

رضا العملاء في القطاع السياحي السعودي

إعداد: [حازم عسيري]

المقرر: [المشروع النهائي ١]

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

رضا العملاء في القطاع السياحي السعودي

أولاً: مقدمة البحث

يشهد قطاع السياحة في المملكة العربية السعودية تحولاً نوعياً غير مسبوق، إذ بات ركيزة أساسية لتنويع الاقتصاد الوطني في إطار رؤية السعودية 2030، التي تسعى إلى بناء اقتصاد مزدهر ومجتمع حيوي. وقد وضعت الرؤية أهدافاً طموحة للقطاع، تشمل رفع مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي لتتجاوز 10%، وتوفير نحو 1.6 مليون فرصة عمل، واستقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر

وتُعد المشاريع السياحية الكبرى - وعلى رأسها نيوم، البحر الأحمر، القدية، والدرعية - محركات النمو الأساسية في هذا التحول. فمشروع البحر الأحمر يمتد على 200 كيلومتر من الخط الساحلي ويضم أكثر من 50 جزيرة بكر، بينما تُعد نيوم وجهة عالمية تمتد على الساحل مسافة 468 كم وتضم 41 جزيرة ومشروع القدية يمتد على مساحة 366 كيلومتراً مربعاً جنوب غرب الرياض.

وفي ظل هذا التوسع الهائل، يبرز رضا العميل (السائح والزائر) كمؤشر حاسم لنجاح هذه المشاريع واستدامتها. فالمشروع قد يُنجز وفق الجدول الزمني والميزانية، لكنه يفشل في تحقيق أهدافه الاستراتيجية إذا لم يلب تطلعات زواره. ومع تزايد عدد السياح - حيث بلغ إجمالي السياح المحليين والدوليين 122 مليون سائح خلال عام 2025، محققاً إنفاقاً سياحياً تجاوز 300 مليار ريال - أصبح فهم العوامل المؤثرة في رضاهم وربطها بممارسات إدارة المشاريع ضرورة حتمية لضمان نجاح هذه الاستثمارات الضخمة.

رضا العملاء في القطاع السياحي السعودي

ثانياً: مشكلة البحث

تعاني بعض المشاريع السياحية الكبرى في المملكة من فجوة بين التطوير الإنشائي والبنية التحتية من جهة، وبين جودة تجربة الزائر ومستوى رضاه من جهة أخرى. وتتجلى المشكلة في:

1. ضعف التكامل بين ممارسات إدارة المشاريع (خاصة في مجالات النطاق والاتصالات والجودة) ومتطلبات تجربة العميل (السائح).
2. غياب آليات منهجية لقياس رضا العملاء طوال دورة حياة المشروع، وليس فقط في مرحلة التشغيل.
3. تباين التوقعات بين ما يصممه فريق المشروع وما يتوقعه الزوار، خاصة مع تنوع الشرائح السياحية (سياحة دينية، ترفيهية، استشفائية، مغامرات).
4. تحديات إدارة التغيير في المشاريع السياحية الضخمة، حيث تؤدي طلباتهما إما إلى انعكس سلباً على (Scope Creep) التعديل والتوسع إلى زحف النطاق جودة المخرجات النهائية وتجربة الزائر.

وتنبج أهمية معالجة هذه المشكلة من أن رضا الزائر هو المحرك الأساسي للتوصية بالوجهة وتكرار الزيارة، وهما عنصران حاسمان لتحقيق مستهدفات رؤية 2030 التي تطمح لاستقبال 100 مليون زائر سنوياً.

رضا العملاء في القطاع السياحي السعودي

ثالثاً: أهمية البحث

الأهمية النظرية:

- وأدبيات (Project Management) يساهم البحث في سد الفجوة بين أدبيات إدارة المشاريع في السياق السياحي، وهو مجال بحثي نادر في (Customer Experience) تجربة العميل المنطقة العربية.
- في بيئة المشاريع السياحية (PMBOK) وفق معايير يختبر البحث نماذج إدارة المشاريع العملاقة، وقيّم مدى ملاءمتها لضمان رضا العميل.

الأهمية التطبيقية:

- يقدم البحث توصيات عملية لمديري المشاريع السياحية في المملكة حول أولويات الممارسات الواجب التركيز عليها لتعزيز رضا الزوار.
- يساعد الجهات المطورة (صندوق الاستثمارات العامة، وزارة السياحة، الهيئات المحلية) في تركيز على العميل طوال دورة حياة المشروع (KPIs) تطوير مؤشرات أداء رئيسية يدعم تحقيق مستهدفات رؤية السعودية 2030 في جعل المملكة واحدة من أفضل الوجهات السياحية في العالم.

رضا العملاء في القطاع السياحي السعودي

رابعاً: أسئلة البحث

1. ما مستوى تطبيق ممارسات إدارة المشاريع (النطاق، الوقت، الاتصالات، الجودة، إدارة المخاطر) في المشاريع السياحية الكبرى بالمملكة؟
2. ما مستوى رضا العملاء (السياح والزوار) عن تجربتهم في هذه المشاريع؟
3. هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كفاءة ممارسات إدارة المشاريع ومستوى رضا العميل؟
4. ما هي أبرز الفجوات بين توقعات الزوار والمخرجات الفعلية للمشاريع السياحية؟
5. ما هي أنسب الآليات لدمج قياس رضا العميل في مراحل إدارة المشروع المختلفة؟

خامساً: أهداف البحث

1. تقييم واقع ممارسات إدارة المشاريع في المشاريع السياحية الكبرى بالمملكة.
2. قياس مستوى رضا السياح والزوار عن التجارب المقدمة في هذه المشاريع.
3. تحديد طبيعة العلاقة بين أبعاد إدارة المشاريع المختلفة ورضا العميل.
4. رصد الفجوات بين توقعات الزوار وجودة المخرجات المُسلَّمة.
5. وضع نموذج مقترح لدمج مؤشرات رضا العميل في دورة حياة المشروع السياحي.
6. تقديم توصيات عملية لتعزيز رضا الزوار في المشاريع السياحية المستقبلية.

رضا العملاء في القطاع السياحي السعودي

سادساً: فرضيات البحث

الفرضية الرئيسية:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كفاءة ممارسات إدارة المشاريع السياحية (كمتغير مستقل) ورضا العملاء (كمتغير تابع).

الفرضيات الفرعية:

- