



جامعة أم القرى
معهد خادم الحرمين الشريفين
للبحوث الحج والعمرة

قياس مستوى رضا الحجاج عن مستوى الخدمات المقدمة في الحج

موسم 1447هـ - 2026 م

الباحث الرئيسي

د. عبدالله علي النباتي

الباحثون المشاركون

د. أحمد محمد هلال
د. عمار الصائغ

د. محمد صديق ياسين
د. ماجد أحمد باوزير

فريق الإشراف الميداني والتقنية والإخراج

م. حسن
أ. رذاذ قباني
أ. إبتسام
أ. نايف بشرف
هديان
كليم

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قائمة المحتويات

3	الملخص
4	أدوات القياس بالدراسة
5	النتائج الأولية للتحليل الكمي لحج عام 1447 هـ
5	1.2 محاور القياس بالدراسة
6	2.2 المحاور ومؤشرات قياسها
8	3.2 منهجية التحليل الكمي والنوعي
9	ملخص نتائج التحليل الكمي للبيانات
12	التحليل الإحصائي لمحاور الدراسة بصورة عامة
13	تحليل نتائج تحليل محاور الدراسة
15	التحليل الإحصائي التفصيلي لمحاور الدراسة
18	قراءة عامة للنتائج
20	الرسومات البيانية لتفاصيل تحليل نتائج أسئلة الدراسة
29	التحليل الكيفي لأسباب الرضا وعدم الرضا عن الخدمات المقدمة للحجاج خلال موسم حج 1447 هـ
40	مجموعات التركيز البؤرية:
42	النتائج العامة لتحليل بيانات مجموعات التركيز البؤرية
43	التوثيق المرئي
53	أبرز نتائج تحليل المشاعر
55	منهجيات التقرير
60	آلية جمع البيانات
64	المعلومات المجموعة وتحليلها
70	النتائج العامة
73	تحليل المشاعر المبني عن طريق تحليل الرموز الشكلية Emojis
78	تحليل عميق وتفصيلي للمشاعر عن طريق تحليل النصوص
91	التعليقات العامة
93	النتائج والتوصيات
99	المقارنة بموسم 1445 وبموسم 1446
107	الخاتمة

الملخص

في إطار جهود المملكة المتواصلة لتحقيق مستهدفات رؤية السعودية 2030، تواصل الجهات المعنية تكثيف العمل على تحسين منظومة خدمات الحج والعمرة بما يعزز تجربة ضيوف الرحمن ويرتقي بجودة الخدمات المقدمة لهم. تأتي هذه الجهود الشاملة ضمن توجه استراتيجي يهدف إلى تسهيل أداء الشعائر، وتوفير بيئة آمنة وميسرة للحجاج والمعتمرين من مختلف أنحاء العالم، مدعومة بالبنية التحتية المتطورة والتقنيات الحديثة.

وفي هذا الإطار، تواصل إمارة منطقة مكة المكرمة اهتمامها بقياس مؤشرات رضا الحجاج ومتابعة تجاربهم ميدانياً، من خلال دراسات دورية ينفذها معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج والعمرة بجامعة أم القرى، الذي درج على القيام بهذه المهمة منذ عدة سنوات.

ويمثل هذا التقرير، في نسخته العاشرة، ركيزة أساسية لقياس مستوى رضا الحجاج خلال موسم حج عام 1447هـ، حيث يسعى إلى تقديم قراءة تحليلية معمقة لقياس مدى رضا المستفيدين عن مختلف الخدمات والمرافق التي تم توفيرها خلال الموسم.

ونظراً لما يتميز به موسم الحج من طابع معقد وتعدد في مراحله ومكوناته، فقد تم تبني مجموعة من الأساليب الحديثة لجمع البيانات وتحليلها، شملت أدوات التحليل الكمي والنوعي، وتقنيات تحليل المشاعر الرقمية المستخلصة من محتوى وسائل التواصل الاجتماعي، إضافة إلى استثمار أدوات الذكاء الاصطناعي والتحليل الإحصائي المتقدم. وتهدف هذه المنهجية المتكاملة إلى فهم تجارب الحجاج بدقة، وتقديم توصيات قابلة للتنفيذ تُسهم في تطوير جودة الخدمات ورفع مستوى رضا ضيوف الرحمن عامًا بعد عام، واشتملت الأساليب المستخدمة ما يلي:

- **التحليل الكمي:** تم استخدام الاستبانات لقياس رضا الحجاج عن تجربتهم. هذه الاستبانات تمثل أداة قياس مباشرة لمدى رضا الحجاج عن مختلف جوانب الحج، مثل النقل، الإسكان والرعاية الصحية.
- **التحليل النوعي:** تضمن التحليل النوعي جمع المقترحات والملاحظات من الحجاج. وهذا الأسلوب، يمكّن من الحصول على رؤية عميقة حول تجارب الحجاج الفردية وأفكارهم حول تحسين الخدمات.
- **مجموعات التركيز:** استُخدمت مجموعات التركيز كأداة أخرى لجمع البيانات النوعية. من خلال هذه المجموعات، تم إجراء مناقشات مركزة مع مجموعات تركيز من الحجاج لتبادل آرائهم وملاحظاتهم بشكل مفصل ومنظم.
- **تحليل المشاعر:** بالإضافة إلى ذلك، تم استخدام تحليل المشاعر باستخدام المعلومات من وسائل التواصل الاجتماعي لتقييم الاستجابات العاطفية للحجاج تجاه تجربتهم في الحج. ومن خلال تحليل المشاعر، نتمكن من فهم الأبعاد العاطفية والنفسية لتجربة الحجاج بشكل أفضل.

أدوات القياس بالدراسة

من أجل الوصول إلى صورة متكاملة عن مدى رضا المستفيدين، ولتغطية جميع المحاور الأساسية للدراسة، تم الاستعانة بعدة أدوات لجمع البيانات، وتشمل الاستبانات بغرض التحليل الكمي والنوعي، مجموعات التركيز، بالإضافة إلى تحليل لمشاعر الحجاج بمختلف أجناسهم وجنسياتهم. فيما يلي تفصيل آليات جمع البيانات باستخدام تلك الأدوات.

- **جمع البيانات من خلال إتباع أسلوب مجموعات التركيز:** تتمثل طريقة العمل في إجراء مقابلات نقاش جماعية مع مجموعات من الحجاج في الفنادق التي يسكنون فيها بمكة المكرمة بعد انتهاء أيام التشريق ليتم استخدام كافة الخدمات محل الدراسة بعد الانتهاء من مناسك الحج والاستفادة من معظم الخدمات.
- **جمع البيانات من خلال تحليل لمشاعر الحجاج بمختلف أجناسهم وجنسياتهم:** يتم تحليل للمحتوى الرقمي المنشور خلال فترة موسم الحج. حيث يتم استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل مشاعر الحجاج عن طريق تحليل المحتوى لمواقع متعددة من التواصل الاجتماعي وغير التواصل الاجتماعي.
- **الاستفادة من التحول الرقمي:** استخدام التقنيات الرقمية الحديثة لتسهيل جمع البيانات: لأتمتة عملية جمع البيانات يتم استخدام عدة تقنيات رقمية، منها تحويل الاستبانات من صورتها الورقية إلى استبانات إلكترونية، وذلك من أجل توفير بيئة آمنة لحفظ البيانات في وعاء واحد وتكون سرية وللبحث فقط، حيث تم تخزينها في قواعد بيانات تحت إدارة معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج والعمرة بجامعة أم القرى. وتم عرض الاستبانات عن طريق أجهزة ذكية مخصصة لجمع البيانات تشتمل على تطبيق الاستبانات ليستخدمها جامعو البيانات بالميدان، بالإضافة إلى الموقع الإلكتروني للاستبانات، لعرض وتسجيل بيانات الاستبانات الإلكترونية، ويتم التعريف بموقع الاستبانة عن طريق توزيع ملصقات تحمل رابط الاستبانة في جميع أماكن تواجد الحجاج، كما تم إرسال رسائل نصية تحمل رابط الاستبانة إلى هواتف المستفيدين للمشاركة في تعبئة الاستبانات.
- **تحليل البيانات ومراجعتها:** تمت عملية تحليل البيانات ومراجعتها في ثلاث مراحل أساسية، وهي:
 1. تصدير نتائج جمع البيانات للمحللين: بعد الانتهاء من جمع البيانات، يقوم الفريق التقني بتسليم نسخة من بيانات قياس الرضا لفريق التحليل الإحصائي والنوعي.
 2. تحليل البيانات: يقوم فريق العمل بتحليل البيانات، وإنتاج الرسوم البيانية التي توضح عملية التحليل الإحصائي، وكتابة النتائج.
 3. مراجعة التحليل: بعد الانتهاء من التحليل الإحصائي والنوعي، يقوم الفريق بمراجعتها وتدقيقها للتأكد من مخرجات التحليل، وإضافة بعض التعديلات، وكتابة النتائج وشرحها، ليخرج التحليل بعد ذلك في صورته النهائية لتتم بعد ذلك كتابة التقرير بناءً على مخرجاته.

النتائج الأولية للتحليل الكمي لحج عام 1447هـ

1.2 محاور القياس بالدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى قياس وتقييم مستوى رضا الحجاج عن الخدمات المقدمة لهم. ولتحقيق هذا الهدف، وبناءً على ما تمت مراجعته من الدراسات والتجارب السابقة، ومن أجل الوصول إلى صورة متكاملة عن رضا المستفيدين، فقد تم وضع معايير التقييم ومؤشرات قياس، وذلك بالاعتماد على المحاور الأساسية للقياس بالدراسة، وهي كما يلي:

- المحور الأول: قياس مستوى الرضا عن المحور البيئي
- المحور الثاني: قياس مستوى الرضا عن السكن والإعاشة
- المحور الثالث: قياس مستوى الرضا عن محور تيسير المناسك
- المحور الرابع: قياس مستوى الرضا عن الرعاية الصحية
- المحور الخامس: قياس مستوى الرضا عن الأمن
- المحور السادس: قياس مستوى الرضا عن النقل والحركة
- المحور السابع: قياس مستوى الرضا عن السلع والخدمات

2.2 المحاور ومؤشرات قياسها

المحور البيئي



1. النظافة في المسجد الحرام
2. الحرارة والرطوبة داخل المسجد الحرام.
3. الحرارة والرطوبة في دور السطح والساحات في المسجد الحرام
4. جودة الهواء في الشوارع المحيطة بالمسجد الحرام
5. النظافة في المشاعر المقدسة.
6. النظافة في مكة المكرمة

محور السكن والمعيشة



1. جودة السكن في مكة المكرمة
2. جودة السكن في مني
3. عدد الأفراد الذين يقيمون معك في الغرفة بمكة المكرمة
4. عدد الأفراد بالخيمة / الغرفة بمشعر مني
5. جودة خدمة المبيت في مزدلفة
6. جودة دورات المياه في مزدلفة
7. جودة دورات المياه في عرفات
8. جودة دورات المياه في مشعر مني
9. جودة خدمة الإعاشة في مكة
10. جودة خدمة الإعاشة في المشاعر المقدسة
11. جودة خدمة الإعاشة في مزدلفة
12. جودة خدمة الانترنت

محور تيسير المناسك



1. سهولة أداء السعي
2. سهولة رمي الجمرات
3. سهولة أداء طواف الأفاضة
4. خدمات التوعية الدينية والإرشاد
5. تنظيم الحركة في ساحات المسجد الحرام
6. كفاية عربات كبار السن وذوي الإعاقة
7. سهولة الاستفادة من تطبيق نسك والخدمات الإلكترونية المقدمة
8. دورات المياه ومواضي حول المسجد الحرام

محور الرعاية الصحية



1. جودة الخدمات الصحية في مكة
2. جودة الخدمات الصحية في الحرم المكي
3. جودة الخدمات الصحية في المشاعر المقدسة
4. توافر الأدوية
5. سرعة الاستجابة للطوارئ (الإسعاف)
6. مستوى الخدمات الصحية في مراكز العناية الأولية
7. مستوى الخدمات الصحية في المراكز المتنقلة

محور النقل والحركة



1. الوقت المستغرق من بعد الخروج من المطار إلى السكن
2. سهولة الحركة المرورية في المنطقة المركزية

3. وسيلة النقل من عرفات إلى مزدلفة
4. وقت البقاء في الباص من عرفات إلى مزدلفة
5. خدمة قطار المشاعر
6. سهولة الوصول من عرفات إلى مزدلفة
7. سهولة الوصول من مزدلفة إلى منى
8. خدمة ارشاد التائهين في المشاعر المقدسة
9. تعامل المرشد وقائد المركبة
10. مستوى الضيافة المقدمة في المركبة
11. مستوى النظافة والراحة في وسائل النقل

محور السلع والخدمات

1. أسعار السلع والخدمات
2. قيمة إيجار عربات ذوي الاحتياجات الخاصة وكبار السن
3. أسعار النقل من منى إلى المسجد الحرام أيام التشريق



محور الأمن

1. الخدمات الأمنية والتواجد الأمني
2. تعامل رجال الأمن بالمسجد الحرام



3.2 منهجية التحليل الكمي والنوعي

يستعرض هذا الجزء أساليب وبرامج الإحصاء والوصف المستخدم، بالإضافة إلى أساليب معالجة وتحليل البيانات الكمية والنوعية.

الأساليب الإحصائية والوصفية المستخدمة

بناءً على أهداف الدراسة، تم تحديد الأساليب والبرامج الإحصائية والوصفية المستخدمة لمعرفة مستويات رضا الحجاج عن الخدمات المقدمة لهم.

الأساليب الإحصائية والوصفية لمعرفة مستويات رضا الحجاج عن الخدمات المقدمة لهم

البرنامج الإحصائي	الأسلوب الإحصائي	الهدف من الأسلوب
برنامج الإكسل Excel	تنقية وتصنيف وفرز البيانات	تهيئة البيانات للمعالجة
البرنامج الإحصائي SPSS	حساب المتوسطات الحسابية والنسب المئوية ومعاملات الثبات	وصف خصائص العبارات والأفراد والعينة

معالجة وتحليل البيانات الكمية

بعد أن تم قياس مستوى رضا الحجاج عن الخدمات المقدمة لهم، تتم معالجة النتائج حيث يتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي المتدرج لترميز استجابات عينة البحث على جميع الاستبانات بحيث تعطى الدرجة (5) للاستجابة (راضٍ جداً)، والدرجة (4) للاستجابة (راضٍ)، والدرجة (3) للاستجابة (راضٍ إلى حد ما)، والدرجة (2) للاستجابة (غير راضٍ)، والدرجة (1) للاستجابة (غير راضٍ جداً)، كما تم تحديد متوسطات الاستجابة وفقاً للجدول ، وللتأكد من دقة المتوسطات الحسابية للرضا، تم استخدام اختبار (T) .

تحديد مستويات الرضا وفق متوسطات الإجابة على العبارات

مستوى الرضا	النسبة المئوية	قيمة المتوسط الحسابي	
		الحد الأدنى	الحد الأعلى
 غير راضٍ جداً	25%	20%	1.79
 غير راضٍ	51%	26%	2.59
 راضٍ إلى حد ما	67%	52%	3.39
 راضٍ	83%	68%	4.19
 راضٍ جداً	100%	84%	5

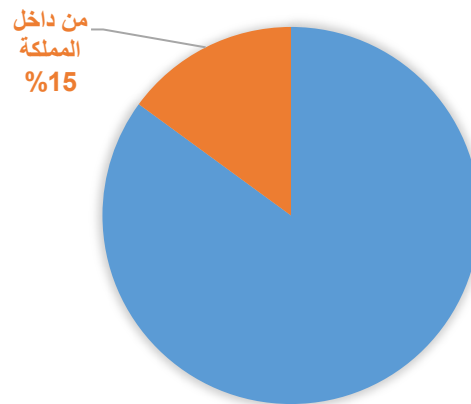
ملخص نتائج التحليل الكمي للبيانات

الخصائص الديموغرافية لمفردات عينة الدراسة:

- توزيع أفراد العينة وفق متغير جهة القدوم

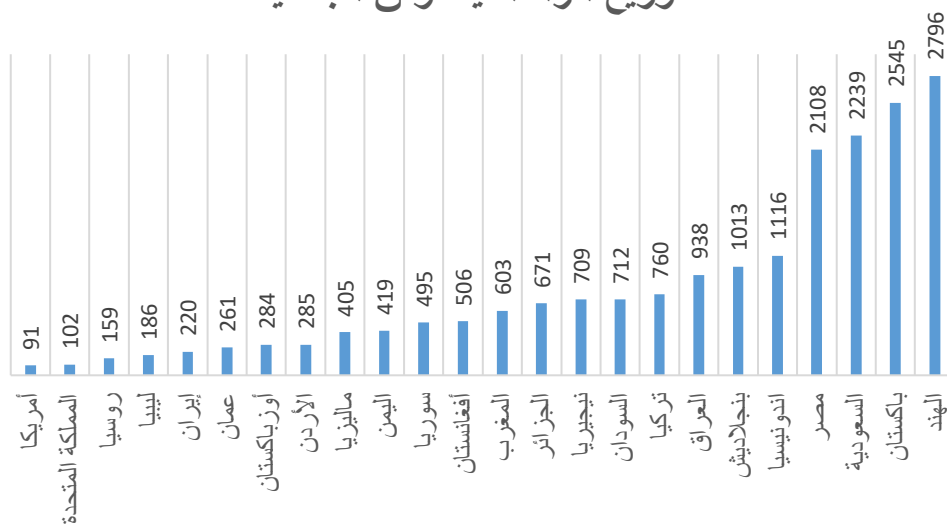
جهة القدوم	التكرار	%
من داخل المملكة	2934	15
من خارج المملكة	16689	85
المجموع	19623	100

توزيع أفراد العينة وفق جهة القدوم

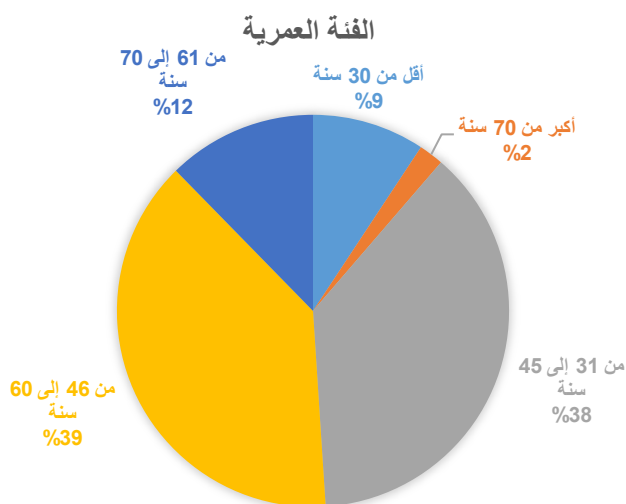


- توزيع أفراد العينة وفق الجنسية

توزيع أفراد العينة وفق الجنسية



- توزيع أفراد العينة وفق العمر

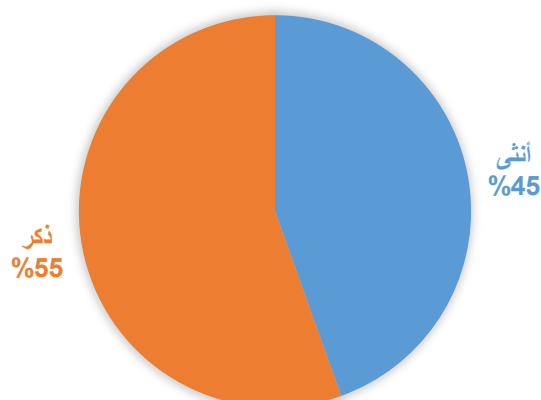


- توزيع أفراد العينة وفق نوع الجنس

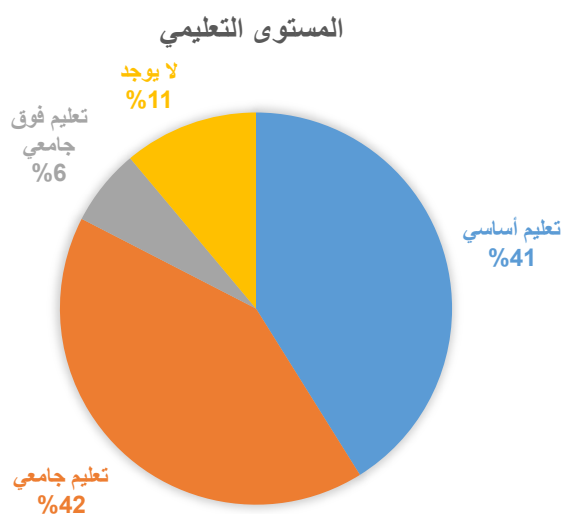
النوع	التكرار	%
ذكر	10887	55

45	8736	أنثى
100.00	19623	المجموع

الجنس



• توزيع أفراد العينة وفق متغير المستوى التعليمي



التحليل الإحصائي لمحاور الدراسة بصورة عامة

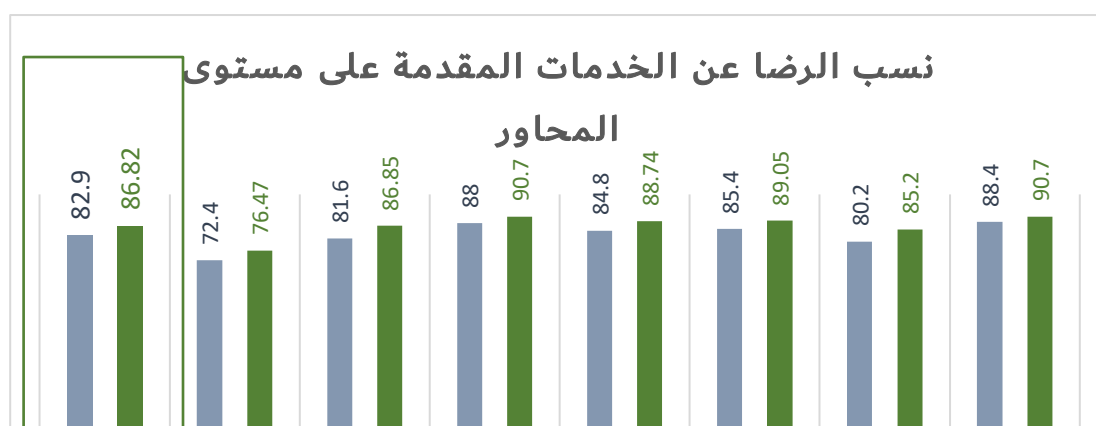
تم حساب المتوسطات والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لبنود المحور وللدراسة ككل، ومن ثم يتم تحديد درجة رضا عينة الدراسة عن هذه البنود حسب متوسط الآراء ووفقاً لجدول حدود الرضا.

جدول حدود الرضا

حدود المتوسط الحسابي	درجة الرضا
1.80 – 1.00	غير راضٍ جداً

2.60 – 1.81	غير راضٍ
3.40 – 2.61	راضٍ إلى حد ما
4.20 – 3.41	راضٍ
5.00 – 4.21	راضٍ جداً

م	المحور	موسم ١٤٤٧هـ			الموسم السابق ١٤٤٦هـ		
		متوسط الآراء (٥)	النسبة المئوية %	درجة الرضا	التوجه	متوسط الآراء (٥)	النسبة المئوية %
١	المحور البيئي	٤,٥٤	٩٠,٧	راضٍ جداً	↑	٤,٤٢	٨٨,٤
٢	محور السكن والإعاشة	٤,٢٦	٨٥,٢	راضٍ جداً	↑	٤,٠١	٨٠,٢
٣	محور تيسير المناسك	٤,٤٥	٨٩,٠٥	راضٍ جداً	↑	٤,٢٧	٨٥,٤
٤	محور الرعاية الصحية	٤,٤٤	٨٨,٧٤	راضٍ جداً	↑	٤,٢٤	٨٤,٨
٥	محور الأمن	٤,٥٤	٩٠,٧	راضٍ جداً	↑	٤,٤	٨٨
٦	محور النقل والتنقل	٤,٣٤	٨٦,٨٥	راضٍ جداً	↑	٤,٠٨	٨١,٦
٧	محور السلع والخدمات	٣,٨٢	٧٦,٤٧	راضٍ	↑	٣,٦٢	٧٢,٤
	متوسط إجمالي محاور الدراسة	٤,٣٤	٨٦,٨٢	راضٍ جداً	↑	٤,١٥	٨٢,٩



بلغ المتوسط الإجمالي لمحاور الدراسة في موسم حج ١٤٤٧هـ (٤,٣٤ من ٥)، بما يعادل نسبة رضا قدرها (٨٢,٨٢٪)، مقارنة بمتوسط بلغ (٤,١٥ من ٥) في موسم حج ١٤٤٦هـ، بنسبة رضا قدرها (٨٢,٩٠٪). ويعكس ذلك ارتفاع مستوى الرضا العام بمقدار (٠,١٩) نقطة على مقياس الرضا الخماسي، وزيادة قدرها (٣,٩٢) نقاط مئوية في نسبة الرضا، مما يشير إلى تحسن ملموس في تجربة الحجاج وجودة الخدمات المقدمة عبر مختلف محاور الدراسة.

تحليل نتائج تحليل محاور الدراسة

تشير النتائج إلى ارتفاع مستوى الرضا العام عن مختلف محاور الخدمات المقدمة، حيث تجاوزت جميع المحاور نسبة رضا 75%، بينما حققت ستة محاور من أصل سبعة مستوى "راضٍ جداً". ويعكس ذلك نجاح الجهات المعنية في تقديم خدمات ذات جودة مرتفعة في معظم الجوانب المرتبطة بتجربة الحجاج.

أولاً: أبرز نقاط القوة

- جاء المحور البيئي ومحور الأمن في المرتبة الأولى بنسبة رضا بلغت 90.7% لكل منهما، وهو ما يعكس كفاءة الجهود المبذولة في المحافظة على النظافة والبيئة العامة، إلى جانب فعالية المنظومة الأمنية وإدارة الحشود. وتعد هذه النتيجة مؤشراً إيجابياً نظراً لارتباط هذين المحورين بشكل مباشر براحة الحجاج وسلامتهم.

- كما حقق محور تيسير المناسك نسبة رضا مرتفعة بلغت 89.1%، مما يدل على نجاح الإجراءات التنظيمية والخدمات المساندة التي تساعد الحجاج على أداء مناسكهم بسهولة ويسر. كذلك سجل محور الرعاية الصحية نسبة رضا بلغت 88.7%، وهو ما يعكس مستوى جيداً من جودة الخدمات الصحية وتوافر الرعاية الطبية خلال الموسم.

ثانياً: المحاور التي تحتاج إلى مزيد من التحسين

- رغم حصول محور السكن والإعاشة على درجة "راضٍ جداً"، إلا أنه سجل نسبة أقل نسبياً بلغت 85.2% مقارنة بالمحاور الأخرى، مما يشير إلى وجود فرص لتحسين جوانب الإسكان والإعاشة، خاصة في المواقع التي تشهد كثافات مرتفعة مثل المشاعر المقدسة.
- كما جاء محور النقل والتنقل بنسبة 86.9%، وهي نتيجة جيدة إجمالاً، إلا أنها قد تعكس بعض التحديات المتعلقة بأوقات الانتظار أو سهولة التنقل بين المواقع المختلفة خلال فترات الذروة.

ثالثاً: المحور الأقل رضا

- سجل محور السلع والخدمات أدنى مستوى رضا بين جميع المحاور بنسبة 76.5% فقط، وهو المحور الوحيد الذي حصل على درجة "راضٍ" بدلاً من "راضٍ جداً". وتشير هذه النتيجة إلى أن الجوانب المرتبطة بالأسعار والقيمة المدركة للسلع والخدمات المقدمة تمثل التحدي الأكبر من وجهة نظر المستفيدين. وتتسق هذه النتيجة مع انخفاض مؤشرات أسعار السلع والخدمات وأسعار النقل ضمن المؤشرات التفصيلية، مما يدل على أن الاعتبارات الاقتصادية كانت العامل الأكثر تأثيراً في خفض مستوى الرضا العام.

