعلومات عن الشعوب بهدف الراحة والترفيه والاستجمام" (عودة، 2011). وتعرف إجرائياً: انتقال الفرد من مكان إلى مكان آخر غير المكان الذي يقيم فيه بهدف الترفيه والاستمتاع.
- **السياحة الترفيهية:** تغيير مكان الإقامة لفترة من يوم واحد لغرض الاستمتاع والترفيه عن النفس وليس لغرض آخر (السيسي، 2001). وتعرف إجرائياً أنها زيارة السياح المحليين والأجانب الأماكن الترفيهية في الأردن بهدف قضاء وقت ممتع وممارسة الهوايات والأنشطة المختلفة.

الاطار النظري والدراسات السابقة:

تعد السياحة بأشكالها المختلفة ركيزة أساسية من الركائز الاقتصادية التي تزداد أهميتها مع ارتفاع مردودها المادي، والذي بات يشكل مصدر من مصادر الدخل الوطني ويسهم قطاع النقل والسياحة بشكل فعال في دعم مجالات الإنتاج المادي والخدمي للمجتمع، (ناعس، 2009).

السياحية الإلكترونية والتقنية

التغيرات التكنولوجية والتطور في تقنية المعلومات والاتصالات لها اثر على الخدمات السياحية الإلكترونية التي أصبحت في الوقت الحالي ضرورة حتمية لا يمكن لأي نشاط سياحي تجاهله. الأمر الذي أدى إلي ظهور المواقع السياحية المختلفة على شبكة الانترنت والتي لا تستخدم في التسويق السياحي الإلكتروني والتقني بل تتعدى ذلك إلي إمكانية الحجز والدفع الإلكتروني للرحلات السياحية. ونتيجة لذلك ظهر في منذ سنوات قليلة مفهوم السياحة الإلكترونية ، حيث أصبح ارتباطاً وثيقاً بمفهوم التجارة الإلكترونية والتسويق السياحي الإلكتروني (رضا، 2017)، ويتم استخدام الأعمال الإلكترونية والإنترنت في مجال السفر والسياحة، للحصول على تسهي (لات أكثر فعالية للموردين والمستهلكين السياحي بما يخدم السائح تقنياً، لذا أصبح بالإمكان تسمية أي نمط سياحي بأنه (إلكتروني) والاستفادة من خدمات جوجل ومواقع الفيس بوك واليوتيوب وغيرها من وسائل التواصل الاجتماعي في تسويق المواقع والخدمات السياحية في العالم (علوان و عبد الرزاق، 2016).

وتعتبر كذلك السياحة الإلكترونية هي عبارة عن تطبيقات ذكية تقنيه لمساعدة المستخدمين على التخطيط لرحلاتهم بأكثر سهولة وجعلها أكثر راحة غرضها الترويج لخدمات السياحة والفندقية عبر مختلف الشبكات لتطوير وتنمية القطاع السياحي وبتيح في هذه التطبيقات الكثير من العروض لكي تكون بمستوى يلبي رغبة السائح (www.alexacom) .. ويتضح أهمية السياحة الإلكترونية التقنية حيث أكدت بعض الأبحاث والدراسات استخدام أكثر من 164 مليون مواطن أمريكي خدمة الانترنت خلال عام 2013 للبحث عن المعلومات الخاصة بالمقاصد السياحية المختلفة والأسعار والبرامج السياحية، وقيام 66% منهم بالحجز الإلكتروني من خلال شبكة الانترنت. ووصول مبيعات الانترنت إلى نسبة 48% من إجمالي سوق السفر

في الولايات المتحدة في عام 2010، وازدياد مبيعات السفر عبر الانترنت في دول الاتحاد الأوروبي لتصل إلى مبلغ 54 مليار دولار في عام 2013، وأيضا امتلاك 85% من الفنادق في أوروبا لمواقع الكترونية، وفقاً لحصر المفوضية الأوروبية عام 2009 حين يوجد في النمسا مواقع الكترونية ل95% من الفنادق، منها 73% تقدم خدمات البيع عن طريق الشبكة، وتصل طلبات الحجز الالكتروني فيها إلى 83% (<https://www.news.travelerpedia.net/tourism>).

سياحة قضاء الإجازات والترفيه

هذا النوع من السياحة يعتبر من أهم وأكثر أنواع السياحة شيوعاً في كافة الدول ويمتاز بأن له طابع جماهيري وكثير من المواطنين في أكثر دول العالم يمارسون هذا النوع من السياحة، وهذا النوع من السياحة مرتبط بأوقات الإجازات والإجازات المدفوعة المرتب مثل إجازات نهاية الأسبوع أو الإجازات الصيفية أو إجازة الأعياد الدينية أو المناسبات الوطنية أو الإجازات التي يحصل عليها الموظف سنوياً ضمن قانون العمل ودائماً أوقات الإجازات ومدتها تتحكم فيها المرونة من حيث اختيار الوقت والمدة (رضا، 2016).

وتهتم الشركات السياحية بتنظيم رحلات سياحية لهؤلاء المواطنين وتكون مستمرة على مدار السنة وتتراوح أسعار هذه الرحلات من الرخيصة إلى الباهظة الثمن وتعتمد على وقت السفر أو المدة وعلى المكان المقصود وعلى نوعية الإقامة وعلى الطعام والشراب وأيضا على وسيلة السفر هل هي بالطائرة أو الباص أو الباخرة... إلخ (زعبي، خصاونه و جرادات، 2016). ومدى نجاح هذا النوع من السياحة يعتمد على الأسعار ونوعية الخدمة والمكان المناسب أو المكان المرغوب به من قبل السواح مثلاً في فترات الصيف تكون عادة الرحلات إلى الأماكن الباردة والعكس صحيح، وتعتمد أيضاً هذه السفارات على مدى ثقة المواطنين بالشركة السياحية وسمعتها، لأن هذه الرحلات ترتبط بالعلاقات الاجتماعية والعائلية والكلمة الصادقة ومدى ثقة السواح بوكيل السفر وكذلك سمعة المكان المرغوب فيه ومدى توفر الخدمات والأمن فيه، فكل هذه الرغبات يحلم السائح في تحقيقها أثناء تمتعه بالسفرة السياحية.

الدراسات السابقة

تناولت الدراسات السابقة موضوع السياحة ومقوماتها والسياحة الترفيهية، وفيما يلي عرضاً لها مرتبة من الأقدم إلى الأحدث: هدفت دراسة حامد (2000) إلى التعرف على العوامل المؤثرة في التسويق السياحي للبادية الأردنية وتحديد طبيعة العلاقات بين المنتج ومدى رضا السائح الأردني وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها أن هناك علاقة بين عناصر المزيج التسويقي ومدى رضا السائح، هناك ضعف في الترويج السياحي في منطقته الدراسة، وان نتائج الدراسة ايجابية وتخدم تطوير النشاط السياحي في منطقتي البادية الأردنية الشمالية والوسطى.

