

مقرر القضايا البحثية (3)

المهمة السادسة :اعداد خطة بحثية

عنوان الدراسة : دور التسويق الالكتروني في تعزيز
السياحة الثقافية بالمملكة العربية السعودية
"دراسة تطبيقية "

اعداد الطالب / فارس المزيني
العام الدراسي 1446 – 2025



المقدمة :

تعتبر السياحة من المجالات الاقتصادية الحيوية للكثير من دول العالم ،حيث تشكل عنصرا هاما في تطوير الاقتصاد الوطني، كما انها قطاع انتاجي يلعب دورا هام في زيادة الدخل القومي، وتحسين ميزان المدفوعات .(مساعدية ، 2021)

ولقد سلطت المملكة العربية السعودية الضوء في رؤيتها 2030 على أهمية تطوير قطاع السياحة والترفيه من أجل تنويع مصادر دخل المملكة، وتحديث عن خطط لتطوير مواقع سياحية ، وبات ينظر إلى السياحة في المملكة العربية السعودية على أنها فرصة للنمو الاقتصادي، ووسيلة مهمة تساهم في تعريف المواطنين بما تمتلكه وتزخر به البلاد من مقومات وإمكانات طبيعية وحضارية وتراثية(العتيبي ، 2023).

وتؤكد التقارير الصادرة عن منظمة السياحة العالمية، المساهمة الكبيرة لقطاع السياحة في المملكة العربية السعودية، في تعزيز النمو العالمي في مجال السياحة، حيث تصدرت المملكة دول مجموعة العشرين في نسبة نمو عدد السياح الوافدين خلال عام 2023م، كما احتلت المركز الثاني ضمن أسرع الوجهات السياحية نموًا في العالم ،وتشير وزارة السياحة السعودية أن الإنفاق السياحي بالمملكة سجل نحو 250 مليار ريال العام الماضي لتصل مساهمة قطاع السياحة بين 4 و4.4% من الناتج المحلي الإجمالي بالمملكة.(مركز البحوث والمعلومات غرفة ابها ، 2024)

المقدمة :

وفي ظل التطور الهائل في وسائل الاتصالات ودورها في تنمية صناعة السياحة أصبحت الوجهات السياحية في المملكة العربية السعودية تنافس بعضها البعض حيث أصبحت تستعين بالاستراتيجيات المختلفة في التسويق الرقمي باعتبارها مفتاح لنجاح الترويج للوجهات السياحية في عصرنا الحالي (الكاف وآخرون ، 2024)

ولقد جاءت العديد من الدراسات التي تؤكد على أهمية استخدام استراتيجيات التسويق الرقمي في تطوير الخدمات السياحية ، فلقد أشارت دراسة بن نوي (2020) إلى أن التسويق الرقمي يحتل أهمية بالغة في الترويج للسياحية لكونها موجهة للمنتفع أي المستهلك السياحي وتعمل على إرضاء رغباته ، كما أشارت دراسة الكاف وآخرون (2023) إلى أن استخدام استراتيجيات التسويق الرقمي للسياحة الثقافية والتراثية في المملكة يسهم في تعزيز صورة المملكة ومكانتها على المستوى الإقليمي والدولي. وعلى الرغم من الفوائد المحتملة للتسويق الإلكتروني للسياحة الثقافية ، إلا أن هناك نقصاً في الدراسات التجريبية التي تدرس كيف يمكن لاستراتيجيات التسويق الرقمي أن تعزز جاذبية السياحة الثقافية في المملكة العربية السعودية ، و لذلك تهدف هذه الدراسة إلى سد هذه الفجوة البحثية من خلال استكشاف تأثير استراتيجيات التسويق الإلكتروني على جاذبية السياحة الثقافية في المملكة العربية السعودية.

مشكلة الدراسة :

يشكل القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية محوراً هاماً من محاور التنمية التي تعيشها المملكة في المرحلة الراهنة وبات ينظر إلى السياحة في المملكة العربية السعودية على أنها فرصة للنمو الاقتصادي، ووسيلة مهمة تساهم في تعريف المواطنين بما تمتلكه وتزخر به البلاد من مقومات وإمكانات طبيعية وحضارية وتراثية، وثقافية. (العتيبي ، 2023).

وعلى الرغم من الجهود التي تبذلها المملكة لتعزيز السياحة الثقافية ، إلا ان المملكة العربية السعودية تواجه العديد من التحديات والفرص في مجال تسويق السياحة الثقافية، وأبرز هذه التحديات امكانية الاستفادة من التقدم في التقنيات والمنصات الرقمية للوصول إلى جمهور أوسع وأكثر تنوعاً .