التحليل الإحصائي التفصيلي لمحاور الدراسة

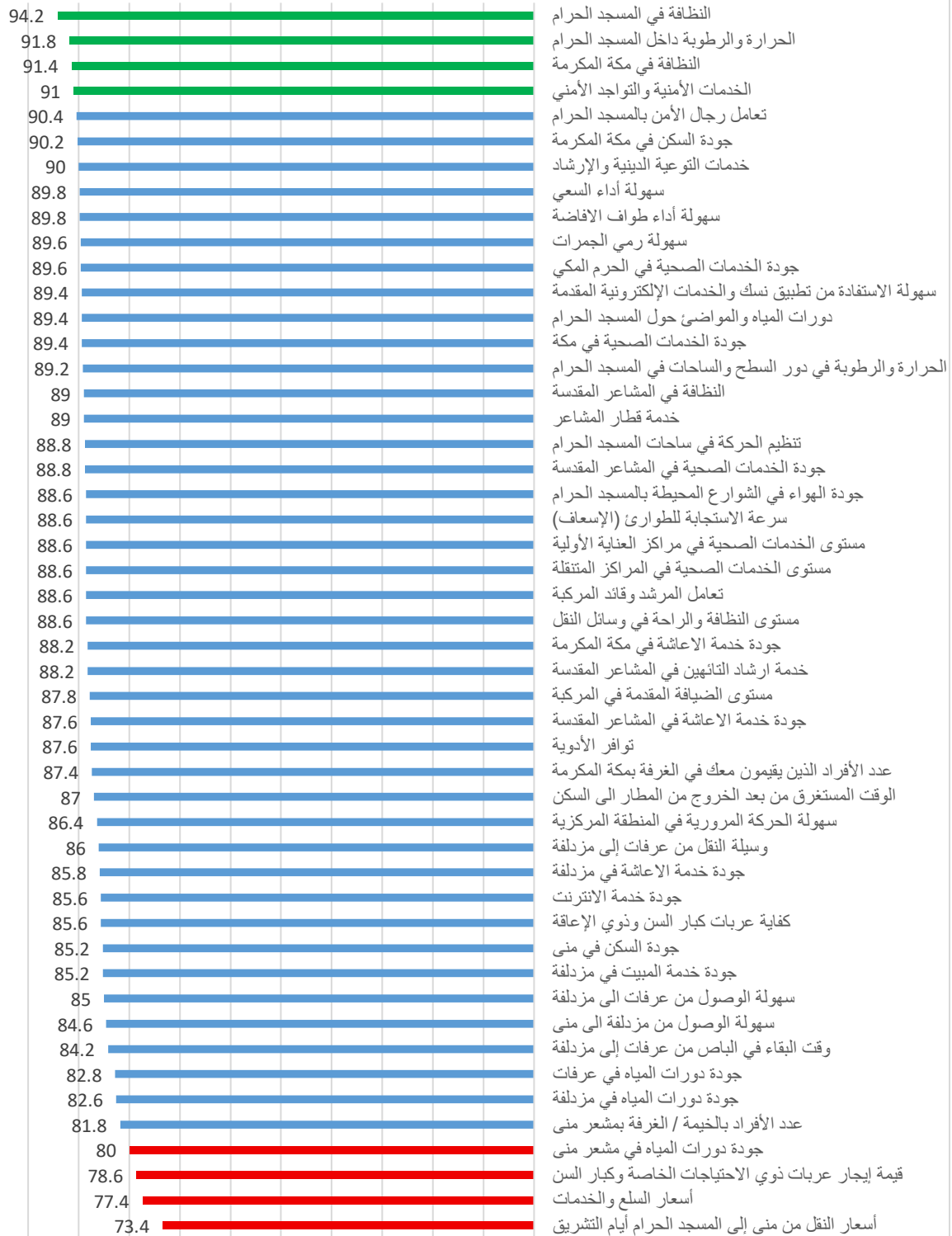
- عدد المؤشرات: 49
- إجمالي الردود لكل مؤشر: 19623
- أعلى رضا: 94.2%
- أدنى رضا: 73.4%

المحور	المؤشر	متوسط الآراء (5)	النسبة المئوية	درجة الرضا
٣	1 النظافة في المسجد الحرام	٤,٧١	٩٤,٢	راضٍ جداً
	2 الحرارة والرطوبة داخل المسجد الحرام	٤,٥٩	٩١,٨	راضٍ جداً
	3 الحرارة والرطوبة في دور السطح والساحات في المسجد الحرام	٤,٤٦	٨٩,٢	راضٍ جداً
	4 جودة الهواء في الشوارع المحيطة بالمسجد الحرام	٤,٤٣	٨٨,٦	راضٍ جداً
	5 النظافة في المشاعر المقدسة	٤,٤٥	٨٩	راضٍ جداً
	6 النظافة في مكة المكرمة	٤,٥٧	٩١,٤	راضٍ جداً

متوسط إجمالي المحور البيئي		٤,٥٤	٩٠,٧	راضٍ جداً		
السكن والإعاشة	7	جودة السكن في مكة المكرمة	٤,٥١	٩٠,٢	راضٍ جداً	
	8	جودة السكن في منى	٤,٢٦	٨٥,٢	راضٍ جداً	
	9	عدد الأفراد الذين يقيمون معك في الغرفة بمكة المكرمة	٤,٣٧	٨٧,٤	راضٍ جداً	
	10	عدد الأفراد بالخيمة / الغرفة بمشعر منى	٤,٠٩	٨١,٨	راضٍ	
	11	جودة خدمة المبيت في مزدلفة	٤,٢٦	٨٥,٢	راضٍ جداً	
	12	جودة دورات المياه في مزدلفة	٤,١٣	٨٢,٦	راضٍ	
	13	جودة دورات المياه في عرفات	٤,١٤	٨٢,٨	راضٍ	
	14	جودة دورات المياه في مشعر منى	٤.	٨٠.	راضٍ	
	15	جودة خدمة الاعاشة في مكة المكرمة	٤,٤١	٨٨,٢	راضٍ جداً	
	16	جودة خدمة الاعاشة في المشاعر المقدسة	٤,٣٨	٨٧,٦	راضٍ جداً	
	17	جودة خدمة الاعاشة في مزدلفة	٤,٢٩	٨٥,٨	راضٍ جداً	
	18	جودة خدمة الانترنت	٤,٢٨	٨٥,٦	راضٍ جداً	
	متوسط إجمالي محور السكن والإعاشة		٤,٢٦	٨٥,٢	راضٍ جداً	
	تيسير المناسك	19	سهولة أداء السعي	٤,٤٩	٨٩,٨	راضٍ جداً
		20	سهولة رمي الجمرات	٤,٤٨	٨٩,٦	راضٍ جداً
		21	سهولة أداء طواف الافاضة	٤,٤٩	٨٩,٨	راضٍ جداً
		22	خدمات التوعية الدينية والإرشاد	٤,٥	٩٠.	راضٍ جداً
		23	تنظيم الحركة في ساحات المسجد الحرام	٤,٤٤	٨٨,٨	راضٍ جداً
24		كفاية عربات كبار السن وذوي الإعاقة	٤,٢٨	٨٥,٦	راضٍ جداً	
25		سهولة الاستفادة من تطبيق نسك والخدمات الإلكترونية المقدمة	٤,٤٧	٨٩,٤	راضٍ جداً	
26		دورات المياه والمواضع حول المسجد الحرام	٤,٤٧	٨٩,٤	راضٍ جداً	
متوسط إجمالي محور تيسير المناسك		٤,٤٥	٨٩,٠٥	راضٍ جداً		
الرعاية الصحية	27	جودة الخدمات الصحية في مكة	٤,٤٧	٨٩,٤	راضٍ جداً	
	28	جودة الخدمات الصحية في الحرم المكي	٤,٤٨	٨٩,٦	راضٍ جداً	
	29	جودة الخدمات الصحية في المشاعر المقدسة	٤,٤٤	٨٨,٨	راضٍ جداً	
	30	توافر الأدوية	٤,٣٨	٨٧,٦	راضٍ جداً	
	31	سرعة الاستجابة للطوارئ (الإسعاف)	٤,٤٣	٨٨,٦	راضٍ جداً	
	32	مستوى الخدمات الصحية في مراكز العناية الأولية	٤,٤٣	٨٨,٦	راضٍ جداً	
	33	مستوى الخدمات الصحية في المراكز المتنقلة	٤,٤٣	٨٨,٦	راضٍ جداً	
	متوسط إجمالي محور الرعاية الصحية		٤,٤٤	٨٨,٧٤	راضٍ جداً	
	الأمن	34	الخدمات الأمنية والتواجد الأمني	٤,٥٥	٩١.	راضٍ جداً
35		تعامل رجال الأمن بالمسجد الحرام	٤,٥٢	٩٠,٤	راضٍ جداً	
متوسط إجمالي محور الأمن		٤,٥٤	٩٠,٧	راضٍ جداً		
النقل والتنقل	36	الوقت المستغرق من بعد الخروج من المطار إلى السكن	٤,٣٥	٨٧.	راضٍ جداً	
	37	سهولة الحركة المرورية في المنطقة المركزية	٤,٣٢	٨٦,٤	راضٍ جداً	
	38	وسيلة النقل من عرفات إلى مزدلفة	٤,٣	٨٦.	راضٍ جداً	
	39	وقت البقاء في الباص من عرفات إلى مزدلفة	٤,٢١	٨٤,٢	راضٍ	
	40	خدمة قطار المشاعر	٤,٤٥	٨٩.	راضٍ جداً	
	41	سهولة الوصول من عرفات إلى مزدلفة	٤,٢٥	٨٥.	راضٍ جداً	
	42	سهولة الوصول من مزدلفة إلى منى	٤,٢٣	٨٤,٦	راضٍ جداً	
	43	خدمة ارشاد التائهين في المشاعر المقدسة	٤,٤١	٨٨,٢	راضٍ جداً	
	44	تعامل المرشد وقائد المركبة	٤,٤٣	٨٨,٦	راضٍ جداً	

45	مستوى الضيافة المقدمة في المركبة	٤,٣٩	٨٧,٨	راضٍ جداً
46	مستوى النظافة والراحة في وسائل النقل	٤,٤٣	٨٨,٦	راضٍ جداً
متوسط إجمالي محور النقل والتنقل				
47	أسعار السلع والخدمات	٣,٨٧	٧٧,٤	راضٍ
48	قيمة إيجار عربات ذوي الاحتياجات الخاصة وكبار السن	٣,٩٣	٧٨,٦	راضٍ
49	أسعار النقل من منى إلى المسجد الحرام أيام التشريق	٣,٦٧	٧٣,٤	راضٍ
متوسط إجمالي محور السلع والخدمات				
		٣,٨٢	٧٦,٤٧	راضٍ

النسب المئوية



قراءة عامة للنتائج

تظهر البيانات مستوى رضا مرتفع جداً بشكل عام، حيث تتراوح معظم المؤشرات بين 85% إلى 94%، وهو نطاق يصنف عادة كرضا مرتفع في تقييم الخدمات العامة.

أولاً: المؤشرات الأعلى تقييماً (أفضل أداء)

- النظافة في المسجد الحرام 94.2%
 - تمثل أعلى قيمة في جميع المؤشرات.
 - تعكس نجاحاً تشغيلياً عالياً جداً في إدارة الحشود والتنظيف المستمر داخل أكثر موقع حساسية وكثافة.
 - يرتبط هذا المؤشر مباشرة بفاعلية أنظمة التشغيل اللحظي وكفاءة القوى العاملة.
- الحرارة والرطوبة داخل المسجد الحرام 91.8%
 - تقييم مرتفع نسبياً رغم طبيعة المناخ الحار.
 - يشير إلى تحسن فاعلية أنظمة التكييف والتهوية وإدارة الأحمال الحرارية.
 - هذا مؤشر مهم لأنه يعكس راحة مباشرة أثناء أداء العبادة.
- النظافة في مكة المكرمة 91.4%
 - يدل على أن جودة النظافة لا تقتصر على الحرم فقط، بل تمتد إلى المدينة بشكل عام.
 - يعكس تكامل الخدمات البلدية مع موسم الحج وارتفاع مستوى الجاهزية التشغيلية.
- الخدمات الأمنية والتواجد الأمني 91%
 - مؤشر مرتفع جداً ويعكس كفاءة السيطرة الأمنية الوقائية وإدارة الحشود.
 - يدل على وجود منظومة أمنية فعالة (انتشار، استجابة، تنظيم حركة).

ثانياً: المؤشرات الأدنى تقييماً (نقاط الضعف النسبية)

- أسعار النقل من منى إلى المسجد الحرام أيام التشريق 73.4%
 - هو أدنى مؤشر في البيانات بالكامل. ويشير إلى مشكلة واضحة في:
 - الكلفة المدركة
 - أو العدالة السعرية
 - أو التفاوت بين الخدمة والقيمة المدفوعة

- أسعار السلع والخدمات 77.4%
 - يعكس وجود ضغط سعري عام خلال الموسم.
 - غالباً يرتبط بزيادة الطلب الموسمي.
 - يشير إلى تحدٍ في ضبط الأسواق أو حماية المستهلك.
- قيمة إيجار عربات ذوي الاحتياجات الخاصة وكبار السن 78.6%

- يعكس أن تكلفة خدمات الفئات الخاصة ما زالت تُعتبر مرتفعة نسبياً.
- رغم أهميته الإنسانية، إلا أن الرضا فيه أقل مقارنة بالخدمات التشغيلية.
- جودة دورات المياه في مشعر منى 80%
 - أقل المؤشرات التشغيلية غير السعيرية.
 - يشير إلى تحديات في:
 - الضغط العالي جداً في فترة زمنية قصيرة
 - كثافة الاستخدام
 - صعوبة الصيانة اللحظية في مشعر مزدحم

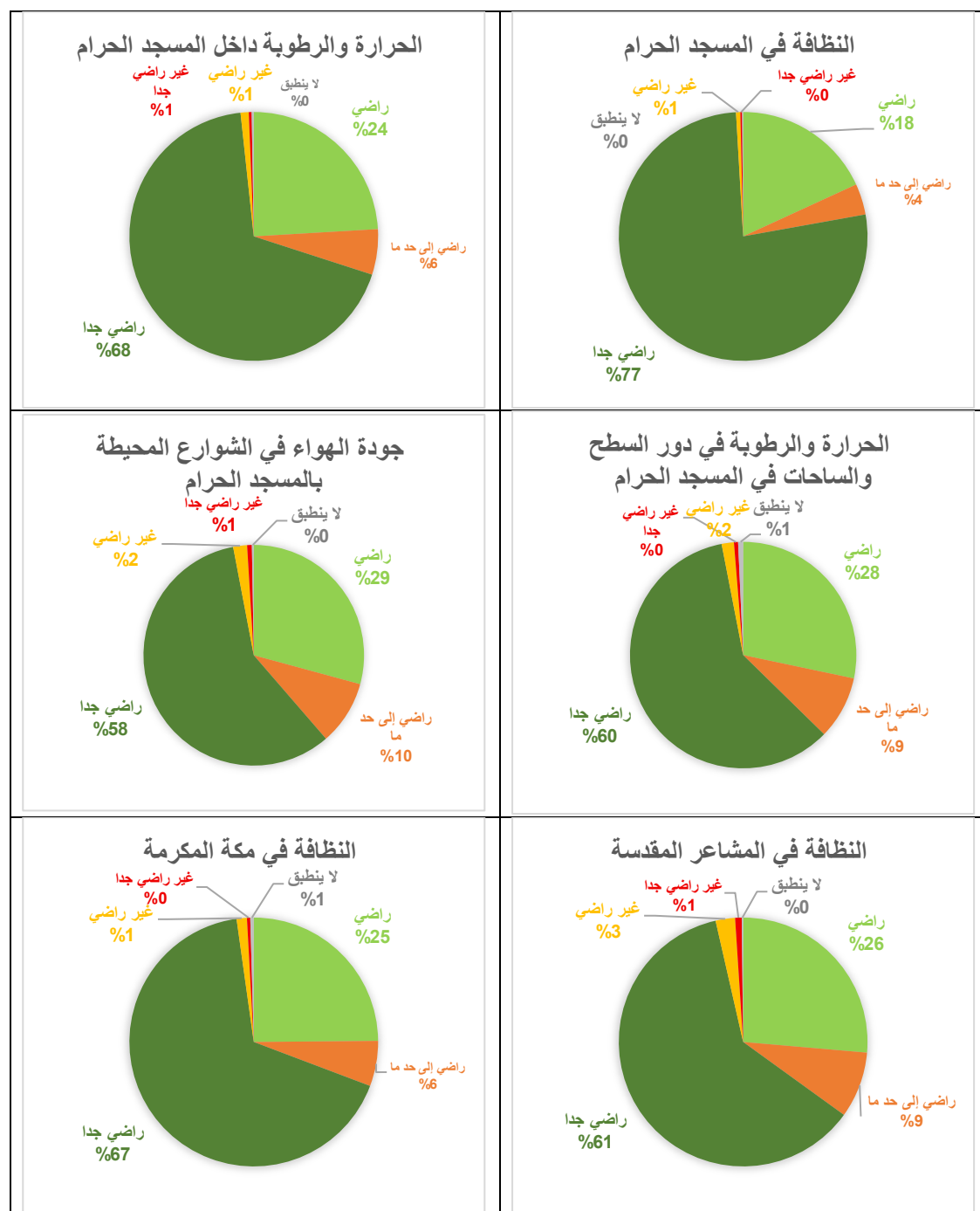
ثالثاً: ملاحظة بخصوص مشعري منى ومزدلفة

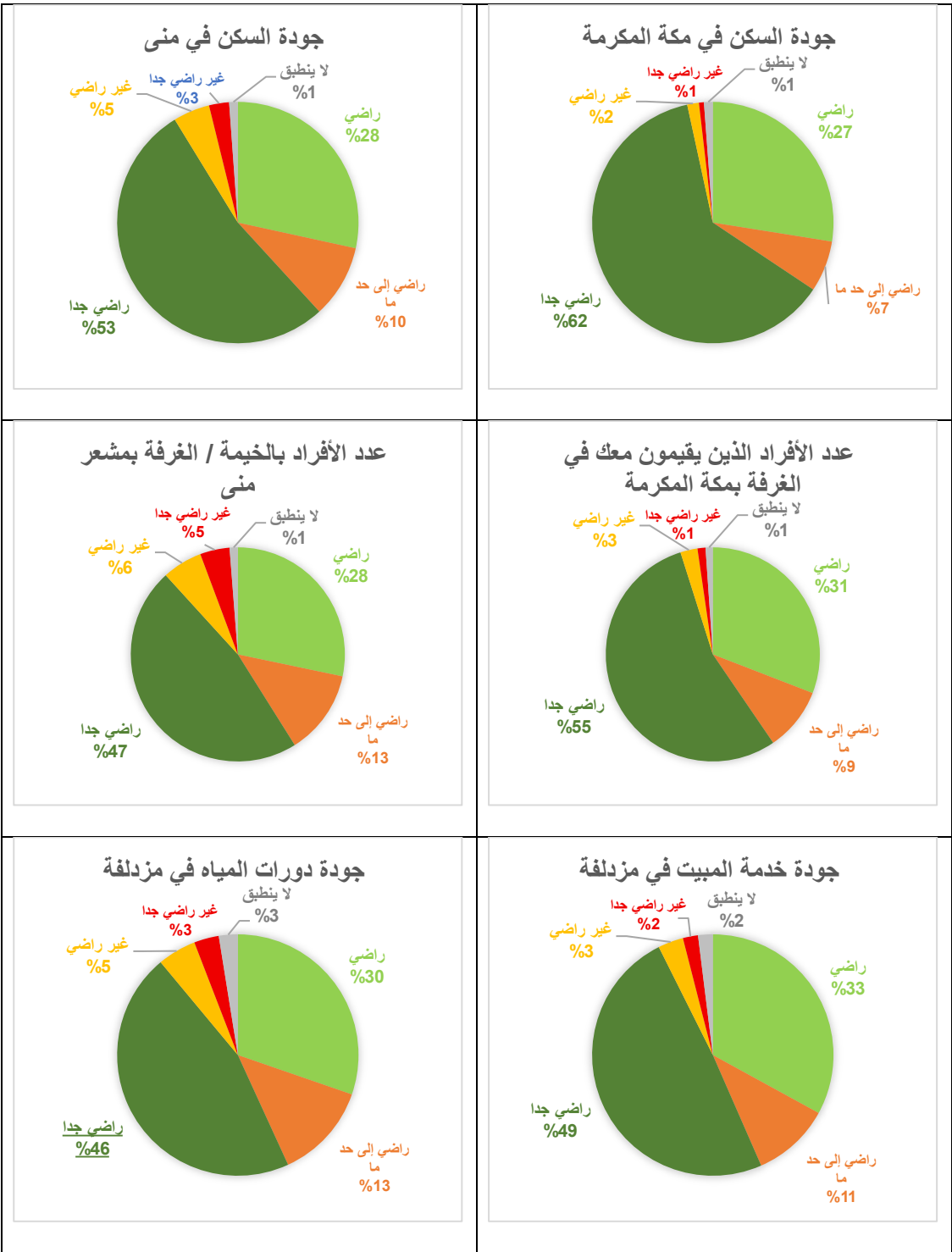
- يُلاحظ أن عدداً من المؤشرات الواقعة ضمن أدنى مستويات الرضا ترتبط مباشرة بالخدمات المقدمة في المشاعر المقدسة، ولا سيما في منى ومزدلفة، وتشمل جودة دورات المياه في منى ومزدلفة وعرفات، وعدد الأفراد في الخيمة بمشعر منى، وجودة السكن في منى، بالإضافة إلى الوقت المستغرق في التنقل بالحافلة بين عرفات ومزدلفة. وتشير هذه النتائج إلى أن خدمات المشاعر المقدسة، وخاصة ما يتعلق بالبنية التحتية الصحية والإسكان والنقل بين المشاعر، تمثل المجال الأكثر احتياجاً للتحسين مقارنة بالخدمات المقدمة في مكة المكرمة والمسجد الحرام، والتي حققت مستويات رضا مرتفعة بشكل عام.

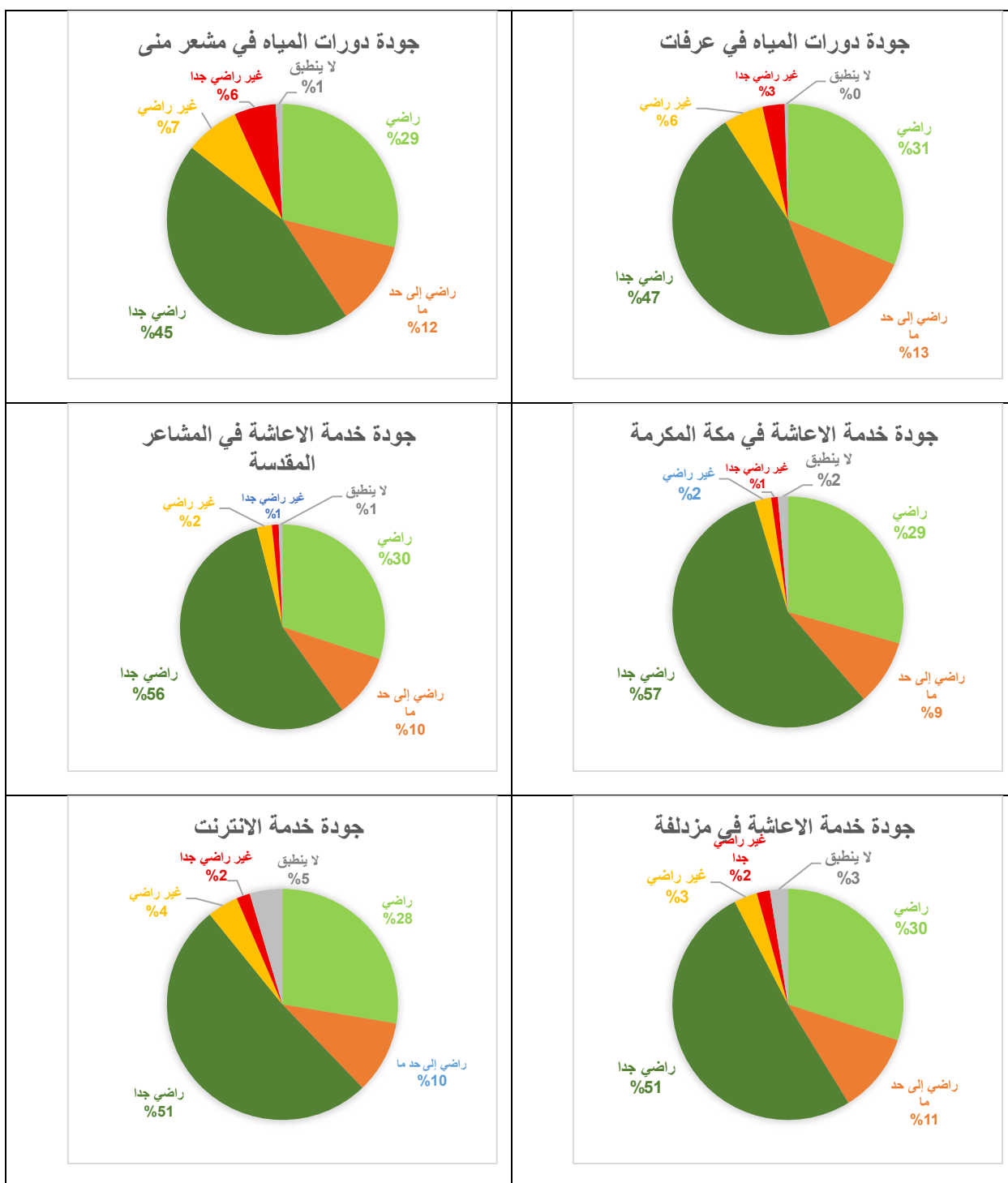
الرسومات البيانية لتفاصيل تحليل نتائج أسئلة الدراسة