أما دراسة العبد الله والنعيم (2001) فهدفت إلى دراسة مقومات ومعوقات السياحة الداخلية والأنماط السلوكية للأسرة السعودية في الفراغات المفتوحة حيث تعرض الدراسة لأنواع السياحة بالمملكة، وأهم المقومات التي تتمتع بها والمعوقات السياحية التي تتمثل في المعوقات الإجرائية وغياب خطة التنمية السياحية، وكذلك المعوقات الهيكلية والتسويقية، والإدارية، كما أشارت إلى النسبة التي تعكس كفاءة تشغيل السياحة، وتوصلت الدراسة إلى وضع آليات لتنمية القطاع السياحي متمثلة في تفعيل دور الهيئة العليا للسياحة، وإيجاد مركز معلومات، وإعادة صياغة مفاهيم المجتمع تجاه السائح.

وهدف دراسة معلا والطائي (2003) إلى تحديد طبيعة تقييم السياح العرب لجودة الخدمات الفندقية المقدمة لهم من قبل الفنادق العاملة في الأردن وتحديد أثر مجموعة العوامل الديموغرافية للسياح العرب على تقييمهم لتلك الخدمات، وتوصلت الدراسة إلى أن تقييم السياح العرب لجودة الخدمات الفندقية المقدمة لهم كان سلبيا بسبب عدم وجود أثر للعوامل الديموغرافية على تقييم السياح العرب للجودة باستثناء عامل الجنسية الذي كان له أثر واضح على تقييم الجودة.

وهدف دراسة فلكنر وجونز ونيل وولش (Faulkner, Jones, Neal, & Walsh, 2008) إلى بيان السياحة والترفيه والتنمية: مواضيع وأبحاث ناشئة. تعد السياحة ذات أهمية كبيرة لتايلاند، حيث تمثل ثاني أكبر قطاع للكسب في المملكة، وتوظف (جزئياً أو كلياً) أكثر من مليون شخص. ومع ذلك، فإن الكثير من البنية التحتية لهذه الصناعة تنتمي إلى مخاوف خارجية وقد يتم استيرادها مؤقتاً للتعامل مع المجموعات السياحية القادمة. وقد بذلت جهود قليلة نسبياً لتحديد احتياجات التحسين في سوق العمل لتوفير خدمة أفضل للسياح ومساعدة بالتالي على تحقيق أقصى قدر من الأرباح من السياح. تظهر الأبحاث، من بين المستويات العامة للرضا عن تجربة السياحة التايلاندية، انخفاض مستويات الرضا عن مختلف أنواع التفاعل البشري، والوصول إلى المعلومات والخدمات ذات القيمة المضافة التي من المتوقع أن تكون متاحة. ويمكن تصحيح العديد من هذه المشاكل بسياسة ملائمة لسوق العمل، والتي تدمج مجالات مثل التدريب، والمهارات اللغوية، ومطابقة الوظائف، والدعم الحكومي المركزي لتطوير خدمات ومرافق ذات قيمة مضافة. يستكشف هذا الفصل شكل وهيكل سياسة سوق العمل المناسبة لسوق السياحة التايلاندي، ويقدر الصعوبات الهيكلية والسياسية التي يجب معالجتها قبل أن يتم إنشاؤها. وتستكشف الورقة كذلك الدروس التي يمكن استخلاصها من مثل هذه السياسة على البلدان المجاورة في منطقة ميكونغ الكبرى، ولا سيما في لاوس وكمبوديا وفيتنام.

أشارت دراسة الحميدات (2013) إلى أن قطاع السياحة من أهم القطاعات الاقتصادية في الاقتصاد الأردني وهو أيضاً قطاع واعد لأسباب كثيرة منها وجود خارطة سياحية غنية ومتنوعة في حدود الأردن وكذلك يوجد واحدة من عجائب الدنيا السبعة البتراء التي أصبحت تتمتع بسمعة سياحية عالمية ومن خلال الدراسة تبين أن الوسائل الحديثة والتطورات الحاصلة عامل مهم في شتى مناحي الحياة.

وأجرى الريداوي (2014) دراسة هدفت التعرف إلى السياحة وآفاقها المستقبلية في سلطنة عمان، وتم الاعتماد على منهج البحث التحليل للواقع السياحي ومقوماته وخصائصه فضلاً عن منهج البحث الاستنتاجي والمنهج الكارتوغرافي في التمثيل للأرقام العددية والنسبية مع بعض الخرائط. أظهرت النتائج أن للسياحة في سلطنة عمان أهمية كبيرة تتمثل في إسهامها في الدخل الوطني من خلال العائدات المالية، وإن للتنوع البيئي النباتي والحيواني البري والبحري والخدمي دوراً كبيراً في تطويرها، كما أشارت النتائج إلى توافر مقومات التنمية السياحية وهي المقومات الطبيعية التي تشمل المناخ المتنوع من الجفاف الصحراوي والجبلي المتمثل بالجبل الأخضر وجبال ظفار والأمطار الموسمية الصيفية والشتوية فضلاً عن المقومات البشرية التي تتكون من المهرجانات والمعارض والصناعات التقليدية، كما أظهرت النتائج وجود أنواع عديدة للسياحة تشمل السياحة الوافدة وأن الأهداف تتنوع بين الترفيه والزيارة والسياحة الشعبية والعلاجية والترفيهية والتسويقية، وتتمثل الآفاق المستقبلية للتنمية السياحية من خلال إقامة مزيد من المنشآت السياحية لاستيعاب الأعداد المتزايدة من القادمين للسياحة.

وهدف دراسة حسين وخلف (2014) التعرف إلى واقع القطاع السياحي ومقومات جذبه، وأهم العقبات التي تواجه التنمية السياحية، ثم الآفاق المستقبلية لها. وتم الاعتماد على الأسلوب الوصفي والتحليلي للبيانات والإحصائيات المتوفرة عن قطاع السياحة في العراق. أظهرت النتائج أن تنمية القطاع السياحي والنهوض به سيساهم في تنويع مصادر الدخل القومي وتوفير فرص العمل والحد من مشكلة البطالة ودعم ميزان المدفوعات وتحقيق النمو المتوازن وتمويل ميزانية الدولة، ولما لها من تأثيرات اجتماعية أخرى إذ ترتبط التنمية السياحية بالتنمية الشاملة ارتباطاً كبيراً، وتعمل على حل العديد من المشاكل الاقتصادية والاجتماعية التي يواجهها البلد. ويمتلك العراق موارد طبيعية وخصائص سياحية عديدة ومتنوعة تشكل مجموعها منتجاً سياحياً في غاية الأهمية، وعناصر جذب قابلة للاستثمار وفي مجالات متعددة، والتي تعد مورداً اقتصادياً يوازي ثروة النفط والغاز، وإذا ما استغلت بشكل صحيح ومخطط فإنها ستدر على البلاد أموالاً طائلة فضلاً عن توفير فرص العمل.

