

تفعيل السياحة الافتراضية كأداة لتنشيط المقاصد السياحية أثناء جائحة كورونا COVID-19 دراسة حالة المملكة العربية السعودية

أحمد كرم النجار

أستاذ مساعد العلوم الإدارية والمالية- كلية المجتمع- جامعة طيبة- المملكة العربية السعودية

الإدارة والضيافة- كلية السياحة والفنادق- جامعة قناة السويس- مصر

Ahmed_karam@tourism.suez.edu.eg

aelnagar@taibahu.edu.sa

استلام البحث: 2020/9/9 مراجعة البحث: 2020/9/27 قبول البحث: 2020/12/15 DOI: <https://doi.org/10.31559/IJHTS2020.1.2.1>

المخلص:

يهدف هذا البحث إلى التعرف على واقع السياحة الافتراضية في السعودية، توضيح دورها كأداة لتنشيط الوجهات والمقاصد السياحية أثناء جائحة كورونا COVID-19. اعتمد البحث على المنهج الوصفي من خلال الدراسات السابقة والأبحاث والكتب والمواقع والتقارير الصادرة عن المنظمة العربية للسياحة والمنظمة العالمية للسياحة. خلصت النتائج إلى أن استخدام تطبيقات السياحة الافتراضية كالمواقع الافتراضية أو الواقع المعزز ما زال لم يفعل ضمن المواقع الخاصة بالترويج السياحي للوجهات والمقاصد السياحية. يوصي البحث بضرورة أن التعجل في تطبيق السياحة الافتراضية في مختلف المواقع الحكومية التي تهتم بالترويج السياحي للوجهات والمقاصد السياحية نظراً لأهميتها في ظل جائحة كورونا COVID-19، وأيضاً ما بعد إنتهاء هذه الجائحة؛ تشمل البرامج التدريبية بوزارة السياحة برامج تكنولوجيا الواقع الافتراضي لتدريب كوادر من الشباب السعودي هذه التكنولوجيا للترويج للسياحة الافتراضية.

الكلمات المفتاحية: الواقع الافتراضي، السياحة الافتراضية، المقصد السياحي، جائحة كورونا COVID-19، المملكة العربية السعودية.

المقدمة:

يعتبر قطاع السياحة من أهم القطاعات الاقتصادية ذات العائد الكبير، حيث يمثل عائدها في بعض الدول إلى ثلث اقتصادها، تعد السياحة من أكثر القطاعات حساسية وتأثراً بالأزمات والكوارث العالمية، حيث شهدت السياحة الدولية في عام 2003 تراجعاً في أعداد السائحين بفعل فيروس المتلازمة النفسية الحادة SARS، حرب العراق، الأزمة الاقتصادية المالية عام 2009، وسرعان ما انتعشت السياحة كسابق عهدها قبل هذه الأزمة، وازدادت الحركة السياحية بين الدول في السنوات التالية إلى أن ظهر في عام 2020 فيروس كورونا COVID-19 في الصين، وتفشيته في أكثر من دولة كإيطاليا والدول الأخرى، مما فرض القيود على السفر بين دول العالم وإلغاء الرحلات المحلية والدولية، واستمر التراجع في الطلب، وتتوقع المنظمة العالمية للسياحة أن ينخفض عدد السائحين الدوليين في 2020 بنسبة تتراوح بين 1% و 3% بدلاً من النمو المتوقع أوائل العام نفسه بنسبة تتراوح بين 3% و 4%، مما يسفر عن خسارة إيرادات السياحة الدولية تتراوح بين 30 و 50 مليار دولار في إنفاق السائحين (Report, 2019). وبالنظر إلى السياحة في السعودية نجد أنها من الأنشطة الاقتصادية الصاعدة والمنافسة بقوة بين الأنشطة الأخرى، وتكمن أهميتها في كونها تسهم في توفير العديد من فرص العمل للشباب السعودي، المحافظة على التراث الثقافي والطبيعي في السعودية، زيادة وعي المواطنين وتعريفهم ببلدهم بشكل أفضل، تطوير البنية التحتية في مختلف مناطق السعودية، كما تقدم فرصاً واعدة للأعمال التجارية والخدمية لذوي رأس المال المنخفض، تقلص من تسرب الدخل الوطني للخارج، وتنوع مصادر الاقتصاد الوطني (الحجني، الصياد، البدانية، و عبد الحميد، 2004).

كانت السياحة في السعودية لا تشمل سوى السياحة الدينية، ولكن مؤخراً بدأ الاهتمام بالسياحة بشكل عام، حيث عمدت الحكومة السعودية على إنشاء وزارة السياحة لتطوير وتأهيل المواقع السياحية والترفيهية ومناطق الجذب السياحي الداخلي والخارجي، إضافة إلى الارتقاء بمنشآت الإيواء، وكالات السفر، والخدمات السياحية، تطوير الأنشطة والفعاليات في المواقع السياحية، أيضاً للوزارة دور مهم في تحويل هذا القطاع إلى قطاع اقتصادي يساهم في دعم الاقتصاد الوطني من خلال زيادة الناتج القومي الإجمالي (فايد، 2019؛ Elnagar & Derbali, 2020).

يقوم الترويج السياحي للوجهات والمقاصد السياحية في السعودية على إحداث معرفة السائح سواء كان بالمقصد السياحي وتفاعله مع المعلومات التي حصل عليها من خلال الجهود التنشيطية، ويعتمد التنشيط السياحي على استخدام: (1) الوسائل التقليدية كالعلاقات العامة، الإعلان، البيع الشخصي، (2) الوسائل غير التقليدية كالمهاجرات والمعارض. ومع حدوث التطور في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال ظهرت نمط جديد من أنماط السياحة كالسياحة الإلكترونية، ويمثل التنشيط السياحي كافة الجهود المبذولة لتوضيح صورة الدولة السياحية للسائح وإثارة دوافعه، اتخاذ القرار بالسفر إلى الدولة لاشباع حاجاته ورغباته السياحية (عبدالسميع، 2006)، كما يهدف عملية التنشيط السياحي إلى رفع معدل نمو الحركة السياحية للدولة، رفع مستوى الوعي السياحي بين أفراد المجتمع، التغلب على المشكلات التي تواجه الحركة السياحية (غنيم، أبوشليب، ومصطفى، 2010؛ فايد، 2019).

تطورت وسائل التنشيط السياحي وظهرت مؤخراً ما يعرف بتكنولوجيا الواقع الافتراضي، وتبرز أهمية تكنولوجيا الواقع الافتراضي من خلال: إمكانية تفاعل السائح مع المقصد السياحي في حالة إذا كانت الزيارات الفعلية غير ممكنة كما يحدث الآن من انتشار جائحة كورونا COVID-19؛ قد يكون الموقع السياحي بعيداً جداً أو مكلفاً جداً أو خطراً جداً؛ الجيل لقادم أكثر انفتاح على الواقع وأكثر معرفة بالسياحة ويعد مستخدماً مهماً للتقنيات الحديثة (Alraizah & Foad, 2017؛ سلامة و عبد الوهاب، 2019).

ساعدت تكنولوجيا الواقع الافتراضي على ظهور نمط أكثر حداثة وهو السياحة الافتراضية؛ ويعد هذا النمط الأكثر ملائمة للسائح في جميع دول العالم خاصة مع انتشار جائحة كورونا COVID-19، والتي فرضت على سكان العالم الحجر الصحي المتزلي لتفادي الإصابة بهذا الفيروس القاتل (ماضوي و جرود، 2020) من هنا تأتي أهمية هذا البحث في تسليط الضوء على تفعيل السياحة الافتراضية كوسيلة لتنشيط المقاصد السياحية إلى السعودية في ظل جائحة كورونا COVID-19.

مشكلة الدراسة:

لقد تأثرت الحركة السياحية في السعودية وخاصة السياحة الدينية منذ بداية عام 2020 بسبب جائحة كورونا COVID-19، وفرضت هذه الجائحة على الدول السياحية بصفة عامة والسعودية بصفة خاصة تفعيل السياحة الافتراضية كوسيلة لتنشيط الحركة السياحية فيها، والتخفيف على المواطنين من أثار إجراءات الحجر الصحي من خلال تمتع السائح الإلكتروني بجمال الطبيعة وهو في منزله وأمام حاسوبه. ومن هنا تتجسد مشكلة البحث الحالي في عدة تساؤلات: ماذا تعني السياحة الافتراضية؟ كيف يمكن تفعيل السياحة الافتراضية كأداة لتنشيط الوجهات والمقاصد السياحية في السعودية في ظل جائحة كورونا COVID-19؟.

أهداف الدراسة:

1. إلقاء الضوء على ماهية السياحة الافتراضية وأهميتها في ظل أزمة كورونا COVID-19.
2. التعرف على واقع السياحة الافتراضية في السعودية.
3. توضيح دور السياحة الافتراضية في تنشيط الوجهات والمقاصد السياحية في السعودية في ظل جائحة كورونا COVID-19.

أدبيات الدراسة:

1. السياحة الافتراضية: المفهوم والمكونات Virtual Tourism: Concept & Components

يرجع بداية ظهور السياحة الافتراضية إلى ظهور تقنية أو تكنولوجيا الواقع الافتراضي، حيث قام المفكر الأمريكي "أرثر كلارك" منذ نصف قرن بتأليف كتاب "الواقع والنجوم" حيث تخيل فيه مجموعة من الأفراد يقومون بالاتصال ببعضهم البعض، ويحضرون الاجتماعات والمؤتمرات عن طريق أجهزة إلكترونية عالية الجودة، وعلى هذا ظهر مصطلح الواقع الافتراضي Virtual Reality عام 1989، والذي يشمل على أنواع، وهي: الواقع الافتراضي الاستغراقي؛ الواقع الافتراضي شبه الاستغراقي؛ الواقع الافتراضي اللاستغراقي، ثم توالى بعد ذلك ظهور عدة مصطلحات كالحقيقة الاصطناعية Cyper Space، البيئة الافتراضية والعالم الافتراضي؛ وفي عام 1994 تم استخدام الجولات الافتراضية لأول مرة من خلال زيارة قلعة Dudley Castle في إنجلترا عن طريق توفير جولة على الأقدام ثلاثية الأبعاد، حيث تم تصوير القلعة كما كانت في عام 1555، وقد استندت إلى سيطرة الحاسبة من خلال نظام صمم بواسطة المهندس البريطاني "كولين جونسون"، وتمثل الجولة الافتراضية محاكاة لموقع أو منطقة موجودة، حيث تتألف هذه الجولة من

سلسلة من صور الفيديو، عناصر الوسائط المتعددة كالمؤثرات الصوتية والموسيقى، النصوص المكتوبة والسردي القصصي (الحرزوي، 2015؛ محمود، 2016؛ مخلف و هدا، 2017؛ سلامة و عبدالوهاب، 2019).

وعرفت السياحة الافتراضية على أنها نشاط عبر الانترنت يستطيع من خلالها الشخص زيارة مناطق ذات اهتمام وهو في منزله دون تكبد مشاق السفر لهذه المناطق، كما أنها تفتح الأبواب للتجول بحرية في مناطق ومواقع متعددة من العالم من خلال الانترنت، حيث تتمتع برؤية المناظر الطبيعية، الجبال الخلابة شاهقة الارتفاع دون أن تطأها قدمك، والاستمتاع بأصوات الشلالات المائية، والأثار الشاهدة على تاريخ الحضارات منذ آلاف السنين، كل ذلك وأنت في منزلك من أمام هاتفك المحمول أو حاسوبك الشخصي من خلال ما يعرف بتكنولوجيا الواقع الافتراضي (عبدالله، 2011؛ مخلف و هدا، 2017؛ الموسوي، 2019).

وفي نفس السياق أشار كل من مصطفى (2017)؛ ماضي و جروة (2020) أن السياحة الافتراضية نمط جديد من أنماط السياحة غير التقليدية تعتمد على التقنيات الحديثة كشبكات الانترنت والحاسوب أكثر من اعتمادها على عناصر السياحة التقليدية كأماكن الجذب السياحي، مناطق الترفيهية، الفنادق والقرى السياحية، وسائل النقل وغيرها. وقد ذكر الموسوي (2019) الفرق بين السياحة الافتراضية والسياحة التقليدية كما هو موضح بالجدول (1).

جدول (1): الفرق بين السياحة التقليدية والسياحة الافتراضية

م	السياحة التقليدية	السياحة الافتراضية
1	يتم انتقال الشخص من محل الإقامة الحقيقي إلى منطلق المقصد السياحية	يتم الانتقال الافتراضي إلى مواقع المقصد السياحية فكرياً وليس جسدياً
2	تحتاج إلى أموال باهظة لدفع تكاليف السفر والإقامة	التكاليف محدودة جداً
3	تمارس في أوقات الفراغ	تمارس في أي وقت
4	تعتمد على العنصر البشري أساسي في توفير خدماتها	تعتمد على التقنيات والتكنولوجيا الحديثة في تقديم خدماتها
5	من خصائصها أنها موسمية	ليست موسمية حيث يمكن ممارستها طوال العام
6	تأثيرها مباشر وكبير في الدخل القومي للبلد المضيف للسياحة	تأثيرها محدود في الدخل القومي
7	توفر الكثير من فرص عمل كبيرة للعديد من التخصصات الفنية والحرفية	توفر فرص عمل للشباب الذين لديهم خبرة بالتكنولوجيا والتقنيات الحديثة

المصدر: الموسوي (2019)، ص 93.

أما عن مكونات وعناصر السياحة الافتراضية فتتمثل في: أولاً أدوات إنشاء الواقع الافتراضي والتي تشمل: (أ) معدات خلق البيئة الافتراضية: (ب) معدات التعامل مع البيئة الافتراضية وأدوات الواقع الافتراضي؛ ثانياً أدوات التعامل مع الواقع الافتراضي والتي تشمل: (1) العرض المرئي والإظهار كأجهزة العرض والعرض الإسقاطي، أجهزة الرأس؛ (2) التجوال والاستكشاف كأجهزة القيادة، أجهزة التوجيه المتحرك؛ (3) اللمس والتحكم؛ (4) تتبع الوضع؛ (5) الصوت المجسم؛ (6) تقنيات الحقيقة المضافة Augmented Reality (مخلف و هدا، 2017).

2. أهمية السياحة الافتراضية:

أشار بظاظو (2017) أن أهمية السياحة الافتراضية تتمثل في: (1) المحافظة على استدامة المواقع السياحية المعرضة للتدهور من خلال الاعتماد على المسارات السياحية الافتراضية بديلاً عن زيارة هذه المواقع؛ (2) زيادة الحصة السوقية العالمية من خلال تسويق المسارات السياحية الافتراضية والمساهمة في وضع المواقع السياحية على الخريطة السياحية العالمية؛ (3) تقليل التكاليف مقارنة مع وسائل التسويق التقليدية؛ (4) مساهمة التقنيات التفاعلية للواقع الافتراضي في الترويج للمواقع السياحية؛ (5) حماية المواقع التاريخية والأعمال المعمارية والفنية ذات الموروث الإنساني والحضاري. مما سبق يمكن القول أن للسياحة الافتراضية أهمية بالغة بالنسبة للقطاع السياحي السعودي، خاصة في ظل جائحة كورونا COVID-19 تتمثل في: (1) التخفيف والحد من الأثار النفسية والاجتماعية التي لحقت بالسائح المحلي والأجنبي خاصة المعتمدين والحجاج من جميع أنحاء دول العالم وقاصدي زيارة البيت الحرام والحرم النبوي الشريف؛ (2) التحضير والتجهيز لفترة ما بعد انتهاء جائحة كورونا COVID-19 من خلال إقناع أكبر من السائحين لممارسة مختلف الأنماط السياحية وزيارة الوجهات والمقاصد السياحية السعودية.

3. مقومات السياحة الافتراضية وأهم تطبيقاتها:

ذكر كل من عبدالله (2011) و Wang, Park, & Fesenmaier (2017) أن هناك ثلاثة أركان أساسية تقوم عليهم السياحة الافتراضية، وهي: (1) الابداع: حيث تتأثر السياحة بتغير أذواق السائحين واتجاهاتهم، الظروف الاقتصادية والسياسية، التقنيات والتكنولوجيا الحديثة، وتتأثر السياحة

بالعديد من أنواع الإبداع، حيث نجدتها تظهر جليا في (أ) المنتج السياحي: إذ يظهر الإبداع في اضافة كل ما هو جديد في المنتج السياحي؛ (ب) التقنية: حيث يكمن الإبداع في استخدام أحدث التقنيات والتكنولوجيا الحديثة؛ (ج) الإدارة: حيث يظهر الإبداع في تحديد نوع الإدارة والأنظمة المستخدمة في عملية تطوير الأداء، ولابد أن يظهر الإبداع في احساس الصانع للعمل السياحي بالصورة الجمالية في سياق التكوينات والصور التي تجسد الواقع في البيئة الافتراضية؛ (2) الحقيقة الخيالية: هي تمثل المشي عن طريق عالم افتراضي، ويكون مكونه الأساسي هو غرفة تحتوي على كاميرات، نظارات ثلاثية الأبعاد؛ التذوق الجمالي ويتمثل في ذلك الشعور المنبعث بداخل مستخدم السياحة الافتراضية والنتائج عن الانغماس في الفضاء الافتراضي أثناء مشاهدة الصور والفيديوهات المعروضة، والتي تبعث في نفس المستخدم الشعور بالمتعة والشغف، حب اكتشاف هذه المواقع واستطلاعها. أشار ماضي و جرود (2020) أن هناك عدة تقنيات وتطبيقات تستخدم في السياحة الافتراضية، وهي: (1) الواقع الافتراضي: والذي يعرف بأنه فراغ خيالي يتجلى من خلال وسيلة معينة (صورة، مسرح، فيلم أو أنه وصف لمجموعة من الأجسام أو الكائنات الموجودة في فضاء معين والقواعد والعلاقات التي تحكم هذه الكائنات؛ (2) الواقع المعزز: الذي عرفه Beige على أنه نظام يعتمد على رؤية العالم الحقيقي بشكل مباشر من خلال الوجود عن بعدن حيث يتم مطابقة الصورة الصناعية بالصور الحقيقية لظهور عناصر حقيقية قد تكون مخفية عند النظر إليها بالعين البشرية.

4. واقع السياحة الافتراضية في السعودية وسبل تفعيلها في ظل جائحة كورونا COVID-19:

• السياحة في السعودية

كانت الجهات المشرفة على الأنشطة السياحية متعددة بين القطاعين العام والخاص، فكانت وزارة التربية والتعليم (المعارف) على قطاع الآثار والمتاحف، وكانت وزارة التجارة تشرف على خدمات الإيواء من فنادق وشقق فندقية، وتتولى وزارة الشؤون البلدية والقروية إنشاء الحدائق والمتنزهات العامة وتجميل الشواطئ، وتتولى هيئة الطيران المدني الإشراف على وكالات السفر والسياحة، وأما القطاع الخاص فقد كان ينحصر دوره عبر الشركة السعودية للفنادق والمرافق السياحية، وإنشاء بعض مجمعات الألعاب الآلية الترفيهية، وفي عام 2000 صدرت الخطة التنموية السادسة التي أشارت بوضوح إلى أهمية السياحة ودورها التنموي على الصعيد الإقليمي والوطني (البارقي، 2011).

وتزخر السعودية بالمتاحف التي تمتد من العصر الحجري القديم، ومنها ما يعود إلى فترة الغبيدو التي تعود إلى 5000 ق.م، كما تحتوي على آثار من فترة دلمون، المملكة العربية المبكرة، الوسيطة والمتأخرة، وآثار لفترة العهد النبوي الشريف وفترة الدولة الأموية، العباسية، العصر الإسلامي الوسيط والمتأخر، وأيضاً آثار لفترة توحيد العربية السعودية، كما يمارس بها العديد من الانماط السياحية مثل السياحة الدينية (الحج والعمرة) حيث تعد أرض السعودية مهد الدين الإسلامي ما يجعلها محل جذب سياحي، حيث يقصد المسجد الحرام والمسجد النبوي ملايين المسلمين لأداء فريضة الحج ومناسك العمرة، وجاءت السعودية أول الوجهات العربية تفضيلاً من قبل السياح المسلمين ورابعها عالمياً ضمن قائمة الوجهات العشر الأولى الأكثر زيارة من قبل السياح المسلمين، من بين 130 بلداً بحسب تقرير المؤشر العالمي للسياحة الإسلامية لسنة 2019؛ السياحة البيئية؛ السياحة العلاجية؛ سياحة التسوق؛ سياحة الأعمال؛ السياحة الثقافية؛ السياحة الرياضية. ويرجع ممارسة هذه الأنماط السياحية لامتلاك السعودية للعديد من الوجهات السياحية مثل: (1) مواقع التراث العالمي (مدائن صالح، الدرعية، جدة التاريخية، الفنون الصخرية في منطقة حائل؛ (2) المشاريع الكبرى (نيوم، مشروع البحر الأحمر، أمالا، مدينة القدية)؛ (3) المواقع السياحية في المناطق الإدارية كالمنطقة الجنوبية، المنطقة الشمالية، المنطقة الوسطى، المنطقة الغربية (المدينة المنورة، مكة المكرمة)، المنطقة الشرقية؛ (4) المتاحف والآثار: توجد العديد من المتاحف في السعودية أبرزها المتحف الوطني الذي يحتوي على ثمان قاعات للعرض تعمل على إبراز تاريخ شبه الجزيرة العربية الطبيعي، والإنساني، والثقافي، والسياسي، والديني وصولاً إلى تاريخ السعودية بأطوارها الثلاثة. وتوجد به 3700 قطعة أثرية وتراثية موزعة على تلك القاعات، ويبلغ عدد خزائن العرض 221 خزنة، أما الوسائل التصويرية فتبلغ 900 وسيلة، بالإضافة إلى المجسمات التي تبلغ 45 مجسماً، كما تتوزع بقية المتاحف في كافة المناطق السعودية، حيث هناك المتاحف الحكومية والمتاحف الخاصة (العلجوني و العلجوني، 2017).

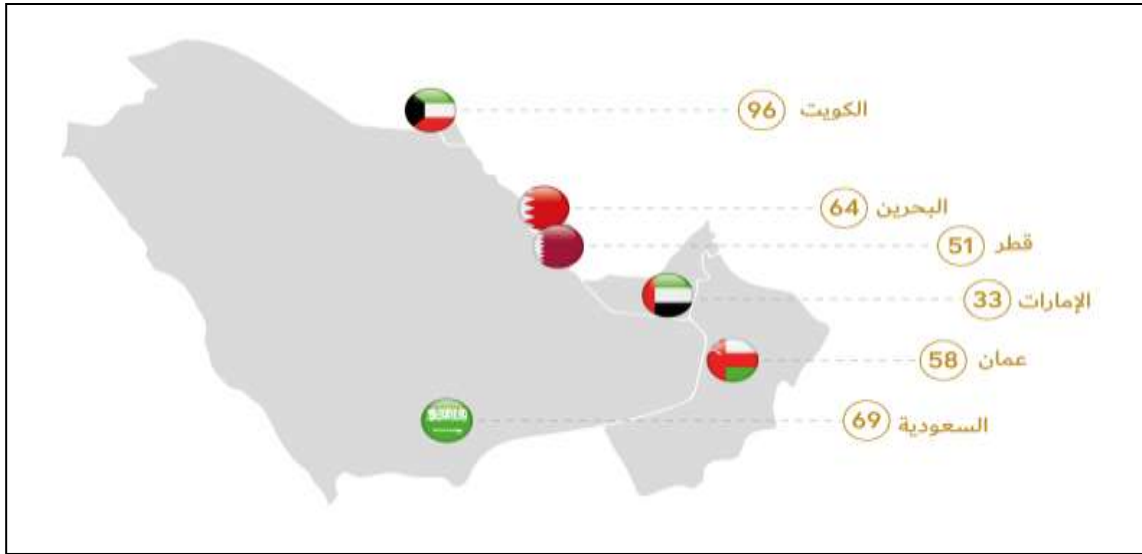
في ظل اهتمام السعودية بالسياحة جاء صدور قرار مجلس الوزراء عام 2000، والقاضي بإنشاء الهيئة العليا للسياحة تأكيداً على اعتماد قطاع السياحة باعتباره قطاعاً ثقافياً واجتماعياً واقتصادياً مهماً، وتأكيداً على أن السياحة الداخلية أصبحت واقعاً وطنياً يستلزم قيام الجهات المسؤولة بالتخطيط لتطويره وتنميته، منطلقاً من المقومات السياحية المتميزة التالية: (1) نعمة الأمن والأمان اللذان تتميز بهما السعودية؛ (2) أصالة المجتمع السعودي المضيف؛ (3) تميز الموقع الجغرافي؛ (4) المساحة الشاسعة للمملكة وما تشتمل عليه من تضاريس متباينة ذات مناخ متنوع ومناظر خلابة؛ (5) توفر المواقع الأثرية والتاريخية المهمة، وتميز التراث الثقافي الوطني؛ (6) توفر الخدمات الحديثة والبنية التحتية اللازمة لصناعة السياحة؛ (7) الجانب الديني الذي تتميز به السعودية والخصوصية التي تتمتع بها. تلى ذلك صدور قرار مجلس الوزراء عام 2008 ليصبح اسمها الهيئة العامة للسياحة والآثار، وذلك بعد ضم قطاع الآثار والمتاحف إليها، وفي 2015 صدر قرار مجلس الوزراء بالموافقة على تعديل اسم الهيئة العامة للسياحة والآثار إلى الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني. وفي 2020 صدر أمر ملكي بتحويل اسم الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني إلى وزارة السياحة (البارقي، 2011)

وقد حقق قطاع الإيواء السياحي في السعودية منذ عام 1429 قفزات مؤثرة من حيث عدد المنشآت السياحية وحجم الاستثمار وتطور القطاع وتنظيمه وفرص العمل بالنسبة للسعوديين، ففي عام 2004 كان عدد الفنادق والوحدات السكنية المفروشة 2139 منشأة، وفي نهاية عام 2015 وصل هذا العدد إلى 5868 منشأة، بينما عدد الغرف الفندقية من 104083 غرفة إلى 281863 غرفة في نهاية 2015، وارتفع عدد غرف الشقق المفروشة من 51768 عام 2004 إلى 165040 غرفة عام 2015 (Organization, 2015)

وارتفع عدد الشركات الفندقية العالمية من 5 شركات إلى 25 شركة، وتضاعف عدد العاملين في القطاع إلى 113048 موظفاً 28% منهم سعوديين، وفي مجال الاستثمار الفندقية فإن المتوقع في حلول عام 2020 الانتهاء من إنشاء عدد كبير من الفنادق بمختلف الفئات وبحجم استثمارات يقارب 144 مليار ريال. وفي عام 2014 بلغ حجم الدخل السياحي للسياحة المحلية في السعودية نحو 17.5 مليار، وفي 2015 ارتفع هذا الرقم إلى 19.21 مليار ريال بزيادة 9.8%. وبلغت الليالي السياحية على مستوى السعودية 9.2 مليون عام 2014، بينما وصلت عام 2015 إلى 52 مليون بزيادة 6%. وبلغت الرحلات السياحية عام 2014 نحو 13.6 مليون رحلة، ووصلت عام 2015 إلى 15.5 مليون رحلة بزيادة 6%، وبلغ متوسط إنفاق السائح بالرحلة للسائح المحلي 1282 ريال، وفي 2015 بلغت 1327 ريال بنسبة تغيير بلغت 3.51% (Organization, 2015).

• تحليل و أقع السياحة الافتراضية في السعودية

نظراً للأهمية المتزايدة للسياحة وما توليه السعودية لها من اهتمام حصلت السعودية على المرتبة 64 عالمياً و 5 عربياً على مستوى التنافسية في المجال السياحي، والتي تقوم على مجموعة مؤشرات هي البيئة التمكينية، وسياسات السياحة والسفر والظروف المناسبة، والبنية التحتية، والموارد الطبيعية، وبناء على تحليل تقرير تنافسية السياحة والسفر للدول العربية لعام 2015 حصلت السعودية على المرتبة 69 عالمياً في مجال الموارد الثقافية والطبيعية، حيث حصلت على مرتبة 83 في الموارد الطبيعية، وحصلت على 55 في الموارد الثقافية، وقد حصلت السعودية على 51 عالمياً في مؤشر البنية التحتية حيث ضم هذا المؤشر ثلاثة متغيرات هي: البنية التحتية للنقل الجوي وحصلت على مرتبة 40 عالمياً، البنية التحتية للنقل الأرضي والبحري حيث حصلت على المرتبة 60، وأخيراً البنية التحتية للخدمات السياحية حيث حصلت على 67 عالمياً (الشكل، 1)؛ كما أعلنت المنظمة العربية للسياحة فوز مدينتي الجبيل وأبها كعواصم للسياحة العربية لعام 2016-2017، وتتوقع الزيادة فيهما في عدد السياح بنسبة 30% (Report, 2019).



شكل (1): ترتيب السعودية وفقاً للقطاع السياحي

المصدر: تقرير تنافسية للسفر والسياحة العالمي الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي (2019)

كما وقعت الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني اتفاقية تعاون مع شركة جبل عمر للتطوير، "إحدى أكبر شركات التطوير العقاري في الشرق الأوسط"، لتطوير السياحة في السعودية خاصة فيما يتعلق بزوار الحرمين الشريفين وسياحة ما بعد الحج والعمرة، بالإضافة إلى تعزيز التجربة السياحية للزوار وذلك من خلال تطويع أحدث التقنيات، وتضمنت الاتفاقية على التعاون بين الهيئة وشركة جبل عمر على عدة مشاريع تستهدف: (1) تحسين وتطوير التجربة السياحية في السعودية وخصوصاً الحرمين الشريفين؛ (2) تطوير وترويج مواقع الجذب السياحي في السعودية عن طريق استخدام تقنيات متقدمة يتم توفيرها في السعودية وخارجها عبر المنصات وتغذيتهما بالمحتوى المناسب بالتعاون بين الطرفين مما من شأنه توفير فرص وظيفية للكوادر الوطنية للعمل على تقنيات متقدمة في مجالات السياحة والتراث الوطني؛ (3) توفير تجارب فريدة باستخدام تقنيات الواقع الافتراضي لتوفير للمستخدمين رحلة عبر التاريخ الإسلامي؛ (4) استخدام تقنية الواقع الافتراضي والمعزز لتوفير بيانات ومعلومات للزوار لكافة الأماكن السياحية

في السعودية؛ (5) بناء شراكات مع القطاع الخاص انطلاقاً من إيمانها بأهمية التعاون بين القطاعين العام والخاص لإحداث النقلة النوعية المطلوبة في تقديم خدمات تعزز التجربة السياحية في السعودية؛ (6) الترويج للسياحة في السعودية في الأسواق والمهرجانات والمطارات وعلى متن الرحلات الجوية باستخدام تقنيات متقدمة مثل الواقع المعزز والواقع المختلط وتقنية إنترنت الأشياء، منوهاً إلى أن الاتفاقية ستسهم في التعريف بمقومات السعودية السياحية ومواقع الجذب السياحي وتكوين صورة ذهنية إيجابية عن قطاع السياحة في البلاد (سلامة و عبدالوهاب، 2019؛ Report, 2019).

وفي ظل جائحة كورونا COVID-19 عقدت المنظمة العربية للسياحة اجتماعها (49) عن طريق "الفيديو كونفرانس" لوضع رؤية وإستراتيجية لتطوير العمل العربي المشترك في كافة القطاعات لمواجهة تداعيات جائحة كورونا COVID-19 على الاقتصاديات والمجتمعات العربية. وقد تم تشكيل فريقاً لإدارة الأزمات تكون من أصحاب المعالي وزراء السياحة العرب وجامعة الدول العربية والاتحاد العربي للنقل الجوي والمنظمة العربية للطيران المدني ومنظمة الصحة العالمية لإقليم شرق المتوسط وبرنامج الخليج للتنمية "أجفند" والبنك الإسلامي للتنمية ونخبة من الخبراء والمتخصصين في هذا المجال في إطار المنظمة. حيث وضع الفريق مجموعة من التوصيات لتعافي القطاع السياحي، منها: (1) اعتماد فكرة إنشاء صندوق للتنمية السياحية يخدم الوطن العربي، والاستفادة من اتفاقية المنظمة مع مجموعة البنك الإسلامي لضمان الاستثمارات السياحية بالوطن العربي؛ (2) العمل على إصدار بوليصة تأمين سفر للسائح العربي تغطي جائحة كورونا COVID-19؛ (3) رفع كفاءة المنشآت الطبية بالمناطق السياحية للتعامل مع الحالات الطارئة وطمأننة السائحين، وأهمية التأكيد على التعقيم والعزل في المنشآت السياحية؛ (4) الاستمرار في تدريب العمالة على سبل الوقاية الشخصية وللغير؛ (5) تشجيع وتحفيز منصات التسويق والمبيعات الإلكترونية العربية، وأهمية إطلاق منصات افتراضية في ظل الظروف الراهنة لأهم المعالم السياحية لتشجيع مبادرات Stay home stay safe للحفاظ على الصحة العامة؛ (6) إقرار خطط إنقاذ وتحفيز مالي للمؤسسات ذات العلاقة لضمان استمرارية كوارثها الوظيفية في العمل وذلك لتوفير شبكة أمان اجتماعية؛ (7) قيام مشغلو المطارات ومقدمو خدمات الملاحة الجوية بإعفاء شركات الطيران من دفع رسوم إيواء الطائرات وأيضاً إلغاء أو تخفيض الرسوم الأخرى لاستخدام المطارات والمجال الجوي لفترة طويلة نسبياً لتعزيز الجاذبية السياحية للمقاصد؛ (8) دعوة الدول العربية للاستفادة من البرامج التدريبية التي أعدتها المنظمة العربية للسياحة بالتعاون مع عدة جامعات عربية وعالمية عن طريق Online وذلك لتمكين العاملين كافة في القطاع السياحي لمواجهة الأزمة فور انتهاء جائحة كورونا COVID-19 من خلال التعاون مع وزارات وهيئات السياحة العربية كمنع مجانية للعاملين لديها إيماناً من المنظمة بأن هؤلاء الشباب هم قادة المستقبل لهذه الصناعة الكبرى (https://www.spa.gov.sa, 2020).

وقد أصدرت وزارة السياحة بالسعودية تطبيقاً إلكترونياً جديداً يتيح تجربة سياحية فريدة من نوعها بواسطة تكنولوجيا "الهولوجرام" التي تسمح للمستخدمين بالقيام بجولات افتراضية في المتاحف والمناطق الأثرية بالسعودية، حيث يركز تطبيق مشروع رحلة الهولوجرام Holo Journey على فكرة دمج تقنية الواقع المختلط وإنترنت الأشياء وسلسلة الكتل المعروفة بالبلوك تشين لاستحضار تجارب فريدة في التعرف على جوانب التراث الحضاري والمتاحف، والتعامل مع البيانات السياحية، وأشارت إلى أن تقديم تلك التقنية المتطورة يعد نقلة نوعية فيما بات يُعرّف بـ"الضيافة الإلكترونية"، ويعد إنجازاً غير مسبوق للسياحة السعودية على مستوى العالم في مجال التحول الرقمي، الأمر الذي أهلها للحصول على شهادة الإنجاز العالمية من شركة مايكروسوفت الرائدة لكونها الجهة الأولى في العالم التي قامت بدمج ثلاث تقنيات ناشئة من أجل تنفيذ مشروع تطبيق Holo Journey. كما يشار إلى أن السعودية قد أطلقت رؤيتها لعام 2030 التي تركز على أهمية البنية التحتية الرقمية كحجر أساس للتطور الصناعي وجذب الاستثمارات وتعزيز تنافسية الاقتصاد، واعتمدت الرؤية قطاعات السياحة والتراث الوطني كأحد أهم العناصر الأساسية في رؤية السعودية 2030 وبرنامج التحول الوطني 2020، وأحد أبرز البدائل لاقتصاديات ما بعد النفط (http://gate.ahram.org.eg, 2020).

أيضاً أعلنت الهيئة السعودية للسياحة عن إطلاق موسم صيف السعودية "تنفس"، وذلك في الفترة من ٢٥ يونيو وإلى ٣٠ سبتمبر ٢٠٢٠م، ليستمتع من خلالها كافة أفراد العائلة، وكذلك الأفراد والمجموعات، باكتشاف الطبيعة الساحرة، والتنوع المناخي، والعمق التاريخي، والثقافة السعودية الأصيلة في عشر وجهات سياحية، وجاء هذا الإعلان خلال لقاء معالي وزير السياحة الأستاذ أحمد بن عقيل الخطيب، رئيس مجلس إدارة الهيئة السعودية للسياحة؛ "عن بعد" مع نخبة من الإعلاميين، من رؤساء التحرير ومدراء القنوات التلفزيونية والإذاعية (https://mt.gov.sa, 2020).

حيث تتوزع الوجهات السياحية لصيف موسم السعودية حول السعودية لتغطي معظم نقاط الجذب السياحي، في تنوع هائل للأنشطة والفعاليات التي تتوافق مع طبيعة وطقس المكان، فمن "مدينة تبوك" في أقصى الشمال التي تضم الأودية الخصبة والمناطق الرملية وعجائب التشكيلات الصخرية، مروراً بالشواطئ الساحرة والهادئة في مدينتي "أمّالج" و"ينبع"، ثم "مدينة الملك عبدالله الاقتصادية" بشواطئها الخلابة وأنشطتها وفعاليتها الترفيهية، و"مدينة جدة" بتاريخها وجاذبيتها، وصعوداً عبر سلسلة جبال السروات في الطريق إلى "الطائف" مصيف العرب، والغابات الكثيفة والأجواء الباردة والقرى التاريخية في "الباحة"، وصولاً إلى مرتفعات عسير وقمم جبال "مدينة أبها" الشامخة بتراثها وثقافتها وفنونها، وتستمر رحلة موسم صيف السعودية من القلب النابض للمملكة في العاصمة "الرياض" وصولاً إلى "المنطقة الشرقية" (https://mt.gov.sa, 2020).

كما ينطلق موسم صيف السعودية هذا العام بشكل مميز ومختلف، حيث يتولى القطاع الخاص زمام القيادة وفق تسهيلات وضوابط ودعم وتمكين من القطاع الحكومي المتمثل في الهيئة السعودية للسياحة، التي تتضافر جهودها مع بقية الجهات الحكومية لتقديم تجربة سياحية مميزة، تتعدد فيها الخيارات لتلائم كل الأذواق والمتطلبات وتناسب مختلف الفئات العمرية، حيث تقدم الفنادق عروضاً ترويجية مختلفة، كما تقدم شركات التنظيم السياحي عروضاً وباقات وخيارات واسعة للاستمتاع بالأنشطة السياحية المتنوعة، مثل زيارة الأماكن التاريخية والمتاحف، والرحلات والأنشطة البحرية بالإضافة للأنشطة والرياضات الجبلية، علماً بأن الموقع الإلكتروني "روح السعودية" visitsaudi.com يضم كافة الباقات والعروض الخاصة بالموسم (2020، <https://mt.gov.sa>).

ومن خلال مراجعة أهم المواقع الحكومية التي تهتم بالترويج السياحي للوجهات والمقاصد السياحية في المملكة العربية السعودية مثل:

- موقع وزارة السياحة <https://mt.gov.sa>
- المنصة الوطنية للرصد السياحي <https://ntmp.gov.sa>
- مركز المعلومات والأبحاث السياحية (ماس) <http://www.mas.gov.sa>
- الهيئة السعودية للسياحة <https://sta.gov.sa>
- روح السعودية <https://www.visitsaudi.com/ar>
- الهيئة الملكية لمحافظة العلا <https://www.rcu.gov.sa>
- هيئة تطوير الدرعية <https://dgda.gov.sa>

نجد أن هذه المواقع ما زالت لم تفعل استخدام تطبيقات السياحة الافتراضية كالواقع الافتراضي أو الواقع المعزز في الترويج السياحي للوجهات والمقاصد السياحية.

منهج البحث:

اعتمد البحث على المنهج الوصفي Descriptive Approach في الاستعراض المرجعي من خلال الاعتماد على الأبحاث، الكتب، الدراسات السابقة، التقارير السنوية للمنظمة العربية للسياحة، والمنظمة العالمية للسياحة، وأيضاً تقارير وأخبار وزارة السياحة السعودية، وذلك لتحقيق أهداف البحث.

الدراسات السابقة

يتميز موضوع السياحة الافتراضية بالحدثة، ومن ثم فإن الدراسات العربية السابقة التي تناولته تكاد تكون معدومة، وهذه الدراسات هي:

- دراسة (مصطفى، 2017) التي أهدفت قياس تأثير السياحة الافتراضية في دافعية الزوار لزيارة المرقد الصحابي سلمان المحمدي في العراق، وتوصلت إلى أن السياحة الافتراضية تعتبر أحد الوسائل الترويجية للمواقع التاريخية والتراثية ومنها المواقع الدينية لكنها لم تستغل الاستغلال الأمثل، وأوصت الدراسة بضرورة استخدام تكنولوجيا الواقع الافتراضي كأداة لزيادة التشويق وإمداد الزوار بالمعلومات الإضافية وإثارتهم لزيارة المواقع السياحية بما يساعد على زيادة الطلب السياحي.
- دراسة (مخلف وهداب، 2017) التي هدفت إلى توضيح دور السياحة الافتراضية وتكنولوجيا المعلومات في تحقيق التنمية السياحية المستدامة في العراق، وتوصلت إلى أن تطبيق السياحة الإلكترونية والسياحة الافتراضية يساهم في تطوير التنمية السياحية والسرعة والمرونة والشمولية في إتمام حاجات السائح، أن هناك ارتباطاً وثيقاً بين السياحة الافتراضية والتنمية السياحية المستدامة.
- دراسة (سلامة وعبدالوهاب، 2019) التي هدفت إلى اكتشاف دور تكنولوجيا الواقع الافتراضي في تشييط الحركة السياحية في مصر، استعراض لأهم تجارب بعض الدول في تطبيق هذه التكنولوجيا. وتوصلت إلى أن السعودية من أهم الدول التي قدمت مشروعاً تجريبياً قائماً على استخدام تكنولوجيا الواقع الافتراضي للتعريف بأهم المواقع السياحية، التي شملت 40 موقعاً سياحياً؛ وجود علاقة إيجابية بين تطبيق تكنولوجيا الواقع الافتراضي وزيادة أعداد السائحين الوافدين إلى مصر، والذي بدوره يساعد على تنشيط الحركة السياحية.
- دراسة (ماضوي وجرورة، 2020) والتي هدفت إلى إبراز دور السياحة الافتراضية في تنشيط الجهات السياحية في الجزائر في ظل انتشار فيروس كورونا COVID-19، وتوصلت إلى السياحة الافتراضية لا تزال غائبة عن الواقع السياحي في الجزائر، حيث أن كل المواقع المصممة في الانترنت تفتقر إلى تقنيات السياحة الافتراضية، وأوصت الدراسة بضرورة تطوير السياحة الافتراضية لأهميتها في تنشيط الحركة السياحية نحو الجهات السياحية في الجزائر خاصة في ظل انتشار فيروس كورونا COVID-19.

النتائج:

1. إن تطبيقات السياحة الافتراضية تساهم في التنشيط للمقاصد السياحية في السعودية.
2. على الرغم من اتساع شبكة الانترنت بالسعودية إلا أن مجال السياحة الافتراضية ما زال محدوداً.
3. توافر كل مقومات السياحة الافتراضية في السعودية لكنها غير مستغلة الاستغلال الأمثل.
4. لم يشمل موقع وزارة السياحة على الدورات التدريبية اللازمة لتدريب الشباب السعودي للعمل على هذا النمط من السياحة أثناء جائحة كورونا COVID-19.
5. على الرغم أن السعودية تعد أكثر الدول العربية في الاهتمام بتطبيق تكنولوجيا الواقع الافتراضي في القطاع السياحي من خلال إصدار تطبيق رحلة افتراضية Holo Journey، قيامها بالعديد من الاتفاقيات بين الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني أو وزارة السياحة مع بعض الهيئات المختلفة.
6. لم يشمل موقع وزارة السياحة أو المواقع الخاصة بالترويج السياحي تطبيقات السياحة الافتراضية (تقنية الواقع الافتراضي أو تقنية الواقع المعزز).

التوصيات:

- في ضوء ما أسفرت عنه النتائج يوصي البحث الجهات المسؤولة عن القطاع السياحي في السعودية بـ:
1. التعجل في تطبيق السياحة الافتراضية في مختلف المواقع الحكومية التي تهتم بالترويج السياحي للوجهات والمقاصد السياحية نظراً لأهميتها في ظل جائحة كورونا COVID-19، وأيضاً ما بعد إنتهاء هذه الجائحة.
 2. ضرورة تفعيل تطبيق رحلة افتراضية Holo Journey ضمن Google Play Store.
 3. ضرورة أن تشمل البرامج التدريبية بوزارة السياحة برامج تكنولوجيا الواقع الافتراضي لتدريب كوادر من الشباب السعودي هذه التكنولوجيا للترويج للسياحة الافتراضية.
 4. عقد إتفاقية بين وزارة السياحة ووكالات السياحة والسفر لتبني السياحة الافتراضية لتنشيط الوجهات والمقاصد، خاصة في ظل جائحة كورونا COVID-19.

المراجع:**أولاً: المراجع العربية:**

1. البارقي، ش. (2011) " السلوكيات الترويجية للسياح القادمين من منطقة عسير إلى محافظة جدة، الرياض، السعودية". رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الآداب والعلوم الإنسانية. جامعة الملك عبدالعزيز.
2. بظاظو، ا. (2017). " تطبيقات التقنيات التفاعلية للواقع الافتراضي في تسويق المسارات السياحية الافتراضية في الأردن". مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة: 91-98.
3. الحجني، ع.، الصياد، ع.، البدانية، ذ. وعبدالحميد، م. (2004). الأمن السياحي. الرياض: جامعة نايف للعلوم الأمنية، ط1.
4. الحرزاوي، ش. (2015). " الأبعاد الفكرية ولتكنولوجيا للواقع الافتراضي وفاعليته في الرسم والتصوير". مجلة الآداب والعلوم الإنسانية: كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة السلطان قابوس 45-63.
5. سلامة، أ. وعبدالوهاب، م. (2019). " دور الواقع الافتراضي في تنشيط الحركة السياحية إلى مصر". مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة: 135-146.
6. عبدالله، ر. (2011). "تجارة الخدمات السياحية إلكترونياً في البلدان النامية مع التركيز على الصين والهند: دراسة احصائية مقارنة". العراق. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الإدارة والاقتصاد. الجامعة المستنصرية.
7. عبدالسميع، ص. (2006). " الأسس العلمية للتسويق السياحي والفندقي: تجارب بعض الدول العربية". القاهرة، مصر: المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
8. العجلوني، ع. والعجلوني، ع. (2017). " مقومات الجذب السياحي وضوابطه الشرعية: دراسة حالة المملكة العربية السعودية". مجلة جامعة النجاح للأبحاث): العلوم الإنسانية 2151-2184.
9. غنيمة، ع.، أبو شليب، ح.، ومصطفى، أ. (2010). تنشيط السياحة. المنوفية، مصر: مطابع جامعة المنوفية.

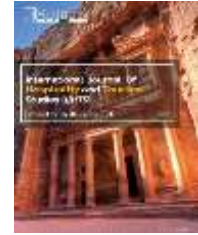
10. فايد، ع. (2019). "محددات تطبيق السياحة الذكية كأحد تطبيقات التجارة الإلكترونية في شكل B2C لجذب السياح للمملكة العربية السعودية". *Journal of Economics and Administration Sciences*, 119-143.
11. ماضي، ع. وجرورة، ح. (2020). "نحو تفعيل السياحة الافتراضية لتنشيط الوجهات السياحية في ظل أزمة فيروس كورونا المستجد كوفيد: 19-مع الإشارة إلى حالة الجزائر". *مجلة بحوث الإدارة والاقتصاد*: 50-63.
12. محمود، م. (2016). "تطوير استخدام النمذجة والمحاكاة وتقنيات الواقع الافتراضي في الدراسات المستقبلية. السودان". رسالة دكتوراه غير منشورة. معهد بحوث دراسات العالم الإسلامي. جامعة م درمان الإسلامية.
13. مخلف، ه. وهدا، س. (2017). "السياحة الافتراضية وتكنولوجيا المعلومات ودورهما في تحقيق التنمية السياحية المستدامة". *المجلة العراقية للعلوم الإدارية*: 249-273.
14. مصطفى، ز. (2017). "السياحة الافتراضية وتأثيرها على دافعية الزوار لزيارة المرقد الصحابي سلمان المحمدي". *مجلة الإدارة والاقتصاد*: 355-368.
15. الموسوي، ع. (2019). مؤتمر الابداعات الثقافية في العصر الرقمي. الأردن: دار الفرقة للطباعة والنشر والتوزيع.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- [1] Elnagar, A. K., & Derbali, A. (2020). "The importance of tourism contributions in Egyptian economy". *International Journal of Hospitality and Tourism Studies* 1(1): 45-52, <https://doi.org/10.31559/ijhts2020.1.1.5>
- [2] Organization, A. T. (2015). "Competitive travel and tourism. Travel and Tourism Competitiveness Report". <http://www.arab-tourismorg.org/index.php/research/competitiveturism-and-travel>.
- [3] Alraizzah, A., & Foaud, L. (2017). "Environments and System types of virtual reality technology in stem: A surver". *International Journal of Advanced computer and Applications*, 8(6): 77-89, <https://doi.org/10.14569/ijacsa.2017.080610>
- [4] Report, W. T. (2019). "The Travel and Tourism Competitiveness Report". <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019>.
- [5] Wang, D., Park, S., & Fesenmaier, D. (2017). "The role of smartphones in mediating the tourism experience". *Journal of Travel Research*, 51(4): 371-387, <https://doi.org/10.1177/0047287511426341>

ثالثاً: المواقع الإلكترونية:

- [1] <https://mt.gov.sa>
- [2] <http://gate.ahram.org.eg>
- [3] <https://www.spa.gov.sa>
- [4] <https://alwatannews.net>
- [5] <https://ar.wikipedia.org/wiki>
- [6] <https://www.visitsaudi.com/ar>
- [7] <https://www.rcu.gov.sa>
- [8] <https://dgda.gov.sa>



Activating virtual tourism as a tool to promote tourist destinations during COVID-19 pandemic: A case study of Saudi Arabia

Ahmed K Elnagar

Assistant Professor at the Department of Administrative and Financial Sciences, Community College, Taibah University, Saudi Arabia; Management & Hospitality, Suez Canal University, Egypt

Ahmed_karam@tourism.suez.edu.eg

aelnagar@taibahu.edu.sa

Received: 9/9/2020 Revised: 27/9/2020 Accepted: 15/12/2020 DOI: <https://doi.org/10.31559/IJHTS2020.1.2.1>

Abstract: *This research aims to identify the reality of virtual tourism in Saudi Arabia, to clarify its role as a tool to revitalize tourist destinations during the COVID-19 pandemic. The research is based on the descriptive approach through previous studies, research, books, websites and reports issued by the Arab Tourism Organization and the World Tourism Organization. The results concluded that the use of virtual tourism applications such as virtual reality or augmented reality is still not done within the sites for tourism promotion of tourist destinations. The research recommends that it is necessary to accelerate the application of virtual tourism in various government websites that are interested in promoting tourism to tourist destinations given its importance in light of the COVID-19 pandemic and after the end of this pandemic, the Ministry of Tourism's training programs include virtual reality technology programs to train cadres of Saudi youth with this technology to promote it.*

Keywords: *Virtual Reality; Virtual Tourism; Tourist Destination; COVID-19 Pandemic; Saudi Arabia.*

References:

- [1] 'bdallh, R. (2011). "Tjart Alkhdmal Alsyahy Elkrwnyaan Fy Albdan Alnamy M' Altrkyz 'la Alsyn Walhnd: Drash Ahsa'yh Mqarnh". Al'raq. Rsalt Majstyr Ghyr Mnshwrh. Klyt Aledarh Walaqtsad. Aljam'h Almstnsryh.
- [2] 'bdalsmy', S. (2006). " Alass Al'lmyh Lltswyq Alsyahy Walfndqy: Tjarb B'd Aldwl Al'rbyh". Alqahrh, Msr: Almnzmmh Al'rbyh Lltmnyh Aledaryh.
- [3] Al'jlwny,' Wal'jlwny,'. (2017)." Mqwmat Aljdb Alsyahy Wdwabth Alshr'yh: Drast Halt Almlkh Al'rbyh Als'wdyh". Mjlt Jam't Alnjah Llabhath (: Al'lwm Alensanyh2151-2184.
- [4] Albarqy, Sh. (2011) "Alslwkyat Altrwyjyh Llsyah Alqadmyn Mn Mntqh 'syr Ela Mhafzt Jdh, Alryad, Als'wdyh". Rsalt Majstyr Ghyr Mnshwrh. Klyt Aladab Wal'lwm Alensanyh. Jam't Almlk 'bdal'zyz.
- [5] Bzazw, A. (2017)." Ttbyqat Altqnyat Alfta'lyh Llwaq' Alaftrady Fy Tswyq Almsarat Alsyahy Alaftradyh Fy Alardn". Mjlt Athad Aljam'at Al'rbyh Llsyahh Waldyafh: 91-98.
- [6] Fayd,'. (2019). "Mhddat Ttbyq Alsyahh Aldkyh Kahd Ttbyqat Altjarh Alelkrwny Fy Shkl B2c Ljdb Alsyah Llmmlkh Al'rbyh Als'wdyh". Journal of Economics and Administration Sciences, 119-143.
- [7] Ghnymh, ', Abwshlyb,H., Wmstfa, A. (2010). Tnshyt Alsyahh. Almnwfyh, Msr: Mtab' Jam't Almnwfyh.
- [8] Alhjny, ', Alsyad,', Albdanyh, D. W'bdalmyd, M. (2004). Alamn Alsyahyy. Alryad: Jam't Nayf Ll'lwm Alamnyh, T1.
- [9] Alhrzawy, Sh. (2015). "Alab'ad Alfkryh Wltnknlwlyh Llwaq' Aleftrady Wfa'lyth Fy Alrsm Waltswyr". Mjlt Aladab Wal'lwm Alensanyh: Klyt Aladab Wal'lwm Alensanyh, Jam't Alsltan Qabws45-63.
- [10] Madwy,'. WjrwH, H. (2020). "Nhw Tf'yl Alsyahh Alaftradyh Ltshyt Alwjhat Alsyahy Fy Zl Azmt Fyrws Kwrwna Almstjd Kwfyd-19: M' Alesharh Ela Halh Aljza'r". Mjlt Bhwth Aledarh Walaqtsad: 50-63.

- [11] Mhmwd,M. (2016)." Ttwyr Astkhdam Alnmdjh Walmhakah Wtqnyat Alwaq' Alaftrady Fy Aldrasat Almstqbyh. Alswdan". Rsalt Dktwrah Ghyr Mnshwrh. M'hd Bhwth Drasat Al'alm Aleslamy. Jam't M Drman Aleslamy.
- [12] Mkhlf,H. Whdab,S. (2017)." Alsyahh Alaftradyh Wtknwlwija Alm'elwmat Wdwrhmha Fy Thqyq Altnmyh Alsyahy Almstdamh". Almjhl Al'raqyh Ll'lwmm Aledaryh: 249-273.
- [13] Mstfa, Z. (2017). " Alsyahh Alaftradyh Wtathyra 'la Daf'yh Alzwar Lzyart Almrqd Alshaby Slman Almhmdy". Mjlt Aledarh Walaqtsad : 355-368
- [14] Almwsy, '. (2019). M'tmr Alabda'at Althqafyh Fy Al'sr Alrqmy. Alardn: Dar Alfrqh Ltba'h Walnshr Waltwzy'.
- [15] Slamh, A. W'bdalwhab,M. (2019). "Dwr Alwaq' Alaftrady Fy Tnshyt Alhrkh Alsyahy Ela Msr". Mjlt Athad Aljam'at Al'rbyh Llsyahh Waldyafh: 135-146.