

مقرر قضايا بحثية (3)

المهمة الثانية : الاتجاهات والفجوات البحثية في الدراسات السابقة

بالتطبيق على دراسة

خلوط ، جهاد .(2020). مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تسويق المنتج السياحي (دراسة عينة من الوكالات السياحية بالشرق الجزائري) . أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث (LMD) في العلوم التجارية .كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير .جامعة محمد خيضر - بسكرة . الجزائر .

اعداد الطالب / فارس المزيني

العام الدراسي 1446 - 2025

من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة في الرسالة المختارة ، نجد ان الباحثة قد قامت بعرض مجموعة من الدراسات السابقة (العربية والاجنبية) التي تناولت تسويق المنتج السياحي من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، ولقد راعت في عرض الدراسات الترتيب من الاحداث الى الاقدم ، ومن أهم هذه الدراسات ما يلي :

➤ **دراسة مرغاد .(2019)** والتي هدفت إلى معرفة واقع السياحة في الجزائر من مختلف جوانبها، وتبسيط الضوء على الممارسات التسويقية المطبقة من طرف المؤسسات السياحية، والوصول إلى مقترحات لتحسين جوانب الضعف في سياسات تسويق المنتج السياحي الجزائري ،و قامت الباحثة بمجموعة من الاجراءات لدراسة النشاط التسويقي على مستوى المؤسسات السياحية العامة والخاصة ،وتوصلت النتائج إلى أن التسعير في مجال الخدمات مرتفع، والجودة أقل وذلك فيما يخص الفنادق والنقل ،وان طرق الترويج تقليدية تقتصر إلى الاجراءات الالكترونية.

➤ **دراسة صونيا،(2019)** والتي سعت إلى معرفة أثر استخدام التسويق الالكتروني على جودة خدمات وكالات السياحة والأسفار بالجزائر ، وتكونت عينة الدراسة من (33) موظفا من موظفي وكالات السياحة والأسفار بولاية ميلة ، و(216) زبون ،وتم جمع المعلومات باستخدام الاستبانة ، وتوصلت النتائج إلى أن مستوى كل من استخدام التسويق الالكتروني وجودة خدمات وكالات السياحة الالكترونية المستخدمة عالي، واوصت الدراسة على ضرورة العمل الإلكتروني في تسويق المنتجات والخدمات السياحية الجزائر في السوق العالمي .

➤ **دراسة عمري .(2018)** . وهدفت إلى الكشف عن واقع تبني المؤسسات السياحية الصغيرة والمصغرة بولاية بسكرة لوسائل التسويق الإلكتروني، ومدى ارتباط القدرة التنافسية لهذه المؤسسات بالمستوى العام للتبني، و تحديد أهم المشاكل التي تواجهها في

هذا التبرني؁ وطبقت الدراسة على عينة عشوائية من الفنادق والوكالات السياحية بالمنطقة؁ واستخدمت الاستبانة لجمع البيانات؁ وتوصلت النتائج إلى انخفاض مستوى تبني تقنيات التسويق الإلكتروني في الفنادق؁ ووجود علاقة بين استخدام وسائل التسويق الإلكتروني بالمؤسسات وبين التحسين في أبعاد القدرة التنافسية المتمثلة في الربحية؁ الارتقاء بمستوى الرضا للزبائن .

➤ **دراسة ملكاوي .(2016) والتي هدفت إلى التعرف على مستوى نظم الحجز الإلكتروني** ودورها في تحسين خدمة الزبائن في فنادق الخمس نجوم في الأردن؁ وتكونت عينة الدراسة من 93 عاملا تم اختيارهم بطريقة عشوائية من سبعة فنادق؁ واستخدمت الاستبانة لجمع البيانات؁ وتوصلت النتائج إلى أن نظم الحجز الإلكتروني في فنادق الخمس نجوم في الأردن تتوفر بدرجة عالية من الكفاءة؁ وأن لنظم الحجز الإلكتروني المستخدمة أثرا ذو دلالة إحصائية على تطوير الخدمة بشكل عام؁ واوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بنظم الحجز الإلكتروني وتطويرها والتشارك في المعلومات بين الفنادق بما يعزز دورها في تحسين الخدمات المقدمة.

➤ **دراسة Iris Mihajlov (2012) هدفت الدراسة إلى فهم أهمية تطبيق تكنولوجيا** المعلومات والاتصال وأثرها على النمو السياحي بدراسة وسطاء السوق السياحي؁ وطبقت الدراسة على عينة من الوكالات السياحية في كرواتيا من خلال استبيان تم توزيعه على مسيري الوكالات السياحية؁ وقد خلصت النتائج إلى أن استخدام التكنولوجيا في نشاطات الوكالات السياحية يعتبر مصدرا من مصادر الميزة التنافسية بإمكانه المساهمة في نمو أعمالها.

من خلال الاطلاع على الدراسات التي تم عرضها في الرسالة المختارة يرى الباحث ان كافة هذه الدراسات ذات صلة وثيقة بموضوع الدراسة المختارة (مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تسويق المنتج السياحي) ، الا ان بعض هذه الدراسات تناول اتجاهات اخرى بالبحث، ويوضح الباحث هذا من خلال الاتي :

➤ الاتجاهات البحثية السائدة:

يرى الباحث ان على الرغم من اتفاق كافة الدراسات مع الدراسة المختارة من حيث الموضوع (اثر مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، متمثلة في بعض هذه الدراسات (بالتسويق الالكتروني) في تسويق المنتج السياحي ، الا ان كان هناك اتجاهات بحثية مختلفة لبعض الدراسات عن الدراسة المختارة ، فنجد ان :

-بعض الدراسات تناولت بالبحث التسويق الالكتروني واثره على جودة الخدمات السياحية كدراسة صونيا (2019)، ودراسة حمادي ، وحسين(2018) ، ودراسة ملكاوي(2016) ، ودراسة عبد الحسين (2011)

- كما تناولت بعض الدراسات التسويق الالكتروني واثره في دعم القدرة التنافسية للمؤسسات السياحية كدراسة عري (2018) ، ودراسة Iris Mihajlov (2012)، ودراسة (2005) D Buhalis, P O'Conno

-وتناولت دراسة علوان ، وعبد الرزاق (2016)، ودراسة حسين (2010) استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في شركات السياحة واثرها على عملية تطوير وتحسين الخدمات المقدمة .

- كما تناولت دراسة الفندي وآخرون (2013) التسويق الإلكتروني في شركات السياحة والسفر (الفوائد ومعوقات التبني).

- وتناولت دراسة مرغاد (2019) دور المؤسسات السياحية في تسويق المنتج السياحي

ومن خلال التحليل السابق للدراسات نجد ان اكثر الاتجاهات البحثية كانت على النحو التالي بالترتيب:

- التسويق الإلكتروني واثره على جودة الخدمات السياحية.

- التسويق الإلكتروني واثره في دعم القدرة التنافسية للمؤسسات السياحية.

- استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في شركات السياحة واثرها على عملية تطوير وتحسين الخدمات المقدمة .

➤ الفجوات البحثية:

ومن خلال التحليل السابق للدراسات نجد ان الفجوات البحثية كانت على النحو التالي بالترتيب.

- ضرورة البحث بصورة اكبر عن فوائد وأهمية التسويق الإلكتروني في شركات السياحة ، وما هي المعوقات التي تواجه شركات السياحة في تبني التسويق الإلكتروني في ترويج المنتج السياحي .

- ضرورة البحث بصورة اكبر عن دور المؤسسات السياحية في تسويق المنتج السياحي، وتقديم المقترحات للوصول الى خدمات افضل .