وتبحث دراسة مين ورو وباك (Min, Roh, & Bak, 2016) فيما إذا كانت السياحة الترفيهية يمكن أن تساهم في النمو الاقتصادي وإذا كانت كذلك، وما إذا كانت آثار نموها ثابتة عبر مستويات التنمية الاقتصادية. السياحة الترفيهية تختلف عن سياحة الأعمال في العلاقة السببية مع النمو الاقتصادي. بالإضافة إلى ذلك، فإن الموارد الطبيعية والتراثية للسياحة الترفيهية محدودة وليست قابلة لإعادة الإنتاج. هذا المفهوم له تأثير كبير على العلاقة بين آثار نمو السياحة الترفيهية ومستوى التنمية الاقتصادية. وهكذا، تركز الدراسة الحالية على السياحة الترفيهية والضوابط لآثار سياحة الأعمال. مع نمو الاقتصاد، من المتوقع أن تتحسر آثار النمو في السياحة الترفيهية بسبب نقص التحسين المستمر في الإنتاجية في صناعة السياحة. وتكشف النتائج التجريبية في هذا البحث أن السياحة الترفيهية تساهم في النمو الاقتصادي في

مرحلة مبكرة من التنمية الاقتصادية، ولكن مساهمتها تصبح أضعف مع تطور الاقتصاد. تكشف النتائج الرئيسية لهذه الدراسة أن السياحة الترفيهية تساهم في النمو الاقتصادي في مرحلة مبكرة من التطور، ولكن لها حدود في الحفاظ على مساهمة النمو مع تطور الاقتصاد. تم تفسير هذه النتائج نظرياً بواسطة نظرية النمو الداخلي. ومن ثم، تختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة لأنها تفصل السياحة الترفيهية عن الأعمال الأولى وتفحص فرضية النمو بقيادة السياحة الترفيهية بشكل منفصل في كل مرحلة من مراحل التطوير الاقتصادي.

أجرى الصرايريه (2017) دراسة هدفت التعرف إلى واقع عملية استقطاب السائحين إلى الأردن متخذة السياحة التراثية ودورها في صناعة السياحة وتفعيل استقطاب السائحين إلى الأردن. وتكونت عينة الدراسة من 276 فرداً من السائحين القادمين إلى الأردن، وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة ذو دلالة إحصائية بين السياحة التراثية ودورها في صناعة السياحة وتفعيل عملية استقطاب السائحين إلى الأردن، ووجود علاقة ذو دلالة إحصائية بين النشاطات والمهرجانات التراثية ودورها في صناعة السياحة وتفعيل عملية استقطاب السائحين إلى الأردن، ووجود علاقة ذو دلالة إحصائية بين التشريعات والقوانين الحكومية المعمول بها وطرق الدعاية والإعلان المتوفرة على تنشيط حركة السياحة التراثية وتفعيل عملية استقطاب السائحين إلى الأردن.

وهدف دراسة زينج (Zeng, 2018) إلى بيان الكفاءة والتوجيه التعاوني لصناعة السياحة والترفيه في قوانغدونغ - هونغ كونغ - منطقة خليج ماكاو الكبرى. يعتبر اقتصاد منطقة الخليج ذا أهمية استراتيجية لتقدم الاقتصاد العالمي. كمحرك هام للإصلاح والانفتاح على المستوى الوطني، يعد التطور السريع لمنطقة جواندونج - هونغ كونغ - ماكاو الكبرى في الخليج جزءاً مهماً من الاستراتيجية الوطنية للصين. بالاعتماد على تجربة التنمية الاقتصادية في منطقة خليجية ناجحة أخرى، من الواضح أن بناء منطقة خليج جوانجو الصينية الكبرى في قوانغدونغ- ماكاو يجب أن يركز على صناعة السياحة والترفيه. واستناداً إلى إحصاءات الحكومة، يتم استخدام نموذج علائقي رمادي ونموذج الانحدار التلقائي (VAR) لتحليل كفاءة صناعة السياحة والترفيه في منطقة خليج جواندونج-هونغ كونغ-ماكاو الكبرى. أظهرت النتائج أن تقدم صناعة السياحة والترفيه له تأثير كبير على الصناعات الأخرى ذات الصلة، وهناك ترابط بين صناعة السياحة والترفيه والنتائج المحلي الإجمالي والاستثمار في الأصول الثابتة في منطقة قوانغدونغ وهونغ كونغ وماكاو الكبرى. وتقتصر أن تتخذ الحكومة إجراءات مناسبة لتعزيز التعاون واتخاذ السياسات الصناعية المناظرة لتعزيز تنمية صناعة السياحة والترفيه في قوانغدونغ وهونغ كونغ وماكاو الكبرى باي.

وقدم كاملري (Camilleri, 2018) قرائه لمفهوم السياحة. يلقي الضوء على الأساس المنطقي للسياحة، لأنه يشرح دوافع السياح المتأصلة للسفر. كما يصف جوانب مختلفة تشكل معا صناعة السياحة. يسافر السياح إلى وجهات يسهل الوصول إليها. فهي تتطلب الإقامة إذا كانت تزور مكاناً لأكثر من 24 ساعة.

كما يمكن للمسافرين من رجال الأعمال والمسافرين بغرض الترفيه زيارة المعالم السياحية والانخراط في الأنشطة الترفيهية. ومن ثم، يجب أن يكون للوجهات السياحية وسائل الراحة والمرافق المناسبة. في ضوء ذلك، يوضح هذا الفصل كيف يمكن أن تقدم الوجهات منتجات مختلفة لإرضاء مجموعة واسعة من السياح. يمكن أن تشمل المنتجات السياحية؛ سياحة المدن (أو المدن)، السياحة الساحلية، السياحة الريفية، السياحة البيئية، سياحة النبيذ، سياحة الطهي، السياحة الصحية، السياحة العلاجية، السياحة الدينية، السياحة الثقافية (أو التراث)، السياحة الرياضية، السياحة التعليمية، سياحة الأعمال (بما في ذلك الاجتماعات والحوافز والمؤتمرات والأحداث)، من بين أمور أخرى. في الختام، يسرد هذا الفصل نقاط الاهتمام الرئيسية في أمريكا الشمالية لتوضيح كيف قد تكون الوجهات المتنوعة جذابة لمختلف السياح، لأسباب عديدة.

