

دراسات نقدية

الأسبوع الخامس

إعداد الباحث : علاء الفران
برنامج الدكتوراة تسويق
إشراف :
د. شرين كدواني



تحليل دراسة ومقترحات مستقبلية



الأسبوع الخامس

تحليل دراسة وإبداع ملاحظات واقترحات لتطويرها

الدراسة المختارة
دور التسويق الرقمي في تعزيز السياحة الداخلية في المملكة العربية
السعودية في ضوء رؤية 2030 (دراسة ميدانية)

ملاحظات على الدراسة الحالية

1. المقدمة

- المقدمة توضح أهمية السياحة ودورها في النمو الاقتصادي، لكن يمكن تعزيزها بذكر أمثلة حديثة أو بيانات إحصائية لدعم هذا الادعاء.

2. تحديد مجتمع الدراسة وعينة البحث

- مجتمع البحث هو الجمهور السعودي، لكن عينة الدراسة كانت مكونة من 200 مفردة من سكان مكة المكرمة فقط، مما قد يحد من تعميم النتائج على المجتمع السعودي بأكمله.

3. منهجية البحث

- استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وهو مناسب لطبيعة البحث. مع ذلك، يمكن تحسين وصف كيفية جمع البيانات وإجراءات ضمان جودة البيانات.

4. تحليل البيانات

- التحليل الإحصائي للبيانات كان جيداً، لكن يمكن توضيح استخدام أدوات التحليل بشكل أعمق، مثل كيفية استخدام اختبار كا (Chi-Square) ومعامل الارتباط لتحليل البيانات بشكل دقيق.

5. النتائج

- النتائج كانت مفصلة وأوضحت ارتفاع نسبة تعرض الجمهور السعودي للتسويق الرقمي ومصادر المعلومات الموثوقة لديهم. يمكن تعزيز النتائج بذكر النسب المئوية لجميع الفئات وتحليلها بشكل مفصل.

توصيات لتطوير الدراسة



الأسبوع الخامس

1. زيادة حجم العينة وتنوعها

- لزيادة دقة النتائج وتعميمها على المجتمع السعودي ككل، يجب زيادة حجم العينة لتشمل مفردات من مختلف مناطق المملكة وليس فقط مكة المكرمة. يمكن استخدام عينات طبقية لضمان تمثيل مناسب للفئات العمرية والمستويات التعليمية والاجتماعية المختلفة.

2. تحسين أدوات جمع البيانات

- تطوير استبانة أكثر تفصيلاً تتناول جوانب التسويق الرقمي والسياحة. يمكن استخدام مقابلات شخصية أو مجموعات تركيز لجمع بيانات نوعية تدعم النتائج الكمية.

3. تحليل متقدم للبيانات

- استخدام أدوات تحليل إحصائي متقدمة مثل تحليل الانحدار المتعدد لتحليل تأثير المتغيرات المستقلة على المتغيرات التابعة بشكل أعمق. كما يمكن استخدام تحليل المسار لفهم العلاقات السببية بين المتغيرات.

4. تعزيز المقدمة والخاتمة

- تحسين المقدمة بذكر أمثلة حديثة ودراسات سابقة تدعم أهمية الموضوع. في الخاتمة، يمكن تقديم توصيات واضحة لصناع القرار بناءً على النتائج.

التوصيات المستقبلية



الأسبوع الخامس

1. دراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على السياحة بشكل أشمل

- إجراء دراسات تركز على تأثير منصات التواصل الاجتماعي الأخرى مثل سناب شات وتيك توك على الرأي العام والترويج للسياحة في السعودية.

2. تحليل تأثير الإعلام الرقمي على قرارات السفر

- دراسة كيفية تأثير المعلومات والمراجعات الرقمية على قرارات السفر للمواطنين السعوديين، وكيف يمكن للجهات المعنية استغلال هذه المعلومات لتعزيز السياحة.

3. البحوث طويلة المدى

- تنفيذ بحوث طويلة لمتابعة التغيرات في الاتجاهات والمواقف نحو السياحة الرقمية على مدار الزمن، مما يوفر بيانات أكثر عمقاً حول التأثيرات طويلة الأمد.

4. التركيز على الفئات العمرية المختلفة

- دراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الفئات العمرية المختلفة بشكل منفصل، مما يتيح فهماً أعمق لاحتياجات وتوقعات كل فئة.

:

5. تقييم الحملات التسويقية

- إجراء دراسات تقييمية للحملات التسويقية الرقمية الحالية والمستقبلية، لمعرفة مدى فعاليتها في الوصول إلى الجمهور المستهدف وتحقيق الأهداف المرجوة.

6. مقارنة بين الدول

- إجراء دراسات مقارنة بين السعودية ودول أخرى في المنطقة لمعرفة كيفية تأثير السياقات الثقافية والاجتماعية المختلفة على فعالية التسويق الرقمي في السياحة.

مقترحات لدراسات المستقبلية



الأسبوع الخامس

"دور التسويق الرقمي في تنمية السياحة الثقافية في المملكة"

يقوم هذا المقترح حول كيفية استخدام التسويق الرقمي للترويج للسياحة الثقافية والتاريخية في السعودية، مع دراسة تأثير المحتوى الرقمي مثل الفيديوهات والمدونات.

-الأهمية تكمن أهمية هذا المقترح في المساهمة في تطوير محتوى تسويقي فعال لجذب السياح المهتمين بالثقافة والتراث.

استراتيجيات التسويق الرقمي للترويج للسياحة البيئية في المملكة"

هذا المقترح يركز على استراتيجيات التسويق الرقمي التي يمكن أن تستخدم لتعزيز السياحة البيئية والمحميات الطبيعية في السعودية.

- الأهمية تعزز الجهود للحفاظ على البيئة وترويج السياحة المستدامة.

"قياس فعالية التسويق المؤثرين في الترويج للسياحة السعودية"

المقترح تقيس فعالية التسويق عبر المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي في جذب السياح إلى المملكة. الأهمية تقديم رؤى حول كيفية استخدام المؤثرين بفعالية في حملات التسويق السياحي.

"تحليل تأثير التسويق عبر الهواتف الذكية على السياحة في المملكة العربية السعودية"

- هذا المقترح. يستهدف فهم كيفية تأثير التسويق عبر الهواتف الذكية (مثل التطبيقات والإشعارات الفورية) على اختيارات السياح وتحفيزهم على زيارة مناطق جديدة. الأهمية تقديم توصيات لتحسين تجربة المستخدم وزيادة التفاعل مع السياح المحتملين.

الخاتمة



الأسبوع الخامس



الخاتمة

تعكس هذه الدراسات والمقترحات المستقبلية الاهتمام المتزايد بتطوير استراتيجيات التسويق الرقمي لتعزيز السياحة في المملكة العربية السعودية. من خلال تنفيذ هذه البحوث، يمكن تحسين فهم كيفية تأثير الأدوات الرقمية على السلوك السياحي وتطوير استراتيجيات فعالة لتحقيق أهداف رؤية 2030 في قطاع السياحة.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



شكرًا

