

استخدام برنامج الـ Chatbots

في تحسين خدمات المنظمات السياحية في كربلاء

Using Chatbots to improve the services of tourism organizations in Karbala

أ.م. سمير خليل إبراهيم شمطو

كلية العلوم السياحية / جامعة كربلاء

Semir.khelil@uokerbala.edu.iq

المستخلص

يهدف بحثنا استخدام Chatbots وتطبيقاته في المنظمات السياحية في كربلاء إلى تقديم المعلومات والخدمات السياحية الشاملة والمبتكرة للمنظمات السياحية في كربلاء، وتكون الـ Chatbots مدربة بشكل جيد لتوفر المعلومات الدقيقة والمحدثة، وتكون سهلة الاستخدام وقادرة على الفهم السريع لاحتياجات السائح، فضلاً عن توفر خدمات الترجمة لعدد من اللغات. وقمنا بتقديم استمارة الاستبانة إلى (٦٠) زائر وزائرة لمحافظة كربلاء لتحقيق أهداف البحث الحالي.

الكلمات الافتتاحية: الـ Chatbots، المنظمات السياحية.

Using Chatbots to improve the services of tourism organizations in Karbala

or. Samir Khalil Ibrahim Shamto

College of Tourism Sciences/University of Karbala

semir.khelil@uokerbala.edu.iq

Abstract

Our research aims to use Chatbots and their applications in tourism organizations in Karbala to provide comprehensive and innovative tourism information and services to tourism organizations in Karbala. Chatbots are well trained to provide accurate and updated information, and are easy to use and able to quickly understand the needs of tourists, in addition to providing translation services for a number of Languages. We submitted the questionnaire form to (60) male and female visitors to Karbala Governorate to achieve the objectives of the current research.

Keywords: Chatbots, tourism organizations.

الشاملة والمبتكرة للسياح، وعلى الخصوص تلك التي تتعلق بالتواصل مع السياح الناطقين بلغات مختلفة.

أهداف البحث: يهدف البحث إلى دراسة كيفية استخدام Chatbots لتقديم المعلومات والخدمات سياحية الشاملة والمبتكرة للمنظمات السياحية في كربلاء المقدسة، ومدى فعالية أنظمة الترجمة الآلية متعددة اللغات في تحسين تجربة التواصل مع السياح. وتعمل أنظمة الحوار وروبوتات الدردشة على تفعيل التواصل بين الأفراد وأجهزة الكمبيوتر.

أهمية البحث: تتجلى عن طريق توجيه المنظمات السياحية في كربلاء المقدسة نحو استخدام التقنيات الحديثة لتحسين تجربة التواصل مع السياح، فضلاً عن توفير خدمات سياحية شاملة ومبتكرة، فساهم تطبيق تكنولوجيا الـ Chatbots وأنظمة الترجمة الآلية في تطوير صناعة السياحة وتنشيط الحركة السياحية.

فرضية البحث: إن تطبيق تكنولوجيا الـ Chatbots بالاعتماد على أنظمة الترجمة الآلية المتعددة اللغات سيؤدي إلى تحسين تجربة التواصل مع السياح، وارتفاع مستوى وحجم الطلب السياحي، فضلاً عن كسب رضا السياح وزيادة ثقتهم في الخدمات السياحية المقدمة من قبل المنظمات السياحية في كربلاء.

عينة البحث: تمّ توزيع (٦٠) استمارة استبانة على الزوار المحليين في مدينة كربلاء بحدود زمنية لشهر واحد في شهر كانون الأول من العام ٢٠٢٣،

المقدمة

إنّ المشهد العام للتوجهات الرقمية سريعاً بخطاه اليوم نحو الابداع والابتكار، ويعدّ الـ chatbots ذكاء صناعياً اتخذ مكانته المتميزة، بل والمؤثرة مهارياً في تبسيط الأعمال والمهام إلى تخصيص تجارب المستخدم، فهو أداة متكاملة للعديد من الشركات الحديثة. ويعدّ الـ Chatbots برنامجاً تفاعلياً تستخدم الذكاء الاصطناعي للتفاعل مع الأشخاص عبر الدردشة، ويهدف إلى محاكاة المحادثات البشرية، وتقديم الدعم أو المساعدة في المجالات المتنوعة، مثل: خدمة الزبائن، توفير المعلومات، والترفيه، وغيرها، إذ يتميز هذا البرنامج بقدرته على فهم اللغات المتعددة، والاستجابة بطريقة ميسرة ومفهومة وبما يتناسب لتلبية احتياجات الزبائن.

وتعدّ كربلاء وجهة سياحية دينية مهمة، تجذب الملايين من الزوار سنوياً وعلى الخصوص في مناسباتها الدينية المخصصة، ما يجعل المدينة ذات أهمية اقتصادية كبيرة. ويصعب في هذا التواجد المليونى لمختلف الجنسيات التعامل الحر غير المقيد مع السياح في تحديات الترجمة والتواصل، وكذلك نقص المعلومات والخدمات السياحية المتاحة.

مشكلة البحث: إنّ صناعة السياحة في محافظة كربلاء المقدسة ذات أهمية كبيرة بسبب توافد ملايين السياح سنوياً، ومع هذا توجد تحديات عديدة تواجه المنظمات السياحية في تقديم المعلومات والخدمات السياحية

أخذت واجهات استخدام اللغة الطبيعية منذ عام ١٩٩١ الشكل الشبيه بالإنسان، وتأثرت بشكل خاص بعد جائزة لوبنر التي أطلقت في العام ١٩٩٧ وأثارت الاهتمام ببروبات الدردشة حتى ضمت منصة روبوتات الدردشة (Pandorabots) أكثر من (٢٠٠٠٠٠) روبوت مطور في العام ٢٠١٦ (Brandtzaeg، ٢٠١٧: ٣).