التعليق على الدراسات السابقة

من خلال العرض السابق لبعض الدراسات السابقة يظهر ان بعض تلك الدراسات سعت الى التعرف على العوامل المؤثرة على القطاع السياحي مثل دراسة (حامد، 2000) و دراسة (العبد الله والنعيم، 2001) ودراسة (حسين وخلف، 2014) ، في حين أهتمت بعض الدراسات بالكشف عن الأثر الاقتصادي للقطاع السياحي مثل دراسة (الحميدات، 2013) ودراسة (Min, Roh, & Bak, 2016) واستهدفت بعض الدراسات البحث عن عوامل تنشيط القطاع السياحي مثل دراسة (الصرايره، 2017) ودراسة Zeng, (2018). وتعتبر الدراسة الحالية مكملة لهذه الدراسات والتي تناولت دور التطور التكنولوجي في ظل الثورة المعلوماتية في العالم واستخدام التقنيات الحديثة والاستفادة منها في تطوير السياحة الترفيهية وتحسين الخدمات المقدمة للسياح بما ينعكس ايجابيا على رضا السياح وتحقيق عوائد اقتصادية ايجابية، ومن ناحية اخرى تؤكد هذه الدراسة على اهمية التقنيات الحديثة ليس فقط الترويج السياحي وانما تتعداه الى توفير كافة المعلومات والخدمات المتوفرة في المقاصد السياحية الامر الذي يوفر المعلومات الكاملة التي يحتاجها السائح قبل القيام بالرحلة السياحية وتوفر عليه الوقت والجهد. وتتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في انها بحثت في كيفية استثمار التقدم التقني في القطاع السياحي بهدف تنشيط هذا القطاع الحيوي.

الطريقة والإجراءات

منهج الدراسة

اعتمدت هذه الدراسة على منهج الوصفي المسحي لملائمته في تحقيق أهداف هذه الدراسة بالتعرف إلى دور عصرية مقومات السياحة التقنية في تطور السياحة الترفيهية في الأردن.

مجتمع الدراسة وعينتها

تكون مجتمع الدراسة من جميع السواح المحليين والأجانب والمرشدين السياحيين في الأردن خلال عام 2017م. وتم اختبار عينة مكونة من (220) سائح محلي، و(171) سائح أجنبي، و(20) مرشد سياحي، تم اختيارهم عشوائياً للتعرف على عصرية المقومات السياحية التقنية ودورها في تطور السياحة الترفيهية، والجدول (1) وجدول (2) يبين توزيع أفراد العينة على متغيرات الدراسة.

جدول (1): توزيع أفراد عينة الدراسة على متغيرات الجنس، الفئة العمرية، الحالة الاجتماعية، المهنة، الجنسية، الدخل الشهري، بالنسبة للسائح المحلي والأجنبي.

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	182	46.5
	أنثى	209	53.5
الفئة العمرية	20 سنة فأقل	93	22.6
	21-40	127	30.9
	41-50	69	16.8
	51-60	47	11.4
	60 فما فوق	55	13.4
الحالة الاجتماعية	متزوج	245	59.6
	أعزب	101	24.6
	مطلق	20	4.9
	أرمل	25	6.1
المهنة	موظف حكومي	197	47.9
	موظف قطاع خاص	98	23.8
	أعمال حرة	96	23.4
الجنسية	عربي	220	53.5
	أجنبي	171	41.6
الدخل الشهري	أقل من 500	168	40.9
	500-1000	206	50.1
	1500-2000	8	1.9
	أكثر من 2000	9	2.2
المجموع		391	100.0

ويظهر من الجدول (1) ما يلي:

- بالنسبة لمتغير الجنس: بلغ أعلى تكرار للإناث (209) وبنسبة مئوية (53.5) بينما بلغ تكرار الذكور (182) وبنسبة مئوية (46.5).

- بالنسبة لمتغير الفئة العمرية: بلغ أعلى تكرار 21-40 (127) وبنسبة مئوية (30.9)، ثم بلغ تكرار 20 سنة فاقل (93) وبنسبة مئوية (22.6)، ثم بلغ تكرار 41-50 (69) وبنسبة مئوية (16.8)، ثم بلغ تكرار 60 فما فوق (55) وبنسبة مئوية (13.4)، وأخيرا بلغ تكرار 51-60 (55) وبنسبة مئوية (13.4).

- بالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية: بلغ أعلى تكرار متزوج (245) وبنسبة مئوية (59.6)، وبلغ تكرار أعزب (101) وبنسبة مئوية (24.6)، ثم بلغ تكرار أرمل (25) وبنسبة مئوية (6.1)، وبلغ أدنى تكرار للمطلق (20) وبنسبة مئوية (4.9).

- بالنسبة لمتغير المهنة: بلغ أعلى تكرار موظف حكومي (197) وبنسبة مئوية (47.9)، وبلغ تكرار موظف قطاع خاص (98) وبنسبة مئوية (23.8)، وأدنى تكرار بلغ لأعمال حرة (96) وبنسبة مئوية (23.4).

- بالنسبة لمتغير الجنسية: بلغ تكرار عربي (220) وبنسبة مئوية (53.5)، بينما بلغ تكرار أجنبي (171) وبنسبة مئوية (41.6).

- بالنسبة لمتغير الدخل الشهري: بلغ أعلى تكرار 500-1000 (206) وبنسبة مئوية (50.1)، وبلغ تكرار أقل من 500 (168) وبنسبة مئوية (40.9)، وبلغ تكرار أكثر من 2000 (9) وبنسبة مئوية (2.2)، وبلغ أدنى تكرار 1500-2000 (8) وبنسبة مئوية (1.9).

جدول (2): توزيع أفراد عينة الدراسة على متغيرات المؤهل العلمي، التخصص العلمي، الخبرة العلمية، العمر، بالنسبة للمرشد السياحي.

