

محمد عثمان محمد سعيد

2021203129

مشروع تخرج - 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

الفصل الدراسي الأول- 2024

المقدمة

في عالم يتميز بتزايد الرغبة في استكشاف العالم والتعرف على ثقافات جديدة، يعتبر قطاع السياحة من أبرز القطاعات التي تشهد نمواً متسارعاً في المملكة العربية السعودية وفي هذا السياق يمثل السياح الأجانب شريحة مهمة ومحورية في صناعة السياحة في المملكة حيث يبحثون عن تجارب فريدة ومميزة تتنوع بين الثقافة والمغامرة والراحة والاستكشافات المهمة و من هنا يأتي دور بناء شركة سياحية متخصصة في استقطاب وخدمة السياح الأجانب وتوفير تجارب سياحية لا تُنسى تتميز بالجودة والتميز والفريد من نوعه

وأيضاً تهدف هذه المقدمة إلى استكشاف كيفية بناء شركة سياحية متميزة تستهدف السياح الأجانب وذلك من خلال تحليل العوامل الرئيسية التي تؤثر على هذا القطاع المتنامي وتحديد الاستراتيجيات اللازمة لتحقيق النجاح والاستدامة ويشمل أيضاً استعراضاً للتحديات والفرص التي تواجه شركات السياحة بالإضافة إلى تحليل الأسواق العالمية وتوجيهات السفر الحالية بما يتوافق مع القوانين والشرعية الإسلامية

و سيتم التركيز على أهمية فهم تفضيلات السياح الأجانب وتقديم تجارب سياحية متنوعة ومبتكرة تلبي تلك الاحتياجات كما سيتم مناقشة أهمية استخدام استراتيجيات التسويق الرقمي والترويج للوصول إلى الجمهور الأجنبي بالإضافة إلى بناء شراكات فعالة مع وكالات السفر والشركات السياحية الأخرى لتعزيز الانتشار وتحسين الخدمات المقدمة للسياح ومن يرافقهم

بناءً على ذلك يعد بناء شركة سياحية متخصصة في استقطاب وخدمة السياح الأجانب تحدياً مثيراً ولكنه في الوقت نفسه يتيح فرصاً هائلة للنمو والتطوير واستقطاب موارد وطنية وأيدي عاملة وطنية ويسعى هذا البحث إلى استكشاف هذه الفرص وتقديم التوجيهات والاستراتيجيات اللازمة لبناء شركة سياحية ناجحة تحقق التميز والريادة في صناعة السياحة في المملكة العربية السعودية

هذه المقدمة تعكس أهمية وضع الإطار اللازم والإلقاء بالضوء على أهمية موضوع البحث وتوجيه القارئ نحو الآفاق والتحديات التي سيتم استكشافها وتحليلها في الأقسام اللاحقة من البحث .

مشاكل البحث

1. تحديات التسويق والترويج

***التنافس الشديد:** تواجه الشركات السياحية تنافساً محموماً من الشركات المحلية والعالمية التي تستهدف نفس الجمهور الأجنبي مما يتطلب استراتيجيات تسويق مبتكرة وجذابة للتميز والتفرد.

***التسويق الرقمي:** يعد التسويق الرقمي تحدياً إضافياً حيث تتطلب استراتيجيات فعالة عبر منصات التواصل الاجتماعي ومحركات البحث للوصول إلى الجمهور الأجنبي بشكل فعال.

2. تحديات الخدمة والضيافة

***توفير تجارب متميزة:** يتطلب استقطاب السياح الأجانب توفير تجارب سياحية متميزة تتناسب مع تفضيلاتهم المتنوعة مما يتطلب استثمارات كبيرة في البنية التحتية والخدمات.

***اللغة والتواصل:** قد تواجه الشركة تحديات في التواصل مع السياح الأجانب بسبب الفروق اللغوية والثقافية، مما يتطلب توظيف مترجمين محترفين وتوفير خدمات دعم متعددة اللغات.

3. تحديات التشغيل والإدارة:

***تنظيم الجولات والأنشطة:** يتطلب تنظيم الجولات والأنشطة للسياح الأجانب تخطيطاً دقيقاً وتنسيقاً مع الجهات المعنية، مما يمثل تحدياً في إدارة الوقت والموارد.

***التعامل مع القوانين والتشريعات:** يجب على الشركة الالتزام بالقوانين والتشريعات المحلية والدولية المتعلقة بصناعة السياحة مما يتطلب فهماً عميقاً للتشريعات وتوظيف مستشارين قانونيين مختصين.