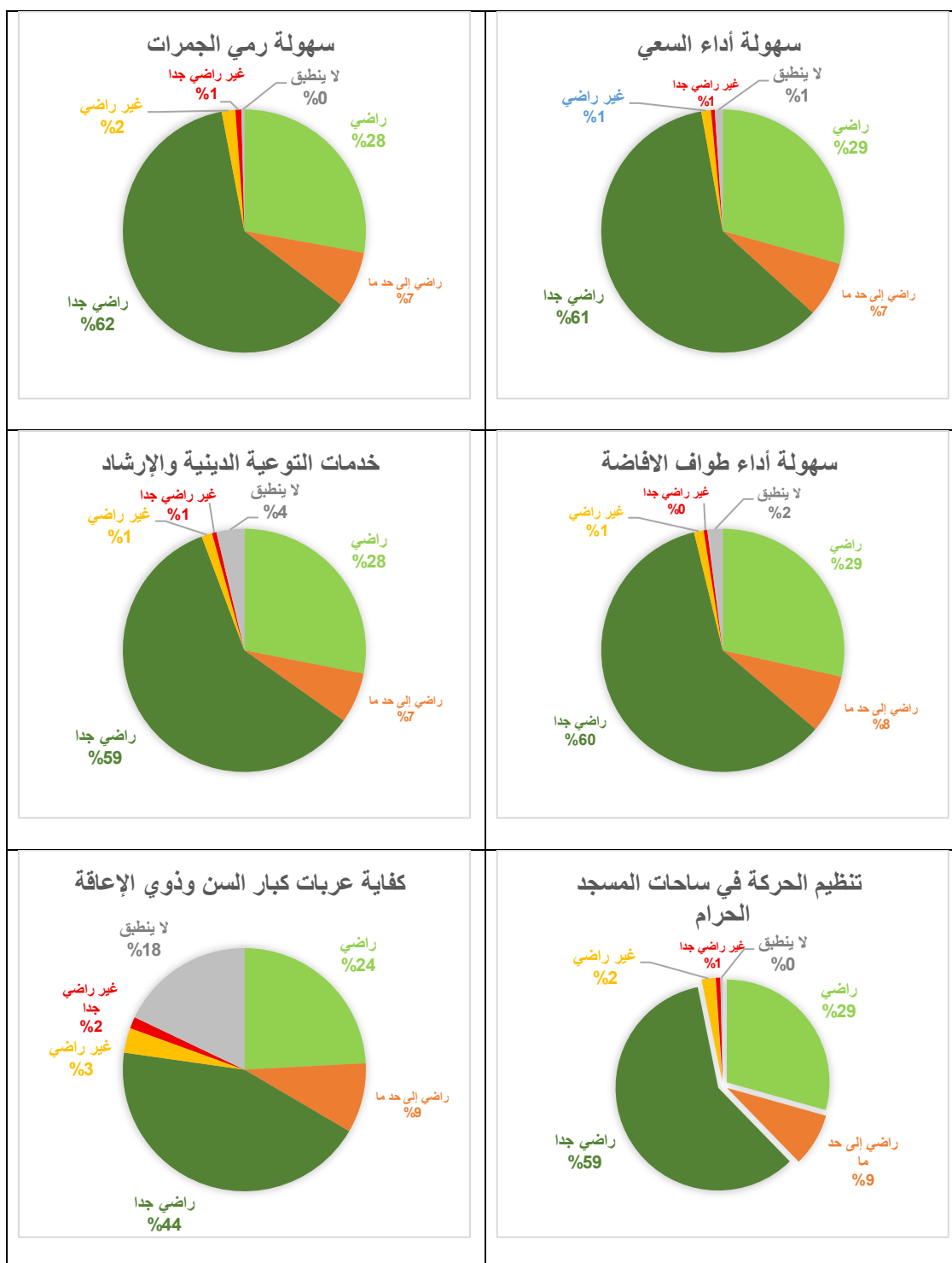
إجمالي الردود لكل مؤشر: 19,623

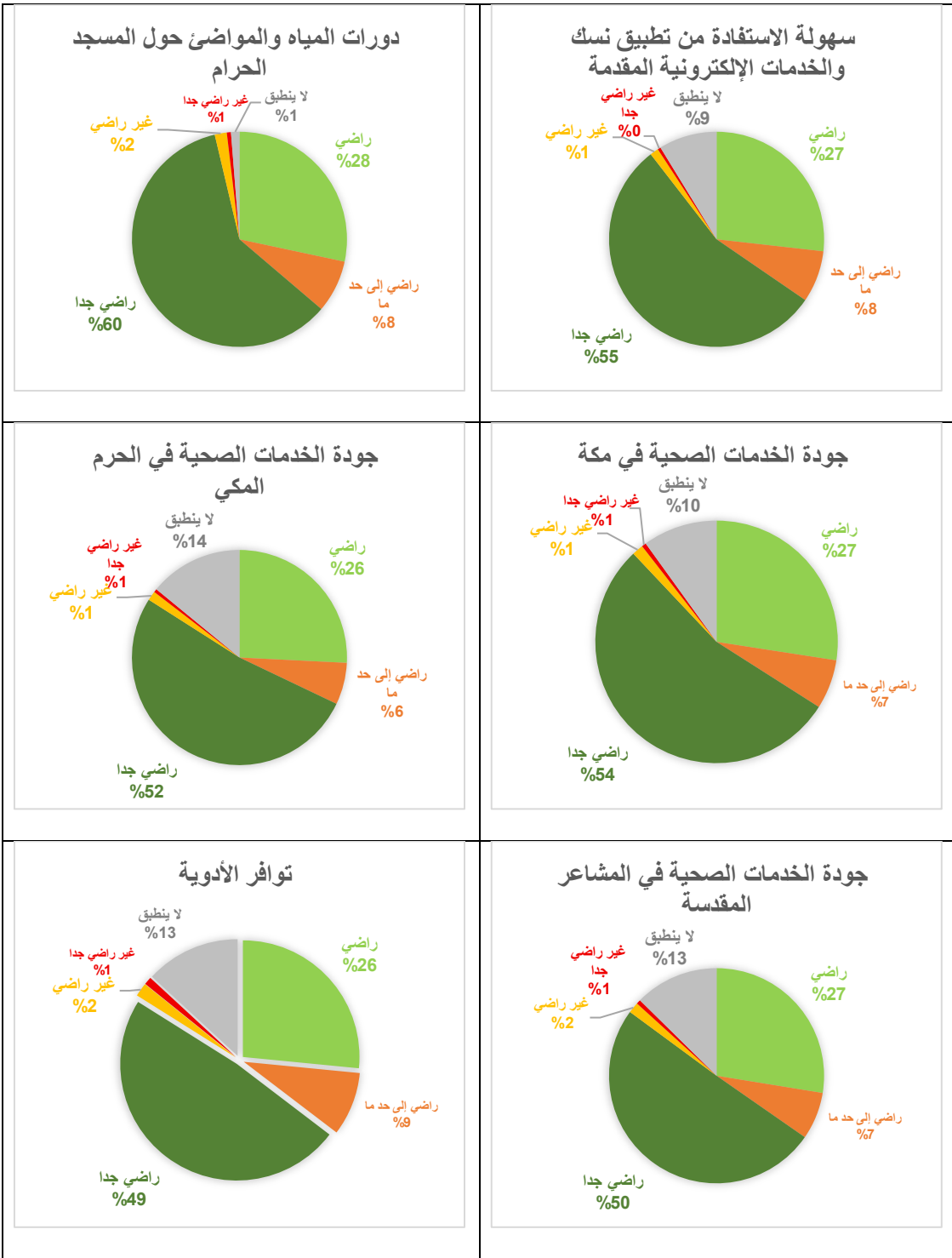
عدد المؤشرات: 49

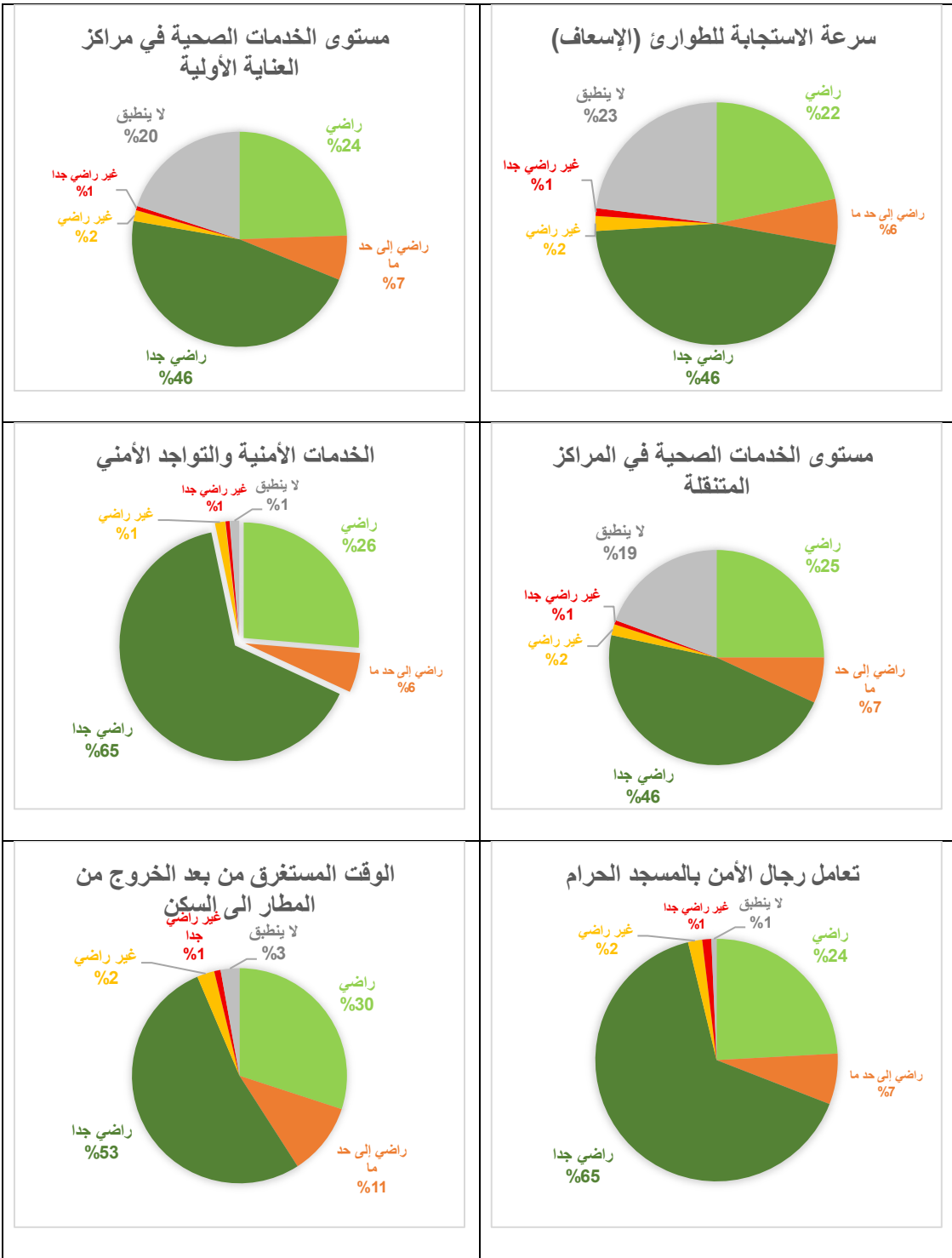




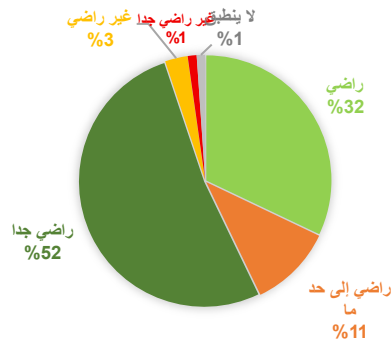




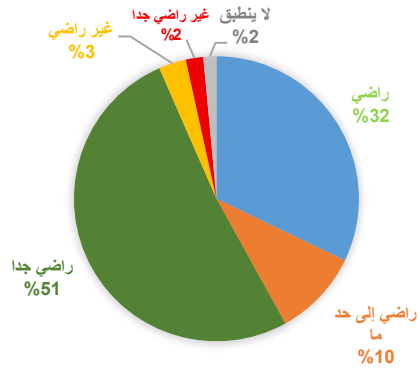




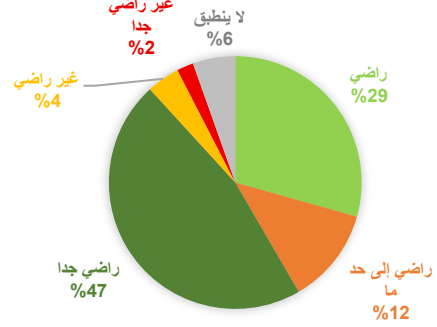
سهولة الحركة المرورية في المنطقة المركزية



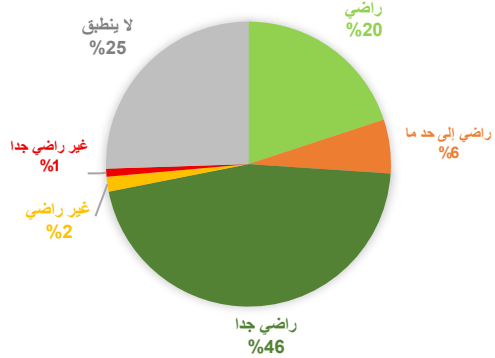
وسيلة النقل من عرفات إلى مزدلفة



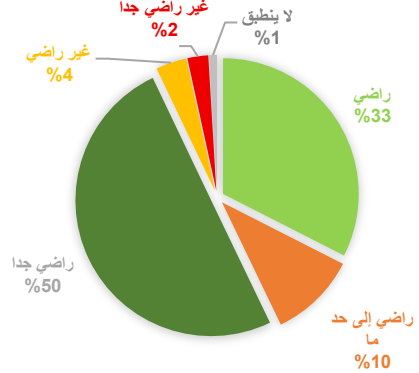
وقت البقاء في الباص من عرفات إلى مزدلفة



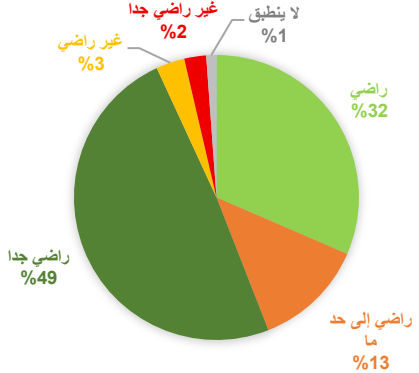
خدمة قطار المشاعر

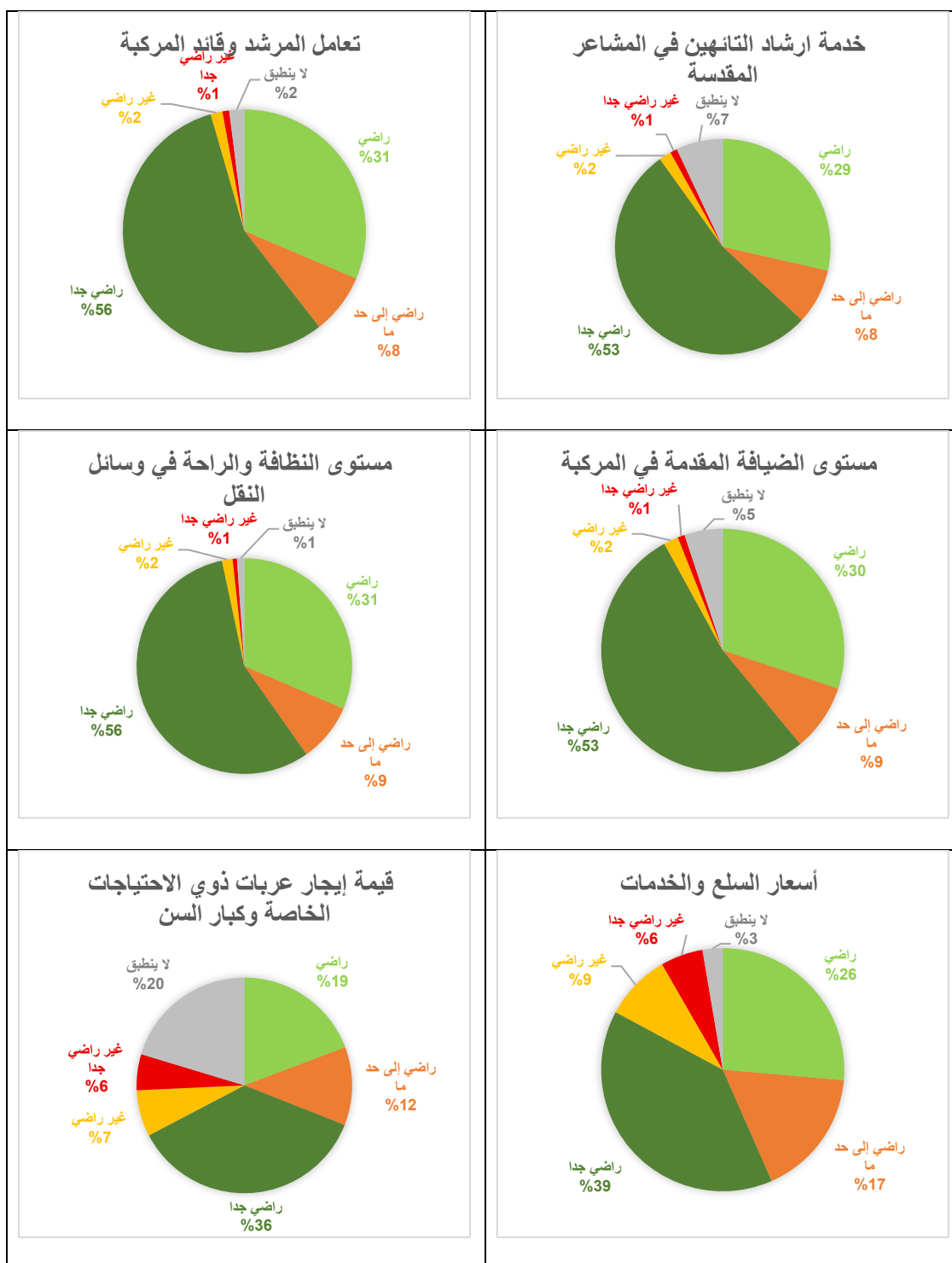


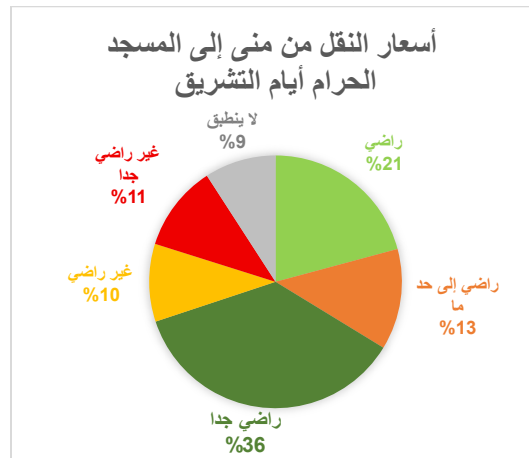
سهولة الوصول من عرفات إلى مزدلفة



سهولة الوصول من مزدلفة إلى منى







التحليل الكيفي لأسباب الرضا وعدم الرضا عن الخدمات المقدمة للحجاج خلال موسم حج

1447هـ

يعتبر التحليل الكيفي للبيانات أحد أهم أنواع عمليات التحليل في البحث العلمي وهو يختلف عن التحليل الكمي لأنه يختص بالبحوث الكيفية الميدانية التي تحصل على بياناتها من التواصل المفتوح والمحادثات المباشرة مع الحجاج، لذلك تسمح عملية التحليل الكيفي للبيانات بمزيد من التعمق والتحقيق والحصول على البيانات استناداً إلى استجاباتهم التي توضح الأسباب وراء رضائهم أو عدم رضائهم، حيث يجيب التحليل الكيفي عن سؤال لماذا الحاج راضٍ؟، ولماذا غير راضٍ؟

والبيانات الكيفية هي معلومات لا يمكن عدّها أو قياسها أو التعبير عنها بسهولة في صورة رقمية، وتتمثل مصادرها في: النصوص والصور والاصوات ومحاضر المقابلات والملاحظات، والتسجيلات المرئية، والمسموعة، وغيرها. وفي هذا الجزء يتم تحليل البيانات الكيفية من خلال تحليل استجابات الحجاج للأسئلة الكيفية (اللفظية) التي وردت في استمارة البحث الكمي.

المنهجية العلمية للتحليل الكيفي لرضاء الحجاج

تتم عملية التحليل الكيفي للبيانات من خلال المراحل التالية:

- (1) إعداد البيانات للتحليل.
- (2) تحليل البيانات الكيفية بالبحث.
- (3) إعداد البيانات وتحليل البيانات الأساسية.
- (4) إجراء عمليات التحليل الكيفي للبيانات

أولاً: إعداد البيانات للتحليل:

هي المرحلة الأولى في عملية التحليل، حيث يكون الهدف في هذه المرحلة تحويل البيانات الخام إلى شيء ذي مغزى ومقروء، وتقوم هذه المرحلة على ثلاث خطوات وهي:

1. **التحقق من صحة البيانات:** ولقد تم ذلك من خلال:

- إجراء المقابلات فعلياً مع المبحوثين وفق معايير البحث
- فحص المبحوثين والتأكد انهم من حجاج موسم 1447 هـ المستهدفين من الدراسة.
- التأكد أن الباحث القائم بالمقابلة قد طرح على المبحوث جميع الأسئلة بدلاً من مجرد عدد قليل منها.

2. تحرير البيانات (تنظيف البيانات):

(1) تم في هذه الخطوة التأكد من تعبئة حقول البيانات المطلوبة بشكل صحيح ولم يتم تخطي أي منها عن طريق الخطأ.

(2) التحقق من القيم المتطرفة.

3. تجميع قيم البيانات:

وهي تشير إلى تجميع القيم وتعيينها للبيانات الناتجة من أدوات جمع البيانات.

ثانياً: تحليل البيانات الكيفية بالبحث:

(1) يمكن وصف التحليل الكيفي للبيانات بأنه استنتاجي: حيث بدأ الباحث بسؤال (لماذا؟) ويدرس البيانات بشكل ذاتي في سياق السؤال، بمعنى لماذا الحجاج راضين؟ ولماذا غير راضين؟

ثالثاً: إعداد البيانات وتحليل البيانات الأساسية:

التحليل والإعداد بحدوث بالتوازي وتضمن الخطوات التالية:

- (1) التعرف على البيانات: فمعظم البيانات كيفية عبارة عن كلمات حيث قام الباحث بالبداة بقراءتها عدة مرات للتعرف عليها والبداة من الملاحظات العامة أو الأنماط الأساسية.
- (2) إعادة النظر في أهداف البحث: في هذه الخطوة تم تحديد الأسئلة التي يمكن الإجابة عليها من خلال البيانات المجمعة.

- (3) تطوير إطار عمل والتي تعرف أيضاً بمرحلة الترميز أو الفهرسة: وفيها حدد الباحث الأفكار، أو المفاهيم، أو السلوكيات، أو العبارات العريضة وعين الرموز لها.
- (4) تحديد الأنماط والروابط والموضوعات فبمجرد ترميز البيانات تم تحديد الموضوعات الكبرى، والبحث عن الردود الأكثر شيوعاً على الأسئلة، وتحديد البيانات التي يمكن من خلالها الإجابة على أسئلة البحث.

رابعاً: إجراء عمليات التحليل الكيفي للبيانات:

1- تطوير وتطبيق المدونات:

يمكن تفسير الترميز على أنه تصنيف للبيانات، ويمكن أن يكون الرمز كلمة أو عبارة قصيرة تمثل سمة أو فكرة، ويوجد ثلاثة أنواع من الترميز:

- الترميز المفتوح وهو التنظيم الأولي للبيانات الخام في محاولة لفهمها.
 - الترميز المحوري من خلال الربط بين فئات الرموز.
 - الترميز الانتقائي من خلال صياغة القصة عن طريقة ربط الفئات.
- وقد تم ذلك الترميز يدوياً لاحتواء كل عبارة وكلمة على أكثر من مجال ومحور من محاور الرضا وعدم الرضا.

2- تحديد الموضوعات والأنماط والعلاقات:

- (1) تكرار الكلمات والعبارات.
- (2) مسح البيانات الأولية للكلمات والعبارة الأكثر استخداماً.
- (3) مسح الكلمات والعبارات المستخدمة مع العواطف غير العادية.
- (4) البحث عن المعلومات المفقودة.

3- تلخيص البيانات الكيفية:

في هذه المرحلة الأخيرة تم ربط نتائج التحليل مع الهدف البحثي، والمتمثل في معرفة أسباب رضا أو عدم رضا المبحوثين عن الخدمات المقدمة لهم وتقديم تفسير علمي للبيانات الكمية المتعلقة بنسب الرضا.

تحليل الاستجابات

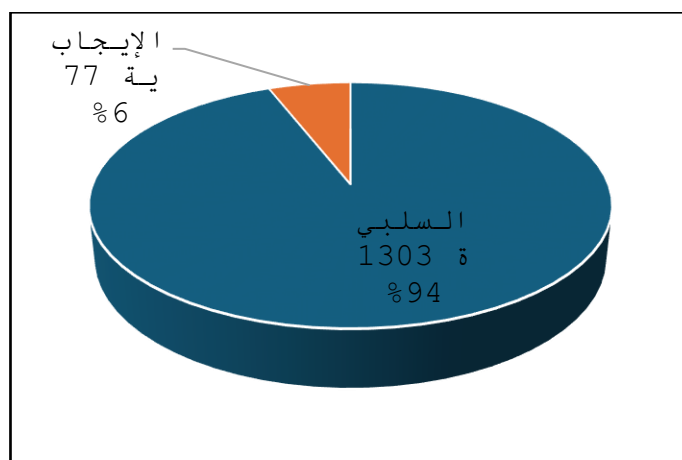
مثلت استجابات الحاج في قياس الرضا على (1380) استجابة كيفية، تم ترميز بياناتها ترميزاً مفتوحاً، ثم ترميزاً محورياً للربط بين فئات الرموز، والعلاقات وأنماطها:

- البيئة.
- السكن والإعاشة.
- تيسير المناسك.
- الرعاية الصحية.
- الأمن.
- النقل والتنقل.

(1) السلع والخدمات.

(2) ملاحظات إدارية وتشغيلية

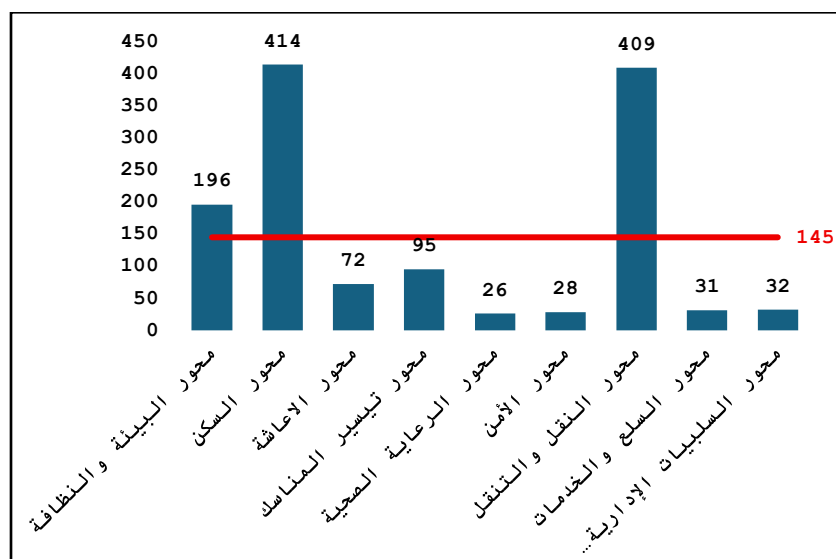
وتنوعت الاستجابات بين استجابات سلبية (تعبير عن عدم رضا الحاج) وأخرى إيجابية (تعبير عن رضا الحاج).



تحليل استجابات الرضا وفقاً للمحاور

عدد الاستجابات الايجابية	المحور
196	محور البيئة والنظافة
414	محور السكن
72	محور الاعاشة
95	محور تيسير المناسك
26	محور الرعاية الصحية
28	محور الأمن
409	محور النقل والتنقل
31	محور السلع والخدمات
32	محور السلبيات الإدارية والتشغيلية
77	الشكر العام والثناء على الجهود
1380	الإجمالي

الاستجابات السلبية التي تعبر عن عدم الرضا (1303) استجابة



أسباب عدم الرضا في المحور البيئي:

المحور الفرعي	عدد التكرارات	الوصف
نظافة دورات المياه	74	عدم نظافة الحمامات في المشاعر (منى، عرفات، مزدلفة، الحرم)، نقص الصيانة، انعدام المناديل والصابون، ازدحام وسوء الحالة
النظافة العامة للمشاعر والمخيمات	28	تراكم النفايات، قلة الحاويات، عدم نظافة الشوارع والمخيمات، ضعف النظافة العامة
التكييف داخل المخيمات في المشاعر	27	ضعف أو تعطل التكييف، سوء توزيع البرودة، ارتفاع الحرارة داخل الخيام
نظافة المخيمات والسكن	18	مخيمات غير نظيفة، غياب التنظيف المستمر، اعتماد الحجاج على أنفسهم في التنظيف
التهوية وتدفق الهواء	11	ضعف التهوية، نقص فتحات الهواء، اختناق داخل بعض الأماكن
المياه والمستلزمات الصحية	10	نقص الماء، غياب المناديل، عدم وجود سلات نفايات، نقص أدوات النظافة
الراحة الحرارية والتظليل	8	حرارة عالية، نقص التظليل، ضعف التبريد في الطرق والممرات
خدمات النظافة المساندة (غسيل/صيانة)	4	ضعف خدمات الغسيل والصيانة والنظافة التشغيلية
تنظيم وتوعية مرتبطة بالنظافة	10	ضعف التوعية بالنظافة، ضعف الرقابة والتنظيم، تأثير التنظيم على النظافة
ملاحظات إيجابية/محايدة	6	إشادة أو تقييم متوسط لبعض الخدمات أو تحسن محدود
	196	

أسباب عدم الرضا في محور السكن:

المحور الفرعي	عدد التكرارات	الوصف
دورات المياه – نقص العدد	190	عدم كفاية الحمامات في منى/عرفة/مزدلفة طوابير طويلة / طول فترة الانتظار أمام الحمامات وصعوبة الاستخدام
دورات المياه – النظافة والصيانة	41	سوء نظافة/تصريف/إهمال
دورات المياه – التصميم والخصوصية	19	فصل رجال/نساء أو مشاكل كشف
دورات المياه – دمج الاستحمام	14	عدم فصل الدش عن الحمام
كبار السن وذوي الإعاقة	22	صعوبة الاستخدام أو عدم الملاءمة
المخيمات – الازدحام	39	اكتظاظ شديد في منى وعرفة
السكن – ضيق الأسرة والغرف	27	غرف صغيرة وأسرّة غير كافية
الخدمات العامة – ضعف التنظيم	17	خدمات غير كافية أو سيئة الإدارة
بُعد السكن عن مناطق أداء النسك	11	بُعد أو صعوبة الوصول للجمرات/الحرم
الإنترنت والكهرباء	6	ضعف الإنترنت والشحن
العبادة – المساحة	8	نقص أماكن الصلاة
متفرقات أخرى	20	شكاوى فردية
	414	

أسباب عدم الرضا في محور الإعاشة:

المحور الفرعي	عدد التكرارات	الوصف
جودة الطعام	14	طعام سيئ / غير جيد / غير قابل للأكل / ضعف الجودة
ضعف الطعم	6	نقص ملح / بهارات / طعم غير مناسب
قلة التنوع	7	تكرار نفس الوجبات (رز، دجاج، معجنات)
إسراف وهدر الطعام	9	تبذير، رمي الطعام، كميات زائدة
تنظيم الإعاشة	7	فوضى توزيع / تأخر الوجبات / سوء تنظيم
نظام البوفيه	2	رفض أو اقتراح إلغائه
ملاءمة ثقافية	5	الطعام لا يناسب جنسيات الحجاج
نقص الإعاشة	4	نقص وجبات أو انقطاعها
مشاكل مياه الشرب	4	عدم توفر ماء شرب / زمزم / نقل المياه
تحسينات مقترحة	7	توفير طبّاخين من جنسيات الحجاج / شورية / تطوير الطبخ
شكاوى عامة	5	“الإعاشة غير جيدة” بدون تفاصيل
مشاكل صحية	2	عدم ملاءمة لمرضى السكر وكبار السن
	72	

أسباب عدم الرضا في محور تيسير المناسك:

المحور الفرعي	عدد التكرارات	الوصف
التنظيم والحركة داخل الحرم والمداخل والحواجز	20	صعوبة الحركة، كثرة الحواجز، إغلاق المصليات والساحات، عدم وضوح المسارات، مشاكل الدخول والخروج والتنظيم العام
خدمات كبار السن والعربات والأسعار	13	ارتفاع أسعار العربات، نقص العربات، صعوبة الوصول لها، الحاجة لتوفيرها مجاناً أو بأسعار أقل، وتحسين خدمة كبار السن
الطواف والجمرات والازدحام وإدارة الشعائر	11	ازدحام شديد في الطواف والسعي والجمرات، صعوبة الوصول للحجر الأسود، وتنظيم رمي الجمرات والمبيت والتنقل بين المشاعر
التوعية والإرشاد الديني والثقافي	18	ضعف التوعية، قلة المرشدين، ضعف التوجيه داخل الحملات، اختلاف تطبيق المناسك، والحاجة لرفع الوعي الديني
التقنية والتطبيقات (نسك والخدمات الرقمية)	8	صعوبة استخدام تطبيق نسك لكبار السن، نقص بعض الخدمات، مشاكل الحجز، الخرائط، والربط بين الخدمات
الفصل بين الرجال والنساء والتنظيم الاجتماعي	5	طلب تنظيم أو فصل في بعض المواقع (الجمرات والطواف)، وملاحظات حول الاختلاط
الخدمات العامة والمرافق (دورات المياه، المصاحف، الظلال...)	10	بعد دورات المياه، نقص المصاحف، الحاجة لمظلات، تحسين البيئة في الحرم والمشاعر
سلوك الموظفين وجودة التعامل	4	ملاحظات على تعامل بعض الموظفين وضعف أسلوب الإرشاد أو عدم التعاون
سلوكيات وتنظيمات دينية/اجتماعية أخرى	2	ملاحظات حول سلوكيات دينية أو اجتماعية غير مناسبة داخل بعض المواقع
الخرائط والتنقل والمعلومات المكانية	4	الحاجة لخرائط أوضح، مسارات ملونة، وإرشاد أفضل لمنع التوهان
	95	

أسباب عدم الرضا في محور الرعاية الصحية:

المحور الفرعي	عدد التكرارات	الوصف
أسعار الأدوية وارتفاع التكلفة	7	شكاوى متكررة من ارتفاع أسعار الأدوية في الصيدليات والمشاعر، واعتبارها عبئاً على الحجاج وعدم توفرها مجاناً
توفر الأدوية والخدمات الصيدلانية	5	نقص الأدوية (حتى البسيطة مثل الباراسيتامول)، عدم توفر أدوية أو بدائل، والحاجة لتوفير شامل ومجاني
ضعف الخدمات الصحية والإسعافية	5	ضعف الرعاية الصحية، نقص الإسعاف خصوصاً في المشاعر (منى، الجمرات، عرفة)، وتأخر الاستجابة أو محدوديتها
الوصول للعلاج والتعامل في المستشفيات	3	رفض أو صعوبة إجراء الأشعة، أو تأخر/تعقيد الوصول للعلاج في بعض المستشفيات
تنظيم الطوارئ والخدمات الميدانية	3	الحاجة لوجود عيادات متنقلة أو قوالب/إسعاف داخل الحرم والمشاعر وتحسين الاستجابة في المواقع الميدانية
التوعية بالخدمات الصحية	1	ضعف معرفة الحجاج بوجود الخدمات الصحية داخل الحرم والمشاعر
خدمات خاصة أو حالات فردية	2	حالات متفرقة مثل الإعاقة، مشاكل العين، وإشارات لتجارب علاجية فردية
	26	

أسباب عدم الرضا في محور الامن:

المحور الفرعي	عدد التكرارات	الوصف
أسلوب التعامل وسلوك رجال الأمن (الزعيق/الاحترام/الإهانة)	9	شكاوى من رفع الصوت، سوء معاملة، الإهانة، قسوة التعامل، وعدم مراعاة الحجاج
اللغة والتواصل مع الحجاج	5	صعوبة التواصل بسبب اللغة، الحاجة لتعليم اللغات (خصوصاً الإنجليزية)، وضعف الفهم مع الحجاج الأجانب
تنظيم الحركة وإغلاق المسارات والبوابات	6	إغلاق بوابات المصليات، تغيير المسارات بشكل مفاجئ، إغلاق الحواجز بسرعة، والتسبب في مشي مسافات طويلة
التعامل مع كبار السن والراحة في الحرم	3	عدم مراعاة كبار السن، منع الجلوس أو الراحة، وعدم أخذ الحالة الصحية بالحسبان
توزيع وانتشار رجال الأمن	2	عدم التوازن في توزيع رجال الأمن بين المواقع، وقلة الدعم في بعض الأماكن
الإرشاد والتوجيه من رجال الأمن	2	ضعف التوجيه وعدم معرفة الطرق أو الإرشاد الصحيح للحجاج
التوتر وكثافة رجال الأمن	1	ملاحظة أن كثرة الشرطة في بعض الأماكن تزيد الازدحام
المجموع	28	

أسباب عدم الرضا في محور النقل والتنقل:

المحور الفرعي	عدد التكرارات	الوصف
ارتفاع أسعار النقل (سيارة أجرة/باص/عربات/قولف)	97	كل ما يتعلق بالغلاء، استغلال السائقين، تفاوت الأسعار، السيارة الأجرة والعربات
نقص وسائل النقل (حافلات/عربات/قولف/قطار)	63	عدم توفر الحافلات، القطار، عربات كبار السن، القولف
المشي الإجباري لمسافات طويلة	41	اضطرار الحجاج للمشي بسبب غياب النقل أو بعد نقاط النزول
الازدحام والتدافع	29	ازدحام الحافلات، القطار، مواقف النقل، التفويج
مشاكل تنظيم التفويج بين المشاعر	32	عرفات-مزلفة-منى: تأخير، ضياع، عدم وضوح الحركة
مشاكل قطار المشاعر (تأخير/ازدحام/كراسي)	22	ازدحام، قلة المقاعد، الانتظار الطويل، التنظيم
إغلاق الطرق وتأثيره على الحركة	19	طرق مغلقة، مسارات مغلقة، صعوبة الوصول
مشاكل السائقين (تاكسي/باص)	15	ضياع الطريق، سوء إدارة، عدم الالتزام، استغلال
ضعف مراعاة كبار السن وذوي الإعاقة	18	غياب مسارات خاصة، نقص العربات، صعوبة الحركة
تأخير وانتظار طويل	14	انتظار الباصات والقطار لساعات طويلة
مشاكل عربات الحرم والجمرات	13	غلاء، نقص، عدم توفر من يساعد، سوء التنظيم
ضعف الإرشاد والتنظيم الميداني	12	عدم وجود لوحات، عدم معرفة الطرق، ضعف التوجيه
مشاكل الانتقال بين المشاعر (منى-عرفات-مزلفة)	20	صعوبة الوصول بين المشاعر بشكل مباشر
مشاكل الوصول للمشاعر/الفنادق	8	البعد عن الفنادق أو نقاط النزول
ملاحظات تنظيمية وتحسينات مقترحة	6	اقتراحات تطوير النقل، القطار، فصل المسارات
	409	

أسباب عدم الرضا في محور السلع والخدمات:

المحور الفرعي	عدد التكرارات	الوصف
ارتفاع الأسعار بشكل عام	11	شكاوى عامة من غلاء الأسعار في السلع والخدمات بدون تحديد نوع معين
اختلاف العملة وتأثيره على الأسعار	3	ملاحظة أن اختلاف العملات يزيد الإحساس بارتفاع الأسعار
تفاوت الأسعار بين البائعين	2	نفس السلعة تُباع بأسعار مختلفة مع عدم وجود تنظيم سعري
استغلال وارتفاع أسعار سلع محددة (مثل دهن العود)	1	استغلال واضح في أسعار بعض السلع الفاخرة
ارتفاع أسعار السلع في مناطق محددة (المركزية/فنادق/منى)	4	ارتفاع الأسعار في المنطقة المركزية ومجمعات الفنادق ومنى
خداع أو سوء شفافية في التسعير	1	الإشارة إلى وجود خداع أو عدم وضوح في الأسعار
أسعار غير مناسبة أو سيئة بشكل عام	2	تعبيرات عامة مثل "الأسعار ليست جيدة" أو "غير مناسبة"
المطالبة بتخفيض أو تقليل الأسعار	3	مطالبات مباشرة بتقليل الأسعار أو النظر فيها
خدمات وأسواق محددة (مطاعم/محلات/سوبرماركت)	3	ذكر ارتفاع الأسعار في المطاعم والأسواق وسوبرماركت معين
ملاحظات سلوك التجار والخدمة	1	سوء تعامل بعض التجار في الاستبدال أو البيع
المجموع	31	

أسباب عدم الرضا في محور الإدارية وتشغيلية:

المحور الفرعي	عدد التكرارات	الوصف
ضعف أداء الحملات وعدم التعاون مع الحجاج	6	شكاوى من عدم تعاون الحملات، ضعف التنظيم، وغياب الدعم خصوصًا لكبار السن
ضعف الإرشاد والتوجيه (مرشدين/تائهين)	5	المرشدون لا يعرفون الطرق أو اللغات، وضياع الحجاج وعدم القدرة على إعادتهم لمواقعهم
مشاكل التنظيم داخل المشاعر (منى/مزدلفة/الجمرات)	5	تفويج غير منظم، ضغط أعداد، غياب مخيمات أو توزيع غير مناسب
سوء التواصل مع الحملات (عدم الرد/غياب قنوات التواصل)	3	عدم وجود واتساب أو إيميل أو استجابة من الشركات
مشاكل شركات الحج والعمرة (تقييم سلبي عام)	4	عدم مصداقية، سوء خدمات، عدم التزام بالعقود، وتقييم سلبي للشركات
ضعف الإرشاد متعدد اللغات	2	الحاجة لمرشدين يجيدون لغات الحجاج (خصوصًا الأجانب)
مشاكل الخدمات اللوجستية (امتعة/شرائح/إنترنت)	3	فقدان الأمتعة، مشاكل الشرائح، وضعف الاتصال
سوء سلوك بعض العاملين (عاملات/موزعين)	3	ملاحظات على تعامل قاسٍ أو غير مناسب لبعض العاملين
مشاكل تنظيم الباقات والخدمات حسب الدول	1	ملاحظة حول ارتفاع أسعار الباقات وقلة الخيارات لبعض الجنسيات
	32	

مجموعات التركيز البؤرية:

تعرف المجموعات البؤرية في موسوعة مناهج البحث الكيفي بأنها: شكل من أشكال المقابلات الكيفية، والتي يستخدمها الباحث الذي يدير مناقشة الجماعة لتوليد بيانات كيفية، والحصول على بيانات مهمة للبحث الذي يقوم به. والعنصر المميز لطريقة المجموعات البؤرية هو استخدام مناقشات المبحوثين (الذين يجرى عليهم البحث) كأسلوب من أساليب جمع البيانات.

وعرفت المجموعات البؤرية بكونها نوع من المقابلات الجماعية، والتي تركز بعمق حول فكرة رئيسية، أو موضوع ما مع عنصر التفاعل. وتتكون المجموعات البؤرية من مجموعة من الأفراد ذوي التجارب أو الخبرات الخاصة، أو المعرفة المتعلقة بموضوع البحث، أو أولئك الأفراد الذين لديهم اهتمام مشترك بموضوع البحث.

في مجموعات النقاش يتم جمع أشخاص من خلفيات أو خبرات متشابهة (مثل: الشابات، الشباب، ذوي الاحتياجات الخاصة، كبار السن.. إلخ) معًا لمناقشة موضوع معين متعلق بآرائهم حول الخدمات المقدمة لهم في موسم الحج.

مزايا مجموعات التركيز البؤرية

1. توفر معلومات محددة، ولكنها أكثر عمقًا
2. استكشاف مدلول نتائج الاستطلاعات التي لا يمكن تفسيرها من الناحية الإحصائية.
3. يمكن توليد أفكار مباشرة حول الموضوع بسرعة أكبر وبتكلفة أقل بوجه عام، مقارنةً بتوليدها عبر سلسلة من روايات الأفراد أو المسوح الاجتماعية الرسمية.
4. تتطلب عينات صغيرة مع إشراك الفئات المعنية التي تمثل وجهات نظر مختلفة والحصول على نظرة أعمق بشأن اهتماماتهم واحتياجاتهم
5. أداة مناسبة للتعامل مع الموضوعات والقضايا التي تشمل نطاق واسع من وجهات النظر والمصالح، كما هو الحال غالبًا في إدارة خدمات الحج.
6. يمكنك جمع آراء عدة أشخاص في جلسة واحدة كما يمكن أن ينتج عن التفاعل بين المشاركين في المجموعة توصيف أكثر دقة وفهم أعمق للقضية محل الدراسة مثل رضائهم / عدم رضائهم عن الخدمات في الحج.

الاجراءات المنهجية للعمل مع المجموعات البؤرية

تحديد الهدف	تفسير نتائج التحليل الكمي حول رضا الحجاج وعدم رضائهم عن الخدمات المقدمة إليهم خلال موسم حج 1447هـ
تقييم الموارد	الاعتماد على المورد البشري المتخصص والمدرّب من أعضاء هيئة التدريس بقسم البحوث الإدارية والإنسانية بالمعهد
تحديد طريقة العمل وإجراءاته	تمثلت طريقة العمل في إجراء مجموعات التركيز البؤرية من الحجاج في الفنادق التي يسكنون فيها بمكة المكرمة بعد انتهاء أيام التشريق ليكونوا قد استخدموا كافة الخدمات محل الدراسة
كتابة دليل المنسق	تم تصميم دليل احتوي على (8) محاور.
اختيار المشاركين في مجموعة النقاش	وقع الاختيار على حجاج جنسيات: مصر - نيجيريا - تركيا - باكستان - بوركينافاسو
الخدمات اللوجستية لمجموعة النقاش	تمت مخاطبة الشركات والحملات والبعثات المسؤولة عن تلك الجنسيات لتسهيل مهمة الباحثين، وتوفير أماكن داخل الفنادق لإجراء مجموعات التركيز فيها مع توفير مترجم. وإصدار التصاريح اللازمة لذلك
تنسيق عمل مجموعة النقاش	تحدد دور كل باحث من الباحثين خلال عقد جلسة العمل مع المجموعات من حيث إدارة النقاش والتدوين للملاحظات والحوارات
تحليل مجموعة النقاش	تم تحليل الحوارات والتفاعلات التي تمت اثناء الجلسات وفقاً للمحاور: البيئة - السكن - الاغاشة - تيسير المناسك - الرعاية الصحية - الأمن - النقل والتنقل - السلع والخدمات
تفسير نتائج مجموعة النقاش	قام التفسير على أساس تحديد أسباب الرضا وعدمه، ومقترحات التطوير التي طالب بها الحجاج أثناء الجلسات.

النتائج العامة لتحليل بيانات مجموعات التركيز البؤرية

الإيجابيات:

1. نالت جودة السكن في مكة المكرمة رضا الحجاج من نيجيريا وتركيا ومصر وباكستان
2. حازت كثافة الحجاج في الغرف بسكن مكة على رضا الحجاج
3. جودة خدمة الاغاشة في مكة المكرمة

4. حازت بطاقة نسك وتطبيقها واستخدامها على رضا كافة المجموعات
5. جودة الهواء بالسكن في مكة من جانب حجاج مصر وباكستان وتركيا وبوركينا فاسو
6. استحسان الحجاج لاستخدام القطار من حيث كفاءة التنظيم والتشغيل والسرعة.
7. ارتفاع مستوى النظافة في مكة المكرمة والحرم المكي.
8. أشادت مجموعة حجاج تركيا بالحافلات ومستوى نظافتها وتعامل المنظمين عليها خلال تنقلهم في المشاعر.
9. سيادة الشعور بالأمن والأمان والتواجد الدائم لرجال الشرطة ومساعدتهم لضيوف الرحمن
10. سرعة استجابة منظومة الشكاوى التابعة لوزارة الحج والعمرة

السلبيات:

1. عانى الحجاج من صعوبة حجوزات الروضة الشريفة وبخاصة حجاج بوركينا فاسو في تزامن حجوزات الروضة مع مواعيد الصلاة وعندما يخفقوا في الدخول يحتاج حجز آخر ويكون ذلك بعد (365) يوم. مما اضطرهم إلى اللجوء إلى - السوق السوداء - لشراء الحجوزات بمبلغ (50) ريال ممن قاموا بالحجز من قبل ليتمكنوا من الدخول للروضة قبل مغادرتهم المملكة، فضلاً عن عدم قدرتهم على التعامل مع الأجهزة الذكية.
2. سوء معاملة المنظمين داخل الحرم للحجاج وبخاصة من الجنسيات التي لا تجيد اللغة العربية، عندما منعوهم من الجلوس في الساحات بطريقة غير لائقة وهم كبار السن يحتاجون إلى استراحة لاستكمال السير.
3. تعرض الحجاج لمشكلات في التسكين وبخاصة في تبديل الفنادق التي تم الاتفاق عليها نتيجة لعدم التزام الشركات بالتعاقدات، حيث تم الاتفاق على فنادق قريبة من الحرم أو في نطاقه، ولكن الواقع كان على عكس ذلك وتم تبديل الفنادق أكثر من مرة لمسافات أبعد بكثير عن المتفق عليها، مما اضطرهم لاستخدام وسائل مواصلات وتنقلات لم تكن في الحسبان للوصول إلى المنطقة المركزية، وتلك المشكلة صادفت غالبية الحجاج من مختلف الجنسيات في المدينة المنورة ومكة المكرمة.
4. المبالغة في أسعار سيارات الأجرة أثناء التنقل داخل مكة المكرمة حيث بلغت ما قيمته (1000) ريال لتنقل الحجاج من إشارة المحسني بجوار المسجد القطري حتى إشارة الجامعة الجنوبية للفرد الواحد يوم 12 الحجة، وتكررت تلك الشكاوى من حجاج تركيا، ومصر، وباكستان، وبوركينا فاسو.
5. تكررت شكاوى الحجاج من قلة كميات الطعام المقدمة في مني وعرفات ومزدلفة بعبارتهم (قليله للغاية وقليلة جداً)، فضلاً عن مواعيد تقديم الوجبات حيث كان طعام الإفطار يقدم لهم بعد صلاة الظهر، ونوعيته غير جيدة.
6. من أهم أسباب عدم رضا الحجاج عن المبيت في مزدلفة هو زيادة أعداد الحجاج وضيق المساحات المخصصة لهم، لدرجة أنهم كانوا لا يستطيعون حتى الجلوس وظلوا وقوفاً طول فترة تواجدهم في مشعر مزدلفة، بالإضافة إلى إغلاق السياج الحديدي عليهم مما عرضهم للسير مساحات كبيرة جداً للدخول أو الخروج أو المرور من السياج الحديدي.

7. عدم كفاية حمامات مني وبخاصة للحجاج من افريقيا غير العربية حيث كانت دورات المياه قليلة بالنسبة لأعدادهم مما أدى لطول فترات الانتظار أمام دورات المياه وبخاصة لكبار السن الذين عانوا جدا من ذلك.
8. سادت شكاوى من جميع مجموعات الجنسيات المختلفة من ارتفاع كثافة المخيمات بمني فضلا عن سوء التهوية وذلك يفسر افتراش الكثير من الحجاج وبخاصة حجاج نيجيريا ومصر وباكستان خارج المخيمات لسوء التهوية والتكدس.
9. مبالغة أصحاب البقالة في أسعار السلع وسوء تعاملهم مع بعض الجنسيات (التركية) بمنطقة العزيزية. فعندما يراجعهم الحجاج وبخاصة الاثراك أو يطلبوا منهم الاعتدال في السعر يتعرضوا للطرد إلى خارج المحل.
10. تأخر الحافلات في التفويج من عرفات إلى مني ومن مني إلى مزدلفة.
11. عدم توفر حافلات لنقل الحجاج من الفنادق إلى الحرم أدى إلى لجوئهم إلى استخدام سيارات الأجرة للتنقل من وإلى الحرم
12. كثرة الاغلاقات في الطرق والشوارع بمني ومزدلفة بالإضافة إلى ضيقها أثر سلبيا على تنقلات الحجاج.
13. رفض الحافلات التوجه من عرفات إلى مزدلفة وإصرار السائقين على العودة إلى مني بالحجاج، بحجة وجود مشكلة في المصقات الموجودة على الحافلات مما اضطر الحجاج للسير على الاقدام مسافات طويلة جدا والدخول إلى مزدلفة (من فتحة سلك) للمبيت بها.
14. عدم وجود طبيب مرافق في بعض البعثات مما استدعي إلى نقل بعض المرضى باستخدام سيارات الأجرة للعيادات الطبية، وعند الوصول إليها تبين عدم توفر الأدوية اللازمة للحالات.
15. نتيجة لعدم توافر مياه الشرب في بعض الفنادق انخفضت نسبة رضا الحجاج وبسؤال المسؤولين في الفنادق أثناء إجراء الدراسة أفادوا بعدم مسؤوليتهم عن ذلك وان توفير مياه الشرب مسؤولية الشركات.
16. عدم توفر المياه في دورات المياه بالفنادق نتيجة لتأخر وصول وايتات المياه للفنادق، وانتظار الحجاج لوصول الوايتات ليقوموا باستخدام دورات المياه في الوضوء أو قضاء الحاجة.
17. المبالغة في أسعار السلع والخدمات بالمنطقة المركزية وبخاصة البقالات والهدايا وتأجير عربات كبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة
18. غياب عمال النظافة في مخيمات عرفات ومزدلفة.
19. تكدس الحجاج في أبراج كدانة فضلاً عن عدم كفاية أعداد الحمامات ومياه الشرب
20. عدم تنظيم الانتقال من المدينة المنورة إلى مكة المكرمة حيث عانى الحجاج من الجنسية المصرية (80 حاج وحاجة) بأنهم اجبروا على مغادرة الفندق وتركتهم الشركة يوم كامل لحين تدبير وسيلة نقلهم إلى مكة المكرمة مع وعد الشركة بتدبير فندق آخر لهم وهذا لم يحدث.
21. انقطاع التواصل بين الحجاج والشركات وعدم وجود ردود على استئلتهم من مسؤولي الشركات.
22. وقوع بعض مواقع المخيمات داخل مزدلفة وخارج حدود مني.

مقترحات وتوصيات

محور السكن

1. تقليل كثافة الحجاج بالمخيمات وأماكن النوم.
2. زيادة أعداد دورات المياه بما يتناسب وأعداد الحجاج بكل مخيم في المشاعر المقدسة.
3. مراجعة وصيانة المرافق بصفة دورية بالمشاعر المقدسة.
4. صيانة مساكن الحجاج قبل موسم الحج بوقت كافٍ لأنها تكون مغلقة فترة طويلة وتظهر مشاكلها عند التشغيل.
5. التنسيق مع الجهات المختصة لدراسة آلية أكثر مرونة لحجوزات الروضة الشريفة للحجاج القادمين خلال موسم الحج، بما يراعي تعارض بعض المواعيد مع أوقات الصلاة، وإتاحة فرص بديلة لإعادة الحجز في حال تعذر الدخول في الموعد المحدد، خاصة للحجاج الذين ستنتهي مدة إقامتهم قريباً. كما يُوصى بتعزيز خدمات الدعم الميداني للحجاج غير المتمكنين من استخدام الأجهزة الذكية، وتكثيف الرقابة على الممارسات غير النظامية المتعلقة ببيع الحجوزات، بما يسهم في الحد من اللجوء إلى السوق غير النظامية وضمان عدالة الاستفادة من خدمات زيارة الروضة الشريفة.
6. توفير آليات تواصل متعددة اللغات وإيجاد مساحات أو إجراءات مناسبة تُمكن الحجاج من أخذ فترات راحة عند الحاجة دون الإخلال بالتنظيم، بما يسهم في تحسين تجربتهم وتعزيز رضاهم عن الخدمات المقدمة.
7. التنسيق مع الجهات المعنية لمراجعة خطط توزيع الحجاج في مشعر مزدلفة بما يحقق التوازن بين أعداد الحجاج والمساحات المخصصة لهم، ويضمن توفير الحد الأدنى من المساحة اللازمة للراحة وأداء النسك ببسر. كما يُوصى بدراسة مسارات الدخول والخروج وإدارة الحواجز التنظيمية بما يسهم في تسهيل حركة الحجاج وتقليل مسافات التنقل داخل المشعر، مع مراعاة متطلبات السلامة وإدارة الحشود، بما يعزز مستوى الراحة والرضا لدى الحجاج أثناء المبيت بمزدلفة.

محور الإعاشة

1. التأكد من مطابقة العقود المبرمة مع الحجاج مع ما يقدم من خدمات وبخاصة الإعاشة.
 2. تقديم الوجبات في مواعيدها وعدم تأخيرها على الحجاج.
 3. تقديم وجبات فطار وعشاء للحجاج وفقاً لبنود العقد وعدم الاقتصار على الغذاء فقط.
- ### محور الرعاية الصحية

1. توفير الأدوية بالعيادات الطبية
2. تخصيص أماكن قريبة للعلاج في الحرم المكي الشريف.

محور النقل والتنقل

1. التأكد من دقة وملئمة الملصقات على الحافلات ومطابقتها للمواقع التي تتحرك فيها تفادياً لاعتراضها في نقاط التفتيش

2. العمل على تقليص وقت الانتظار في الحافلات من عرفات إلى مزدلفة.
 3. توفير وسائل مواصلات مجانية أو بأسعار رمزية لنقل الحجاج من منى إلى الحرم.
 4. الحد من الاغلاقات التي تعوق حركة السير بالمشاعر المقدسة والحرم والطرق المؤدية إليه.
 5. التأكد من وجود مرشد مرافق للحافلات للحد من ظاهرة تيه الحافلات بمنطقة المشاعر.
- محور السلع والخدمات

1. تكثيف الجولات الرقابية على المنشآت التجارية في منطقة العزيزية للتحقق من الالتزام بالأسعار النظامية ومنع أي ممارسات استغلالية تجاه الحجاج، مع تعزيز قنوات استقبال البلاغات والشكاوى والتعامل معها بشكل فوري. كما يُوصى بتوعية العاملين في المحال التجارية بأهمية تقديم خدمة متساوية لجميع الحجاج بمختلف جنسياتهم وثقافتهم، والتأكيد على الالتزام بأخلاقيات التعامل واحترام المستفيدين، بما يسهم في تحسين تجربة الحجاج وتعزيز الصورة الإيجابية للخدمات المقدمة لهم.
2. العمل على الحد من استغلال سائقي الأجرة من خلال زيادة أعداد الحافلات المجانية للحرم.
3. إيجاد طريقة للحد من ارتفاع أسعار السلع خلال موسم الحج، لأن ذلك يؤثر سلباً على حركة الشراء

التوثيق المرئي













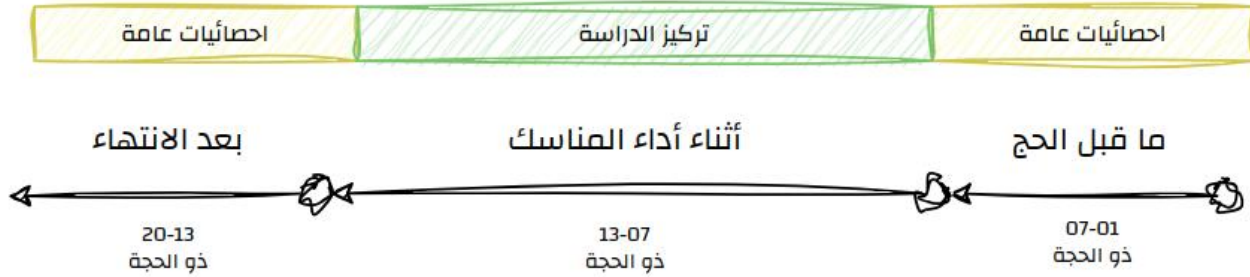
أبرز نتائج تحليل المشاعر

أبرز نقاط التحديات لحجاج الداخل:

- مقدمة عامة

يقدم هذا التقرير تحليل لمشاعر الحجاج بمختلف أجناسهم وجنسياتهم لموسم حج 1447 هـ من خلال تحليل للمحتوى الرقمي المنشور خلال فترة موسم الحج. حيث يتم استخدام الذكاء الاصطناعي بمنهجيات عالمية يتم تقديمها بالتفصيل لاحقاً في هذا التقرير. يتم تحليل مشاعر الحجاج من خلال تحليل النصوص والكلمات والرموز المستخدمة في النصوص لمعرفة إيجابية أو سلبية المحتوى وبعد ذلك يتم تحليل أعمق لمعنى الكلام والخدمة أو عنوان المحتوى الذي يندرج تحته الكلام سواء كان سياسي، اقتصادي، خدمي، أو تشغيلي. كما يتم تقديم تفصيل تحليلي لأكثر المعلومات شيوعاً، تصنيفات اهتمام الحجاج، وأكثر المنصات استخداماً كما يسلط الضوء على إحصائيات بحسب أكثر البلدان والمناطق مشاركة في هذه المداخلات الرقمية. وسيكون التقرير معتمد بشكل عام في التحليل اللغتين العربية والانجليزية ولكن سيتناول في بعض المعلومات الإحصائية كافة لغات العالم المستخدمة والمرصودة في التحليل. فخلال الدراسة سيتم استعراض المنهجيات العالمية، نموذج الذكاء الاصطناعي المستخدم ومنهجية جمع البيانات، نموذج العمل وآلية تصنيف البيانات وتصنيفاتها، لمحة عن الأرقام والإحصائيات لجمع البيانات والسياقات والهاشتاقات المستخدمة في البحث. وأخيراً سيقدم التقرير توصيات عامة من وحي التقرير وتوصيات خاصة من وحي تحليل المشاعر بشكل محدد.

- الإطار الزمني للدراسة



يركز الإحصاء الزمني للدراسة على مرحلة أداء المناسك أو تحديداً في التاريخ الهجري بداية من السابع من ذي الحجة إلى الثالث عشر من ذي الحجة. ومع أن المشاعر يمكن تحليلها بشكل أعمق بالمقارنة بما قبل وما بعد الحج، إلا أن الدراسة تستهدف رصد المشاعر الإيجابية والسلبية المرتفعة جداً أو المتطرفة (Extreme) إن صح التعبير، والتي أثرت على الضيف وعلى تجربته وجعلته يضيف تعليقه أثناء أداءه لمناسك الحج ولم ينتظر لحين انتهاءه ورجوعه إلى منزله أو بلده.

- أهداف الجمع الرقمي للبيانات

تعتمد الدراسة على الجمع الرقمي للبيانات فقط ولا يدخل في ذلك أي استبيانات فعلية ولا جمع ميداني للبيانات. وتعتمد المنهجية على مبدأ جمع البيانات الرقمي استهدافاً للوصول لرأي محايد ومشاعر حقيقية للضيف أثناء تأديته لمناسك الحج. وهذا المبدأ له عدة إيجابيات تفتقدها طرق الاستطلاع الميداني وبرامج الاستبيانات. ولا تسلم الطريقة الرقمية من بعض السلبيات أيضاً كما هو موضح أدناه في مقارنة مبسطة بين طرق الاستطلاع الميداني والقراءة الذكية لمواقع التواصل الرقمي.

عنصر المقارنة	الرصد الرقمي من مواقع التواصل	الرصد الميداني عن طريق برامج الاستبيانات
التغذية الراجعة المستهدفة	المجموعة واسعة ومن الصعب أن يتم استهدافها بنفس فعالية الاستهداف بالشكل الميداني (م1)	مجموعة ضيقة ومن السهل الاستهداف لأخذ تغذية راجعة فعالة
العدد	كبير جداً يصل لمئات الآلاف في فترة قصيرة	قليل جداً ومحدود ولا يعتبر عينة احصائية كافية
بيئة محكومة	غير محكومة (م2)	محكومة بشكل كبير
التمثيل الديموغرافي	غير دقيق (م3)	دقيق جداً
ارتباطها بالسياق وكثرة الضوضاء المعلوماتية	يعتبر من تحديات هذا النوع من الرصد حيث أنه يوجد تنوع سياقي كبير جداً وعدد كبير جداً من المعلومات التي ليس لها علاقة بالرصد (م4)	يعتبر من أكبر مميزات هذا النوع من الرصد
الأصالة	من مميزات هذا النوع من الرصد حيث أنك تصل لحقيقة ما يشعر به الضيف بدون أي تدخل بشري	من تحديات الرصد الميداني لأنه يعتمد على فهم الراصد ونفسية الضيف حيث أنه قد لا يكون لديه أي شيء للرصد فهو غير مستهدف للرصد بشكل عام
الحجم للعينة وتنوعها	من مميزات هذا الرصد	من عيوب هذا الرصد وصعوبة الوصول لعينة كبيرة ومتنوعة
عفوية الرأي (Spontaneity)	يعتبر من أهم مميزات رصد مواقع التواصل	لا يمكن أن يكون عفواً
اللحظية (Timeliness)	آنية فور ادخال الضيف ملاحظاته مما يسهل عملية التحليل واتخاذ القرار	غير آنية ويحتاج تحليل ويصعب التجاوب مع مشاكل آنية
جدول 1: تحديات الرصد الرقمي من مواقع التواصل الاجتماعي		

بالنسبة للتحديات من (م1 - م4) سيتم التعامل معها وتوضيح آليات تقليل تأثيرها على النتائج بعد شرح فرضيات التقرير.

منهجيات التقرير

المنهجية ومصادر جمع البيانات والأدوات التقنية المستخدمة باستخدام الذكاء الاصطناعي والتعلم العميق

- منهجية التحليل متعدد المصادر

المنهجية في هذا التقرير هي نفس المنهجية المستخدمة في الدراسة السابقة لعام 1445 هـ وذلك للحفاظ على مجال مقارنة عادل ولا يتأثر بتغيير المنهجية أو الأدوات المستخدمة. كما يوضح الشكل 1 أدناه، منهجية العمل تتكون من ثلاث خطوات رئيسية

1. جلب البيانات وتحليلها وتصنيفها المبدئي اعتماداً على أداة 24Brand والتي تجلب البيانات من المصادر التالية:

instagram	facebook	twitter (X platform)	البودكاستات Podcasts	Tiktok
Blogs (المقالات)	News (الأخبار)	Forums (المنتديات)	Videos الفيديوات والمقاطع المنتشرة	Websites (مواقع عامة)

2. تصنيف المشاعر والبيانات الإحصائية العامة من كامل البيانات التي تم سحبها
3. تصدير هذه التقارير على ملفات إكسل لتحليلها بنموذج عمل الآلة و التعلم العميق Deep Learning للتأكد من صحة التحليل
4. قراءة الملفات بنموذج عمل تم تصميمه تحديداً لهذا التقرير حيث يتم تحليل المستوى الثاني لنفس البيانات المجمعة والمحللة في المستوى الأول حيث يتم:

- a. قراءة البيانات
- b. تحليلها بناء على نموذج RoBERTa والذي يحلل البيانات العربية والانجليزية
- c. يتم تنظيف البيانات من خلال تقسيمها لكلمات أصيلة (استرجاع أصل الكلمة) وتصغير الحروف وإزالة الكلمات الانتقالية وحروف الجر والرموز
- d. استخدام نموذج Convolutional Neural Networks (CNN) and Recurrent Neural Netowrks (RNN) transformer models. ويعتبر RoBERTa من أكثر النماذج في التعلم العميق الذي تم تدريبه على ملايين البيانات والذي يستطيع استخراج المشاعر بدقة عالية. حيث يتم تقسيم البيانات إلى مكونات بياناتية صغيرة ببيحث تزيد من سرعة المعالجة والتحليل وتمكن التحليل المتوازي Parallel Processing حيث نستخدم المعادلة التالية في احتساب عدد البيانات الصغيرة

Batch Size Calculation

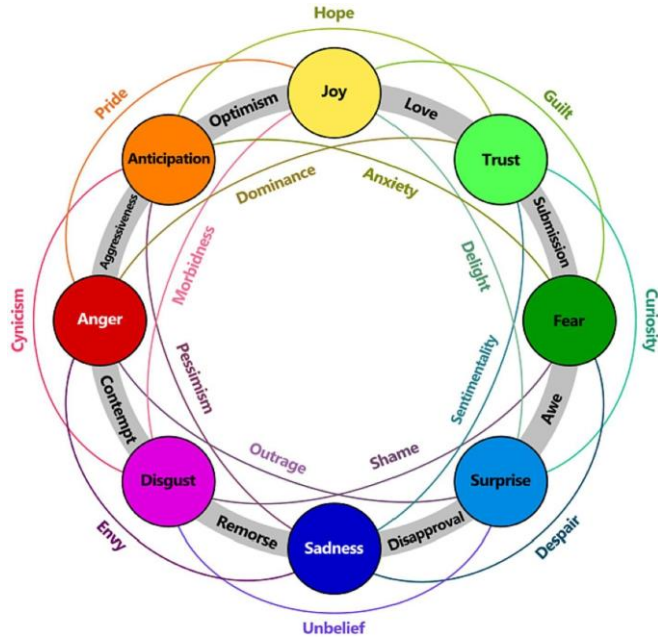
Total Samples / Number of Batches = 125,000 / 523 ≈ 239 samples per batch.