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	17	85.0
	أنثى	3	15.0
	دراسات عليا	7	35.0
التخصص العلمي	سياحة	8	40.0
	لغات	4	20.0
	آثار	4	20.0
	تاريخ	2	10.0
	آداب	2	10.0
	5 سنوات فأكثر	4	20.0
الخبرة العلمية	6-10	12	60.0
	11 سنة فما فوق	4	20.0
	20-30	6	30.0
العمر	31-40	5	25.0

15.0	3	50-41	
30.0	6	50 فما فوق	
%100	20		المجموع

يظهر من الجدول (2):

- بالنسبة لمتغير الجنس: بلغ أعلى تكرار للذكور (17) ونسبة مئوية (85.0) بينما بلغ تكرار الإناث (3) ونسبة مئوية (15.0).
- بالنسبة لمتغير المؤهل العلمي: بلغ أعلى تكرار للبكالوريوس (9) ونسبة مئوية (45.0)، ثم بلغ تكرار دراسات عليا (7) ونسبة مئوية (35.0)، وأخيرا بلغ أدنى تكرار للدبلوم (4) ونسبة مئوية (30.0).
- بالنسبة لمتغير التخصص العلمي: بلغ أعلى تكرار سياحة (8) ونسبة مئوية (40.0)، وبلغت للغات (4) ونسبة مئوية (20.0)، وبلغت للآثار (4) ونسبة مئوية (20.0)، وبلغت للتاريخ (2) ونسبة مئوية (10.0)، وأخيرا بلغت للآداب (2) ونسبة مئوية (10.0).
- بالنسبة لمتغير الخبرة العلمية: بلغ أعلى تكرار 6-10 (12) ونسبة مئوية (60.0)، وبلغ تكرار 5 سنوات فأكثر (4) ونسبة مئوية (20.0)، وأخيرا بلغ تكرار 11 فما فوق (4) ونسبة مئوية (20.0).
- بالنسبة لمتغير العمر: بلغ أعلى تكرار 20-30 (6) ونسبة مئوية (30.0)، وبلغ تكرار 50 فما فوق (6) ونسبة مئوية (30.0)، وبلغ تكرار 30-40 (5) ونسبة مئوية (25.0)، وبلغ تكرار 41-50 (3) ونسبة مئوية (15.0).

أداة الدراسة

تمّ بناء استبانة لجمع البيانات من أفراد عينة الدراسة، وتكونت بصورتها النهائية من جزأين على النحو الآتي:

- الجزء الأول: اشتمل على المتغيرات الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة (الجنس، الفئة العمرية، الحالة الاجتماعية، المهنة، الجنسية، الدخل الشهري، المؤهل العلمي، التخصص العلمي، الخبرة العلمية، العمر).

- الجزء الثاني: اشتمل على (31) فقرة تقيس دور عصره المقومات السياحة التقنية في تطور السياحة الترفيهية

صدق الاستبانة

يهدف التأكد من الصدق الظاهري لاستبانة الدراسة بصورتها الأولية، تمّ عرضها على مجموعة من المحكمين وعددهم (8) محكمين من ذوي الخبرة والكفاءة من مجال السياحة، وذلك بغرض الحكم على درجة سلامة الصياغة اللغوية لل فقرات ووضوحها، ومدى مناسبتها لقياس ما وضعت من أجله، ومدى انتماء كل فقرة للمجال الذي تنتمي إليه، بالإضافة إلى أي إجراء يلزم من حذف أو تعديل أو إضافة على فقرات الاستبانة أو اقتراحات يرونها مناسبة، وتمّ الأخذ بملاحظات المحكمين ومقترحاتهم وتعديل فقرات الاستبانة بناءً على إجماع غالبية المحكمين وإخراج الاستبانة بصورتها النهائية.

ثبات الاستبانة

يهدف التأكد من ثبات أداة الدراسة تم تطبيق معادلة كرونباخ ألفا لجميع مجالات الدراسة والمجموع الكلي لهما، على العينة الكلية، جدول (3) يوضح ذلك.

جدول (3): معاملات ثبات أداة الدراسة بطريقتي كرونباخ ألفا لجميع أبعاد الدراسة

المجال	كرونباخ ألفا
عصره المقومات السياحة التقنية ودورها في تطور السياحة الترفيهية	0.93

يظهر من الجدول (2) أن معاملات الاتساق الداخلي كانت (0.93) وهي معاملات مرتفعة وتدل على درجة ثبات عالية لمقياس الدراسة.

تصحيح الاستبانة

تكونت الاستبانة بصورتها النهائية من (24) فقرة، حيث تم استخدام مقياس ليكرت للتدرج الخماسي بهدف قياس آراء أفراد عينة الدراسة وإعطاء الدرجات من (1-5) حسب درجة الموافقة لجميع فقرات الاستبيان وقد تم إعطاء التدرج التالي ليحكم المتوسط الحسابي ذات التدرج الخماسي على النحو التالي:

- أقل من (2.34) يأخذ درجة ضعيفة.

- من (2.34-3.66) يأخذ درجة متوسطة.

- أكثر من 3.66 يأخذ درجة مرتفعة.

متغيرات الدراسة

المتغيرات المستقلة:

- الجنس، العمر، الدخل الشهري، الجنسية لعينة السياح.

- المؤهل العلمي، التخصص، الخبرة العلمية، العمر لعينة المرشدين السياحيين.

المتغير التابع:

- مستوى عصرية المقومات السياحية التقنية لتطوير السياحة الترفيهية.

المعالجات الإحصائية:

تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

- استخراج كرونباخ الفا (Alpha Cronbach's)، لقياس الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة.

- التكرارات والنسب المئوية للمتغيرات الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة.

- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن جميع مجالات أداة الدراسة.

- وتطبيق تحليل التباين (4-WAY ANOVA) للكشف عن الفروق تبعاً للمتغيرات.

عرض النتائج

يتضمن هذا الجزء عرض نتائج الدراسة التي هدفت إلى "التعرف على عصرية المقومات السياحية التقنية ودورها في تطور السياحة الترفيهية"، وتم عرض النتائج بالاعتماد على أسئلة الدراسة.

1.3 السؤال الأول: ما مستوى عصرية المقومات السياحية التقنية لتطوير السياحة الترفيهية؟

للإجابة عن السؤال الأول لقد تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع

المقومات السياحية التقنية ودورها في تطور السياحة الترفيهية، جدول (4) يوضح ذلك.

جدول (4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات مجال المقومات السياحية التقنية ودورها في تطور السياحة الترفيهية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة (ن=411).

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
1	تتوافر خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية والمطارات والبريد في جميع الأماكن السياحية	3.93	1.03	2	مرتفعة
2	تتوافر خدمة الاهتمام بالشواطئ وتوفير العلامات الإرشادية	3.85	1.00	13	مرتفعة
3	يتوافر عدد كافي من العاملين والمرشدين السياحيين القائمين على خدمة السياح	3.83	1.04	14	مرتفعة
4	توافر خدمات البنى التحتية من صرف صحي ومرافق عامه وكهرباء ومياه في الأماكن لتنمية السياحة الترفيهية	3.71	1.12	28	مرتفعة
5	توافر السلع والخدمات الضرورية للسائح في الأماكن لتنمية السياحة الترفيهية	3.46	1.06	32	متوسطة
6	التنوع في الأنشطة السياحية وترقيتها وخاصة الترفيهية مثل الملاهي الحدائق وغيرها	3.73	1.08	25	مرتفعة
7	توفير وسائل الترفيه والخدمات الفردية كالأسواق التجارية والبنوك والصيدليات، المطاعم بأنواعها، والاستراحات السياحية	3.67	1.08	31	مرتفعة
8	توافر الفنادق العصرية في الأماكن لتنمية السياحة الترفيهية والتنوع في مستواها لتلبية احتياجات كافة الفئات	3.73	1.05	24	مرتفعة
9	تطور الخدمات المختلفة للسائحين مثل الحجز بالفنادق ووسائل النقل الداخلية والحجز للرحلات الدولية والمحلية وغيرها.	3.81	1.12	17	مرتفعة
10	القدرة على الترويج والتسويق للسياحة من خلال المعارض والمكاتب السياحية	3.85	1.07	11	مرتفعة
11	توافر المرافق المساندة في مجال السياحة المختلفة كمراكز أمنية وخدمات الدفاع المدني	3.88	1.17	9	مرتفعة
12	توافر سياحة السفر بالوسائل المناسبة والطيران	3.88	1.12	8	مرتفعة
13	يتوفر في الجهات السياحية معدات وأدوات متطورة تسهل تقديم الخدمة	3.76	0.96	22	مرتفعة
14	وضوح الخدمة السياحية من حيث أماكن تواجدها وأنواعها وأسعارها	3.90	0.92	4	مرتفعة
15	لا يوجد تحيز في تقديم الخدمة السياحية بناء على متغير الديانة والجنسية	3.91	0.87	3	مرتفعة
16	تتوفر خدمة عرض المنشآت السياحية والفندقية على الإنترنت	3.82	0.94	16	مرتفعة
17	تتوفر الخدمة المالية والمصرفية عبر الإنترنت كحجز تذاكر الطيران وتسديد خدمات الأنشطة السياحية	3.74	1.03	23	مرتفعة
18	تتوفر خدمة تقديم الخدمات المميزة للسائح من حيث السرعة والسهولة، عن طريق الويب وعن طريق البريد الإلكتروني عند طلبها	3.89	1.11	5	مرتفعة
19	يتم الإعلان عن الخدمات السياحية من خلال شبكة الإنترنت	3.85	1.16	12	مرتفعة
20	توافر شبكة متطورة من طرق المواصلات الحديثة، ووسائل النقل السريعة	3.83	1.11	15	مرتفعة
21	توفر الخدمات الصحية والطبية والمصرفية التي يحتاجها السائح في معظم الأماكن	3.95	0.97	1	مرتفعة
22	توفر اللوحات الإرشادية التي تدل على مواقع الفنادق	3.87	1.01	10	مرتفعة
23	الخدمات السياحية تلبي جميع حاجات السياح الأساسية	3.77	1.06	20	مرتفعة
24	توفر الخدمة السياحية الضرورية في كل الأوقات.	3.88	1.05	7	مرتفعة
25	ملائمة السعر لجودة الخدمة المقدمة	3.88	1.07	6	مرتفعة
26	السرعة في الاستجابة للطلبات	3.80	1.13	18	مرتفعة
27	يمكن للمستهلك السياحي الحصول على جميع البيانات والمعلومات التي يحتاج إليها من مواعيد رحلات الطيران وأسعارها والفنادق	3.77	1.06	21	مرتفعة

				وأسعارها من خلال الإنترنت	
مرتفعة	29	1.11	3.70	توفر إمكانية إجراء العديد من المقارنات بين المواقع المختلفة من حيث السعر والخدمة المقدمة من خلال شبكة الإنترنت	28
مرتفعة	30	1.10	3.69	تتوفر خدمة الحجز الآلي وتحويل العملات وتأمين المسافرين عن طريق هذه الخدمة	29
مرتفعة	26	1.10	3.73	تتوفر خدمة الإنترنت في جميع الأماكن حيث تمكن السائح من تفحص بريدهم الإلكتروني وتقديم البيانات التي يحتاج إليها المسافر	30
مرتفعة	19	1.06	3.79	تتوفر خدمة الغرف الذكية التي توفر خدمة الإنترنت بالسرعة الفائقة والخدمات الإلكترونية التي يستطيع من خلالها السائح حجز أماكن بالمطاعم وشراء التذاكر وغيرها من الخدمات.	31
مرتفعة	27	1.09	3.72	تتوفر الكتيبات السياحية الإرشادية في أماكن مناسبة	32
مرتفعة		0.61	3.80		المتوسط العام

يظهر من الجدول (4) أن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجال المقومات السياحية التقنية ودورها في تطور السياحة الترفيهية تراوحت بين (3.95-3.46)، وانحراف معياري تراوح بين (1.13-0.87) كان أبرزها للفقرة (21) وتتص على "توفر الخدمات الصحية والطبية والمصرفية التي يحتاجها السائح في معظم الأماكن" وبدرجة مرتفعة، ثم جاءت الفقرة رقم (1) والتي تنص على "تتوافر خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية والمطارات والبريد في جميع الأماكن السياحية" بمتوسط حسابي (3.93) وبدرجة مرتفعة، وانحراف معياري (1.03)، ثم جاءت الفقرة رقم (15) والتي تنص على "لا يوجد تحيز في تقديم الخدمة السياحية بناء على متغير الديانة والجنسية" بمتوسط حسابي (3.91) وبدرجة مرتفعة، وانحراف معياري (0.87) وأخيراً جاءت الفقرة رقم (5) والتي تنص على "توافر السلع والخدمات الضرورية للسائح في الأماكن لتنمية السياحة الترفيهية" وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط العام (3.80) وبدرجة مرتفعة وانحراف معياري (0.61).

السؤال الثاني: هل تختلف مقومات السياحة التقنية للسائح والمرشدين السياحيين، باختلاف متغيرات الجنس، العمر، الدخل الشهري، الجنسية؟

للإجابة عن السؤال تم تطبيق تحليل التباين (4-WAY ANOVA) للكشف عن الفروق بين متغيرات الجنس، العمر، الدخل الشهري، الجنسية، حسب عيني الدراسة السائح والمرشدين السياحيين الجدولان (5) (6) يوضحان ذلك.

