

مقرر مهارات بحثية (3)
المهمة السابعة: استقصاء حول متغيرين
(التسويق السياحي للوكالات السياحية - مساهمة
تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تسويق المنتج
السياحي)

اعداد الطالب / فارس المزيني
العام الدراسي 1446 – 2025



سوف يقوم الباحث بتقديم استقصاء حول المتغيرين التاليين :

(التسويق السياحي للوكالات السياحية - مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تسويق المنتج السياحي) ، وذلك من خلال الاتي :

المتغير الاول : عن تبني الوكالات السياحية للتسويق السياحي ، ويتم ذلك من خلال الاجابة عن الاسئلة التالية :

- هل تقدم الوكالات السياحية الخدمة السياحية الجيدة ؟
- هل تقدم الوكالات السياحية السعر السياحي الجيد؟
- هل تقوم الوكالات السياحية بالتوزيع السياحي ؟
- هل تقدم الوكالات السياحية الترويج السياحي الجيد؟
- هل تركز الوكالات السياحية على الافراد في تسويق المنتج السياحي ؟

المتغير الثاني : واقع استخدام الوكالات السياحية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تسويق المنتج السياحي ، ويتم ذلك من خلال الاجابة عن الاسئلة التالية

- هل تستخدم الوكالات السياحية الاجهزة والبرمجيات في تسويق المنتج السياحي ؟
- هل تستخدم الوكالات السياحية قواعد البيانات في تسويق المنتج السياحي ؟
- هل تستخدم الوكالات السياحية شبكات الاتصال في تسويق المنتج السياحي ؟
- هل تستخدم الوكالات السياحية الكفاءات التكنولوجية في تسويق المنتج السياحي ؟
- هل تقوم الوكالات السياحية بتحديث بياناتها بصورة مستمرة ؟

م	العبارة	نعم	لا	احيانا
	الخدمة السياحية			
1-	تقدم الوكالة السياحية عددا من الخدمات التكميلية من نقل، حجز، إ طعام.			
2-	تقدم الوكالة السياحية برنامج سياحي متكامل للسائح (زيارة أماكن تراثية، منتجات سياحية، 00000			
3-	تكيف الوكالة السياحية برامجها السياحية تبعا لطلبات السائح.			
	السعر السياحي	نعم	لا	احيانا
4-	تقدم الوكالة السياحية حزمة سعرية (سعر واحد) لبرنامج سياحي معين.			
5-	تقدم الوكالة السياحية سعرا منفصلا لكل خدمة سياحية على حدا.			
6-	تحدد الوكالة السياحية أسعارها على أساس ما يكون الزبون مستعد لدفعه لقاء الخدمات المقدمة إليه.			
	التوزيع السياحي	نعم	لا	احيانا
7-	يمكن للوكالة أن تقدم خدماتها للسائح باستخدام الاتصالات الهاتفية.			
8-	تستعين الوكالة بوسطاء لتقديم الخدمات نيابة عنها.			
9-	تركز الوكالة على تقديم خدماتها للسائح بشكل مباشر عند الحضور لمقرها.			
	الترويج السياحي	نعم	لا	احيانا
10-	تعتمد الوكالة السياحية في الترويج لخدماتها السياحية على مختلف وسائل الإعلان (الوسائل المقروءة والمسموعة والمرئية و الإعلانات الالكترونية).			
11-	تستخدم الوكالة السياحية التخفيضات لزيادة الطلب على برامجها السياحية وجذب السياح.			
12-	تركز الوكالة على موظفيها ذوي العلاقة المباشرة بالسائح للتعريف بخدماتها واقتناعهم للتعامل معها.			
	التركيز على الافراد	نعم	لا	احيانا
13-	تحرص الوكالة السياحية على حسن التعامل مع السائح لتوليد انطباع جيد لديه عن الوكالة وخدماتها.			
14-	تعتمد الوكالة السياحية على العنصر البشري بشكل بارز سواء في تقديم الخدمة السياحية أو تسويقها.			
15-	تهتم الوكالة السياحية بتكوين وتدريب العنصر البشري لتحسين مستوى خدماتها .			



الاستقصاء

المتغير الاول : تبني الوكالات
السياحية للتسويق السياحي

م	العبارة	نعم	لا	احيانا
	الاجهزة والبرمجيات			
1-	تعتمد الوكالة على الأجهزة والبرمجيات في الاتصال بزبائنها والترويج لخدماتها.			
2-	إن اعتماد الوكالة على الحاسوب يسرع من اجراءات تقديم الخدمة.			
3-	تستعمل الوكالة الحاسوب والبرمجيات في تسعير خدماتها مما يسهل من عملية تسعير الخدمة للزبون السائح.			
	قواعد البيانات			
4-	اعتماد الوكالة على قواعد البيانات يمكنها من التواصل مع زبائنها و بناء علاقات ايجابية بينها وبين زبائنها.			
5-	استعمال الوكالة لقواعد البيانات الخاصة بزبائنها يسرع في أداء الخدمات			
6-	تعتمد الوكالة على البيانات والمعلومات المخزنة في قواعد البيانات للاتصال بزبائنها والترويج لخدماتها بكفاءة وفعالية.			
	شبكات الاتصال			
7-	تعتمد الوكالة على شبكات الاتصال في تقديم الخدمات السياحية.			
8-	تمتلك الوكالة موقع الكتروني يساهم في سرعة تقديم وايصال الخدمة			
9-	تستخدم الوكالة مواقع التواصل الاجتماعي في بناء علاقة تفاعلية ايجابية بينها و بين الزبائن.			
	الكفاءة التكنولوجية			
10-	اعتماد الوكالة على موظفين ذوي مهارات تكنولوجية يخلق جوا من الثقة والارتياح بين الوكالة والزبون السائح.			
11-	استخدام أفراد مؤهلين في الوكالة يساعد في سرعة أداء الخدمة وفهم استفسارات الزبون والسرعة في الاستجابة لتساؤلاته.			
	تحديث الخدمة			
12-	تعتبر صفحة الوكالة مصدرا جيدا للاطلاع على الخدمات الجديدة للوكالة.			
13-	تعتمد إدارة الوكالة السياحية إلى تبني أفكار جديدة في تسويق خدماتها عبر صفحاتها.			
14-	يتم تجديد المعلومات على صفحة الوكالة السياحية بصفة مستمرة.			



**المتغير الثاني: واقع استخدام
تكنولوجيا المعلومات والاتصال في
التسويق السياحي.**



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