4. تحديات السلامة والأمان:

***التحديات الأمنية:** يجب على الشركة أن تتعامل مع التحديات الأمنية وتقديم بيئة آمنة ومأمونة للسياح الأجانب خاصة في البلدان ذات الظروف الأمنية العرضية.

***السلامة الصحية:** يتطلب استقطاب السياح الأجانب اتخاذ إجراءات صحية واحترازية للحفاظ على سلامتهم خلال رحلاتهم السياحية مما يتطلب تنفيذ إجراءات صحية صارمة وتوفير مرافق صحية عالية الجودة.

5. تحديات الاستدامة والبيئة:

***الحفاظ على البيئة:** يجب على الشركة أن تتبنى مبادرات واستراتيجيات للحفاظ على البيئة والموارد الطبيعية خلال رحلات السياحة، مما يتطلب التنسيق مع الجهات المعنية وتبني ممارسات سياحية مستدامة.

***التوعية البيئية:** تواجه الشركة تحديات في توعية السياح الأجانب بأهمية الحفاظ على البيئة والمساهمة في الاستدامة مما يتطلب برامج توعية وتثقيف مستمرة.

هذه المشاكل تمثل تحديات حقيقية قد تواجه الشركة السياحية أثناء تأسيسها وتشغيلها وتتطلب خططاً استراتيجية محكمة وحلولاً إبداعية للتغلب عليها وتحقيق النجاح المستدام في صناعة السياحة في المملكة العربية السعودية

أهمية البحث

بناء شركة سياحية في المملكة العربية السعودية يمثل خطوة استراتيجية مهمة لعدة أسباب:

1. **تنوع الاقتصاد:** يعزز توسع القطاع السياحي التنوع الاقتصادي ويقلل من الاعتماد على النفط كمصدر رئيسي للدخل.

2. **تعزيز السياحة الداخلية:** يشجع على استكشاف الوجهات المحلية وتعزيز السياحة الداخلية، مما يسهم في تنمية المجتمعات المحلية وتعزيز الوعي الثقافي.

3. **جذب السياحة الدولية:** توفير تجارب سياحية مميزة ومبتكرة يمكن أن يجذب السياح من مختلف أنحاء العالم ويزيد من دخل العملة الأجنبية.

4. **خلق فرص عمل:** يسهم بناء الشركات السياحية في خلق فرص عمل محلية في قطاعات مختلفة مثل الضيافة والترفيه والنقل مما يعزز التنمية الاقتصادية ويخفف من معدلات البطالة.

5. **تعزيز الهوية الوطنية:** يسهم في بناء وتعزيز الهوية الوطنية والانتماء للمكان من خلال الترويج للمعالم الثقافية والتاريخية والطبيعية للمملكة.

6. **تنمية البنية التحتية:** يشجع على تطوير البنية التحتية السياحية مثل الفنادق والمطاعم ووسائل النقل مما يعزز الجاذبية السياحية ويحسن تجربة السياح.

7. **تحفيز الاستثمار:** يجذب بناء الشركات السياحية الاستثمارات المحلية والأجنبية التي تسهم في تطوير القطاع وتعزيز النمو الاقتصادي.

8. **التنمية المستدامة:** يمكن للشركات السياحية أن تلعب دورًا في تعزيز التنمية المستدامة من خلال تبني ممارسات بيئية واجتماعية مسؤولة والمساهمة في حماية وصون الموارد الطبيعية والثقافية.

9. **تعزيز الابتكار والتكنولوجيا:** يمكن للشركات السياحية أن تساهم في تعزيز التكنولوجيا والابتكار في القطاع من خلال تقديم تجارب سياحية مبتكرة واستخدام التكنولوجيا الحديثة مثل الواقع الافتراضي والواقع المعزز.

10. **تعزيز التفاهم الثقافي:** يمكن للسياحة أن تلعب دورًا هامًا في تعزيز التفاهم والتواصل بين الثقافات المختلفة من خلال تبادل الخبرات والتجارب الثقافية بين السياح والمجتمعات المحلية.

11. **دعم الريادة والابتكار:** يمكن لبناء الشركات السياحية أن يساهم في دعم رواد الأعمال والمبتكرين في القطاع السياحي من خلال توفير بيئة مشجعة للابتكار وتقديم الدعم للشركات الناشئة والمشاريع الصغيرة والمتوسطة.

12. **تعزيز التواصل الاجتماعي والثقافي:** يمكن للسياحة أن تساهم في تعزيز التواصل الاجتماعي والثقافي بين الناس من مختلف الثقافات والخلفيات وتعزيز التفاهم والتعاون الدولي.