Batches per Core Calculation

Number of Batches / Number of Cores = 523 / 4 ≈ 131 batches per core.

- e. بعد ذلك يتم استخدام آلية Masked Language Model (MLM) and NSP والذي يقوم بشكل عشوائي بتعميم بعض الكلمات في المدخلات ويدرب النموذج على توقع الكلمات المعممة بناءً على السياق المحيط بها كما يقوم التنبؤ بالجملة التالية (NSP) بتدريب النموذج على فهم العلاقة بين جملتين من خلال التنبؤ بما إذا كانت جملة معينة تتبع الجملة الأخرى في النص الأصلي وبالتالي يتم استثناء بعض النصوص والمحتويات بتصنيفها خارج النص أو خارج إطار الدراسة
- f. بعد ذلك يتم تحليل هذه النصوص المصنفة بنموذج BERT المدرب مسبقاً على استخراج المشاعر من النصوص (كمستوى ثاني من التحليل الذي تم مسبقاً بأداة 24brand)

ويتم تحليل النصوص من خلال المشاعر الموجودة في الشكل أدناه (شكل 2)



Joy	السعادة
Anticipation/ Admiration	التوقع / الإعجاب
Anger	الغضب
Disgust	الاشمئزاز
Sadness	الحزن
Surprise	التفاجؤ
Fear	الخوف
Trust	الثقة

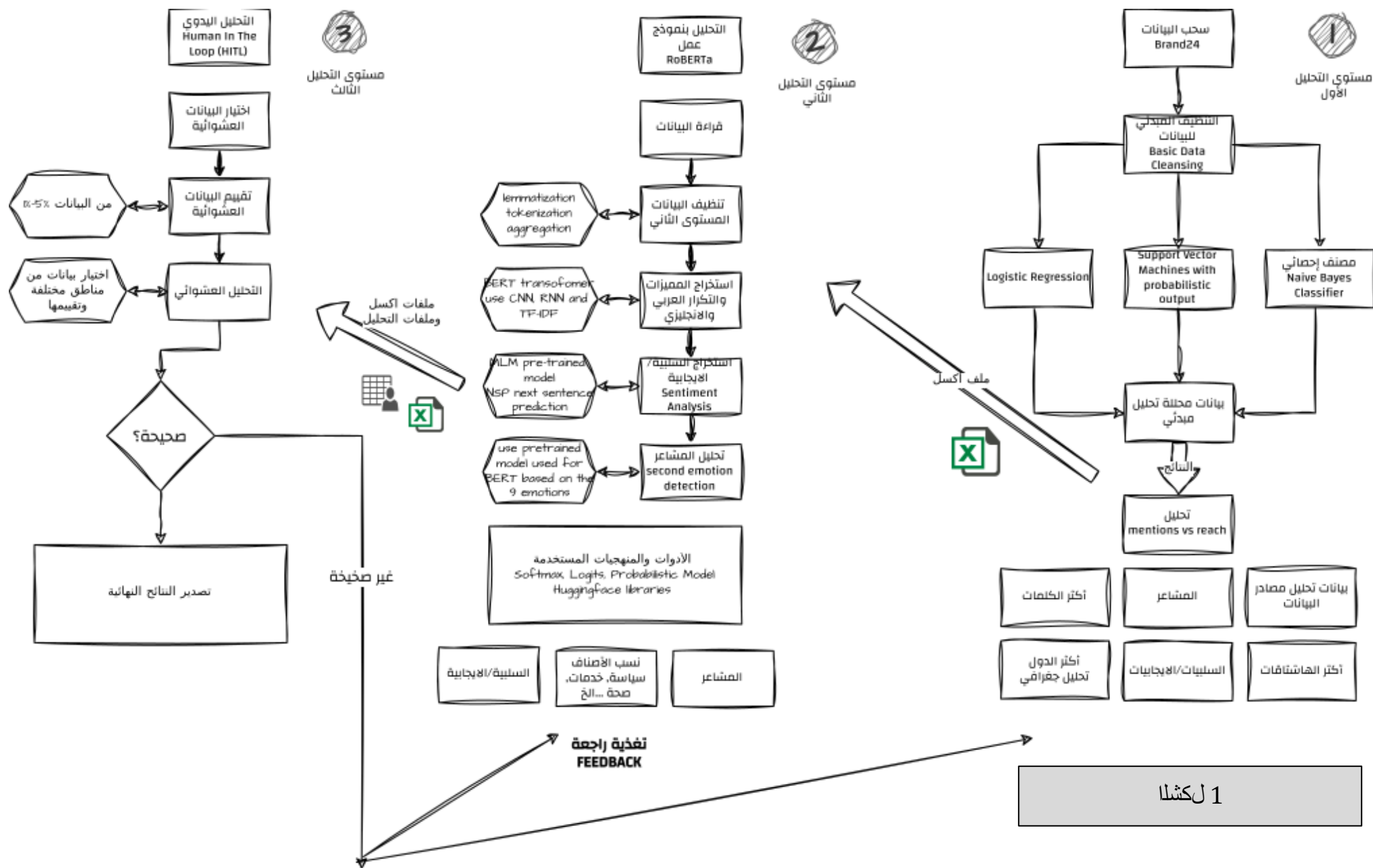
2 لكشلا

5. أما الخطوة الأخيرة فهي التحليل البشري لتصحيح أي أخطاء محتملة ولتقليل نسبة الخطأ المحتملة بأكبر شكل ممكن حيث تتبع المنهجية آلية Human In The Loop (HITL) method وهي طريقة ممنهجة لأخذ عينات عشوائية من النتائج وتحليلها وإعادة تعلم الآلة لتصحيحها وإعادة التدريب المدقق للآلة لاستبعاد النتائج الخاطئة. على سبيل المثال فبعض الأدعية قد تبدو سلبية من خلال تحليل الكلمات "ربنا لا تؤاخذنا بما فعل السفهاء منا" ويعتبرها النموذج من المعلومات السلبية فيتم تصحيحها أنها دعاء وتعتبر معلومة محايدة وهكذا. أما النسبة المعتمدة بشكل عالمي للبيانات الكبيرة في الاختبار العشوائي هي من 1 إلى 5% من البيانات يتم تحليلها بشكل يدوي وتصحيحها وإعادة تعلم النموذج التعلم العميق لتفاديها.

وبذلك يكون قد شرحنا (باختصار شديد) آلية العمل المتبعة في هذا التقرير لإصدار البيانات والنمذجة والتصنيفات بشكل عام، ويمكن للقارئ المهتم في هذه الآليات الرجوع للمصادر المزودة في آخر هذا التقرير للاستزادة من نماذج الذكاء الاصطناعي وطرق تعلم الآلة في البيانات الضخمة عالية التشوش (الضوضاء المعلوماتي Information Noise)

- الأدوات التقنية المستخدمة في الدراسة

الأداة	شرحها
<u>pandas</u>	مكتبة ضرورية للتعامل ومعالجة البيانات المهيكلة. يوفر الهياكل والوظائف اللازمة للتلاعب بالجدول العددية وسلاسل الزمن.
<u>Python</u>	لغة البرمجة الرئيسية المستخدمة في التحليل في هذا التقرير.
<u>transformers</u> (Hugging Face)	توفر هذه المكتبة نماذج مدربة مسبقًا وأدوات لمهام معالجة اللغة الطبيعية. في هذا سياق هذا التقرير، تُستخدم لتصنيف النص بدون تدريب خاص على البيانات المحددة لتلك الفئات - unsupervised learning.
<u>TensorFlow</u> <u>PyTorch</u>	هذه هي المنظومات الرئيسية المستخدمة للتعلم العميق وتعتبر كأساس لتشغيل النماذج في مكتبة transformers. توفر TensorFlow و PyTorch الأدوات اللازمة لتحديد، وتدريب، وتقييم الشبكات العصبية.
<u>NumPy</u>	مكتبة أساسية للعمليات العددية في بايثون، توفر الدعم للمصفوفات، والمصفوفات الثنائية، والدوال الرياضية. غالبًا ما تُستخدم من قبل مكتبات الحوسبة العلمية الأخرى.
<u>tokenizers</u> (Hugging Face)	مكتبة مصممة خصيصًا لتقسيم النص بكفاءة، تُستخدم داخليًا بواسطة transformers لإعداد بيانات النص لإدخال النماذج.
<u>TQDM</u>	توفر شريط تقدم لمراقبة التقدم في المعالجة. مفيدة لتتبع تقدم المهام مثل تنزيل الملفات أو معالجة البيانات. لأنه قد ينتظر المستخدم 4 ساعات لمعالجة ملف واحد.
<u>Brand24</u>	تُستخدم لجمع بيانات وسائل التواصل الاجتماعي، التي تشكل أساس التحليل. توفر هذه الخدمة أدوات لمراقبة وتحليل الإشارات عبر الإنترنت والمشاعر.



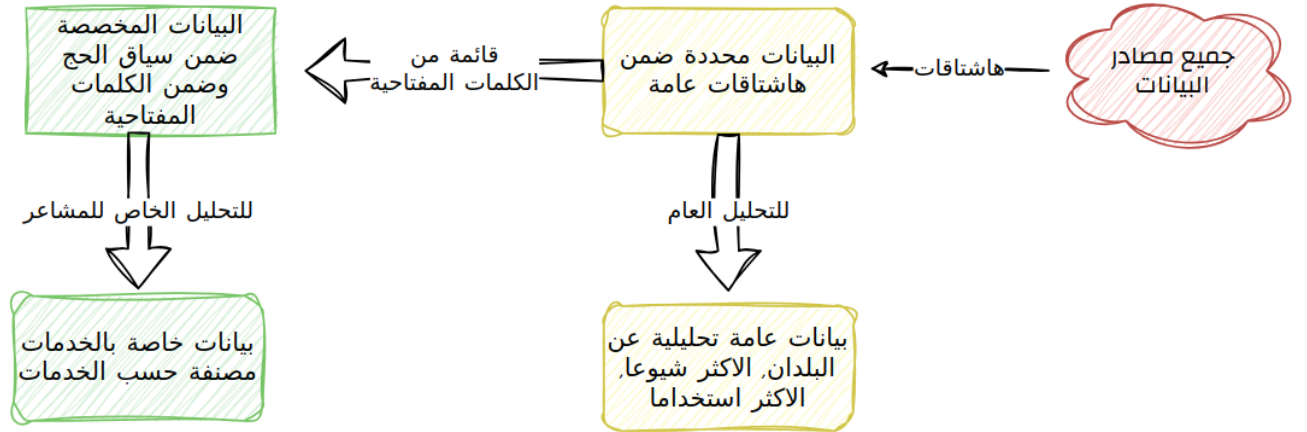
آلية جمع البيانات

توضيح آلية الجمع ومنهجية تصنيف البيانات والمصطلحات المستخدمة في التقرير

- مصطلحات الدراسة العامة

<u>المشاعر</u>	وهي أحد المشاعر الثمانية التي تم شرحها سابقاً
<u>الهاشتاق</u>	وهي المعلومة التي يضيفها المستخدم للنص لعنوانه أو الكلمات المفتاحية التي يستخدمها مستخدمو مواقع التواصل لترميز النصوص وربطها بموضوع معين
<u>السياق (سحابة الكلمات - Word Cloud)</u>	وهي الكلمات المفتاحية المقروءة من النصوص التي تم الاطلاع عليها وتحليلها وتعتبر الأكثر شيوعاً وذكرأ في مواقع التواصل الاجتماعي بحيث يعبر حجمها عن كثرة التركيز عليها ولونها (اخضر ايجابي) (رمادي محايد) (أحمر سلبي)
<u>تحليل الآراء</u> <u>Sentiment Analysis</u>	ويعبر عن تحليل مبدئي للنص بحيث تصنيفه ك(سلبي -أحمر) (محايد - رمادي) (إيجابي- أخضر)
<u>تحليل المشاعر</u> <u>Emotion Detection</u>	ويعبر عن المشاعر الثمانية وآلية تحليلها بعد تحليل الرأي بشكل عام من خلال قراءة النصوص وتحليلها Corpus analysis or Text mining
<u>الإشارة</u> <u>Mention</u>	وهي تحليل لمدى ذكر أو الإشارة إلى معلومة معينة في جميع مواقع التواصل ومصادرها التي تم اعتمادها في التقرير وتدل على أهمية الكلمة أو الموضوع المتداول
<u>مدى الوصول</u> <u>Reach</u>	وهو مؤشر عددي يشير إلى عدد المستخدمين الذين شاهدوا معلومة معينة ويعبر عن مدى وصول هذه المعلومة لشرائح مختلفة من المستخدمين
<u>محتوى من التواصل الاجتماعي</u>	Social Media Content: Twitter (X), Instagram, Facebook, Tiktok, Videos
<u>محتوى ليس من التواصل الاجتماعي</u>	Non Social Media Content: News, Podcasts, Forums, Blogs, Web

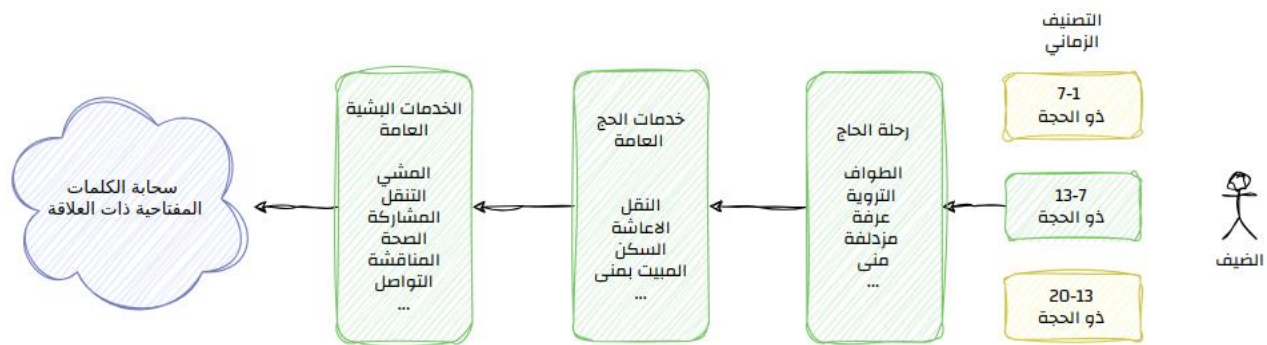
آلية البحث وتنقيح البيانات



3 لكشلا

حيث أن الدراسة تشمل مواقع متعددة من التواصل الاجتماعي وغير التواصل الاجتماعي، فقد تكون كمية المعلومات الغير مرتبطة بالدراسة كبيرة جداً مما يزيد نسبة الخطأ في النتائج ويطيل من معالجة البيانات ويجعلها غير فعالة. ولذلك ولمعالجة التحديات (م1) و (م2) المذكورة في تحليل تحديات هذا النوع من الرصد الرقمي (جدول 1) فقد تم تحديد هاشتاقات معينة وكلمات مفتاحية معينة بالإضافة إلى التحديد الزمني لتحليل البيانات ولتقليل نسبة الضوضاء المعلوماتي كما هو موضح في المنهجية في (الشكل 3). ولمعالجة التحديات (م3) و (م4) في تحليل تحديات رصد مواقع التواصل الاجتماعي (جدول 1)، ولتقليل عشوائية الكلمات المفتاحية تم استحداث آلية ممنهجة للعصف الذهني تنطلق من مركزية الضيف مروراً برحلته ونهاية بالاحتياجات البشرية الطبيعية أثناء الرحلة (الشكل 4)، وذلك للتأكد بنسبة كبيرة من تغطية الكلمات المفتاحية للبيانات المراد الوصول لها بشكل كبير وبالتالي حوكمة التنوع الكبير في البيانات ضمن إطار عمل معين. وفيما يلي نستعرض هذه الكلمات المفتاحية والهاشتاقات التي تم استخدامها أثناء الدراسة.

4 لكشلا

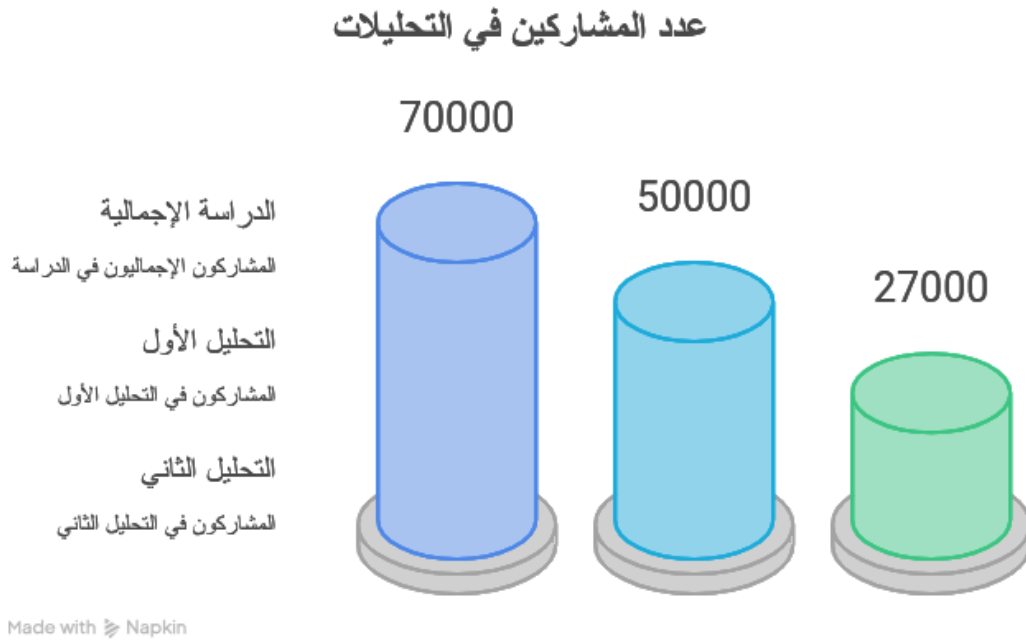


هاشتاقات الرئيسية (العربية)	حج 1447، حج 1447 هـ، بطاقة نسك، تطبيق نسك، موسم الحج 1447، وزارة الحج، معك في النسك، يسر وطمأنينة
هاشتاقات الرئيسية (الانجليزية)	#hajj, #hajj2026, #NusukApp, #Nusuk_card, #Ministry_of_hajj, #HajjMedia, #MoHU_En, Hajj1447
الكلمات المفتاحية التي تم البحث عنها داخل الهاشتاقات (العربية)	السياسة، الخدمات، الخدمات الأرضية، المواصلات، النقل، المخيمات، الايواء، دورات المياه، الاعاشة، الأكل، الطعام، النوم، التفويج، النفرة، الباصات، المفقودات، مفقود، الباقات، الأسعار، الصحة، المرض، التعب، الحرارة، الطوارئ، الاسعاف، الاسعافات، مفقودات، النوم، الراحة، المناسك، الشرب، الوفيات، الوفاة، الاغماء، الاعياء، الانفلونزا، الزكام، القلق، الخوف، الأمن، حجاج الداخل، حجاج الخارج، حجاج المجاملة، الأفراد، المجموعات، الطواف، السعي، المشاعر، المشي، الاصابات، عرفة، مزدلفة، منى، التروية، التشريق، الجمرات
الكلمات المفتاحية التي تم البحث عنها داخل الهاشتاقات (الانجليزية)	Policy, Services, Ground Services, Transportation, Transport, Camps, Accommodation, Restrooms, Catering, Food, Meals, Sleep, Grouping, Movement, Buses, Lost and Found, Missing, Packages, Prices, Health, Illness, Fatigue, Heat, Emergencies, Ambulance, First Aid, Lost Items, Sleep, Rest, Rituals, Drinking, Deaths, Death, Fainting, Exhaustion, Influenza, Cold, Anxiety, Fear, Security, Injuries, Arafat, Mina, Muzdalifa, Jamarat

المعلومات المجموعة وتحليلها

نظرة عامة عن المعلومات التي تم جمعها وتصنيفها بشكل عام

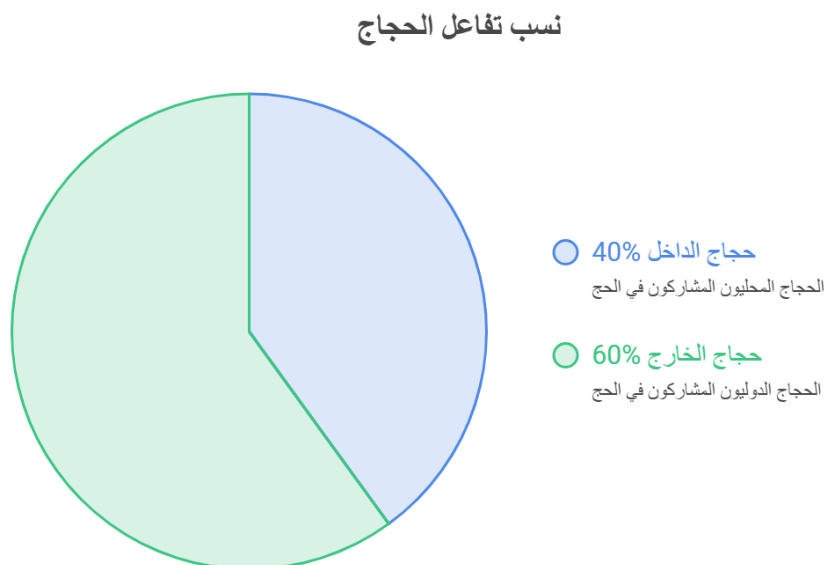
نظرة على المعلومات التي تم تحليلها



5 لكشلا

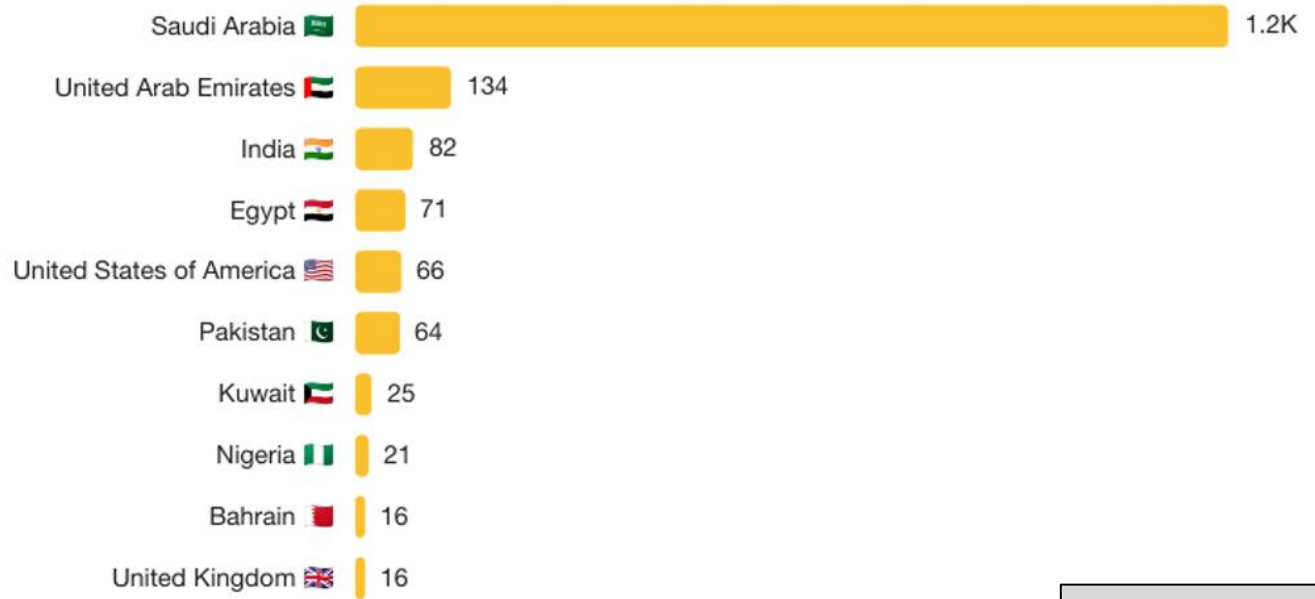
كما هو موضح في (الشكل 5) أن البيانات المحللة بدأت بتسعين بيان مختلف من مصادر متعددة ووصلت بعد مستويات التصنيف وتنظيف البيانات إلى واحد وعشرين ألف بيان.

حجاج الداخل والخارج



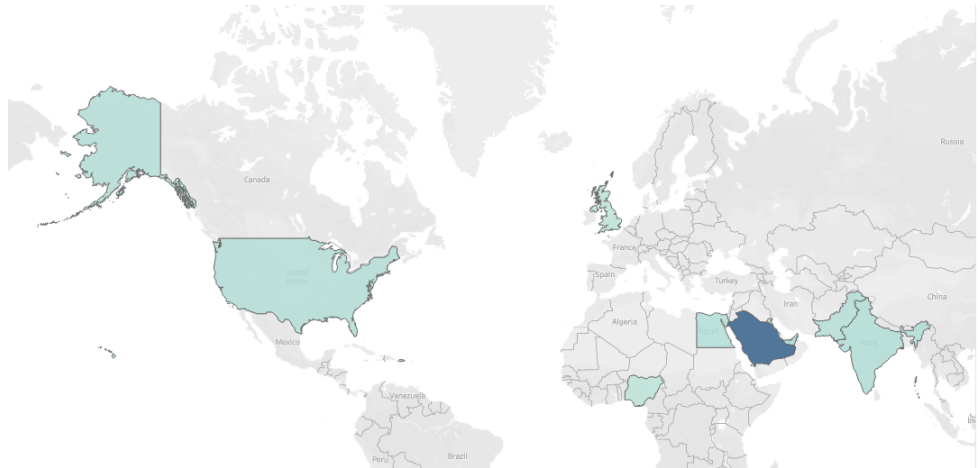
6 لكشلا

العشرة الدول الأعلى مشاركة

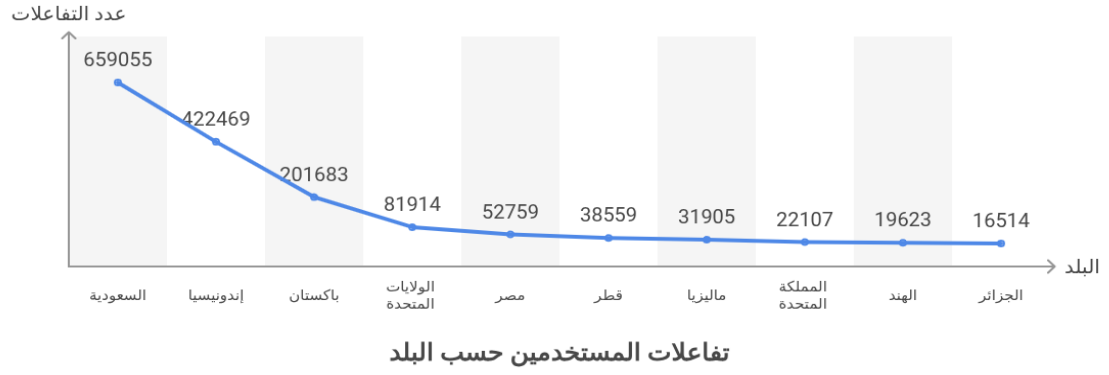


7 لكشلا

التفاعل العالمي

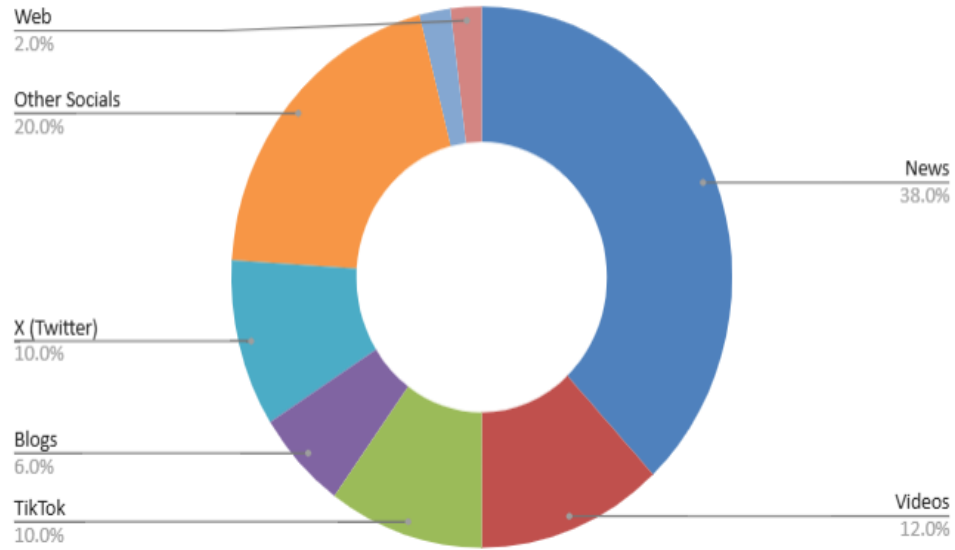


8 لكشلا



تحليل الإشارة ومدى الوصول والتفاعل

9 لكشلا





الوصول حسب الدولة

Made with Napkin

تحليل بحسب مصادر المعلومات

Source	Mentions
 tiktok.com	1732
 youtube.com	656
 x.com	241
 parfemy-premier.cz	215
 parfiky.cz	164

Hashtag	Mentions
#hajj2026	534
#hajj	363
#makkah	342
#fyp	244
#quran	151
#كريم_قرآن	146
#islam	143
#saudiarabia	129

Source	Mentions
 arynews.tv	99
 gaboriya.com	60
 reddit.com	59
 app.com.pk	57
 ksawats.com	51

Link	Mentions
https://www.facebook.com/paparaz...	20
https://www.youtube.com/playlist...	20
https://x.com/paparazzi4art...	20
https://www.youtube.com/channel/...	15
https://youtu.be/z2octvzhsg4...	15
https://trading-secrets.guru...	13
https://schema.org...	7
https://wa.me/message/kdpjow52mq...	7

10 لكشلا

نلاحظ في الأشكال أعلاه (الشكل 7-8) البلدان الأكثر تفاعلات في العالم، كما نلاحظ خارطة التفاعل العالمي حيث يعبر اللون الأزرق الغامق على البلدان الأكثر تفاعلاً نزولاً إلى الأزرق الفاتح والذي يعبر عن التفاعل الأقل. أما الرمادي فيعبر على عدم التفاعل من البلدان في خلال فترة موسم الحج.