جدول (5): نتائج تحليل التباين (4-WAY ANOVA) للكشف عن الفروق لمقومات السياحة التقنية من وجهة نظر عينة السائح تبعاً لمتغيرات (الجنس، العمر، الدخل الشهري، الجنسية) (ن=391).

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	دلالة F الإحصائية
الجنس	0.340	1	0.340	0.951	0.330
العمر	4.476	4	1.119	3.127	0.015
الدخل الشهري	1.875	3	0.625	1.746	0.157
الجنسية	5.147	1	5.147	14.384	0.000
الخطأ	136.340	381	0.358		

			390	149.401	المجموع المصحح
--	--	--	-----	---------	----------------

يظهر من الجدول (5) أنه:

- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) تبعا لمتغير الجنس، حيث بلغت قيمة (F) (0.951) وبدلالة إحصائية (0.330)، وتبعا لمتغير الدخل الشهري بلغت قيمة (F) (1.746) وبدلالة إحصائية (0.157).

- يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) تبعا لمتغير الجنسية، حيث بلغت قيمة (F) (14.384)، وبدلالة إحصائية (0.000) وكانت الفروق لصالح الأجنبي بمتوسط حسابي بلغ (3.941) والعربي بمتوسط حسابي بلغ (3.67)، ويوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) تبعا لمتغير العمر، حيث بلغت قيمة (F) (3.127)، وبدلالة إحصائية (0.015)، وللكشف عن مواقع الفروق تم تطبيق اختبار شيفيه (Scheffe) جدول (6) يوضح ذلك.
جدول (6) نتائج اختبار شيفيه (Scheffe) للكشف عن مواقع الفروق في مقومات السياحة التقنية تبعا لمتغير عمر السائح

عمر السائح	المتوسط الحسابي	20 سنة فأقل	40-21	50-41	60-51	60 فما فوق
سنة فأقل 20	3.77	-	0.12	0.15	0.02	*0.18
40-21	3.65	-	-	*0.27	0.14	*0.30
50-41	3.92	-	-	-	0.13	0.03
60-51	3.79	-	-	-	-	*0.16
60 فما فوق	3.95	-	-	-	-	-

يظهر من الجدول (6):

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئة (60 فما فوق) بمتوسط حسابي (3.95) مع كل من الفئات التالية: فئة (20 سنة فأقل) بمتوسط حسابي (3.77)، وفئة (40-21) بمتوسط حسابي (3.65)، وفئة (51-60) بمتوسط حسابي (3.79) ولصالح الفئة العمرية (60 فما فوق)، ويرجع السبب في ذلك إلى أن الفئة العمرية من 60 فما فوق هي المرحلة العمرية التي يكون الفرد قد أنهى أعماله ومهامه الوظيفية، وتكون مرحلة التقاعد من العمل، لذا فهذه المرحلة بحاجة إلى إحداث تغيير روتين الحياة والاستجمام والتمتع بالحياة من خلال السياحة الترفيهية والتي تتطلب أن تكون مواكبة لمجريات العصر التقني الحديث.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئة (40-21) بمتوسط حسابي (3.65) مع الفئة (50-41) بمتوسط حسابي (3.92) لصالح الفئة العمرية (41-50 سنة).

جدول (7): نتائج تحليل التباين (4-WAY ANOVA) للكشف عن الفروق في مقومات السياحة التقنية من وجهة نظر عينة المرشدين السياحيين تبعاً لمتغيرات (المؤهل العلمي، التخصص، الخبرة العلمية، العمر) (ن=20).

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	دلالة الإحصائية
المؤهل العلمي	0.233	2	0.116	3.381	0.068
التخصص العلمي	0.360	4	0.090	2.962	0.089
الخبرة العلمية	0.039	2	0.020	0.647	0.549
العمر	0.025	3	0.008	0.274	0.843
الخطأ	0.243	8	0.030		
المجموع المصحح	1.015	19			

يظهر من الجدول (7) أنه:

- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) تبعاً لمتغير المؤهل العلمي، حيث بلغت قيمة (F) (3.381) وبدلالة إحصائية (0.068)، ولا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) تبعاً لمتغير التخصص العلمي، حيث بلغت قيمة (F) (2.962)، وبدلالة إحصائية (0.089)، وتبعاً لمتغير الخبرة العلمية بلغت قيمة (F) (0.647) وبدلالة إحصائية (0.549)، ولا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية تبعاً لمتغير العمر حيث بلغت قيمة (F) (0.274) وبدلالة إحصائية (0.843).

الخاتمة

مناقشة النتائج:

مناقشة نتائج السؤال الأول: أظهرت نتائج هذا السؤال أن المتوسط العام لتقديرات أفراد عينة الدراسة على نتائج هذا السؤال كان مرتفعاً، بمعنى أن التقنيات الحديثة تسهم في تنشيط القطاع السياحي وزيادة فاعليته، ويعزو الباحث السبب في ذلك إلى توفر المقومات التقنية الحديثة وتسخيرها لخدمة السياحة الترفيهية كتوفير خدمة الحجز الآلي، وتحويل العملات، وخدمة الغرف الذكية التي توفر خدمة الإنترنت بالسرعة الفائقة والخدمات الإلكترونية، حيث فرضت المتغيرات التكنولوجية والتطور في تقنية المعلومات والاتصالات صوراً حديثة للتعامل مع الخدمات السياحية. وتتفق هذه النتيجة جزئياً مع ما توصلت إليه دراسة (Faulkner, Jones, Neal, & Walsh, 2008) والتي أظهرت أن إعداد البنية التحتية للقطاع السياحي تسهم في تنشيط هذا القطاع، ودراسة (Zeng, 2018) والتي أظهرت أن صناعة السياحة تتطلب الأخذ بعين الاعتبار المستجدات التكنولوجية لما لها من أثر في تنشيط القطاع السياحي.