إن التطور الكبير في الذكاء الاصطناعي، أدى في الآونة الأخيرة إلى الاهتمام ببروبات الدردشة التي أدت إلى التطور الهائل في مجالات اللغة الطبيعية والتنبؤ بها، وكذلك التحسينات في مجال الترجمة الآلية (Shah et al، ٢٠١٦: ٢٧٨). فقد فاقت هذه التطورات نمذجة المحادثة المعتمدة والقائمة على القواعد، والتي غالباً ما تطبق على روبوتات الدردشة التقليدية، إذ استندت إلى تنبؤات الشبكات العصبية المتكررة، وكذلك نماذج التسلسل بما يجعلها تتفوق على روبوتات الدردشة التقليدية (Vinyals & Le، ٢٠١٥). كما يؤخذ بنظر الاعتبار؛ أن الاستخدام المضطرب للإنترنت عن طريق منصات المراسلة والدردشة عبر الهاتف المحمول أدى كذلك إلى اعتماد روبوتات الدردشة، إذ تمكنت تلك الروبوتات من الوصول إلى أعداد هائلة من مستخدمي الإنترنت، وقد أشارت دراسة لـ Business Insider في العام ٢٠١٦ إلى استخدام ما يقرب من (٣) مليارات شخص تطبيقات المراسلة عبر الهاتف المحمول حول العالم، وبوسائل متعددة، مثل: Facebook Messenger،

واعتمدت الاستمارة في صياغة أسئلتها مقياس ليكرت الخماسي الذي تتراوح درجاته بين (١ - ٥) درجات.

منهجية البحث: استعراضنا الأدبيات الخاصة بالـ Chatbots في المجال السياحي، وفق اعتماد المنهج الوصفي والاطلاع على مواضيع البحث في الدراسات السابقة. كما اعتمدنا المنهجين الاستقرائي والاستنباطي في الجانب التطبيقي الخاص بتحليل استمارة الاستبانة. وفيما يخص جانب التحليل الاحصائي فاستخرجنا الوسط الحسابي الموزون، والانحراف المعياري الموزون، والأهمية النسبية، وتحليل البيانات وفق البرنامج الاحصائي البرنامج الإحصائي (SPSS-V. ٢٩).

المبحث الأول

الإطار النظري

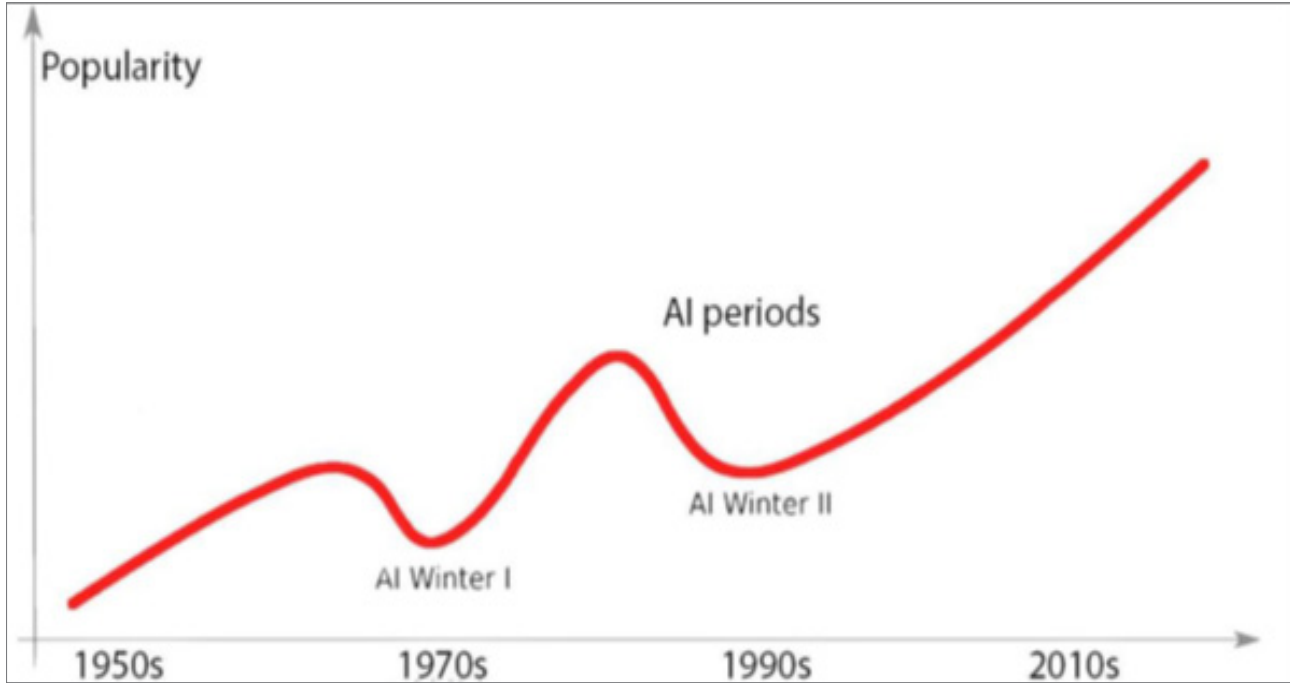
أولاً: تطور الـ Chatbotss

إن برنامج الدردشة الآلي، هو نظام لتقليد المحادثة دون فهمها، وتشارك روبوتات الدردشة في المحادثة بحرية مما يمنحها سمة كونها مسلية ومتنوعة من إعدادات موضوع المحادثة (Schumaker et al، ٢٠٠٧: ٢٢٣٦).

كان أول Chatbots ظهور له في Chatbots العام ١٩٦٦ عن طريق معالج نفسي أطلق عليه أليزا Eliza، وهو برنامج كان قادراً على عمل محادثة مع البشر، ومحادثهم، وقد طوره جوزيف وايزنباوم، فكان ابتكاراً لتفاعل اللغة الطبيعية من تعبير عادي وإجابة (Pereira et al، ٢٠١٦: ٢).

التسويق الإلكتروني ذات فرص عمل واعدة باستخدام اللغة الطبيعية (Brandtzaeg، ٢٠١٧: ٣). ويوضح الشكل رقم (١) فترات الذكاء الاصطناعي.

مع Kik، WeChat، Skype، Telegram، Slack، Viber توقع استخدام اللغة الطبيعية للتفاعل بين الأشخاص عبر الإنترنت، وبذلك تكون خدمة الزبائن في عملية



الشكل (٢): فترات الذكاء الاصطناعي. (Hwang، & Chang، ٢٠٢١: ١). فهو برنامج كمبيوتر يقدم خدماته عن طريق الحوار (Brennan، ٢٠١٦: ٥٦)، ويحقق بذلك المتعة للمستخدمين. ويطلق عليه وكيل المحادثة يتلقى مدخلات اللغة الطبيعية، ويوفر مخرجات المحادثة في الوقت الفعلي (Khan & Das، ٢٠١٨: ٢).

والـ Chatbotss أنظمة برمجية صوتية حوارية تفاعلية مع الأفراد الحقيقيين، وغالباً لا تتجسد في أشكال الحيوانات، أو الصور الرمزية، أو البشر، أو الروبوتات البشرية (McTear et al، ٢٠١٦: ٥٢). ويوضح الشكل رقم (٢) ارتباط عناصر برمجة محاكاة الـ Chatbotss.

الشكل (٢): فترات الذكاء الاصطناعي.

Source: JRC، (2020). "AI Watch: Historical Evolution of Artificial Intelligence Analysis of the three main paradigm shifts in AI"، Luxembourg: Publications Office of the European Union، P3.

ويلاحظ في الشكل أعلاه؛ الصعود والهبوط لوتيرة الذكاء الاصطناعي، فأطلق الباحثين عليها فصول السنة، ففترة يتعثر، وفي فترة أخرى يتقدم (علي، ٢٠٢٣: ٤٣).

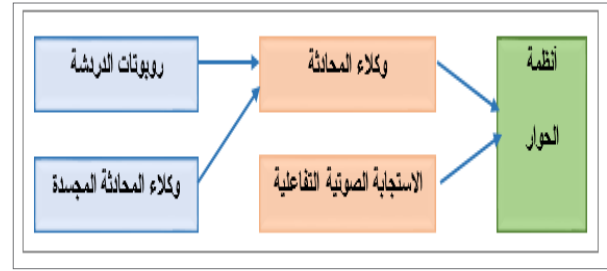
ثانياً: مفهوم وأهمية الـ Chatbotss:

تعدّ الـ Chatbotss نموذجاً تطبيقياً تكنولوجياً يساعد على تعزيز التواصل والتعلم بين الأفراد بشكل فعال

Chatbots، وأدى ذلك إلى تفاعل وتواصل أكثر من (٣) مليارات متفاعل (Pereira et al، ٢٠١٦: ٢). وهناك من سعى إلى تصميم البعض من برامج الدردشة الآلية لتلحق في الأساس الضرر، فقد تم إنشاء شبكات عديدة من المستخدمين المزيفين أطلق عليها (sybils) على منصة تويتر لزيادة عدد المتابعين بشكل مزيف ومصطنع بهدف زيادة الوضع الاجتماعي للمستخدمين الذين يرغبون بشرائها، أو ينشرون الأخبار، أو الشائعات الكاذبة، أو ترهيب المستخدمين الذين يعبرون عن قناعاتهم ومعتقداتهم، أو يعبرون عن توجهاتهم السياسية (Ferrara et al، ٢٠١٦).

ويرى Ramos أن إعطاء الانطباع للآلة كونها إنساناً حقيقياً ليس سمة صالحة، فيكون الناس عند التفاعل مع شخصية خيالية على استعداد للتخلص من عدم التصديق، بل والاستمتاع بالتفاعل، وقد رأيت أشخاصاً يتفاعلون مع برنامج الدردشة الآلي على فيسبوك (Joy) بالابتسامات عندما يتلقون ردّاً باستخدام الرموز التعبيرية، ويعرفون أن هذا ليس حقيقياً ولكنهم لا يهتمون، وليس الهدف النهائي لروبوت الدردشة أن تعوّض عن الإنسان أو تكون شبيهاً له، بل هي عنصر مساعدة للأفراد في الاستجابة لاحتياجاتهم (Ramos، ٢٠١٧). ومن هنا؛ تبدو التقنية التفاعلية لـ chatbots بحاجة إلى تصميم ومعرفة معمّقة بدوافع المستخدمين لتوظيف واستخدام هذه التقنية، وهذا يعطي فسحة للمصمم وقدرة بالتغلب على المعوقات والصعوبات والتحديات المتعلقة بهذه التقنية (Malhotra et al، ٢٠٠٨: ٢٧٠)، بل يتحتم على هذه التقنية المزيد

الشكل (٢): ارتباط عناصر برجة محاكاة الـ Chatbotss



Source: Radziwill, N. M., & Benton, M. C. (2017).

“Evaluating quality of Chatbots and intelligent conversational agents”, arXiv preprint arXiv, P4.

إنّ فهم خصائص الـ Chatbotss الرئيسية يعدّ أمراً هاماً في تصميم برنامجه، إذ تحدّد هذه الخصائص عن طريق دراسة توقعات الأفراد لروبوتات الدردشة، فأخذ تطويرها بالتحول من مطابقة الأنماط وأسلوب السؤال والجواب البسيط إلى أسلوباً أكثر شبيهاً بالإنسان في التنفيذ والاستمرار (Suta et al، ٢٠٢٠: ٥٠٣).