كما يعبر (الشكل 9) عن تفصيل رقمي من حيث المؤشرات الثلاثة (الإشارة - Mentions و مدى الوصول - Reach و مقدار التفاعل Interactions) ما بين البلدان العشرة الأكثر تداولاً لأخبار ومعلومات الحج خلال الموسم. وهذه المؤشرات هي لكامل فترة الموسم من 1 ذو الحجة إلى يوم 13 ذو الحجة.

أما الأشكال (الشكل 10) فتعبر عن المنصات الأكثر تداولاً ومصادر المعلومات من هذه المنصات باللغتين العربية والانجليزية. حيث تعتبر منصة تيك توك هي الأكثر استخداماً لتداول معلومات الحج.

النتائج العامة

عرض بعض النتائج المبدئية لجمع البيانات

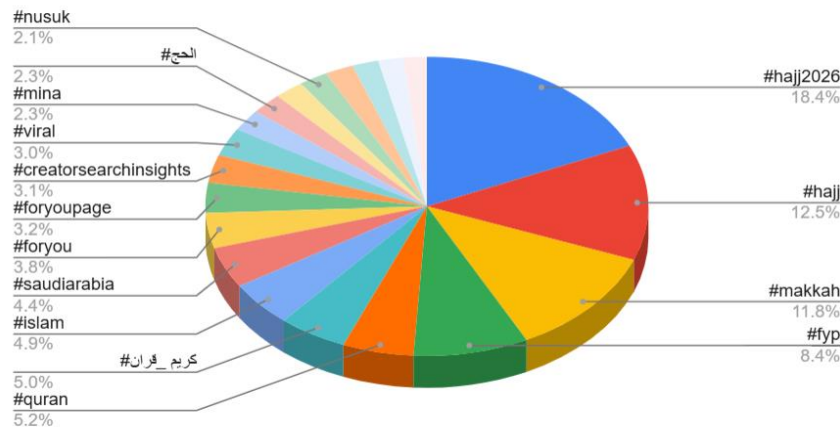
—

—



سحابة المعلومات تعتبر نتيجة وليست كلمات مفتاحية استخدمت في البحث حيث يقوم محرك الذكاء الاصطناعي باستخراج الكلمات الايجابية والسلبية الأكثر شيوعاً في هذه الفترة ويعبر الحجم عن التكرار واللون عن الإيجابية (أزرق) ومحايدة (بنفسجي). تم تجنب إضافة الكلمات السلبية في هذه السحابة لاحتوائها كلمات غير لائقة للسياق.

كما نستعرض أدناه أكثر الهاشتاقات تداولاً في الدراسة (الـ 20 الأول) باللغة العربية والإنجليزية والتي تعتبر أيضاً نتيجة للبحث. والبحث ليس مقصوراً على هذه الهاشتاقات إنما يعتبر مؤشر عن الحراك الرقمي في مواقع التواصل والانترنت بشكل عام خلال فترة الموسم.



الهاشتاق	الأشارة
#hajj2026	534
#hajj	363
#makkah	342
#typ	244
#quran	151
#قرآن كريم	146
#islam	142
#saudiarabia	129
#foryou	111
#foryoupage	94
#creatorsearchinsights	89
#viral	88
#mina	68
#الحج	66
#ياسر الدوسري	62
#nusuk	62
#mecca	60
#madina	56
#viralvideo	53
#islamic video	50

لوحة بيانات متكاملة للبيانات العربية والانجليزية

Total mentions	Total reach	Positive mentions	Negative mentions	Average Presence Score
7 425 +19%	93M +79%	1 244 +68%	151 -71%	60/100 +71%
AVE	Social media reach	Non-Social media reach	User generated content	Social media mentions
\$9.5M +91%	81M +91%	12M +23%	3 096 +13%	2 678 +17%
Non-Social media mentions	Social media reactions (e.g. likes)	Social media comments	Social media shares	Total social media interactions
4 747 +20%	6.8M +99%	147K +144%	670K +177%	7.7M +105%

11 لكشلا

كما يظهر، فإن التفاعل الإجمالي للحجاج مع المحتوى المنشور (باللغتين العربية والإنجليزية معاً) حقق أرقاماً استثنائية، سواء من حيث عدد الإشارات (Mentions) أو الوصول الكلي (Total Reach) أو حتى ردود الفعل (Reactions) ومحتوى المستخدم (User Generated Content). يُلاحظ أن إجمالي عدد الإشارات بلغ 7,425 إشارة، وهو ما يترجم مباشرة إلى وصول هائل للجمهور الكلي بلغ 93 مليون. ويعود هذا الانتشار بشكل جزئي إلى الإنتاج العالي للمحتوى من قبل المستخدمين أنفسهم والذي بلغ 3,096 قطعة محتوى، مما يعزز مصداقيته وانتشاره بشكل عضوي.

كذلك، العلاقة بين عدد الإشارات وردود الفعل الاجتماعية (Social media reactions) توضح أن التفاعل كان كثيفاً؛ حيث نتج عن تلك الإشارات ما يقارب 6.8 مليون تفاعل وإعجاب، وبإجمالي تفاعلات اجتماعية كلي (Total social media interactions) وصل إلى 7.7 مليون. هذا يعني أن الإشارة الواحدة تؤدي إلى معدل تفاعل تراكمي عالٍ جداً، مما يعكس ارتباطاً عميقاً من الجمهور بالمحتوى.

أيضاً، نلاحظ أن المحتوى وُجد معدل مشاركة (Social media shares) ضخماً بلغ 670 ألف مشاركة، إلى جانب 147 ألف تعليق، ما يدل على أن المحتوى لا يلقى فقط الإعجاب، بل يعاد مشاركته والتفاعل معه على نطاق واسع. في المجمل، تظهر هذه البيانات ترابطاً واضحاً بين عدد الإشارات (والتي طغى عليها الجانب الإيجابي بـ 1,244 إشارة إيجابية مقابل انخفاض حاد في السلبية)، ووصول الجمهور، وكمية التفاعل، ومساهمة المستخدمين، حيث كل واحدة من هذه المؤشرات تعزز الأخرى ضمن دورة نمو تراكمي واضحة وشاملة للمحتوى بكل اللغتين.

تحليل المشاعر المبدئي عن طريق تحليل الرموز الشكلية

Emojis

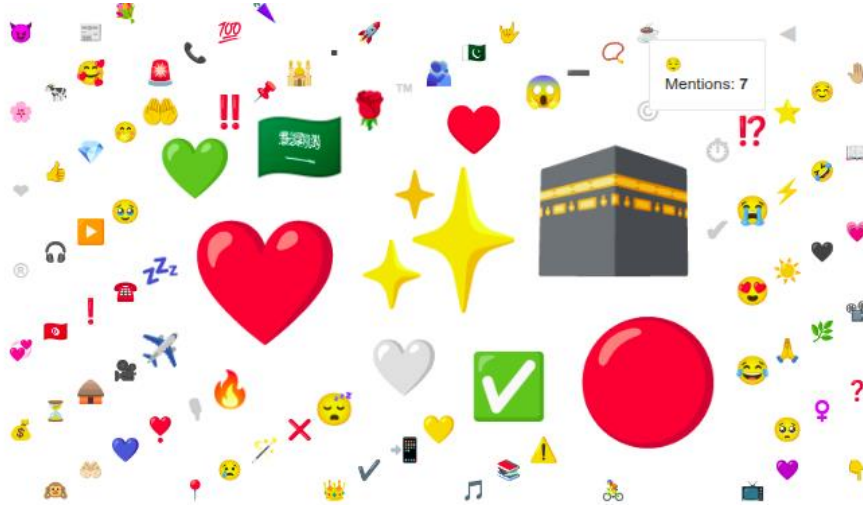
تحليل متكامل للمشاعر فقط باستخدام الرموز الشكلية

- مؤشر تحليل المشاعر باستخدام الرموز الشكلية

تعتبر الرموز الشكلية هي مؤشر مبدئي للمشاعر العامة خلال فترة الدراسة. حيث يوجد هناك علاقة مباشرة بين الرسومات والمشاعر فيمكن تحليلها إلى إيجابية وسلبية وبعد ذلك يمكن كمستوى أول معرفة المشاعر العامة الكلية حول الموسم لهذا العام.

تحليل الرموز الشكلية الأكثر استخداماً (Emojis)

الرموز الشكلية كثيراً ما تستخدم في سياق التعليق بمشاعر معينة وعامة ما تساعد كثيراً في معرفة المعنى خلف السياق (سليبي/إيجابي) ولذلك تم تحليل الرموز الشكلية باستخدام التعلم العميق وتحليل النصوص وتكرار استخدامها وتم رصده في الشكل أدناه (الشكل 12)



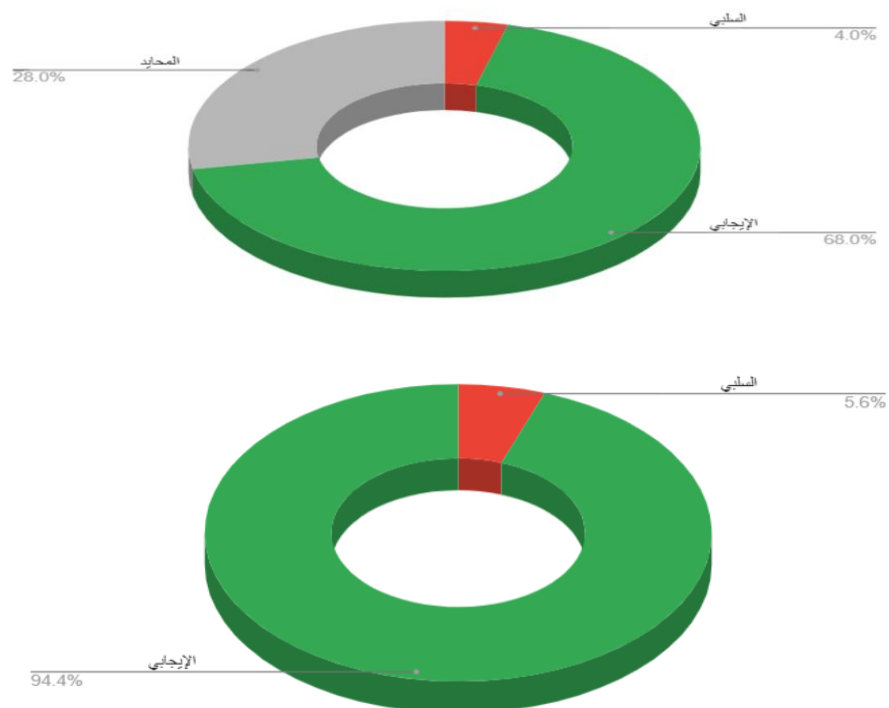
12 لكشلا

حيث يعبر حجم الرمز نسبة تكراره. تم إضافة جميع الرموز واستخدامها لمعرفة سلبية وإيجابية الرموز بحسب المعنى المعتمد لهذه الرموز بشكل عام في المراجع العالمية (1) وتم رصد الصورة أدناه (الشكل 13) والذي يرتب الأشكال حسب سلبيتها وإيجابيتها وحياديتها. حيث أنه كل ما اتجه الشكل إلى الوسط زاد احتمالية حياديته وكل ما اتجه إلى اليمين زادت إيجابيته وكلما اتجه لليسار زادت سلبيته.

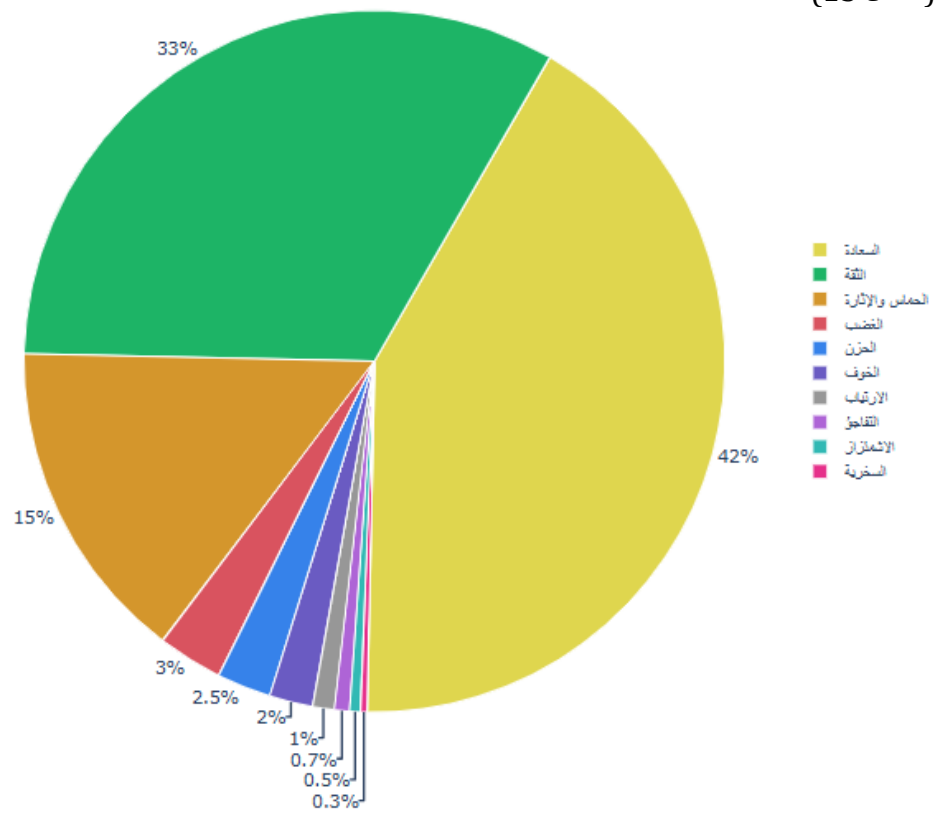
وكما هو موضح في الشكل فتعتبر الأشكال المستخدمة تميل إلى الإيجابية عنها من السلبية وذلك ما سيتوضح جليا عبر تحليل النصوص (Corpus Mining) لاحقاً. أما الآن فنكتفي برصد هذا المؤشر واستخدامه كقياس عام بأنه يوجد سلبيات كثيرة ولكن الإيجابية تزيد عنها ويوجد كثير من الأعلام والرموز المحايدة التي لا تزيد ولا تنقص من مؤشر الرضى والمشاعر.



14 لكشلا



وكما هو موضح في الشكل فإن ما تم وضعها في إطار أحمر (المربع الأحمر) يعتبر بالكامل المشاعر السلبية من الرموز والأشكال التي تم الوصول لها من خلال تحليل النصوص. وبالتالي فإن المشاعر العامة خلال الموسم حسب حساب نموذج العمل الصناعي للرموز الشكلي يعبر عنه بالشكل التالي (الشكل 15)



15 لكشلا

تحليل عميق وتفصيلي للمشاعر عن طريق تحليل النصوص

Corpus Analysis/Mining

أولاً- تحليل الإيجابية والسلبية
تحليل متكامل للإيجابية والسلبية عن طريق تحليل النصوص

- تحليل المشاعر بناء على النصوص (Deep Corpus Analysis)

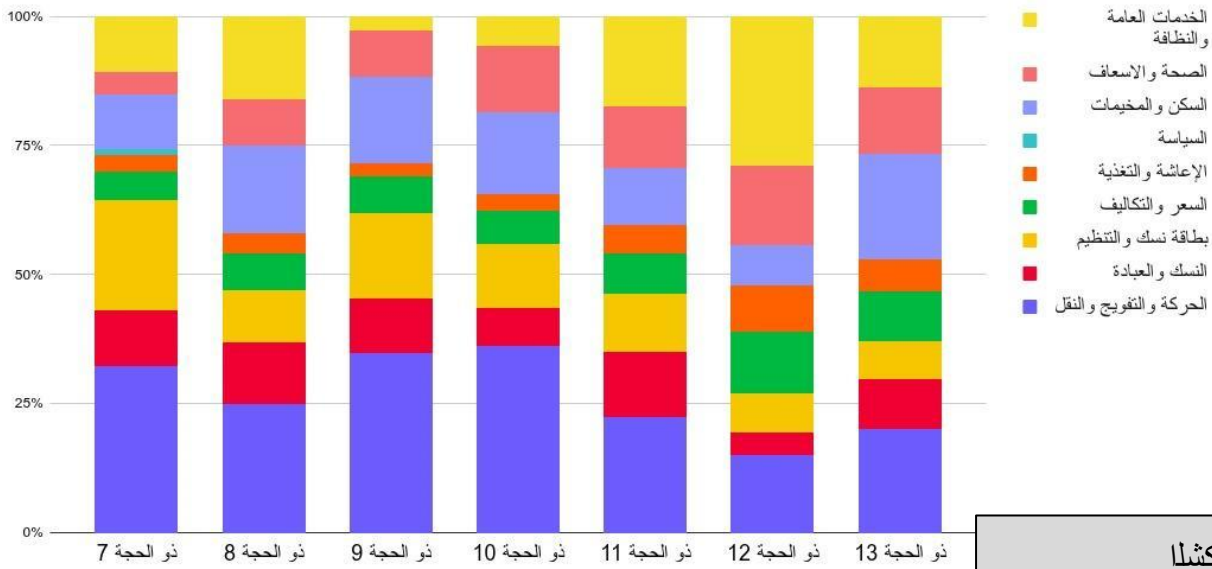
فيما تم ذكره في تحليل الرموز الشكلية واستخلاص المشاعر منها، تم اصدار المشاعر العامة لكامل الفترة حيث أنه لا يمكن لهذه الرموز الشكلية أن تقسم حسب الزمن والمدة والتأثير والتغريدة أو مصدر المعلومة وذلك لكثرتها وكثرة مصادرها واختلاف الزمن الذي تم جلب المعلومة منه. كما أنه لم نستطيع تقسيم الرضا بحسب المواضيع، فلم يكن هناك فئات معينة ولا ارتباط برحلة الحاج كالتفويج والنفرة على سبيل المثال. ولكن في هذا القسم من التحليل سيتم أولاً تقسيم المعلومات لعدة فئات حسب رحلة الحاج، وبعد ذلك يستم استعراض المشاعر العامة عن كل مرحلة، في آخر هذا القسم يتم تحليل عميق لتغريدات/معلومات مختارة من الحاج تبين وتوضح مشاعرهم وسبب سلبيتها خلال الفترة المعنية.

أولاً - تم تقسيم رحلة الضيف بشكل عام لعدة بنود أساسية تتقاطع بشكل أفقي مع كامل مراحل الرحلة في المشاعر وهي كالتالي:

- الخدمات العامة والنظافة
- الصحة والإسعاف
- السكن والمخيمات
- السياسة
- الإعاقة والتغذية
- السعر والتكاليف
- بطاقة نسك والتنظيم
- النسك والعبادة
- الحركة والتفويج والنقل

- لمحات تحليلية

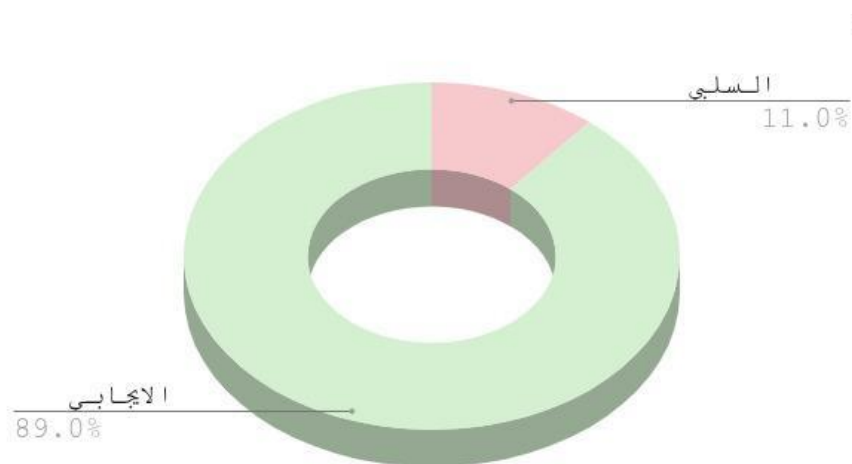
نسب الأصناف التي تم تقسيمها خلال فترة الموسم



16 لكشلا

العنصر	التحليل المبني
الخدمات العامة والنظافة	تراجع الاهتمام بالخدمات العامة والنظافة في يوم عرفة لتسجل أقل نسبة، بينما زادت بشكل تصاعدي كبير ابتداءً من يوم العيد وارتفعت لأعلى نسبة لها في ثاني أيام التشريق
الصحة والإسعاف	حافظت على نسب متقاربة ثم بدأت بالتصاعد التدريجي لتسجل أعلى نسبة في ثالث أيام العيد
السكن والمخيمات	كانت التعليقات على السكن والمخيمات ملحوظة في يوم التروية ويوم عرفة وأول أيام العيد ثم بدأت بالتناقص، لكنها عادت للارتفاع بشكل كبير جداً لتسجل أعلى نسبة لها في نهاية الموسم
السياسة	السياسة كانت تقريباً مهملة لأنها قليلة جداً ولم تكن جانب اهتمام في فترة الموسم
الإعاشة والتغذية	بدأت التعليقات على الإعاشة والتغذية بنسب قليلة، وزادت بشكل ملحوظ توازياً مع التعليقات على الخدمات الأخرى في أيام التشريق
السعر والتكاليف	كانت الأسئلة من بداية ذي الحجة على الأسعار مستقرة، وارتفعت بشكل ملحوظ لتسجل أعلى نسبها ووضوحها في آخر أيام الموسم
بطاقة نسك والتنظيم	استحوذت بطاقات نسك على نسبة مرتفعة نسبياً في الأيام الأولى وحتى يوم عرفة؛ حيث كان السؤال عن كيفية الحصول عليها، ثم تناقصت نسبتها في آخر الموسم لتركز عن كيفية استخدامها واستكمال البيانات الموجودة فيها
النسك والعبادة	شهدت الاستفسارات حول النسك والعبادة تذبذباً خلال الموسم حيث سجلت أعلى نسبة لها في أول أيام التشريق تلاه يوم التروية بينما انخفضت بشكل ملحوظ يوم العيد وسجلت أقل نسبة لها في ثاني أيام التشريق
الحركة والتفويج والنقل	أكثر مؤثر في حركة النقل كان خلال يوم 9 ويوم 10 من ذي الحجة وخصوصاً في التحرك بقطاع المشاعر والالتزام بجداول التفويج في أيام الرجم

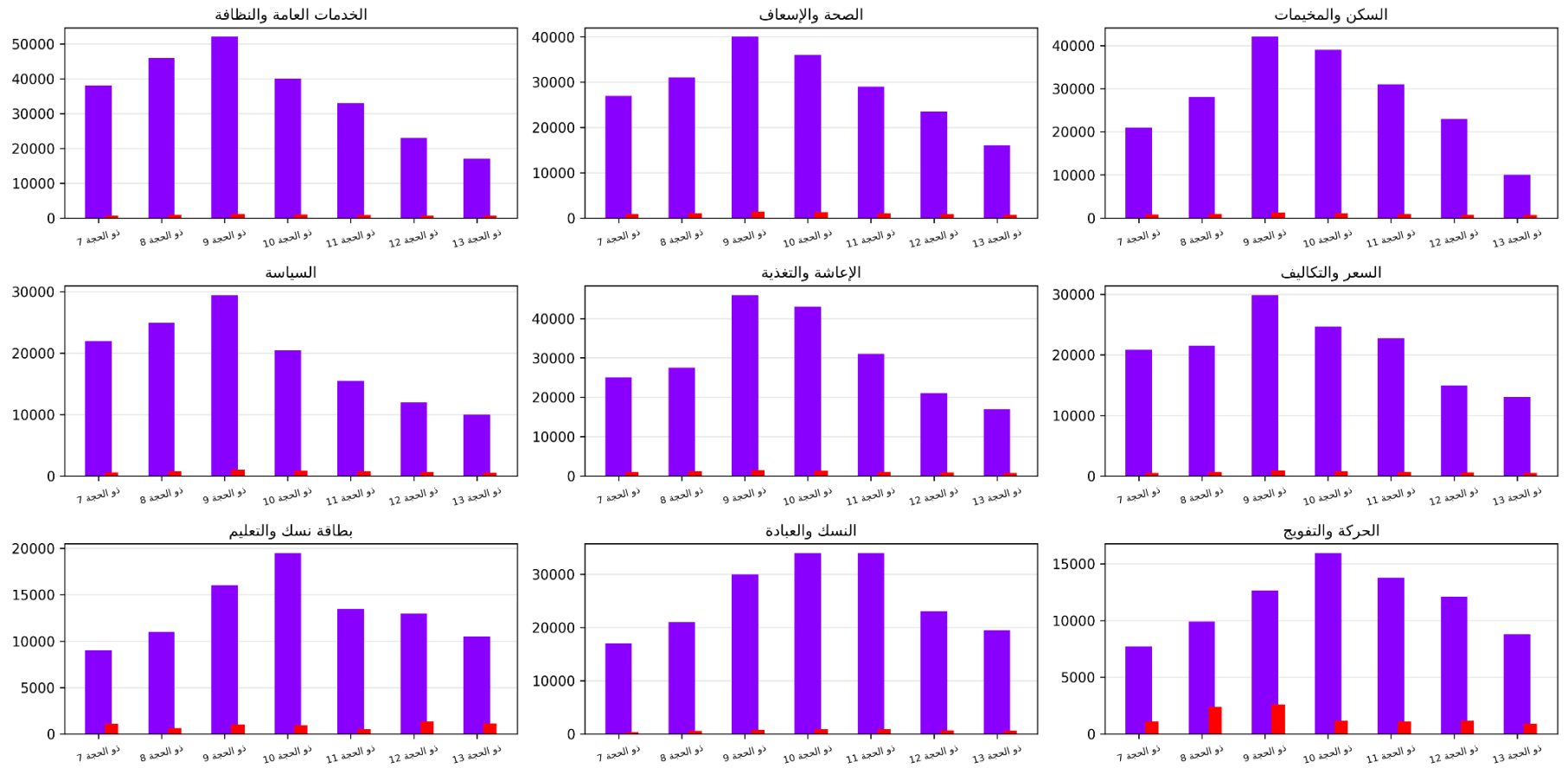
- الإيجابية والسلبية



17 لکشلا

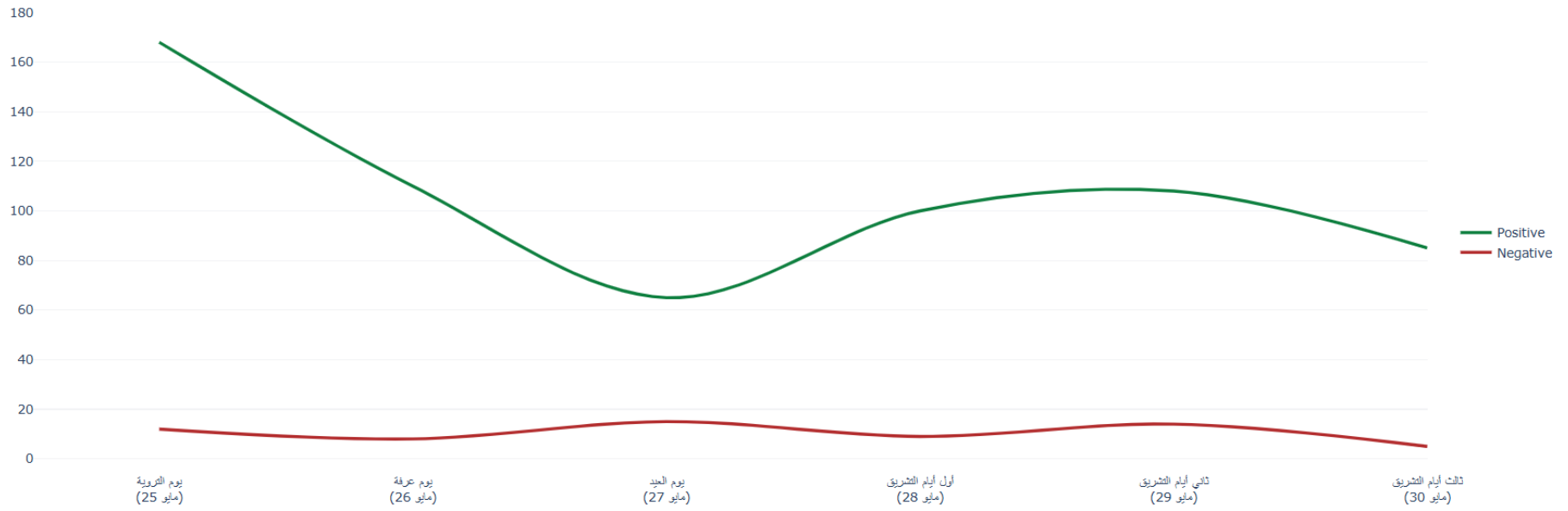
- الإيجابية والسلبية بحسب البنود الرئيسية