مناقشة نتائج السؤال الثاني: أظهرت نتائج هذا السؤال الآتي:

- يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) تبعا لمتغير الجنس، و الدخل الشهري ، ويمكن أن يعزى هذه النتيجة إلى أن مقومات السياحة التقنية توفر نظم التأمين اللازمة التي يمكن أن يعول عليها السياح والمرشدين السياحيين في تنفيذ المعاملات الالكترونية في المجال السياحي.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئة (21-40) بمتوسط حسابي (3.65) مع الفئة (41-50) بمتوسط حسابي (3.92) لصالح الفئة العمرية (41-50 سنة)، وربما يعزى ذلك إلى انشغال الفئة العمرية (21-40) بالعمل وتحسين نوعية الحياة والمستوى المعيشي وهذا ما يشغلهم أكثر من الفئة العمرية (41-50) التي تحتاج إلى أخذ قسط من الراحة بزيارة الأماكن السياحية التي تتوفر فيها مقومات سياحية جاذبة لهم كخدمة الإنترنت، وسرعة استجابة الطلبات، والخدمات السياحية تلبي جميع حاجات السياح الأساسية. وانفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (حامد، 2000) التي بينت أن هناك علاقة بين عناصر المزيج التسويقي ومدى رضا السائح.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) تبعا لمتغير المؤهل العلمي، و متغير الخبرة العلمية وهذا يدل على اتفاق أفراد عينة الدراسة على ضرورة الخدمات التي توفرها تكنولوجيا المعلومات بغرض ترويج الخدمات السياحية عبر مختلف الشبكات المفتوحة والمغلقة، وتعزز هذه الخدمات التقنية من سياسات تخفيض التكاليف واختصار العامل الزمني وهي إحدى الميزات الترويجية في سوق شديد التنافسية وتهتم بتحديث صناعة السياحة الترفيهية وتطويرها وبكافة الخدمات السياحية.

التوصيات

بناءً على نتائج الدراسة يوصي الباحث بالآتي:

1. ضرورة اهتمام وزارة السياحة بتعزيز مقومات السياحة والنهوض لما لها من دور في دعم السياحة الترفيهية.
2. تكثيف جهود وزارة السياحة بتوفير وسائل الاتصالات والمواصلات في جميع الأماكن السياحية وفق المعايير العالمية والتطور التكنولوجي الحديث.

3. ضرورة قيام وزارة السياحة بتوفير الخدمات والاحتياجات للسياح كالخدمات الطبية والمصرفية وتوضيح طرق استخدامها للسياح.
4. إجراء دراسات حول جودة وعصرية الخدمات التقنية السياحية المقدمة في الأماكن السياحية ومدى ملاءمتها مع المعايير العالمية.
5. حث الشركات السياحية والمنظمات السياحية على استحداث برامج وتطبيقات على الهواتف الذكية تبين مختلف المعلومات السياحية للمقاصد السياحية.
6. توجيه المنظمات الخاصة ومنظمات المجتمع المحلي المهتمة بالسياحة لتسويق المقاصد السياحية من خلال مواقعها الإلكترونية وربط هذه المواقع بروابط الدوائر الحكومية المسؤولة عن هذه المقاصد.

المراجع

أولاً: المراجع العربية

- اسلام، تلي. (2014). دور السياحة في التنمية المحلية دراسة حالة ولاية غرداية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر.
- حسين، كريم سالم وخلف، قاسم جبار. (2014). تنمية القطاع السياحي في العراق المقومات.. التحديات.. المتطلبات. مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، 18 (1)، 164-541.
- الحميدات، فايز (2013). الإعلام السياحي في الأردن: "إذاعة سياحية FM" نموذجاً. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان: الأردن.
- الربداوي، قاسم. (2014). السياحة وأفاقها المستقبلية في سلطنة عمان. مجلة جامعة دمشق، 10 (1)، 870-837.
- الزعيبي، اشرف، خصاونه، محمد، جررادات، محمد. التسويق الإلكتروني في شركات السياحة والسفر الصغير والمتوسط الحجم في الاردن فوائده ومعوقات التبني. مجله الحقوق والعلوم الانسانيه المجلد الاقتصادي، العدد، 28، جامعه زين عاشور الجلفه، الجزائر
- الزهران، اونيس (2016). إشكالية التسويق السياحي في الجنوب دراسة حالة ولاية بشار أنموذجاً. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة وهران، الجزائر.
- سرحان، نائل (2003). مبادئ السياحة، ط1، جامعة العلوم التطبيقية: عمان.
- سميرة، عميش. (2015). دور استراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015. رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة فرحات عباس، الجزائر.
- السيبي، ماهر. (2001). مبادئ السياحة. القاهرة: مجموعة النيل العربية
- الصرايره، محمد نايف. (2017). السياحة التراثية ودورها في صناعة السياحة وتفعيل عملية استقطاب السائحين إلى الأردن. المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة-جامعة الفيوم، 11 (2)، 41-51.
- عبد الجليل، هاني. (2014). العلاقة التفاعلية بين السياحة البيئية والتنمية المستدامة. مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، (9)، 225-211.
- علوان، نوفل و عبدالرازق، محمد (2016) استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في شركات السياحة والسفر وأثرها على عملية تطوير الخدمات المقدمة دراسة تحليلية لعينة من شركات السياحة والسفر في مدينتي بغداد وكربلاء المقدسة، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد (47) 171-202.
- عودة، أيمن. (2011). المقومات السياحية في محافظة بيت لحم. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين.
- محاسيس، نجاة. (2014). السياحة في الأردن. الأردن: زهران للنشر.

- ناعس، هيثم. (2009). أهمية قطاعي النقل والسياحة ودورهما في استثمار الموارد البشرية والاقتصادية وتنميتها في مدينة دمشق ومنطقه الزبداني. *مجلة جامعة دمشق*، 26 (1 و2)، 599-639.
- نسيبه، سما. (2014). دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر. رسالة ماجستير غير منشوره، جامعة وهران، الجزائر.
- نوال، هاني. (2013). تنافسية القطاع السياحي في الدول العربية، *مجلة الباحث*، (13)، 73-82.

ثانيا: المراجع الأجنبية:

- Camilleri, M. A. (2018). **The Tourism Industry: An Overview. In Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product** (Chapter 1, pp. 3-27). Cham, Switzerland: Springer Nature.
- Faulkner, F., Jones, C. J., Neal, M., & Walsh, J. (2008). **Tourism, Leisure and Development: Emerging Themes and Research**. Bangkok, Thailand: Shinawatra University Press.
- Khasawneh, M. S. (2019). Obstacles in the use of Tourist Information Systems: A Tourism Sector Workers' perspective.
- Min, C. K., Roh, T. S., & Bak, S. (2016). Growth effects of leisure tourism and the level of economic development. *Applied Economics*, 48 (1), 7-17.
- Zeng, L. (2018). Study on the Efficiency and the Cooperative Direction of Tourism and Leisure Industry in Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area. *Open Journal of Social Sciences*, 6 (1), 93-105. http://e4all.dubai.ae/content/view/333/30/lang,ar_AE/ 2019 <https://news.travelerpedia.net/tourism>.