ويمكن استخدام الـ Chatbots في المجالات المختلفة، منها: في الدردشة والترفيه، أو الاستعلام عن المعلومات، أو طلب البيانات، فضلاً عن تنفيذ مهام الوكيل في الإجابة على الأسئلة أو إتمام الحوار (Copulsky، ٢٠١٩: ٣١٢)، فيمكنه تأدية دور وكيل السفر لجمع المعلومات من خلال المحادثات لغرض إكمال مهمة ملء نموذج حجز تذكرة الطيران أو شراء خدمة سياحية (Moriuchi et al، ٢٠٢٠: ٢).

أعلنت Pandorabots أنّ لديها أكثر من (٢٢٥٠٠٠) مسؤولاً عن الروبوتات، و فقط الأشخاص المسؤولين عن إنشاء وصيانة Chatbots، والذين بنوا أكثر من (٢٥٠٠٠٠)

تعتمد روبوتات الدردشة على منطق شجرة القرار؛ لذا تعتمد استجابة الروبوت على الكلمات الرئيسية والمحددة في مدخلات المستخدم، إذ أنّ مسار الروبوت في المحادثة يأخذ المسار بناء على ما سألّه المستخدم (Ukpabi et al، ٢٠١٩: ١٠٥). وتعمل الـ Chatbots وفق أسلوب المحادثة العادية عن طريق توفر الدعم المعتمد على النصّ للعملاء، أو على التواصل التبادلي المطابق لحديث الإنسان، فضلاً عن توفرها لعملية اتخاذ القرارات السريعة من خلال تقديم الخيارات المتعددة، والبدائل الأفضل (عبد الغني، ٢٠٢٢: ٢٨٦).

وبالتالي؛ يحقق الـ Chatbots فوائده العديدة في المنظمات السياحية، كما في شركات السفر والسياحة، فهي ليست شكلاً أنيقاً مضافاً إلى أعمال الشركات السياحية، أو مضافاً إلى موقع الويب الإلكتروني الخاص بها، بل هي اتجاهًا نحو الحداثة، فضلاً عن تحقيق القدرات التنافسية مع التطور الهائل والسريع في العام ٢٠٢٤ الحالي.

رابعاً: المنظمات السياحية في كربلاء:

تتمثل المنظمات السياحية في كربلاء المقدسة بجهات حكومية، وغير الحكومية، والقطاع الخاص، وتهدف جميعها إلى تعزيز وتنظيم وتحسين القطاع السياحي في المحافظة، والمنظمات السياحية في كربلاء، وقد اطلع ورصد الباحث هذه المنظمات، وقام بتصنيفها وفق الآتي:

١. الجهات الحكومية:

أ. دائرة السياحة: وهي إحدى مكاتب هيئة السياحة في

من المعرفة العامة لفهم العلاقات بين الإنسان وروبوتات الدردشة، إذ تفشل غالبية برامج الدردشة المتاحة في تلبية احتياجات المستخدمين بسبب الازدحام في فهم العلاقة بين الإنسان والروبوت نتيجة الأغراض غير الواضحة، أو الاستجابات غير المنطقية، أو الصعوبة بعض الشيء في الاستخدام (Coniam، ٢٠١٤: ٥٤٦).

ثالثاً: ماهية روبوتات الدردشة:

هي روبوتات محادثة متطورة تقدّم دعماً سريعاً ويسيراً إلى للعملاء كالمسافرين مثلاً، والاستجابة الفورية من قبل متخصص في هذا الدعم؛ في تزويد العملاء بالإجابات على أسئلتهم الأساسية، وتقديم المعلومات لهم، وتلبية احتياجاتهم، فتوفر هذه الروبوتات الخاصة بالدردشة (Chatbots) المساعدة في تجربة العملاء، وتغذية تجربتهم، وتقليل أوقات الانتظار للعملاء. فتقدّم الـ Chatbots العديد من المهام، مثل: خدمة العملاء، والدعم الاجتماعي والعاطفي، وكذلك المعلومات، فضلاً عن الترفيه، وربط المستخدم بالدردشة مع أشخاص آخرين أو أجهزة أخرى (Brandtzaeg & Folstad، ٢٠١٧: ٣٨٠). ويقارن عمل هذه الروبوتات في الاستجابة السريعة من خلال النقر فوق بعض الأزرار في الهاتف الذكي أو الحاسوب الشخصي، والحصول على الإجابة خلال ثواني معدودة، وبين الضغط النفسي المتولد من الانتظار لتحقيق الغرض ذاته، فضلاً عن أنّ الـ Chatbots يوفر خدماته على مدار الساعة للعملاء من خلال الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي.

اقليمياً. وتقدم تلك المطاعم مجموعات عديدة ومتنوعة من الأطباق العراقية والعالمية.

د. المتاحف: تحتوي محافظة كربلاء على ثلاثة متاحف رئيسة اختصت بالمجال الديني، وهي: متحف العتبة الحسينية المقدسة، متحف النفائس في العتبة العباسية المقدسة، ومتحف ذاكرة الإسلام.

هـ. مدن الزائرين: وهي ذات خدمات متنوعة بين الإيواء والإطعام والأماكن الترفيهية، ومواقعها الرئيسية على طريق كربلاء بغداد، وكربلاء النجف، وكربلاء بابل، وإدارتها مجتمعة تحت إشراف الأمانة العامة للعتبة الحسينية المقدسة.

و. المدن الترفيهية: تنتشر في أرجاء المحافظة العديد من المدن الترفيهية، فضلاً عن أماكن الترفيه في البساتين التي تعدّ منتجعات للترفيه.

ز. شركات النقل السياحي: وهي شركات عديدة تختص في تأمين النقل السياحي الفردي والجماعي.

خامساً: مجالات تطبيق Chatbotss

في صناعة السياحة:

إنّ الهدف الأساس لاستخدام روبوتات الدردشة الاجتماعية أن يكون الذكاء الاصطناعي رقيقاً للبشر واتصاله عاطفياً، وبالتالي تعدّ تلبية الاحتياجات العاطفية ذات قيمة كبيرة في مجتمعاتنا، وبمعنى أن تتمتع روبوتات الدردشة الاجتماعية بقدر كافٍ من الذكاء العاطفي لتلبية احتياجات الأفراد، وبذلك؛ فهي بحاجة إلى تطوير قدرات التعاطف، ومهارات الاتصال، والذكاء.