18 لكشلا



- الإيجابية والسلبية بحسب مراحل الرحلة

19 لكشلا

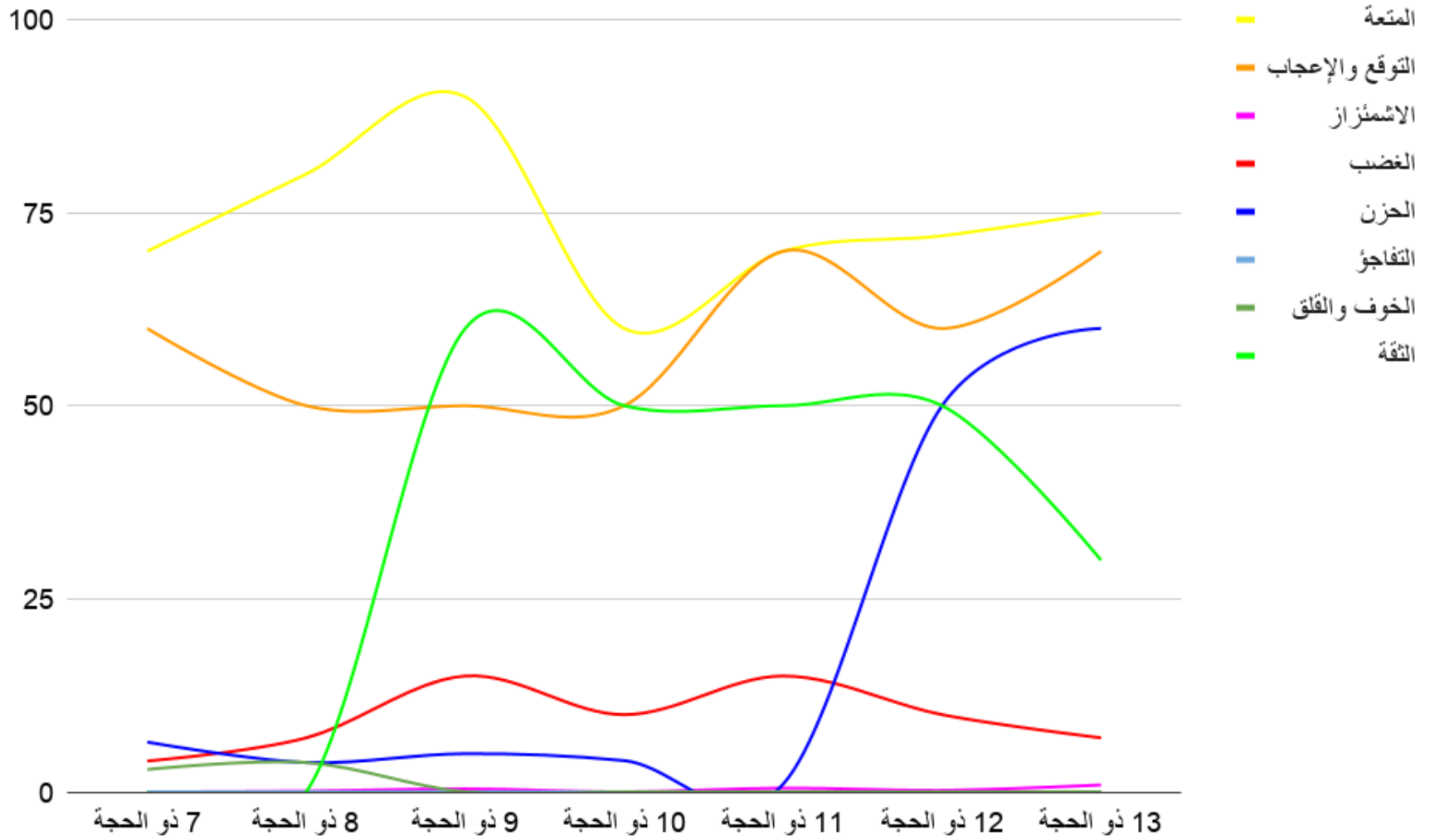


تحليل عميق وتفصيلي للمشاعر عن طريق تحليل
النصوص
Corpus Analysis/Mining

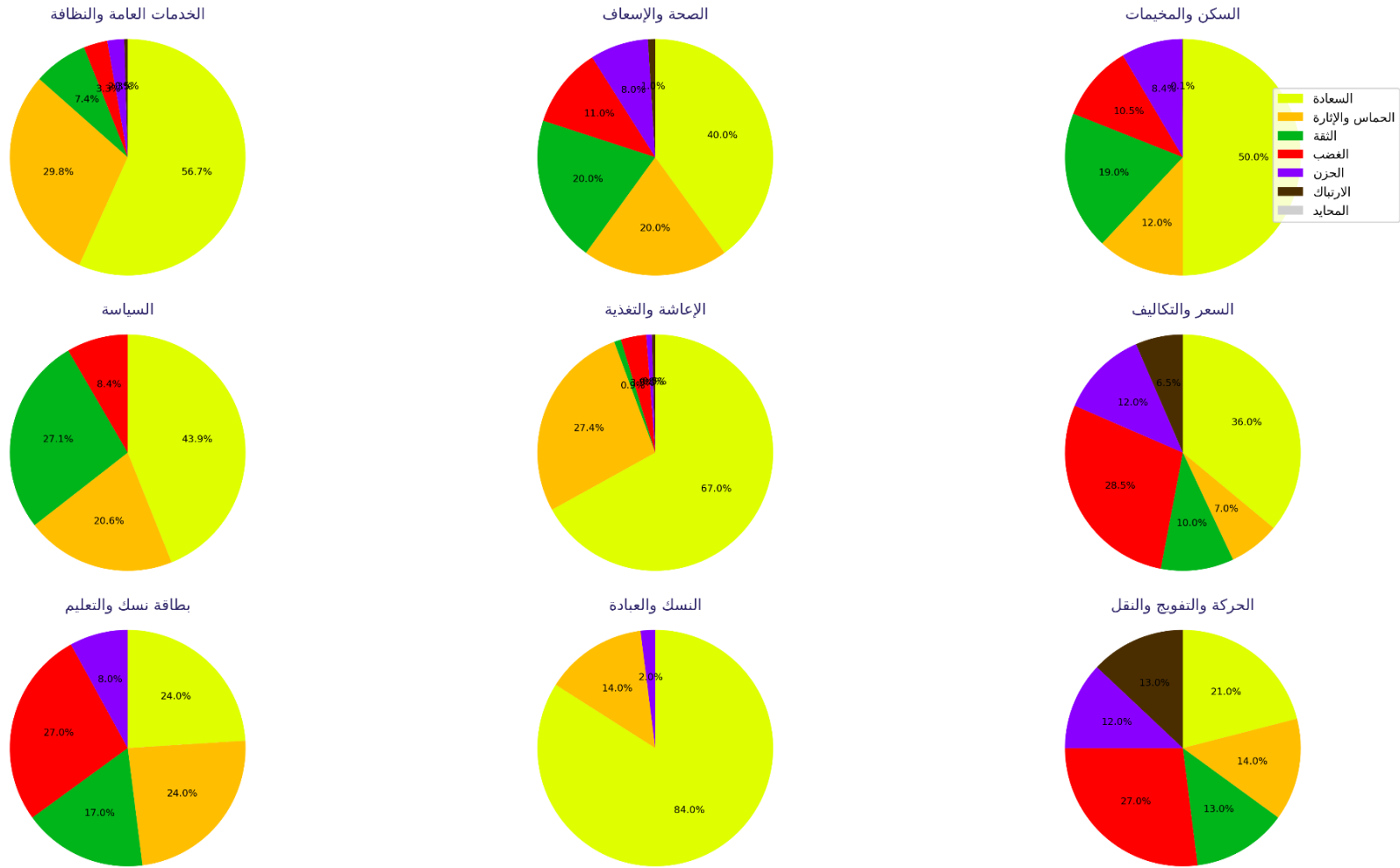
ثانيا- تحليل المشاعر
تحليل متكامل للمشاعر عن طريق تحليل النصوص

20 لكشلا

- المشاعر بحسب التواريخ

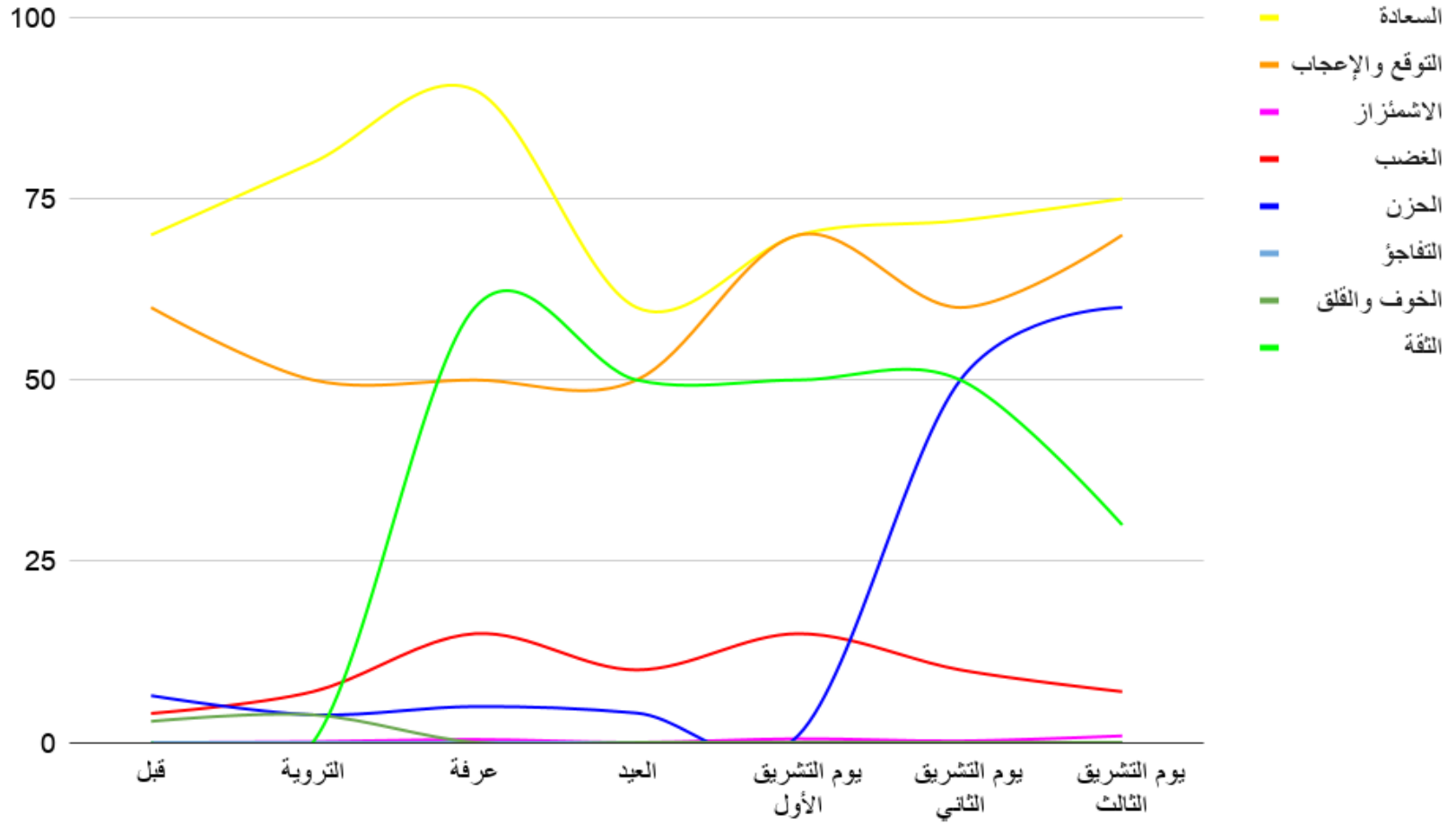


- المشاعر بحسب البنود الرئيسية



21 لكشلا

المشاعر بحسب الرحلة



تحليل عميق وتفصيلي للمشاعر عن طريق تحليل النصوص

Corpus Analysis/Mining

ثالثا- استنتاجات وقراءة النتائج
تحليل كتابي لجميع الأشكال التي تم رصدها في الايجابيات والسلبيات وفي تحاليل المشاعر

- قراءة تفصيلية للنتائج

في هذا الباب سيتم قراءة جميع الأشكال والرسومات التي تم طرحها في الأبواب السابقة لتقديم تحليل متكامل وقراءة واعية لكامل تفاصيل الأشكال ابتداء من السلبية والإيجابية وانتهاء بالمشاعر بشكلها العام وبشكلها التفصيلي على كل مرحلة.

من الجدير بالذكر وهي ملاحظة تتكرر في التقرير في كل مرحلة من مراحل التحليل هي أن المشاعر في غالبيتها إيجابية. وهذا يكون بسبب عوامل كثيرة من أهمها أن الحج بطبيعته شعيرة دينية مفروضة مرة واحدة في العمر، وهي من العبادات التي يصعب على كثير من الناس عملها. بل وينتظروا أجيالاً حتى تسنح لهم الفرصة لأداء هذه الفريضة. ولذا فإن نسبة الرضا بشكل عام بسبب هذا العامل تكون إيجابية بشكل كبير لصعوبة الحصول على حلم الحج. كما أن هناك عامل مرتبط بالمشقة، وهو رغبة الناس في الأجر وإيمانهم بأن الأجر على قدر المشقة فتكون مشاعرهم دائماً في حالة إيجابية إيماناً منهم أن التعب هو من مكونات الحج الرئيسي بل وقد تكون الراحة للحجاج في بعض الأحيان عاملاً عكسياً لمشاعرهم التعبية. إضافة إلى ذلك شهد الحجاج هذا العام راحة كبيرة في التحرك وفي الحركة المرورية وفي دخول المشاعر والخروج منها بسبب التحكم في أعداد المخالفين وتقليص وجودهم والجهود المبذولة في ذلك رفعت بشكل مباشر جودة الخدمات المقدمة للمستحقين مقابل المبلغ المدفوع.

- البيانات

تم سحب البيانات وتم احتساب النسب التكمالية لهذه البيانات وتوضيحها في (الشكل 16). فكما يوضح الشكل في يوم 7 ويوم 8 من ذي الحجة كانت البيانات متمركزة حول سعر الباقات، التنقل بالحافلات، بطاقة نسك والخدمات العامة. وبدأ التركيز يتغير في آخر يوم 8 وبداية يوم عرفة في التاسع من ذي الحجة، حيث أصبح أعلى التركيز على النقل والحركة والنسك والعبادة حيث صاحب هذا الارتفاع التزاحم في التفويج إلى عرفة والتأخر في النفرة إلى منى كما كانت هناك تحديات في حجاج الداخل في الأماكن المحجوزة لهم في مزدلفة وزيادة الأجواء الحارة والطقس مما أدى إلى زيادة نسبة عدم الرضا في تلك الأيام. أما يوم العيد فقد استمر النقل والحركة من أعلى البيانات وبعض حالات الإجهاد الحراري والإعياء للحجاج حسب ما تؤكد تعليقات المشاركين في مواقع التواصل. أما ما بعد ذلك من يوم 11 فصاعداً فبدأ التركيز على النقاط الخدمية، النظافة، السكن، الحركة، وأخيراً بطاقة نسك.

وسيكون باقي أقسام هذا الباب هو تحليل لهذه البيانات من حيث الإيجابية والسلبية ومن حيث المشاعر.

السلبية والإيجابية

يوضح الشكل 18 تقسيماً للبيانات بتفصيل البنود الرئيسية. يلاحظ أن المشاعر الإيجابية لقطاعات الخدمات العامة والنظافة والصحة والإسعاف والسكن والمخيمات بالإضافة إلى الإعاشة والتغذية

قد بلغت ذروتها في يوم 9 ذو الحجة ثم بدأت بالانخفاض التدريجي حتى نهاية الموسم مع انخفاض ملحوظ جدا للمشاعر السلبية وتكاد تكون معدومة. في المقابل تركزت أعلى معدلات المشاعر الإيجابية لبطاقة نسك والتعليم والنسك والعبادة في يوم 10 ذو الحجة. أما فيما يخص الحركة والتفويج فقد ظهرت أعلى معدلات المشاعر السلبية في يومي 8 و 9 ذو الحجة تزامنا مع الانتقال إلى منى وعرفات ومزدلفة لكن المشاعر الإيجابية قفزت لتبلغ ذروتها في يوم العيد نظير نجاح خطط التفويج واستمرت بشكل إيجابي حتى نهاية أيام التشريق.

يوضح الشكل 19 معدل البيانات السلبية والإيجابية خلال الفترة من 8 ذو الحجة وحتى 13 ذو الحجة. حيث سجلت المشاعر الإيجابية أعلى مستوياتها في يوم التروية، ثم شهدت انخفاضا تدريجيا لتصل إلى أقل مستوياتها في يوم العيد، لتعاود الارتفاع مجددا وبشكل ملحوظ خلال أيام التشريق. وفي المقابل شكلت السلبية نسبة منخفضة جدا طيلة الموسم مقارنة بالمشاعر الإيجابية، مع ملاحظة ترايدها بشكل بسيط جدا في يوم العيد حيث صاحب ذلك الحركة من عرفات إلى مزدلفة والتفويج لرمي الجمرات. ومن الجدير بالذكر أن عودة المشاعر الإيجابية للارتفاع السريع يعتبر أثرا مباشرا على التنظيم المبذول في هذا العام من كامل القطاعات والتمكين الرقمي لتطبيق نسك من خلال أخذ الشكاوى وإثراء التجربة مما أدى إلى قلة البيانات والشكاوى على المنصات العامة. كما شهدت المشاعر الإيجابية ارتفاعا في معدلات الرضا سواء في حجاج الداخل أو الخارج ذكورا وإناثا بعد إتمام الفريضة ورمي الجمرات والمسيرة للحرم المكي الشريف. أما سبب وجود نسبة بسيطة من المشاعر السلبية في بداية الرحلة فكان بسبب الخدمات العامة والسعر وبطاقة نسك وزيارة الروضة الشريفة حيث كانت هناك بعض التحديات اللوجستية في الزيارة مما أدى إلى عدم قدرة بعض الحجاج على زيارة الروضة الشريفة قبل الحج.

أما (الشكل 20-21) يوضح نظرة شمولية على الرحلة وتوقع المشاعر الإيجابية بشكل كبير. وعلى الرغم من انخفاض مؤشر الغضب بنهاية ثاني وثالث أيام التشريق، إلا أن البيانات أظهرت ارتفاعا ملحوظا في مؤشر الحزن، وهو ما يفسر طبيعة الحالة العاطفية ومشاعر الوداع لانتهاج الرحلة الإيمانية ومغادرة المشاعر المقدسة. وفي الوقت ذاته، سجل مؤشر الثقة صعودا حادا خلال يوم عرفة ليستقر بعدها، بينما تزايدت المشاعر الإيجابية المتمثلة في المتعة والتوقع والإعجاب بشكل كبير جدا نهاية أول أيام التشريق واستمرت في الصعود مع توقعات بتزايد الرضا حتى 10 أيام بعد التجربة. هذا المزيج العاطفي يبرز أهمية مشاعر ما بعد التجربة وتجربة الانطباع الأخير والتي يجب أن يعيرها جميع مقدمي الخدمات الاهتمام الكبير حتى تكون التجربة البعدية جيدة وتنعكس بإيجابية على ضيوف الرحمن، خصوصا مع ظهور نسب ملحوظة للغضب في قطاعات الحركة والتفويج والسعر وبطاقة نسك والتعليم. وقد يفسر استمرار صعود المشاعر الإيجابية ما بذلته وزارة الحج من خلال فريق السعادة والذي يقوم بجولات على جميع الحملات لتقديم هدايا وجوائز للحجاج ومباركتهم بإنهاء حجه. كما يفسر هذا التزايد الخدمات البعدية المقدمة في تطبيق نسك لإثراء التجربة كشهادة إتمام الحج والأدعية المأثورة ورحلة الحج ونسك الذكاء الاصطناعي وخرائط نسك وغيرها من الخدمات الإثرائية الأخرى.

- قراءة رسومات المشاعر

قراءة الشكل 20 و 22 - هو شكل يشرح المشاعر المختلفة على أيام الموسم من يوم (7) إلى يوم (14)	
السعادة	وكما هو الوضع المعتاد في المشاعر التعبدية، ترتفع في البداية وتقل تدريجياً مع الجهد وأي تقصير في الخدمات. ولذلك فنرى مشاعر السعادة باللون الأصفر في الشكل بدأت بالارتفاع من بداية يوم (7) وما قبلها ثم وصلت قممها في مطلع يوم عرفة وبدأت بالانحدار نهاية يوم (10) حيث بدأت المشاعر السلبية بالارتفاع.
التوقع والإعجاب	وهو مؤشر لمشاعر إيجابية تنطلق من توقع شي جيد والحصول عليه وتشابه مشاعر الإعجاب والتفاخر حيث أنها تأتي كنتيجة من مواعمة التوقعات. ونرى في الشكل أن التفاخر والإعجاب مصاحب بشكل كبير للمتعة حيث يعبر عن نفس التفسير. حيث تزايد بشكل أكبر بعد الانتهاء وذلك بسبب الخدمات البعيدة المقدمة للحجاج.
الاشمئزاز	الاشمئزاز هي مشاعر سلبية وتعكس احساس اليأس، الاحباط، أو فقدان الأمل في الخدمات المقدمة، ويأتي أيضاً مع التيه ومشاعر ضياع أو فقد الأجزاء أثناء الرحلة وهي مشاعر غابت تماماً هذا الموسم حيث لم تسجل ولا حالة واحدة فسرت بهذه المشاعر.
الغضب	الغضب هو شعور سلبي ويظهر في حال الوصول بالضرر للضيف حيث يبدأ الشخص (متلقي الخدمة) بالدفاع عن نفسه والتصرف بعنف أو بالشكوى وهي المرحلة التي يسمع في العادة فيها صوت الضيف. وفي هذا الموسم يعبر الغضب عن انعكاس مثالي للمتعة، حيث بدأت بمنحنى بسيط في يوم 9 ويوم 11 وأثناء التفويج ولكن سرعان ما بدأت بالتراجع بشكل سريع بسبب المشاعر المهيمنة وهي السعادة والإعجاب.
الحزن	الحزن هو شعور سلبي مصاحب للفقْد - للتوهان - للبعد عن الأحباب والأصحاب كما يعبر عن عدم التجاوب مع مشاعر الغضب. وقد يعبر أيضاً مع تزايد السعادة حزن إنهاء الرحلة وترك البلد الحبيبة وقرب موعد انتهاء هذه الرحلة الروحانية. ولذلك نرى في المنحنى أنه زاد بعد ارتفاع لمدة لا تقل عن يومين في مشاعر الغضب. حيث زاد في يوم (11) ولعله كان بسبب قرب نهاية الرحلة (13) و (14).
التفاجؤ	التفاجؤ هو مشاعر سلبية حيث أنه تفاجؤ سلبي وغير إيجابي بعكس (الإعجاب) وقد يسهم في إيجابية إذا صاحب ارتفاع في مشاعر الحب وهو من المشاعر الداعمة. وكان بشكل كبير قليل في طول الفترة.
الخوف والقلق	القلق هو شعور سلبي في أغلبه وعادة ما يرتبط قبل مرحلة التجربة والتصادم بالواقع ويزيد أيضاً في حال قلة الثقة. وفي هذا الموسم أتى الخوف مصاحب لحملات منع الحجاج الغير مصرحين وعدم فهم التعامل مع بطاقة نسك.
الثقة	الثقة هو شعور إيجابي ويبدو أنه ارتفع بشكل كبير في هذا الموسم. حيث بلغت مشاعر الثقة أعلى مستوياتها بحلول يوم عرفة فيكون الضيف عارف بالخدمات التي سيتلقاها ومدى جودتها. كما يزيد هذا الشعور مع زيادة الشفافية وزيادة وسرعة التجاوب مع مشاعر الحزن والغضب.

قراءة الشكل 21- هو شكل يشرح المشاعر بحسب البنود بغض النظر عن التاريخ حيث يحسب المعدل الكلي للمشاعر المهيمنة بخصوص بند أو خدمة معينة طيلة أيام الموسم	
السكن والمخيمات	المشاعر المؤثرة في بند السكن والمخيمات هي بالترتيب السعادة، الثقة والحماس والإثارة. أما باقي المشاعر فهي ما يمكن إهماله في احتساب المشاعر الكلية. يعتبر التحليل لمشاعر كثيرة مرتبط بشكل كبير بالسياق، وقد خلق دمج أكثر من شعور مشاعر جديدة كالبغض- والحب حسب السياق وحسب المشاعر المندمجة وهو أمر معقد نسبياً. في سياق الحج، فإن مشاعر السعادة مفهومة حيث أنها تأثير طبيعي للعبادة وأداء النسك. أما مشاعر الثقة والتي تكون نتيجة كون الضيف عارف بالخدمات التي سيتلقاها ومدى جودتها. أما شعور الحماس والإثارة هو شعور ينبع من الترقب للوصول إلى مقر الإقامة الجديد واستكشاف التجهيزات والمرافق المقدمة في المخيمات التي سيقضون فيها أيام التشريق.

الصحة والإسعاف	المشاعر المؤثرة في هذا البند هي بالترتيب السعادة والثقة والحماس والإثارة والغضب، الحزن والارتباك. حيث نتج الغضب عن بعض حالات ضربات الشمس أما الحماس والإثارة فنتج عن قدرة الطاقم بتقديم خدمات ذات جودة عالية في ظل الزحام الشديد. وأخيراً فشعور الثقة أتى من حالات اسعافية مثلت تجربة جيدة للحجاج وتعامل العاملين الراقي معهم في فترة الحر ومساعدتهم بشكل كبير.
الخدمات العامة والنظافة	الجدير بالذكر (مع إهمال مشاعر السعادة لأنها متكررة بسبب العامل الروحاني) أنه كان هناك تحسن كبير في الرضا عن الخدمات العامة للحجاج وقد يرجع ذلك لقلة المخالفين والتركيز كل التركيز على الحجاج في الميدان والذين لهم مساحة ومخيمات وخدمات متكاملة محتسبة لهم.
السعر والتكاليف	ثلاثي المشاعر (السعادة والغضب والحزن) يشكل الأكبر في هذا البند. حيث غضب بعض الحجاج من الخدمات مقابل السعر المدفوع وحزنوا لعد استجابتهم لذلك بحل سريع مرضي وأخيراً مثلت السعادة الجزء الأكبر من المشاعر لاستطاعة الضيوف من استعادة المبلغ أو دفع تعويض مالي عن الخدمات الغير مقدمة أو الغير مقدمة بالشكل المتوقع. <u>وهو من أخطر الاندماجات حيث تشكل بعض مشاعر العنف، ومشاعر اليأس وعدم الاستحقاقية والندم.</u>
الإعاشة والتغذية	شكلت المشاعر (السعادة والثقة) أعلى مشاعر في هذا البند والتي شكلت مشاعر التفاؤل والتسامح والتوقع وهو تقدم ملحوظ عن العام الماضي مع بعض مشاعر الاشمئزاز في التخلص من الأغذية الزائدة وكثرتها من باب حفظ النعمة حيث ناقشت بعض التعليقات القليلة جدا هذا الجانب
السياسة	تعتبر مشاعر مهملات تماماً هذا الموسم مثل الموسم الماضي حيث لم تشهد التغيرات ولا مواقع التواصل نقاش كثير حول السياسة هذا الموسم مع وجود بعض التوتر في السياسة العامة ورحلات الرجوع والخوف من الظروف الحالية في منطقة الشرق الأوسط
الحركة والنقل	تعتبر من أكثر الخدمات سلبية حيث كان هناك الكثير من الحديث حول النقل والمشاي والحر والإجهاد الحراري وخصوصاً الانتقال عبر الباصات - أما التنقل عبر قطار المشاعر فقد شهد تنظيماً كبيراً في التفويج مما عكس نظرة تفوق إيجابية عن السنة الماضية كما زادت مشاعر الانبهار بسرعة ودقة التنظيم. بعض الملاحظات البسيطة في فترات الانتظار على الدرج وصعوبة وصول الدعم الصحي لبعض حالات الاعياء أثناء الانتظار في قطار المشاعر.
النسك والعبادة	كان الشعور المهيمن هو شعور السعادة بشكل كبير.
بطاقة نسك والتنظيم	صاحبها الكثير من السعادة والانبهار والثقة والتي سبقت كامل الاغواء الماضية حيث أسهمت في حل كثير من تحديات الحجاج وتنظيم عملهم. واجهت بعض الحجاج الصعوبة في الحصول على بديل عند ضياعها أو تلفها وقد وجد بعض الملاحظات الرمزية فيما يخص الحصول على بديل سريع من الحملات.

التعليقات العامة

أبرز التحديات ونقاط الألم التي واجهت الضيوف خلال الموسم

أبرز نقاط التحديات لحجاج الداخل
تفرق حجوزات أفراد العائلة الواحدة وتوزعهم على حملات مختلفة.
صعوبة استخدام تطبيق "نسك" في إتمام عمليتي الحجز والدفع.
فقدان بعض أفراد العائلة لحجوزاتهم بسبب تأخرهم في سداد رسوم الحملة.
آلية ومواعيد طرح الباقيات كانت مبهمة وغير واضحة للغاية.
ارتفاع الأسعار بشكل كبير جداً مقارنة بالسنوات الماضية.
صعوبة الوصول إلى نقاط التجمع ومشاكل النقل، مما اضطر المستفيدين لإجراء حجوزات سفر بأنفسهم للوصول إلى مدينة جدة.
صعوبة الحصول على التوعية النظامية أو استيعابها.
تسبب الربط التقني بين تطبيق "نسك" ووزارة الصحة في حدوث بعض الإشكاليات المتعلقة بتسجيل التطعيمات.
صعوبة بالغة في آلية إتمام الحجز مع إضافة مرافق.
صعوبة تجربة المستخدم بشكل عام داخل التطبيق.
إخلاف بعض شركات حجاج الداخل بوعودها بتوفير حلاقين، حيث لم يحضروا في اليوم العاشر من ذي الحجة، مما شكل تحدياً كبيراً للحجاج في مسألة الحلق بعد رمي جمرة العقبة.

أبرز نقاط التحديات لحجاج الخارج
صعوبة التواصل والتعامل مع الوفود المختلفة بسبب حاجز اللغة، بالإضافة إلى عدم دعم تطبيق "نسك" للغات متعددة، مما جعل تجربة الاستخدام صعبة.
عدم وصول التنبيهات والمعلومات المتعلقة بالأسعار إلى المستفيدين.
افتقار الكثير من المستفيدين إلى المعرفة التقنية، ومواجهتهم لمشكلة تسجيل الخروج التلقائي من تطبيق "نسك" وعدم تمكنهم من تسجيل الدخول فيه مرة أخرى.
عدم وضوح جداول التفويج ليومي التاسع والعاشر من ذي الحجة.
تسببت التحديات السياسية في بعض البلدان بحدوث حالة من الإرباك.
وجود اعتراضات على قلة أعداد الحجاج المسموح بها (الحصص المخصصة).
بروز عدة صعوبات ونقاط ألم في عملية التفويج بشكل عام.
صعوبة بالغة في حجز زيارة "الروضة الشريفة" عبر التطبيق، مما أدى إلى عدم تمكن الكثيرين من الحصول على تصريح.
صعوبة كبيرة في إتمام حجوزات عربات الجولف.
نقل كبار السن داخل المشاعر المقدسة.

