



بحث عن العلاقات العامة ودورها في زيادة تفعيل ترويج الخدمات السياحية
[HTTPS://DSPACE.UNIV-ALGER3.DZ/JSPUI/HANDLE/123456789/9597](https://dspace.univ-alger3.dz/jspui/handle/123456789/9597)

المقرر: قضايا بحثية ٣

اعداد الباحثة : هبة عبدالله المنيع

اشراف الدكتورة الفاضلة : ميار وليد

بسم الله الرحمن الرحيم

*من خلال الاطلاع على أطروحة الدكتوراه

العلاقات العامة ودورها في زيادة تفعيل ترويج الخدمات السياحية

المطلوب

إعداد ملخص باهم الابحاث العلمية المنشورة في موضوع مشروع البحث ،

مع تحديد اهم الاتجاهات البحثية و الفجوات البحثية

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الجزائر - 03-

قسم: العلوم التجارية



أطروحة دكتوراه علوم في العلوم التجارية

تخصص إدارة وتسويق الخدمات

بعنوان:

العلاقات العامة ودورها في زيادة تفعيل ترويج الخدمات السياحية

مع الإشارة لتجربة الإمارات العربية المتحدة -إمارة الشارقة-

تحت إشراف الأستاذ:

هدير عبد القادر

من إعداد الطالبة:

محمدي وافية

أمام لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة	مؤسسة الانتماء
كواس خالد	أستاذ	رئيسا	جامعة الجزائر 3
هدير عبد القادر	أستاذ	مقررا	جامعة الجزائر 3
شعبان رشيدة	أستاذة	عضوا	جامعة الجزائر 3
موفق علي	أستاذ	عضوا	ENSSEA
بن قشوة جلول	أستاذ	عضوا	جامعة الأغواط
قاسم كريم	أستاذ	عضوا	ESC

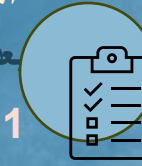
السنة الجامعية 2022/2023

ملخص الأبحاث والدراسات السابقة :



MIDOCEAN
UNIVERSITY

عنوان الدراسة	اسم المؤلف	سنة النشر	الجامعة / المؤسسة البحثية	موضوع الدراسة
فاعلية برامج العلاقات العامة في جذب الاستثمارات السياحية للسودان	أمل حمدنا الله القاسم أحمد	2016	جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا	دراسة حول دور العلاقات العامة في استقطاب الاستثمارات السياحية وتأثيرها على التنمية السياحية
عملية العلاقات العامة في المنشآت السياحية في الأردن - دراسة تقييمية	نواف عبد الله الزين	2014	جامعة الشرق الأوسط، الأردن	تحليل دور العلاقات العامة في تحسين جودة الخدمات السياحية وتأثيرها على تجربة السائح
العلاقات العامة ودورها في تطوير التسويق السياحي	بدر داري محمد عبد الله	2017	جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا	دور العلاقات العامة في تحسين استراتيجيات التسويق السياحي وتعزيز صورة الوجهة السياحية
دور العلاقات العامة في المؤسسات السياحية الفلسطينية - مؤسسات بيت لحم الخاصة نموذجاً	رهام عنان عيسى	2014	جامعة النجاح الوطنية، فلسطين	دراسة حالة على مؤسسات سياحية فلسطينية وتحليل كيفية استخدام العلاقات العامة في الترويج السياحي
دور العلاقات العامة في تنشيط السياحة في السودان	جوهرة أبو زيد الطاهر محمد	2017	جامعة الرباط الوطني، السودان	تأثير العلاقات العامة على النشاط السياحي والاستراتيجيات الترويجية المستخدمة
العلاقات العامة في المؤسسة السياحية الجزائرية - دراسة حالة وزارة السياحة	كرمية إبراهيم	2011/2012	جامعة الجزائر	تقييم دور العلاقات العامة في السياحة الجزائرية ومدى نجاح استراتيجياتها الترويجية
بحوث العلاقات العامة في المؤسسة السياحية - دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة	حفصي هدى	2011/2012	جامعة الجزائر	دراسة متعمقة في كيفية استخدام العلاقات العامة كأساس لصياغة خطط الترويج السياحي



أهم الاتجاهات البحثية في الدراسات السابقة :

بعد مراجعة الدراسات السابقة، يمكن تلخيص أبرز الاتجاهات البحثية التي ركزت عليها هذه الأبحاث:

1. دور العلاقات العامة في تسويق الوجهات السياحية

• ركزت الدراسات على دور العلاقات العامة في تحسين صورة الوجهة السياحية وتعزيز الجذب السياحي.