العراق، تتولى الإشراف على النشاطات السياحية في المحافظة.

ب. دائرة الآثار: إحدى مكاتب وزارة السياحة والآثار العراقية، تتولى الإشراف على المواقع الأثرية والتراثية في المحافظة، ومساندة فرق التنقيب الأثرية.

ج. مكتب هيئة الحج والعمرة: وهو أحد تشكيلات هيئة الحج والعمرة العراقية، ويشرف على الأعمال التي تختصّ بحملات الحج والعمرة.

٢. الجهات غير الحكومية:

أ. رابطة الفنادق والمطاعم السياحية في كربلاء: وهي إحدى منظمات المجتمع المدني التي تهدف إلى تطوير القطاع الفندقي وقطاع المطاعم السياحية في المحافظة.

ب. نقابة السياحيين: من التشكيلات النقابية التي تعمل على تنمية مهارات وقدرات الموارد البشرية السياحية في المحافظة.

٣. القطاع الخاص:

أ. الشركات السياحية: وهي وكالات السياحة الخاصة بعرض البرامج السياحية وتسويقها وتنفيذها، وتقديم خدمات الحجزات الفندقية والخدمات السياحية الساندة، فضلاً عن حجز وبيع تذاكر الطيران، وبيع الخدمات السياحية المتنوعة التي ترتبط ومهامها وأعمالها. وفي محافظة كربلاء (١١٥) شركة سياحية مسجلة ومجازة من قبل هيئة السياحة في العراق.

ب. الفنادق السياحية: وتمتلك كربلاء قطاعاً فندقياً ضخماً، إذ تمتلك (٧٥٨) فندقاً سياحياً مجازاً ومسجلاً في هيئة السياحة العراقية.

ج. المطاعم السياحية: تنتشر في أرجاء المحافظة العشرات من المطاعم السياحية التي تنافس المطاعم المشابهة

وتوصياته للزبائن عن الأنشطة التي قد تناسبهم في تلك الوجهات السياحية.

٥. الترجمة اللغوية: عن طريق تقديم الترجمة الآلية للمعلومات إلى لغات متعددة؛ ما يساعد السياح الناطقين بلغات مختلفة بالحصول على المعلومات بيسر.

٦. الترويج السياحي: بتقديم عروض خاصة، أو إعطاء التنبيهات حول العروض السياحية والتخفيضات للزبائن، وتشجيعهم على الحجز وبالتالي تحقيق الإيراد السياحية بزيادة المبيعات.

٧. التجارب التفاعلية: يمكن للـ Chatbots أن يقدم الجولات الافتراضية للزبائن؛ ما يساعدهم على استكشاف الوجهات السياحية والفنادق قبل الحجز، ويعزز تجربتهم، ويساعدهم على اتخاذ القرار السليم للرحلة السياحية.

٨. إدارة الوقت: عن طريق تسهيل عملية إدارة الجدول الزمني للزبائن حول برنامج الرحلة السياحية، بما في ذلك تذكيرهم بالمواعيد.

لقد أدى التطور الكبير في روبوتات الدردشة الاجتماعية اليوم إلى أن تكون الدردشة أسهل، بل أصبحت تلك الروبوتات أكثر قوة، بل أصبحت أداة إنتاجية تساهم في تحسين بيئة العمل (Storey & Zagalsky، ٢٠١٦: ٩٢٨). وهناك مجالات متعددة في استخدام وتطبيق الـ Chatbotss وفقاً لغرض الاستخدام، ومنها: خدمة الزبائن، التواصل الاجتماعي، والعلاقات العامة، المعلومات، والترفيه، فضلاً عن إمكانية ربط تواصل المستخدم بأشخاص أو أجهزة أخرى. ونرى أن مجالات الـ Chatbotss في صناعة السياحة يمتد إلى:

١. خدمة الزبائن: عن طريق تقديم خدمات الدعم الفني لهم بالإجابة على استفساراتهم حول الوجهات السياحية والثقافات المحلية والعالمية، وحجوزات الرحلات والفنادق والرحلات الجوية، فضلاً عن ترجمة اللغات، والمساعدة في حل مشاكل السياح.

٢. تقديم خيارات الحجز: بالحصول على الخيارات الأفضل والحجوزات المناسبة، وفقاً للوقت المخطط للرحلة السياحية من قبل الشخص أو الجماعة.

٣. توافر البيانات والمعلومات السياحية: وهي معلومات شاملة عن طبيعة الوجهات السياحية ومعالمها، وتميّز فنادقها ومطاعمها، فضلاً عن المعلومات السياحية عن أبرز أنشطتها وأحداثها المحلية.

٤. التفضيل والتوصيات: يعتمد على تفضيلات الزبائن واهتماماتهم، فيمكن للـ Chatbots أن يقدم اقتراحاته

ويلاحظ في الجدول رقم (١)؛ شمول عينة البحث نسبة (٦٨,٣٪) من الذكور، ونسبة (٣١,٧٪) من الإناث. وكانت الفئة العمرية الأعلى في عينة البحث هي الفئة (٢٠ - ٢٩) سنة، وبلغت نسبتهم (٥٥٪) من العينة، وتلتها الفئة العمرية (٣٠ - ٣٩) سنة، إذ بلغت نسبتهم (٢٨,٣٪). وكان التحصيل الدراسي الأعلى في عينة البحث من الحاصلين على شهادة البكالوريوس، إذ بلغت نسبتهم (٥٨,٣٪)، ثم الحاصلين على شهادة الإعدادية بنسبة (٦,٧٪).