وهذا ما اشارت اليه دراسة الكاف وآخرون (2023) ، حيث اشارت إلى أن استخدام استراتيجيات التسويق الرقمي للسياحة الثقافية والتراثية في المملكة تواجه بعض التحديات كقلة الوعي الرقمي، وضعف البنية التحتية الرقمية، وصعوبات في مواكبة التطورات التكنولوجية.

ومن خلال ما سبق تتلخص مشكلة الدراسة في الاجابة على التساؤل الرئيسي التالي :

- ما هو تأثير استراتيجيات التسويق الالكتروني في تعزيز جاذبية السياحة الثقافية في المملكة العربية السعودية؟

وينبثق عن التساؤل الرئيسي إلى التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما هو تأثير خطوة تحديد الهدف عند تطبيق استراتيجية التسويق الالكتروني في تعزيز جاذبية السياحة الثقافية في المملكة العربية السعودية؟

- ما هو تأثير خطوة تحديد الجمهور المستهدف عند تطبيق استراتيجية التسويق الالكتروني في تعزيز جاذبية السياحة الثقافية والتراثية في المملكة العربية السعودية؟

- ما هي التحديات التي تحول دون استخدام استراتيجيات التسويق الالكتروني في تعزيز جاذبية السياحة الثقافية في المملكة العربية السعودية؟



أهداف الدراسة :
يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في التعرف على تأثير التسويق الإلكتروني في تعزيز السياحة الثقافية بالمملكة العربية السعودية من وجهة نظر عينة البحث.

ويتفرع عن هذا الهدف مجموعة من الاهداف الفرعية التالية :

- التعرف على أهم استراتيجيات التسويق الإلكتروني المستخدمة في مجال السياحة الثقافية في المملكة العربية السعودية.
- الكشف عن التحديات التي تعيق تعزيز السياحة الثقافية بالمملكة العربية السعودية من وجهة نظر عينة البحث.
- طرح عدد من التوصيات التي يمكن أن تساعد العاملين في مجال التسويق الإلكتروني لتعزيز السياحة الثقافية بالمملكة العربية السعودية.



أهمية الدراسة :

يمكن توضيح أهمية الدراسة على المستويين العلمي والعملية على النحو التالي :

1- الأهمية العلمية : تكمن أهمية الدراسة في أهمية الموضوع حيث يمكن تطبيق أفضل استراتيجيات التسويق الالكتروني كونه من أهم أدوات الجذب التسويقي لتعزيز السياحة الثقافية والتي تستخدمها العديد من الدول لجذب السياح ونسلط الضوء على أهم الاستراتيجيات المتبعة في التسويق الالكتروني للسياحة الثقافية في المملكة العربية السعودية ، كما يساهم هذا البحث في ملء فجوة بحثية في هذا المجال، خاصة في سوق سياحي محدد، وهو المملكة العربية السعودية.

2- الأهمية العملية : تكمن الأهمية التطبيقية للدراسة كونها تزود المسؤولين وصناع السياسات والمنظمات المعنية بتطوير قطاع السياحة في المملكة العربية السعودية ببعض النتائج والتوصيات ، للاستفادة من استخدام استراتيجيات التسويق الالكتروني حول كيفية ترويج السياحة الثقافية للمملكة، وزيادة جاذبيتها للسائح المحلي والدولي.

حدود الدراسة :

الحدود الموضوعية: تركز الدراسة على معرفة تأثير التسويق الالكتروني في تعزيز السياحة الثقافية بالمملكة العربية السعودية.

الحدود المكانية: تقتصر الدراسة على وكالات السياحة بالمملكة العربية السعودية.

الحدود البشري: العلاء والعاملين وكالات السياحة بالمملكة العربية السعودية.