• تم التركيز على الحملات الترويجية وتأثيرها على تدفق السياح.

2. العلاقات العامة كأداة لتحسين جودة الخدمات السياحية

• ناقشت بعض الدراسات كيف يمكن للعلاقات العامة أن تساهم في تحسين جودة الخدمات المقدمة للسياح.

• تم تحليل دور التدريب والتواصل في تعزيز رضا السياح.

3. استخدام وسائل الإعلام والاتصال في الترويج السياحي

• تم التركيز على أهمية وسائل الإعلام التقليدية والرقمية في الحملات الترويجية.

• ناقشت بعض الدراسات دور الدعاية والعلاقات العامة في وسائل الإعلام في التأثير على قرارات السياح.

4. التجارب الناجحة للعلاقات العامة في الترويج السياحي

• بعض الدراسات تناولت حالات دراسية مثل تجربة الإمارات العربية المتحدة (إمارة الشارقة) كمثال ناجح لاستخدام العلاقات العامة في التسويق السياحي.

• تم تحليل السياسات والاستراتيجيات الترويجية المختلفة.

5. الترويج السياحي الإلكتروني ودوره في تعزيز السياحة

• أظهرت بعض الدراسات الحديثة اهتماماً بتأثير التسويق الإلكتروني والعلاقات العامة الرقمية على القطاع السياحي.

• تم تحليل استراتيجيات التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على قرارات السياح.

6. أثر العلاقات العامة على الاقتصاد السياحي

• بعض الأبحاث درست كيف تؤثر العلاقات العامة على النمو الاقتصادي من خلال جذب الاستثمارات السياحية.

• تم تحليل كيفية توجيه السياسات الحكومية لدعم السياحة عبر العلاقات العامة.

7. الدراسات السابقة:

يتميز موضوع السياحة بشكل عام بوفرة الدراسات والبحوث السابقة، وفي الآونة الأخيرة برز موضوع التسويق والترويج السياحي بشكل ملحوظ، في حين نلاحظ نقصاً واضحاً في الدراسات التي تناولت العلاقات العامة السياحية، ومن أهم الدراسات ذات الصلة بموضوعنا والتي تمكنا من الإطلاع عليها نجد:

١- أمل حمدنا الله القاسم أحمد، أطروحة دكتوراه بعنوان: "فاعلية برامج العلاقات العامة في جذب الاستثمارات السياحية للسودان، دراسة وصفية بالتطبيق على إدارة العلاقات العامة بوزارة الثقافة والسياحة والآثار"، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2020، تناول البحث ما يلي: التعرف على خطط العلاقات العامة لأنواع السياحة المختلفة، العمل على الأهداف التي تسعى العلاقات العامة بوزارة السياحة إلى تحقيقها في الاستثمار السياحي في السودان، ماهية الترويج السياحي، وسائل الإتصال في الترويج السياحي، دور العلاقات

٢

مقدمة

العامة في الترويج السياحي، والتعرف على أنشطة العلاقات العامة السياحية. بالإضافة إلى الدراسة الميدانية المتمثلة في وزارة الثقافة والسياحة والآثار بالسودان.

من بين النتائج المتوصل إليها أن العلاقات العامة تسعى إلى التنسيق بين الإدارات المختلفة في جذب السياحة، وأن إدارة العلاقات العامة تقوم بتنظيم حملات ترويجية عن المنطقة "السودان" بشكل جيد ويقوم بتنظيم وإقامة المحاضرات والندوات والمعارض، إدارة العلاقات العامة تقوم بوضع خطط لأنواع السياحة المختلفة بنجاح تام.

٢- نواف عبد الله الزين، رسالة ماجستير بعنوان: "عملية العلاقات العامة في المنشآت السياحية في الأردن -دراسة تطبيقية-"، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2011، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على عملية العلاقات العامة في المنشآت السياحية في الأردن، وتقييم عينة الدراسة لوظائف العلاقات العامة المتمثلة في: البحوث، التخطيط، الإتصال، التقييم وفقاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية.