ثالثاً: الترميز:

احتوت استمارة الاستبانة على (١٥) سؤالاً، وقام الباحث بتحليل البيانات واستخراج النتائج عن طريق مقياس ليكرت الخماسي، واتبعنا أسلوب الترميز لأسئلة الاستبانة وفقاً لما يوضحه الجدول رقم (٢).

المبحث الثاني

الجانب التطبيقي

أولاً: عينة البحث:

قام الباحث بتوزيع (٦٠) استمارة استبانة على الزائرين والزائرات في مدينة كربلاء، وقام الباحث بملئها تجنباً لوقوع الخطأ وبالتالي إهمال الاستمارة. وكانت الحدود الزمنية لتوزيع الاستمارة خلال فترة شهر كانون الأول من العام ٢٠٢٣. وتم صياغة فقرات الاستبانة وأسئلتها وفق مقياس ليكرت الخماسي الذي تتراوح درجاته بين (١ - ٥) درجات.

ثانياً: المعلومات الشخصية لعينة البحث:

يمثل الجدول رقم (١) وصف عينة البحث.

جدول (١): وصف عينة البحث

الفقرة	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	٤١	٦٨,٣٪
	أنثى	١٩	٣١,٧٪
المجموع		٦٠	١٠٠٪
العمر	(٢٠ - ٢٩) سنة	٣٣	٥٥٪
	(٣٠ - ٣٩) سنة	١٧	٢٨,٣٪
	(٤٠ - ٤٩) سنة	٦	١٠٪
	(٥٠ - ٥٩) سنة	٣	٥٪
	(٦٠) سنة فأكثر	١	١,٧٪
المجموع		٦٠	١٠٠٪
التحصيل الدراسي	إعدادية	١٦	٢٦,٧٪
	بكالوريوس	٣٥	٥٨,٣٪
	دراسات عليا	٩	١٥٪
المجموع		٦٠	١٠٠٪



جدول (٢): ترميز أسئلة الاستبانة

الترميز	السؤال
x1	استخدم تطبيقات التواصل الاجتماعي في الحصول على الخدمات السياحية في كربلاء.
x2	سبق لي واستخدمت أسلوب الدردشة الآلية في الحجوزات الفندقية، النقل السياحي، المطاعم السياحية والشركات السياحية لشراء الخدمات السياحية في كربلاء.
x3	سبق لي واستخدمت أسلوب الدردشة الآلية في الحصول على معلومات عن المعالم السياحية في كربلاء.
x4	المعلومات التي قدمتها الدردشة الآلية في المنظمات السياحية في كربلاء دقيقة ومفيدة.
x5	لم تلّب الدردشة الآلية احتياجاتي بشكل تام ومفيد.
x6	سهولة استخدام الدردشة الآلية في التواصل مع المنظمات السياحية في كربلاء.
x7	إنّ استخدام الدردشة الآلية في المنظمات السياحية في كربلاء تحقّق سرعة الاستجابة.
x8	إنّ تجربة استخدام الدردشة الآلية في المنظمات السياحية في كربلاء مرضية.
x9	أفضل لغتي الطبيعية في التحدث والتفاعل مع الدردشة الآلية.
x10	أفضل استخدام الدردشة الآلية الصوتية.
x11	أفضل استخدام الدردشة الآلية النصية.
x12	تشعّرتني الدردشة الآلية بعدم الرضا كونها مجردة من التعاطف.
x13	أفضل الدردشة الآلية في التواصل لأنّها تلغي الانتظار في الحصول على الردّ.
x14	أحبذ التواصل مع برنامج الدردشة الآلية في تلبية احتياجاتي.
x15	يعدّ استخدام الدردشة الآلية في كربلاء تطوراً تكنولوجياً مضافاً إلى نهضة القطاع السياحي وازدهاره.

رابعاً: تحليل النتائج:

تمت الإجابة على محوري استمارة الاستبانة من الأفراد في عينة البحث، وتمثلت بالجدول رقم (٣) الآتي:

جدول (٣): تحليل نتائج استجابة عينة البحث

الاهمية النسبية	النسبة	اختلاف	تكرار	نسبة الإجابة	الوسط الحسابي	المجموع	1	2	3	4	5	الأسئلة
0.893333	0.7955	0.1997	0.8919	89.33%	4.4667	60	1	1	7	11	40	x1
0.756667	1.1556	0.2841	1.075	75.67%	3.7833	60	3	3	15	22	17	x2
0.573333	1.1684	0.3771	1.0809	57.33%	2.8667	60	5	21	14	17	3	x3
0.6	1.5254	0.4117	1.2351	60.00%	3	60	1	29	12	5	13	x4
0.606667	1.7955	0.4417	1.34	60.67%	3.0333	60	10	13	11	17	9	x5
0.576667	0.5794	0.264	0.7612	57.67%	2.8833	60	2	13	37	6	2	x6
0.793333	0.9141	0.241	0.9561	79.33%	3.9667	60	0	7	7	27	19	x7
0.55	1.1059	0.3824	1.0516	55.00%	2.75	60	3	28	15	9	5	x8
0.956667	0.1726	0.0869	0.4155	95.67%	4.7833	60	0	0	0	13	47	x9
0.706667	2.2192	0.4216	1.4897	70.67%	3.5333	60	10	5	11	11	23	x10
0.643333	1.2912	0.3533	1.1363	64.33%	3.2167	60	2	17	17	14	10	x11
0.61	1.5059	0.4023	1.2272	61.00%	3.05	60	7	13	19	12	9	x12
0.85	0.8008	0.2106	0.8949	85.00%	4.25	60	1	3	3	26	27	x13
0.443333	0.715	0.3815	0.8456	44.33%	2.2167	60	8	37	11	2	2	x14
0.926667	0.4056	0.1375	0.6369	92.67%	4.6333	60	0	0	5	12	43	x15

٣. (X١): استخدم تطبيقات التواصل الاجتماعي في الحصول على الخدمات السياحية في كربلاء) بوسط حسابي موزون بلغ (٤٦٦٧, ٤) وبلغت نسبة شدة الإجابة (٣٣, ٨٩٪)، فيما بلغ الانحراف المعياري (٨٩١٩, ٠). ويبيّن ذلك مدى اليسر في استخدام أدوات التواصل الاجتماعي للحصول على الخدمات من المنظمات السياحية في كربلاء.

٤. (X١٣): أفضل الدردشة الآلية في التواصل لأنها تلغي الانتظار في الحصول على الرد) بوسط حسابي موزون بلغ (٤٢٥, ٤) وبلغت نسبة شدة الإجابة (٨٥, ٨٩٪)، فيما بلغ الانحراف المعياري (٨٩٤٩, ٠). واعتمد هذا السؤال على التعاطف الإنساني، ومقارنة الدردشة الآلية التي تعتمد على نظام مبرمج قادر على معالجة الاستفسارات والردّ عليها فوراً، ودون الحاجة إلى تدخل الأشخاص، وبما يضمن استجابة سريعة تقلل بشكل كبير من وقت الانتظار، مع الأخذ بنظر الاعتبار عمل الـ Chatbots على مدار ٢٤ ساعة يومياً ما يمنح العملاء إمكانية الحصول على المساعدة أو الخدمات في أي وقت، حتى في الأوقات التي تكون فيها خدمة العملاء مغلقة، فضلاً عن أنّ السرعة في الاستجابة للعميل وعدم حاجته إلى الانتظار تعزّز من تجربة المستخدم، وتزيد من رضا العملاء، إذ أنّ الحصول على الاستجابة فورية تلبي توقعات العملاء، وبالتالي تزيد من ولائهم للمنظمة.

يلاحظ في الجدول رقم (٣)؛ أنّ الفقرات التالية حصلت الحدّ الأعلى لمتوسط الحساب الموزون وشدة الإجابة:

١. الفقرة (X٩): أفضل لغتي الطبيعية في التحدث والتفاعل مع الدردشة الآلية)، حصلت على أعلى وسط حسابي موزون، إذ بلغ (٧٨٣٣, ٤)، وبلغت شدة الإجابة بلغت (٩٥, ٦٧٪)، وبلغ الانحراف المعياري (٤١٥٥, ٠). ويشير ذلك إلى رغبة الأفراد بالتحدث بلغتهم الأم في تطبيق الـ Chatbotss للحصول على احتياجاتهم من المعلومات السياحية أو الخدمات السياحية، ومن المؤكد أنّ البشر يتفاعلون في التواصل مع أبناء جلدتهم وفق اللغة المشتركة بينهم لتعلق ذلك بالراحة النفسية المتحققة من عملية التفاهم والفهم العميق، وكذلك التواصل الثقافي والاجتماعي. كما وأنّ اللغة الأم تعزّز الشعور بالثقة والأمان والطمأنينة عندما يعبر الأشخاص عن أنفسهم واحتياجاتهم بلغتهم الخاصة.

٢. (X١٥): يعدّ استخدام الدردشة الآلية في كربلاء تطوراً تكنولوجياً مضافاً إلى نهضة القطاع السياحي وازدهاره)، فقد بلغ الوسط الحسابي الموزون (٦٣٣٣, ٤)، وبلغت شدة الإجابة بلغت (٩٢, ٦٧٪)، فيما بلغ الانحراف المعياري (٦٣٦٩, ٠). ويشير ذلك إلى إيمان أفراد العينة بأهمية التطور التقني وتوظيفه في كافة المجالات ومنها القطاع السياحي بجميع مرافقه ومنشآته، فيحقق من خلاله الازدهار الاقتصادي.

٤. تساعد الشخصية المتسقة للـ Chatbots على تحديد التوقعات الصحيحة في المحادثة، لما تضمنته أنظمة برمجته من إعدادات الشخصية كالعمر والجنس واللغة وأسلوب التحدث والموقف العام الإيجابي، ومستوى المعرفة ومجالات الخبرة، فضلاً عن اللهجة الصوتية المناسبة؛ لما لهذه الإعدادات من الأثر على توليد ردود المتلقي.

التوصيات

١. تقديم أصحاب المنظمات السياحية برنامج الـ Chatbots كخدمة على مدار الساعة للإجابة على أسئلة العملاء، وتقديم المساعدة لهم فيما يتعلق بالخدمات السياحية كرحلات الطيران، وأسعار الفنادق، والجولات السياحية، والحجز وغيرها.

٢. يجب على المنظمات السياحية في كربلاء الاستثمار في استخدام chatbots لتحسين خدماتها.

٣. يجب أن يكون لـ Chatbots - الاجتماعي القدرة على التعرف على مشاعر المتلقي من المحادثة، واكتشاف كيفية تطور المشاعر مع مرور الوقت، وفهم احتياجات المستخدم العاطفية، ويتطلب ذلك فهم التعاطف، واكتشاف المشاعر والتعرف عليها.

٤. يجب أن يُظهر روبوت الدردشة الاجتماعي مهارات اجتماعية كافية.

٥. يحتاج الروبوت إلى التعلم والتحسين بشكل مستمر من خلال التفاعلات مع المستخدمين من خلال التعلم النشط والتكيفي.

أما السؤال الذي حصل على الحد الأدنى لمتوسط الحساب الموزون وشدة الإجابة، فكان (X١٤: أحبد التواصل مع برنامج الدردشة الآلية في تلبية احتياجاتي) بوسط حسابي موزون بلغ (٢١٦٧, ٢) وبلغت نسبة شدة الإجابة (٣٣, ٤٤٪)، فيما بلغ الانحراف المعياري (٨٤٥٦, ٠). وأن الإجابة على هذه الفقرة تعارضت على ما أجاب الباحثين عن أنهم مهتمون بأن تستخدم المنظمات السياحية في كربلاء الدردشة الآلية في تقديم خدماتها لما له من الدور الكبير في عملية التطور التكنولوجي لنهضة القطاع السياحي وازدهاره في المحافظة بشكل خاص، والعراق بشكل عام.