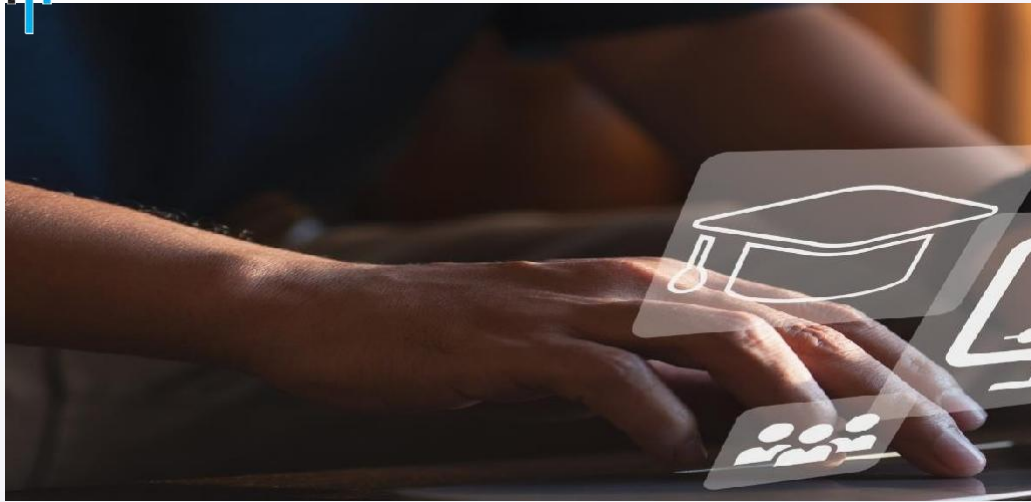
الحدود الزمانية: تتحدد الدراسة زمانيا في عام (2025).

مصطلحات الدراسة:

التسويق الالكتروني: "يشير التسويق الالكتروني بانه:" ممارسة الترويج للمنتجات أو الخدمات باستخدام التقنيات الرقمية، مثل الإنترنت والأجهزة المحمولة ومنصات التواصل الاجتماعي ويتضمن استراتيجيات وتكتيكات مختلفة تهدف إلى الوصول إلى الجمهور المستهدف والتفاعل معه عبر الإنترنت". (الكاف وآخرون، 2024)

السياحة الثقافية : هي نوع من انواع السياحة التي يهتم بثقافة دولة أو منطقة معينة ، وتشمل نط حياة الناس فيها ، وطبيعتها الجغرافية ، وتاريخها ، وفنها والهندسة المعمارية بها وفنونها ، والدين ، واي عناصر اخرى عملت على تشكيل نط حياتهم .





منهجية الدراسة : تستخدم الدراسة المنهج الوصفي التحليلي ، باعتباره المنهج المناسب لموضوع هذه الدراسة ، وجمع البيانات من خلال الاستبيان .

مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من كل عملاء وكالات السياحة بالمملكة العربية السعودية والعاملين بها.

عينة الدراسة : تتكون عينة الدراسة من عملاء وكالات السياحة بالمملكة العربية السعودية والعاملين بها، وسوف يتم اختياره بالطريقة العشوائية من خلال التوزيع الالكتروني للاستبيان على شبكات الانترنت، وسوف يتم تحديد حج عينة الدراسة من خلال المعادلات الحسابية المتبعة ع كبر حجم مجتمع الدراسة .



أدوات الدراسة: تستخدم الدراسة الاستبيان اداة لجمع البيانات ، والتي يتم توزيعها الكترونيا على عينة الدراسة، وتتكون الاستبانة من ثلاث محاور رئيسية هي : أهم استراتيجيات التسويق الالكتروني المستخدمة في مجال السياحة الثقافية في المملكة العربية السعودية، والتحديات التي تعيق تعزيز السياحة الثقافية بالمملكة العربية السعودية من وجهة نظر عينة البحث، و التوصيات التي يمكن أن تساعد العاملين في مجال التسويق الالكتروني لتعزيز السياحة الثقافية بالمملكة العربية السعودية.

الأساليب الاحصائية :

سوف تستخدم الدراسة برنامج التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعية للحزمة الإحصائية (SPSS).

- المراجع :
- بن نوي، راضية.(2020). أهمية التسويق السياحي الإلكتروني في تنمية الطلب السياحي الداخلي. دراسة ميدانية لعينة من الهيئات السياحية الوطنية بالجزائر . أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث (LMD) في العلوم التجارية. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير. جامعة باتنة 1.
- العتيبي، معالي فرحان.(2023). دور التسويق الرقمي في الترويج للسياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية في ضوء رؤية 2030. مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، 2(11)، 261-310.
- الكاف، أروى عبد الرحمن ، باشميل ،ألاء يوسف ، و شطا، فراس محمد عباس.(2024). استراتيجيات التسويق الرقمي المستخدمة في الترويج للوجهات السياحية في المملكة العربية السعودية (دراسة ميدانية).المجلة الأكاديمية للأبحاث والنشر العلمي . الإصدار(61)، 290-330.
- مساعدي ، فاطمة الزهراء .(2021). دور التسويق الإلكتروني في تطوير الخدمة السياحية.دراسة حالة لوكالة السياحة و الأسفار –إعتدال. رسالة ماستر . كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير. جامعة 08 ماي – 1945 قالمة.
- مركز البحوث والمعلومات غرفة ابها ، 2024.





مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