كما شمل مجتمع الدراسة جميع العاملين في إدارات العلاقات العامة في المنشآت السياحية المتواجدة في العاصمة عمان والبالغ عددهم (152) موظفاً وموظفة، حيث كانت نتائج الدراسة كما يلي: عدم الإهتمام الجيد من قبل المنشآت السياحية لوظيفة البحوث، وعدم ممارستها للتخطيط بالشكل المطلوب، بالنسبة للإتصال جاء في المرتبة الأولى وهو ما يعكس قدرة إدارة العلاقات العامة في المنشآت السياحية الوصول إلى جماهيرها المستهدفة والتأثير فيهم، وأخيراً محدودة ممارسة العاملين في العلاقات العامة في المنشأة السياحية لوظيفة التقييم وفق أسس علمية دقيقة.

٣- بدر داري محمد عبد الله، رسالة ماجستير بعنوان: "العلاقات العامة ونورها في تطوير التسويق السياحي"، كلية الإعلام، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2017، تناولت هذه الدراسة العلاقات العامة بصفة عامة وكل ما يتعلق بها من مفهوم ووظائف وتخطيط برامجها، كما تطرق لمفهوم التسويق، السياحة، الإعلام السياحي، التخطيط السياحي وأهميته كدور رئيسي للعلاقات العامة السياحية، والعلاقات العامة السياحية ودورها في التسويق السياحي، وتطرق في الدراسة الميدانية إلى دائرة السياحة والتسويق التجاري بدبي.

من أهم النتائج التي توصل إليها الباحث أن العلاقات العامة السياحية أصبحت اليوم إحدى أهم أقسام العلاقات العامة بصفة عامة، وأكثرها إهتماماً وخير دليل على ذلك تبنى المنظمات والحكومات لها في إطار السياسة السياحية المبنية على خدمة المواطن وأصحاب الأعمال.

الفجوات البحثية :

على الرغم من أهمية الدراسات السابقة، إلا أنها لم تغطِ بعض الجوانب الهامة، مما يتيح للبحث المقترح معالجة الفجوات التالية:



MIDOCEAN
UNIVERSITY

1. نقص الدراسات التي تربط بين العلاقات العامة وبناء الصورة الذهنية للوجهات السياحية

• معظم الأبحاث ركزت على الترويج العام، ولكن لم تبحث بشكل معمق في كيفية تشكيل العلاقات العامة لصورة ذهنية إيجابية للبلدان السياحية.

2. غياب التحليل المتعمق لدور العلاقات العامة الرقمية والترويج الإلكتروني في السياحة

• معظم الدراسات تناولت وسائل الإعلام التقليدية، ولكن لم يتم دراسة العلاقات العامة الرقمية والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كافٍ.

3. ندرة الأبحاث التطبيقية حول قياس فعالية استراتيجيات العلاقات العامة السياحية

• هناك حاجة لدراسات تطبيقية تقيس تأثير العلاقات العامة على تدفق السياح، ومدى نجاح الحملات الترويجية المختلفة.

4. نقص الدراسات المقارنة بين الدول المختلفة في استخدام العلاقات العامة السياحية

• لا توجد دراسات كافية تقارن بين استراتيجيات العلاقات العامة السياحية في دول عربية مختلفة، مما يترك فجوة في معرفة أفضل الممارسات.

5. ضعف الدراسات التي تربط بين العلاقات العامة والسياحة المستدامة

• لم تتناول معظم الدراسات كيف يمكن للعلاقات العامة أن تسهم في تعزيز السياحة المستدامة وحماية الموارد البيئية.

6. قلة الدراسات حول تأثير الأزمات السياحية على استراتيجيات العلاقات العامة

• لم يتم التركيز على كيفية تعامل العلاقات العامة مع الأزمات مثل الجوائح، الكوارث الطبيعية، أو الأزمات الاقتصادية التي تؤثر على السياحة.

7. الدراسات السابقة:

يتميز موضوع السياحة بشكل عام بوفرة الدراسات والبحوث السابقة، وفي الآونة الأخيرة برز موضوع التسويق والترويج السياحي بشكل ملحوظ، في حين نلاحظ نقصاً واضحاً في الدراسات التي تناولت العلاقات العامة السياحية، ومن أهم الدراسات ذات الصلة بموضوعنا والتي تمكنا من الإطلاع عليها نجد:

١- أمل حمدنا الله القاسم أحمد، أطروحة دكتوراه بعنوان: "فاعلية برامج العلاقات العامة في جذب الاستثمارات السياحية للسودان، دراسة وصفية بالتطبيق على إدارة العلاقات العامة بوزارة الثقافة والسياحة والآثار"، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2020، تناول البحث ما يلي: التعرف على خطط العلاقات العامة لأنواع السياحة المختلفة، العمل على الأهداف التي تسعى العلاقات العامة بوزارة السياحة إلى تحقيقها في الاستثمار السياحي في السودان، ماهية الترويج السياحي، وسائل الاتصال في الترويج السياحي، دور العلاقات

٢

مقدمة

العامة في الترويج السياحي، والتعرف على أنشطة العلاقات العامة السياحية. بالإضافة إلى الدراسة الميدانية المتعلقة في وزارة الثقافة والسياحة والآثار بالسودان.