الاستنتاجات

١. إمكانية توظيف واستخدام الـ Chatbots لتقديم معلومات وخدمات سياحية شاملة ومبتكرة للمنظمات السياحية في كربلاء، فضلاً عن إمكانية أن يكون أداة فعالة في تحقيق القدرات التنافسية للمنظمة.

٢. إن تفعيل أنظمة الترجمة الآلية متعددة اللغات يؤدي إلى تحسين تجربة السياح، وكذلك كسب رضائهم وولائهم.

٣. يمكن أن يكون الـ Chatbots قادراً على فهم اللغة الطبيعية بشكل أفضل، والتفاعل مع السياح بطريقة أكثر طبيعية، وتقديم تجربة سياحية شخصية أكثر لكل سائح، فضلاً عن قدرته على إتمام المهام الروتينية في عملية تسجيل وصول السائح إلى الفنادق، وطلب الطعام، وطلب النقل الداخلي، ونحو ذلك من الخدمات السياحية الرئيسة والسائدة.

A.Malhotra, Y. & Galletta, D.F. & Kirsch, L.J.,

(2008), "How Endogenous Motivations Influence User Intentions: Beyond the Dichotomy of Extrinsic and Intrinsic User Motiva-tions", J. Manag. Inform., Vol. 25, No. 1.

٩.McTear, M., Callejas, Z., & Griol, D., (2016).

"Conversational Interfaces: Past and Present: In The Conversational Interface", Springer International Publishing.

١٠.Moriuchi, E., Landers, V. M., Colton, D., &

Hair, N., (2020). "Engagement with Chatbots versus augmented reality interactive technology in e-commerce", Journal of Strategic Marketing, Vol. 29, No. 5, Mar 2020.

١١.Pereira, Maria Joao, oheur, Luisa, Fialho, Pedro,

& Ribeiro, Ricardo, (2016). "Chatbots' Greetings to Human-Computer Communication", Cornell University, 21 Sep. 2016.

١٢.Radziwill, N. M., & Benton, M. C., (2017).

"Evaluating quality of Chatbots and intelligent conversational agents", arXiv preprint arXiv:1704.

١٣.Ramos, R. (2017). "Screw the Turing Test -

Chatbots don't need to act human", venturebeat.com, February 3, 2017.

١٤.Schumaker, R. P., Ginsburg, M., Chen, H., &

المصادر

١.Brandtzaeg, Petter Bae, & Folstad, Asbjorn, (2017).

"Why people use Chatbots", 4th International Conference, INSCI 2017, Thessaloniki, Greece, November 22-24, 2017, Proceedings.

٢.Brennan, K., (2006). "The managed teacher:

Emotional labour, education, and technology", Educational Insights, Vol. 10, No. 2.

٣.Coniam, D., (2014), "The Linguistic Accuracy

of Chatbots: Usability From an ESL Per-spective", Text Talk, Vol. 34, No. 5.

٤.Copulsky, J., (2019), "Do conversational platforms

represent the next big digital marketing opportunity?", Applied Marketing Analytics, Vol. 4, No. 4.

٥.Ferrara, E., Varol, O., Davis, C., Menczer, F., &

Flammini, A. (2016). "The rise of social bots", Communications of the ACM, Vol. 59, No. 7.

٦.Hwang, Gwo-Jen, & Chang, Ching-Yi, (2021).

"A review of opportunities and challenges of Chatbots in education", Interactive Learning Environments, Volume 31, Issue 7.

٧.Khan, R. & Das, A., (2018). "Introduction to

Chatbots in Build Better Chatbots", Berkeley, CA: Apress.

الاصطناعي في مجال التراث الثقافي: تطوير تقنيات العرض المتحفي»، مجلة كلية السياحة والفنادق، جامعة مدينة السادات، المجلد (٧)، العدد (٢-٣).

Liu, Y. (2007). "An evaluation of the chat and knowledge delivery components of a low-level dialog system: The AZ-ALICE experiment", Decision Support Systems, Vol. 42, No. 4.

١٥. Shah, H., Warwick, K., Vallverdú, J., Wu, D. (2016). "Can Machines Talk? Comparison of ELIZA with Modern Dialogue Systems", Comput. Hum. Behav. 58.

١٦. Storey, M. A., & Zagalsky, A. (2016). "Disrupting developer productivity one bot at a time", In Proceedings of the 2016 24th ACM SIGSOFT International Symposium on Foundations of Software Engineering, ACM, November, 2016.

١٧. Suta, Prissadang, Lan, Xi, & Wu, Biting, (2020). "An Overview of Machine Learning in Chatbots", International Journal of Mechanical Engineering and Robotics Research Vol. 9, No. 4, April 2020.

١٨. Vinyals, O., Le, Q. (2015). "A Neural Conversational Model. arXiv preprint arXiv:1506.05869.

١٩. عبد الغني، سميرة أحمد فهمي، (٢٠٢٢)، «روبوتات الدردشة CHATBOTS واستخداماتها في مؤسسات المعلومات: دراسة استكشافية تحليلية»، المجلة العلمية للمكتبات والوثائق والمعلومات، المجلد ٥، العدد ١٥.

٢٠. علي، علياء عاطف عطية، (٢٠٢٣). «ثورة الذكاء



الجامعة العراقية
مركز كربلاء للدراسات والبحوث

Alssebt

**Refereed Semi-annual Scientific Journal
Concerned with Civilizational, Cultural and Scientific Research
Heritage of the Holy city of Karbala**

Issued by:

**Karbala Centre for studies and Researches
The General Secretariat of AL-Hussein Holy shrine**

Vol. 10, The Second Issue of The Tenth year, Dhul-Hijjah.

1445AH July 2024 AD