13. **التنمية الاجتماعية:** يمكن للشركات السياحية أن تساهم في التنمية الاجتماعية من خلال دعم المشاريع الاجتماعية والثقافية وتعزيز التعليم والتدريب في القطاع السياحي.

14. **تعزيز الصحة والرفاهية:** يمكن للسياحة أن تساهم في تعزيز الصحة والرفاهية من خلال توفير فرص لممارسة الرياضة والاسترخاء وتقديم الخدمات الصحية والعلاجية المتخصصة.

15. **الترويج للتنوع الثقافي:** يمكن للسياحة أن تلعب دورًا في الترويج للتنوع الثقافي وتعزيز الفهم والاحترام المتبادل بين الثقافات المختلفة.

16. **تعزيز الهوية الوطنية والانتماء:** يمكن للسياحة أن تعزز الهوية الوطنية والانتماء للمكان من خلال التعريف بالتراث والثقافة والطبيعة الخلابة للمملكة.

17. **دعم التنمية الإقليمية:** يمكن للشركات السياحية أن تدعم التنمية الإقليمية عن طريق تعزيز الاستثمار في المناطق النائية وتوفير فرص العمل والتدريب لسكان تلك المناطق.

18. **تعزيز التعليم والتثقيف:** يمكن للشركات السياحية أن تلعب دورًا هامًا في تعزيز التعليم والتثقيف حول التاريخ والثقافة والطبيعة السعودية من خلال تنظيم جولات تعليمية وورش عمل وفعاليات تثقيفية.

19. **تطوير القدرات والمهارات:** يمكن للسياحة أن تساهم في تطوير قدرات ومهارات الشباب والشابات المحليين من خلال توفير فرص للتدريب والتطوير المهني في مجالات الضيافة والسياحة.

20. **تعزيز السياحة الدينية:** بالنظر إلى مكانة المملكة العربية السعودية كمركز للدين الإسلامي، يمكن للشركات السياحية أن تساهم في تطوير وتعزيز السياحة الدينية وتوفير تجارب فريدة للزوار الراغبين في الحج والعمرة وزيارة المواقع المقدسة.

باختصار، تشير هذه النقاط إلى الأهمية الشاملة لبناء شركة سياحية في المملكة العربية السعودية في تعزيز التنمية المستدامة والابتكار والتفاهم الثقافي وتعزيز الريادة وخلق فرص جديدة للتواصل والتعاون

وفرص استثمارية استراتيجية تساهم في تنمية الاقتصاد المحلي وتعزيز الهوية الوطنية وخلق فرص العمل وتطوير البنية التحتية للسياحة .

مراجع البحث

1. المجلس العالمي للسفر والسياحة (WTTC). (2022). تقارير الأثر الاقتصادي: المملكة العربية السعودية. يمكن الوصول إليها من [\[https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/country-reports/\]](https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/country-reports/)
2. الهيئة السعودية للسياحة والتراث الوطني (SCTH). (2022). التقارير السنوية والبيانات الإحصائية. يمكن الوصول إليها من [\[https://scth.gov.sa/en/Pages/default.aspx\]](https://scth.gov.sa/en/Pages/default.aspx)
3. منظمة السياحة العالمية للأمم المتحدة (UNWTO). (2022). النشرات والتقارير. يمكن الوصول إليها من [\[https://www.unwto.org/publications\]](https://www.unwto.org/publications)
4. البنك الدولي. (2022). التقارير والمنشورات حول تطوير السياحة. يمكن الوصول إليها من [\[https://www.worldbank.org/en/topic/tourism/publication\]](https://www.worldbank.org/en/topic/tourism/publication)
5. السوق العربية للسفر والسياحة. (2022). مقترحات الفعاليات والأوراق البحثية. يمكن الوصول إليها من [\[https://arabiantravelmarket.wtm.com/\]](https://arabiantravelmarket.wtm.com/)
6. اقتصاديات السياحة. (2022). ورقات البحوث ودراسات الأثر الاقتصادي. يمكن الوصول إليها من [\[https://www.tourismeconomics.com/research/\]](https://www.tourismeconomics.com/research/)
7. الهيئة العامة للاستثمار في المملكة العربية السعودية (SAGIA). (2022). التقارير الاستثمارية والفرص في قطاع السياحة. يمكن الوصول إليها من [\[https://sagia.gov.sa/en\]](https://sagia.gov.sa/en)