من بين النتائج المتوصل إليها أن العلاقات العامة تسعى إلى التنسيق بين الإدارات المختلفة في جذب السياحة، وأن إدارة العلاقات العامة تقوم بتنظيم حملات ترويجية عن المنطقة "السودان" بشكل جيد وتقوم بتنظيم وإقامة المحاضرات والندوات والمعارض، إدارة العلاقات العامة تقوم بوضع خطط لأنواع السياحة المختلفة بنجاح تام.

٢- نواف عبد الله الزين، رسالة ماجستير بعنوان: "عملية العلاقات العامة في المنشآت السياحية في الأردن -دراسة تطبيقية-"، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2011، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على عملية العلاقات العامة في المنشآت السياحية في الأردن، وتقييم عينة الدراسة لوظائف العلاقات العامة المتمثلة في: البحوث، التخطيط، الاتصال، التقييم وفقاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية.

كما شمل مجتمع الدراسة جميع العاملين في إدارات العلاقات العامة في المنشآت السياحية المتواجدة في العاصمة عمان والبالغ عددهم (152) موظفاً وموظفة، حيث كانت نتائج الدراسة كما يلي: عدم الإهتمام الجيد من قبل المنشآت السياحية لوظيفة البحوث، وعدم ممارستها للتخطيط بالشكل المطلوب، بالنسبة للإصلاص جاء في المرتبة الأولى وهو ما يعكس قدرة إدارة العلاقات العامة في المنشآت السياحية الوصول إلى جماهيرها المستهدفة والتأثير فيهم، وأخيراً محدودية ممارسة العاملين في العلاقات العامة في المنشأة السياحية لوظيفة التقييم وفق أسس علمية دقيقة.

٣- بدر داري محمد عبد الله، رسالة ماجستير بعنوان: "العلاقات العامة ونورها في تطوير التسويق السياحي"، كلية الإعلام، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2017، تناولت هذه الدراسة العلاقات العامة بصفة عامة وكل ما يتعلق بها من مفهوم ووظائف وتخطيط برامجها، كما تطرق لمفهوم التسويق، السياحة، الإعلام السياحي، التخطيط السياحي وأهميته كدور رئيسي للعلاقات العامة السياحية، والعلاقات العامة السياحية ودورها في التسويق السياحي، وتطرق في الدراسة الميدانية إلى دائرة السياحة والتسويق التجاري بدبي.

من أهم النتائج التي توصل إليها الباحث أن العلاقات العامة السياحية أصبحت اليوم إحدى أهم أقسام العلاقات العامة بصفة عامة، وأكثرها إهتماماً وخير دليل على ذلك تبني المنظمات والحكومات لها في إطار السياسة السياحية السائدة حالياً. أما عن الفجوات البحثية:

الفجوات البحثية :

كيف يمكن للبحث المقترح معالجة هذه الفجوات؟ :

يمكن للبحث المقترح أن يسهم في سد الفجوات البحثية من خلال:



MIDOCEAN
UNIVERSITY

7. الدراسات السابقة:

يتميز موضوع السياحة بشكل عام بوفرة الدراسات والبحوث السابقة، وفي الآونة الأخيرة برز موضوع التسويق والترويج السياحي بشكل ملحوظ، في حين نلاحظ نقصاً واضحاً في الدراسات التي تناولت العلاقات العامة السياحية، ومن أهم الدراسات ذات الصلة بموضوعنا والتي تمكنا من الإطلاع عليها نجد:

١- أمل حمدنا الله القاسم أحمد، أطروحة دكتوراه بعنوان: "فاعلية برامج العلاقات العامة في جذب الاستثمارات السياحية للسودان، دراسة وصفية بالتطبيق على إدارة العلاقات العامة بوزارة الثقافة والسياحة والآثار"، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2020، تناول البحث ما يلي: التعرف على خطط العلاقات العامة لأنواع السياحة المختلفة، العمل على الأهداف التي تسعى العلاقات العامة بوزارة السياحة إلى تحقيقها في الاستثمار السياحي في السودان، ماهية الترويج السياحي، وسائل الإتصال في الترويج السياحي، دور العلاقات

٢

مقدمة

العامة في الترويج السياحي، والتعرف على أنشطة العلاقات العامة السياحية. بالإضافة إلى الدراسة الميدانية المتمثلة في وزارة الثقافة والسياحة والآثار بالسودان.