النتائج والتوصيات

نتائج التقرير وتنبؤات التصرفات من الضيوف حسب مشاعرهم

اليوم	المرحلة/البند	الاستنتاج	التوصيات	الشعور العام
7	السكن في مكة	- جودة السكن ودورات المياه مقبولة - التوتر والقلق من الأخبار السياسية - صعوبة تسليم واستلام بطائق نسك - عدم انطباق وصف السكن في نسك (الباقية) مع السكن المقدم - عدم وجود سكن في مكة مع أن الباقية مرخصة - سكن يجمع جنسيات مختلفة وبجودة منخفضة جدا في بعض الباقات	- التأكد من مواعمة الوصف تماماً الموجود في نسك لإدارة التوقعات - التأكد من إضافة صور للسكن في نسك لإدارة التوقعات - التحقق من وجود سكن رسمي لجميع الباقات في نسك - التأكد من الصيانة الدورية للفنادق قبل الموسم وتقديم ما يثبت ومعاينة من يقصر في ذلك	السعادة الخوف
7	النقل من مكة إلى المشاعر	- الأوقات غير دقيقة - الانتظار في الباص ساعات طويلة - التأخر بسبب تعيين المرشدين - التأخر بسبب أخطاء في الشاحنة - عدم الالتزام بمواعيد الجدولة في الانطلاق	- الانطلاق في المواعيد المعلنة - دراسة آلية تعيين المرشدين على الحافلات - دراسة آلية ضمان إغلاق الحافلات حيث أن آلية الملصقات سببت في كثير من التأخير.	الغضب
8	السكن في منى	- تطور كثير في الخدمات في منى ورضا عالي من الحجاج خلال هذه الفترة	- التأكد من خدمات البنية التحتية خصوصاً للطوابق - التأكد من مواعمة الوعود على منصة نسك - توفير جهة أو نقطة التواصل (عن طريق الحملة أو طرف ثالث للشكاوى المباشرة)	الإعجاب السعادة
8	التفويج إلى عرفة	- توقيت التفويج سيء للغاية ولم يلتزم به أحد (مشكلة مستمرة من الموسم الماضي) - طول مدة الركاب في الحافلة فقد وصلت إلى أكثر من 5 ساعات	- الالتزام من خطة تفويج واضحة - تأكيد معرفة خطة التفويج والخطوط المسموح السير فيها لدى العاملين - استخدام خرائط قوئل للتوجيه - التأكد من معرفة المرشدين للمخيمات	الغضب الخوف
9	يوم عرفة	- انقطاع الانترنت (أو بطؤه) لأكثر ساعتين ونصف بشكل ملحوظ (مشكلة ظهرت الموسم الماضي) - عدم الاستفادة من بطاقة نسك لعدم احتوائها على رابط خارطة قوئل للمخيم ومعلومات مفقودة في البطاقة	- التأكد من دورات المياه مع اقتراح وضع صور في نسك لكل دورات المياه في كل المراحل (الفندق- السكن في منى - السكن في عرفة) - التأكيد على تعبيد الطرق واستعداد الشوارع ووضع	السعادة الإعجاب

		- النفائات في كل مكان	- اللوحات والاشارات على الطرق الغير صالحة للسير - زيادة الطاقة الاستيعابية لشركة الاتصالات لمنع بطء الانترنت - حيث أن جميع الأدعية والبرامج وخرائط قوقل عليها - تأكيد وضع رابط حي يمكن تغييره من الإدارة على بطائق نسك يمكن من خلاله معرفة الطريق إلى المخيم - التدريب على إرشاد التائهين باستخدام بطاقة نسك. - التأكيد على وجود حاويات للأشياء الكهربائية أو منع استخدامها في عرفات - وضع خطة تشغيلية للنفايات وآلية للتخلص منها أثناء الحج
9	النفرة إلى مزدلفة ورمي الجمرات في منى	- جداول التفويج غير واضحة (أكبر مشكلة ألم في التفويج هذا الموسم عدم الحصول على معلومات التفويج) - التأخر في خطة النقل إلى مزدلفة - تداخل الحملات على بعض خصوصاً حجاج الداخل	- وضع خطة والالتزام بها - الاستفادة من المساحات في مزدلفة بشكل أفضل - اقتراح المرور في مزدلفة لحجاج اليوم الواحد ولكن مع الشفافية وذكر ذلك لهم في الباقة وتفصيلها - الاستعداد الأفضل للإجهاد - إبقاء عاملين في عرفة حتى نفرة كامل الحجاج حتى لا يصير أي فراغ في الخدمات - التركيز على خدمات الحجاج المشاه
10	العودة لمنى والسكن	- جداول التفويج غير واضحة - نفس مشاكل النقل والحركة - طفح المجاري - زيادة الوفيات من الإجهاد الحراري - التيه والضياح عن المجموعات - الأكل المقدم في بعض الحملات هو نوعين ولكن مسوق في نسك على أنه بوفيه - عدم نظافة دورات المياه وسوء الخدمات	- توصيات البنية التحتية (يجب إعادة تهيئة البنية التحتية) - التأكد من وجود خطط إخلاء للأبراج - التأكد من مواءمة تفاصيل الباقة في نسك من حيث الأكل والنقل والضياف والسكن ودورات المياه
11 و 12 و 13	رمي الجمرات والخروج من المشاعر	- سوء استخدام وإدارة قطار الحرمين - عدم وجود دورات مياه للحجاج في قطار الحرمين (مع الانتظار	- توفير خدمة الرمي بالنيابة من الحملات - توفير دورات المياه في الحرمين (لغير العاملين)

	- او توفير دورات مياه عامة بجانبه يسهل الوصول لها والعودة منها - الوصف لا يوضح المسافة للذهاب والعودة يجب وضع اعتبارات للتوقعات في حال تغير توجيه المشاه وإدارتهم حيث قد يؤدي لزيادة/نقصان المسافة إلى الجمرات من المخيمات	- لمدة تزيد عن 4 ساعات) - وصف الباقات في نسك يوضح المسافة من المخيمات للجمرات ولكن لا يوضح مسافة العودة (حيث انها قد تزيد عن 5 كيلو) بسبب خطط إدارة المشاه (تم حلها وتخفيفها باستخدام خرائط نسك) - صعوبة وصول المسعفين للحجاج المرهقين وسط رمي الجمرات - نفس مشاكل النقل والحركة وتأخر النقل		
--	---	---	--	--

التوصيات والتنبؤات

يتضح أن ارتفاع التفاعل الإيجابي على وسائل التواصل مرتبط بجهود التنظيم وسلاسة التفويج واستخدام التقنية الذكية، مما يشير إلى أهمية الاستمرار في تسليط الضوء على هذه الجهود خلال الأيام المتبقية من الحج.

الأنماط العاطفية المرتبطة بالخدمات (مثل السعادة العالية مع خدمات النسك والعبادة، والغضب المرتفع تجاه بطاقات نسك والتنقل) تدعو إلى معالجة مواضع الغموض، خاصة في الخدمات التقنية والتنظيمية.

يُوصى بزيادة التوضيح والتفاعل المباشر على المنصات، خاصة في ما يتعلق ببطاقات نسك والخدمات الجديدة، لتقليل الشكاوى والارتباك.

توقعات رضا الحجاج (CSAT) تشير إلى احتمالية ارتفاع ملحوظ، خاصة في الخدمات التي حظيت بتفاعل إيجابي عالي مثل: الإعاشة والعبادة والتنقل. ونتوقع أن تحقق هذه الخدمات نسب رضا أعلى في الأيام القادمة إن استمر الأداء بنفس المستوى.

من جانب آخر، هناك امتعاض متزايد بين الحجاج لعدم تمكنهم من زيارة الروضة الشريفة قبل الحج، ما قد يؤدي إلى تراجع طفيف في مؤشر الرضا العام، خصوصاً من الجنسيات القادمة من خارج المدينة المنورة. لذا يُوصى بإيصال رسالة واضحة عن فرص الزيارة بعد الحج وإمكانية حجزها عبر نسك لتخفيف الأثر وتبسيط آلية الحجز وتحسين قدرة التطبيق على استيعاب الضغط.

تطوير تطبيق نسك من خلال تحسين تجربة المستخدم، وتبسيط واجهات الحجز لمراعاة المعرفة التقنية لجميع فئات المستخدمين، وتوفير لغات متعددة في التطبيق لتسهيل استخدامه على الوفود من مختلف الجنسيات.

حل المشاكل التقنية لتطبيق نسك مثل خروج المستخدمين التلقائي ومعالجة مشاكل الربط بين تطبيق "نسك" ووزارة الصحة لضمان التحديث الفوري لسجلات التطعيم.

تعديل نظام الحجز برمجياً لضمان ارتباط أفراد العائلة بحملة واحدة، وتبسيط خطوات إضافة المرافق و توفير خيارات دفع مرنة وتمديد مهل السداد لتجنب الإلغاء التلقائي للحجوزات.

دراسة تكاليف الباقات لضمان تنافسياتها ومناسبتها لجميع الفئات مقارنة بالسنوات الماضية والإعلان المبكر والواضح عن مواعيد وآليات طرح الباقات وتفاصيلها.

توفير حلول نقل ميسرة إلى نقاط التجمع، وتسهيل حجز عربات الجولف، وتخصيص مسارات ومركبات لكبار السن في المشاعر.

إلزام الحملات بوعودها التعاقدية وفرض رقابة صارمة لضمان جودة الخدمة.

تحسين وصول الإشعارات والتنبيهات للمستخدمين لفرص الحجز والتنبيه قبل إلغائه، وتقديم التوعية النظامية والتقنية بقوالب بسيطة ومفهومة.

الإعلان عن جداول تفويج دقيقة ومبسطة، خصوصاً في أوقات الذروة يومي 9 و10 ذي الحجة.

وبالنظر إلى الأداء الرقمي لتطبيق نسك، يتضح أن الرحلة الرقمية المتكاملة لعبت دوراً كبيراً في تقليل تصعيد القضايا الجماهيرية، حيث استخدم التطبيق أكثر من 798,000 حاج بفعالية، مع 10 ملايين عملية دخول للتطبيق مما وفر وسيلة تفاعلية فورية للعبادة والتنقل والتوجيه، وساهم في ضبط المشاعر السلبية والحد من التذمر.

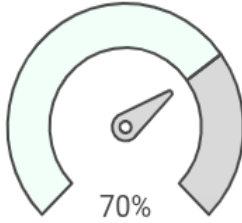
المقارنة بموسم 1445 وبموسم 1446

مقارنة عامة بين نتائج موسم 1445 وموسم 1446

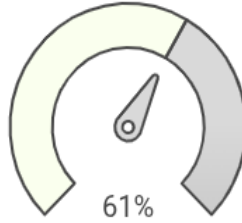
عنصر المقارنة	موسم 1447	موسم 1446	موسم 1445	التوضيح
عدد المنشورات بعد تنقيح البيانات	19000	21200	37348	نقص التفاعل في موسم 1447 يدل على وجود قنوات داخل التطبيق امتصت شكاوى الحجاج.
نسبة الحجاج من الداخل والخارج	40% داخل، 60% خارج	48% داخل، 52% خارج	40% داخل، 60% خارج	النسبة المتوازنة في 1447 تعكس سياسة السماح المقنن لحجاج الخارج.
أكثر ثلاث دول تفاعلاً	السعودية، الإمارات، الهند	السعودية، إندونيسيا، مصر	باكستان، بريطانيا، السعودية	تغير الدول الأكثر تفاعلاً يعكس وعياً أكبر في دول إسلامية رئيسية بالموسم الجديد.
المنصات الأعلى استخداماً	تيك توك، يوتيوب، تويتر	تيك توك، يوتيوب، تويتر	يوتيوب، فيسبوك	تحول الاهتمام نحو الفيديو القصير والتوثيق اللحظي لحجهم.
الإشارات	31680	7834	21888	انخفاض الإشارات في 1446 يدل على تقليل الاعتراضات بفضل التنظيم.
الوصول	662000000	428865584	457568133	الوصول الكلي أعلى وأكثر تفاعلاً في موسم 1447.
تحليل الإيموجي	94.4% إيجابي، 5.6% سلبي	90.3% إيجابي، 9.7% سلبي	65% إيجابي، 35% سلبي	تحسن المزاج العام للحجاج نتيجة استخدامهم لتطبيقات وخدمات مساندة.
تحليل المشاعر الإجمالي	متعة 38%، إعجاب 30%، غضب 5%، خوف 1%، حزن 9%، اشمئزاز 0%، مفاجأة 0%، ثقة 17%	متعة 75%، إعجاب 12%، غضب 5%، خوف 1%، اشمئزاز 0%، مفاجأة 0%، ثقة 0%	متعة 35%، إعجاب 3%، غضب 40%، خوف 4%، اشمئزاز 1%، مفاجأة 4%، ثقة 9%	اختفاء المفاجأة يدل على توقع الحجاج وتحكمهم بالتجربة.
الخدمات العامة والنظافة	تزايد ملحوظ في حجم التفاعل والاهتمام مع اقتراب نهاية الموسم.	إيجابية عالية خاصة أيام التشريق والتنظيف الميداني الفعّال	شكاوى مستمرة من النظافة وتأخر أعمال التنظيف	نمو كبير في الرضا يعكس جهود الأمانة والفرق الميدانية.
الصحة والإسعاف	تفاعل منخفض في البداية يتصاعد بوضوح بعد أيام الذروة.	خدمة جيدة مع تزايد الرضا يوم 10 و 11 بسبب الطوارئ والاستجابة	إجهاذ كبير للطواقم الطبية وضعف استجابة لبعض الحالات	توفير عيادات ميدانية والتعامل مع حالات الطوارئ ساعد في تحسين الانطباع.
السياسة	غياب تام لأي تفاعل أو محتوى طوال فترة الموسم.	لم يُسجل أي تفاعل سياسي يعكس حيادية الموسم	تفاعل سلبي بسبب القرارات والتنظيم السياسي	حيادية واضحة ناتجة عن استبعاد السياسيين والمحتوى الخلافية.
السكن والمخيمات	استحوذ على نسبة كبيرة ومؤثرة من إجمالي التفاعل طوال الموسم.	تحسن في جودة الإقامة خاصة بعد التوزيع العادل	ازدحام المخيمات وتوزيع غير متوازن	تحسن بيئة السكن من حيث التوزيع العادل والتكيف. كما ان التنظيمات الاستباقية كان له دور فعال مباشر على جودة الخدمات
الإعاشة والتغذية	نسبة تفاعل محدودة ولكنها ثابتة ومستقرة طوال أيام الحج.	زيادة واضحة في التفاعل الإيجابي مع التغذية المنظمة	نقص في جودة الطعام وتوزيعه	رضا الحجاج عن جودة وتنوع الطعام. وتخصيص الخدمات للحجاج النظاميين أدى إلى زيادة جودة الخدمة
السعر والتكاليف	حجم تفاعل متوسط يتسع ويزداد نسبياً في النصف الثاني من الموسم.	ما زال التساؤل حول زيادة الأسعار بشكل كبير ويبدو عدم الرضا عن الأسعار أكثر من العام السابق	ارتفاع أسعار وانهامات باستغلال	نجاح الجهات في توضيح الأسعار ولكن لا تزال مشكلة التسويق والتوقعات والواقع مقابل الصور تحدي يجب العمل عليه وتطويره.

بطاقة نسك والتنظيم	تفاعل عال وملحوظ في بداية الموسم يتقلص تدريجياً.	تنظيم قوي مع انتشار واسع للبطاقات	مشاكل في آلية توزيع البطاقات	البطاقات أفضل من العام السابق ولكن لا تزال تترك الحجاج في نقص البيانات والخوف من تزييفها وغيرها من الأمور اللوجستية والإدارية.
النسك والعبادة	تفاعل ثابت ومستقر ضمن إجمالي المؤشرات المرصودة.	أكبر نسبة رضا معززة بالمحتوى الديني على التطبيق	قلة التوعية والتفاعل الديني	المحتوى الديني عزز من التجربة الروحانية.
الحركة والتفويج والنقل	الفئة الأكبر استحوذاً على حجم التفاعل، وتتضخم بوضوح خلال الذروة.	الحركة منتظمة رغم كثافتها بفضل الخرائط التفاعلية	تكدسات وتأخيرات متكررة بالحركة	الخرائط التفاعلية ساهمت في تقليل التوهان وتحسين الطمأنينة. ولكن لا يزال التفويج والمواعيد والالتزام بها تحدي قائم يجب تطويره

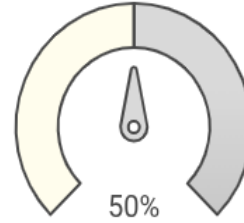
المشاعر الإيجابية خلال أيام ذو الحجة 1445



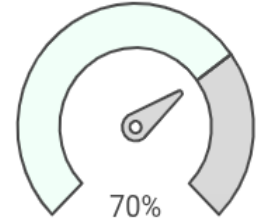
ذو الحجة 7



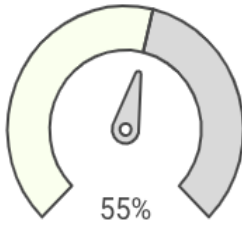
ذو الحجة 8



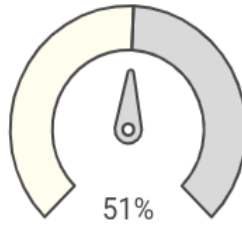
ذو الحجة 9



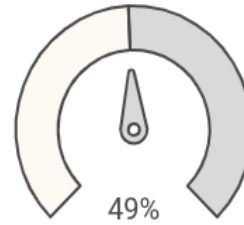
ذو الحجة 10



ذو الحجة 11



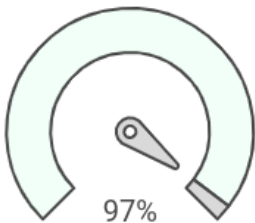
ذو الحجة 12



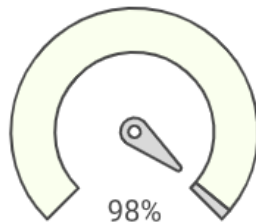
ذو الحجة 13

Made with Napkin

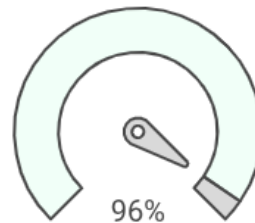
المشاعر الإيجابية خلال أيام ذو الحجة 1446



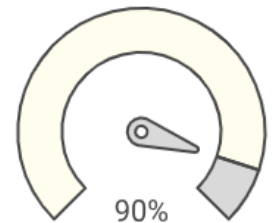
ذو الحجة 7



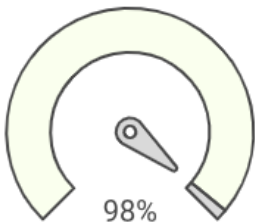
ذو الحجة 8



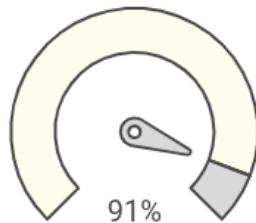
ذو الحجة 9



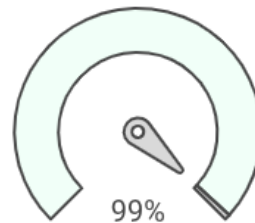
ذو الحجة 10



ذو الحجة 11



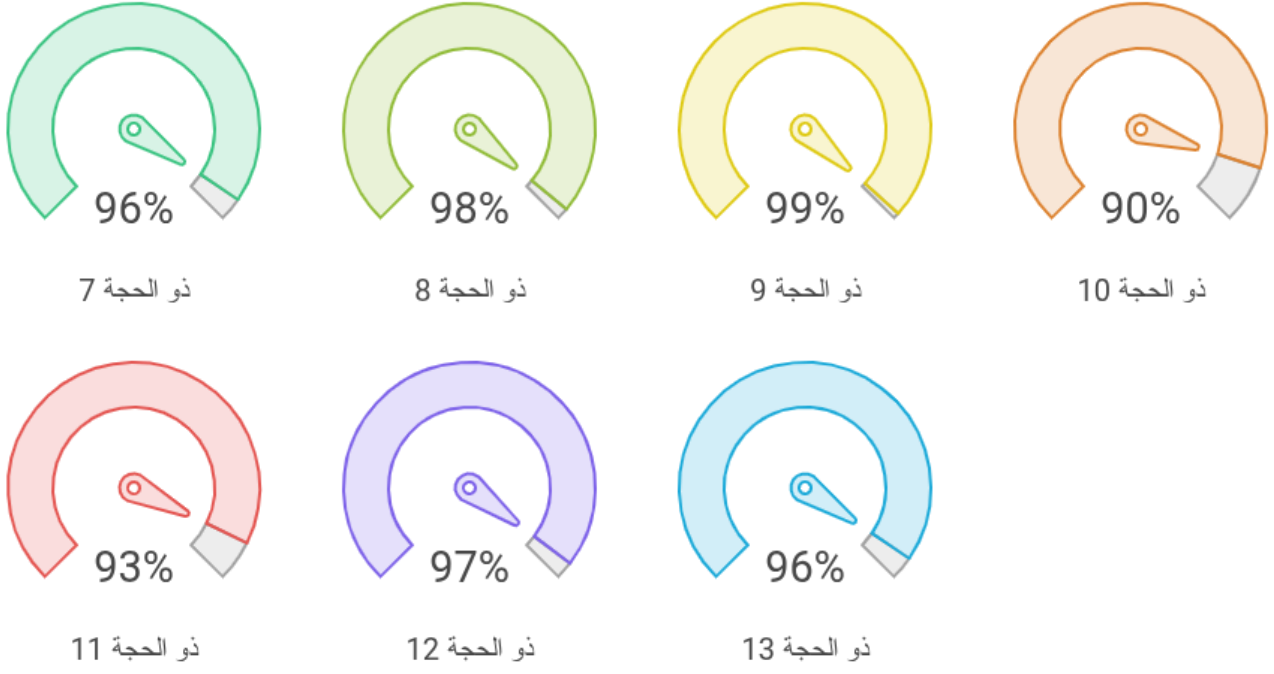
ذو الحجة 12



ذو الحجة 13

Made with Napkin

المشاعر الايجابية خلال أيام الحج 1447 هـ



Made with Napkin

المراجع

- [1] Singh, G. V., Chauhan, D. S., Firdaus, M., Ekbal, A., & Bhattacharyya, P. (2022, October). Are emoji, sentiment, and emotion friends? a multi-task learning for emoji, sentiment, and emotion analysis. In Proceedings of the 36th Pacific Asia Conference on Language, Information and Computation (pp. 166-174).

تفرق حجوزات أفراد العائلة الواحدة وتوزعهم على حملات مختلفة.

- صعوبة استخدام تطبيق "نسك" في إتمام عمليتي الحجز والدفع.
- فقدان بعض أفراد العائلة لحجوزاتهم بسبب تأخرهم في سداد رسوم الحملة.
- آلية ومواعيد طرح الباقات كانت مبهمه وغير واضحة للغاية.
- ارتفاع الأسعار بشكل كبير جداً مقارنة بالسنوات الماضية.
- صعوبة الوصول إلى نقاط التجمع ومشاكل النقل، مما اضطر المستفيدين لإجراء حجوزات سفر بأنفسهم للوصول إلى مدينة جدة.
- صعوبة الحصول على التوعية النظامية أو استيعابها.
- تسبب الربط التقني بين تطبيق "نسك" ووزارة الصحة في حدوث بعض الإشكاليات المتعلقة بتسجيل التطعيمات.
- صعوبة بالغة في آلية إتمام الحجز مع إضافة مرافق.
- صعوبة تجربة المستخدم بشكل عام داخل التطبيق.
- إخلاف بعض شركات حجاج الداخل بوعودها بتوفير حلاقين، حيث لم يحضروا في اليوم العاشر من ذي الحجة، مما شكل تحدياً كبيراً للحجاج في مسألة الحلق بعد رمي جمرة العقبة.

أبرز نقاط التحديات لحجاج الخارج:

- صعوبة التواصل والتعامل مع الوفود المختلفة بسبب حاجز اللغة، بالإضافة إلى عدم دعم تطبيق "نسك" للغات متعددة، مما جعل تجربة الاستخدام صعبة.
- عدم وصول التنبيهات والمعلومات المتعلقة بالأسعار إلى المستفيدين.
- افتقار الكثير من المستفيدين إلى المعرفة التقنية، ومواجهتهم لمشكلة تسجيل الخروج التلقائي من تطبيق "نسك" وعدم تمكنهم من تسجيل الدخول فيه مرة أخرى.
- عدم وضوح جداول التفويج ليومي التاسع والعاشر من ذي الحجة.
- تسببت التحديات السياسية في بعض البلدان بحدوث حالة من الإرباك.
- وجود اعتراضات على قلة أعداد الحجاج المسموح بها (الحصص المخصصة).
- بروز عدة صعوبات ونقاط ألم في عملية التفويج بشكل عام.
- صعوبة بالغة في حجز زيارة "الروضة الشريفة" عبر التطبيق، مما أدى إلى عدم تمكن الكثيرين من الحصول على تصريح.
- صعوبة كبيرة في إتمام حجوزات عربات الجولف.
- نقل كبار السن داخل المشاعر المقدسة.

توصيات بناء على تحليل المشاعر:

يتضح أن ارتفاع التفاعل الإيجابي على وسائل التواصل مرتبط بجهود التنظيم وسلاسة التفويج واستخدام التقنية الذكية، مما يشير إلى أهمية الاستمرار في تسليط الضوء على هذه الجهود خلال الأيام المتبقية من الحج.

الأنماط العاطفية المرتبطة بالخدمات (مثل السعادة العالية مع خدمات النسك والعبادة، والغضب المرتفع تجاه بطاقات نسك والتنقل) تدعو إلى معالجة مواضع الغموض، خاصة في الخدمات التقنية والتنظيمية.

يُوصى بزيادة التوضيح والتفاعل المباشر على المنصات، خاصة فيما يتعلق ببطاقات نسك والخدمات الجديدة، لتقليل الشكاوى والارتباك.

توقعات رضا الحجاج (CSAT) تشير إلى احتمالية ارتفاع ملحوظ، خاصة في الخدمات التي حظيت بتفاعل إيجابي عالي مثل: الإعاشة والعبادة والتنقل. ونتوقع أن تحقق هذه الخدمات نسب رضا أعلى في الأيام القادمة إن استمر الأداء بنفس المستوى.

من جانب آخر، هناك امتعاض متزايد بين الحجاج لعدم تمكنهم من زيارة الروضة الشريفة قبل الحج، ما قد يؤدي إلى تراجع طفيف في مؤشر الرضا العام، خصوصاً من الجنسيات القادمة من خارج المدينة المنورة. لذا يُوصى بإيصال رسالة واضحة عن فرص الزيارة بعد الحج وإمكانية حجزها عبر نسك لتخفيف الأثر وتبسيط آلية الحجز وتحسين قدرة التطبيق على استيعاب الضغط.

تطوير تطبيق نسك من خلال تحسين تجربة المستخدم، وتبسيط واجهات الحجز لمراعاة المعرفة التقنية لجميع فئات المستخدمين، وتوفير لغات متعددة في التطبيق لتسهيل استخدامه على الوفود من مختلف الجنسيات.

حل المشاكل التقنية لتطبيق نسك مثل خروج المستخدمين التلقائي ومعالجة مشاكل الربط بين تطبيق "نسك" ووزارة الصحة لضمان التحديث الفوري لسجلات التطعيم.

تعديل نظام الحجز برمجياً لضمان ارتباط أفراد العائلة بحملة واحدة، وتبسيط خطوات إضافة المرافق وتوفير خيارات دفع مرنة وتمديد مهل السداد لتجنب الإلغاء التلقائي للحجوزات.

دراسة تكاليف الباقات لضمان تنافسياتها ومناسبتها لجميع الفئات مقارنة بالسنوات الماضية والإعلان المبكر والواضح عن مواعيد وآليات طرح الباقات وتفاصيلها.

توفير حلول نقل ميسرة إلى نقاط التجمع، وتسهيل حجز عربات الجولف، وتخصيص مسارات ومركبات لكبار السن في المشاعر.

إلزام الحملات بعودها التعاقدية وفرض رقابة صارمة لضمان جودة الخدمة.

تحسين وصول الإشعارات والتنبيهات للمستفيدين لفرص الحجز والتنبيه قبل إلغائه، وتقديم التوعية النظامية والتقنية بقوالب بسيطة ومفهومة.

الإعلان عن جداول تفويج دقيقة ومبسطة، خصوصاً في أوقات الذروة يومي 9 و10 ذي الحجة.

وبالنظر إلى الأداء الرقمي لتطبيق نسك، يتضح أن الرحلة الرقمية المتكاملة لعبت دوراً كبيراً في تقليل تصعيد القضايا الجماهيرية، حيث استخدم التطبيق أكثر من 798,000 حاجٍ بفعالية، مع 10

ملايين عملية دخول للتطبيق مما وفر وسيلة تفاعلية فورية للعبادة والتنقل والتوجيه، وساهم في ضبط المشاعر السلبية والحد من التذمر.

بتنفيذ هذه التوصيات والمقترحات، يمكن تحسين تجربة الحجاج بشكل كبير، مما يزيد من مستوى رضاهم ويقلل من المشاعر السلبية أثناء أداء مناسك الحج.

الخاتمة:

تبرز الجهود المتواصلة التي تبذلها المملكة العربية السعودية في سبيل تحسين منظومة خدمات الحج والعمرة، تحقيقاً لمستهدفات رؤية السعودية 2030، وسعيًا لتقديم تجربة استثنائية تليق بضيوف الرحمن. وتعكس هذه الدراسة التزام الجهات ذات العلاقة بقياس رضا الحجاج وتحليل تجاربهم بشكل منهجي وعلمي، بما يضمن التطوير المستمر للخدمات المقدمة.

وقد تم تنفيذ هذه الدراسة الميدانية من قبل معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج والعمرة بجامعة أم القرى، لتوفير قراءة دقيقة وشاملة لتجارب الحجاج، والاستفادة منها في تقديم توصيات تطويرية قابلة للتطبيق. ومن خلال توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي والتحليل الإحصائي المتقدم، تم الوصول إلى رؤى معمقة تسهم في تحسين جودة الخدمات وتعزيز رضا الحجاج عامًّا بعد عام.

وقد استندت الدراسة على منهجية شاملة جمعت بين التحليل الكمي والنوعي، وتحليل مشاعر الحجاج من خلال تحليل المحتوى الرقمي، ومقابلات مجموعات التركيز، حيث تم تنفيذ ما يلي:

- **التحليل الكمي:** تم جمع بيانات من عينة تتجاوز 20,000 حاج من نحو 23 جنسية، وبعد التنقية، تم الاعتماد على 19,413 استجابة لتحليلها باستخدام أدوات إحصائية متقدمة، مما مكن من فهم أعمق لمستوى الرضا العام بحسب الخصائص الديموغرافية المختلفة.
- **التحليل النوعي:** تم جمع أكثر من 1400 استجابة وصفية من الحجاج، واعتماد 1380 استجابة منها بعد المعالجة، حيث أُجري تحليل مفصل للمقترحات وتم تحديد أبرز الجوانب التي تحتاج إلى تحسين لتلبية احتياجات الحجاج بشكل أدق.
- **مجموعات التركيز:** تم إجراء مناقشات مباشرة مع حجاج من أربع دول (باكستان، تركيا، وإندونيسيا، نيجيريا) بالإضافة إلى مقدمي الخدمات، من خلال جلسات تفاعلية بعد أيام التشريق، ما أتاح فهماً نوعياً لواقع التجربة من منظور مختلف الفئات.
- **تحليل المشاعر:** تم جمع نحو 70,000 معلومة رقمية من وسائل التواصل وغيرها، واعتمد منها 27,000 معلومة بعد التصنيف والمعالجة، وتم تحليلها باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحديد اتجاهات المشاعر الإيجابية والسلبية خلال موسم حج 1447 هـ.



@Hajj_uqu



<https://uqu.edu.sa/hajj>



hajj@uqu.edu.sa