من بين النتائج المتوصل إليها أن العلاقات العامة تسعى إلى التنسيق بين الإدارات المختلفة في جذب السياحة، وأن إدارة العلاقات العامة تقوم بتنظيم حملات ترويجية عن المنطقة "السودان" بشكل جيد وتقوم بتنظيم وإقامة المحاضرات والندوات والمعارض، إدارة العلاقات العامة تقوم بوضع خطط لأنواع السياحة المختلفة بنجاح تام.

٢- نواف عبد الله الزين، رسالة ماجستير بعنوان: "عملية العلاقات العامة في المنشآت السياحية في الأردن -دراسة تطبيقية-"، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2011، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على عملية العلاقات العامة في المنشآت السياحية في الأردن، وتقييم عينة الدراسة لوظائف العلاقات العامة المتمثلة في: البحوث، التخطيط، الإتصال، التقييم وفقاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية.

كما شمل مجتمع الدراسة جميع العاملين في إدارات العلاقات العامة في المنشآت السياحية المتواجدة في العاصمة عمان والبالغ عددهم (152) موظفاً وموظفة، حيث كانت نتائج الدراسة كما يلي: عدم الإهتمام الجيد من قبل المنشآت السياحية لوظيفة البحوث، وعدم ممارستها للتخطيط بالشكل المطلوب، بالنسبة للإتصال جاء في المرتبة الأولى وهو ما يعكس قدرة إدارة العلاقات العامة في المنشآت السياحية الوصول إلى جماهيرها المستهدفة والتأثير فيهم، وأخيراً محدودية ممارسة العاملين في العلاقات العامة في المنشأة السياحية لوظيفة التقييم وفق أسس علمية دقيقة.

٣- بدر داري محمد عبد الله، رسالة ماجستير بعنوان: "العلاقات العامة ونورها في تطوير التسويق السياحي"، كلية الإعلام، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2017، تناولت هذه الدراسة العلاقات العامة بصفة عامة وكل ما يتعلق بها من مفهوم ووظائف وتخطيط برامجها، كما تطرق لمفهوم التسويق، السياحة، الإعلام السياحي، التخطيط السياحي وأهميته كدور رئيسي للعلاقات العامة السياحية، والعلاقات العامة السياحية ودورها في التسويق السياحي، وتطرق في الدراسة الميدانية إلى دائرة السياحة والتسويق التجاري بدبي.

من أهم النتائج التي توصل إليها الباحث أن العلاقات العامة السياحية أصبحت اليوم إحدى أهم أقسام العلاقات العامة بصفة عامة، وأكثرها إهتماماً وخير دليل على ذلك تبنى المنظمات والحكومات لها في إطار السياسة السياحية المبنية على

السياحة المبنية على

1. تحليل كيفية استخدام العلاقات العامة في بناء صورة ذهنية قوية للوجهات السياحية

• دراسة دور العلاقات العامة في تشكيل التصورات الإيجابية حول الدول السياحية عبر الحملات الترويجية.

2. استكشاف استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية ودورها في الترويج السياحي

• تحليل أثر وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق الرقمي على صناعة السياحة.

3. إجراء دراسات ميدانية لقياس فعالية العلاقات العامة السياحية

• تحليل التأثير الفعلي لحملات العلاقات العامة من خلال بيانات وإحصائيات ميدانية.

4. إجراء دراسة مقارنة بين استراتيجيات العلاقات العامة السياحية في دول مختلفة

• تحديد أوجه الاختلاف والتشابه بين تجارب السياحة في دول مثل الإمارات، الجزائر، والسودان.

5. دراسة دور العلاقات العامة في تعزيز السياحة المستدامة

• تحليل كيف يمكن للعلاقات العامة أن تساعد في تقليل الأثر البيئي وتعزيز الوعي بالسياحة المستدامة.

6. تحليل استراتيجيات العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات السياحية

• تقديم توصيات حول كيفية إدارة العلاقات العامة للأزمات مثل الأوبئة والكوارث الطبيعية وتأثيرها على السياحة.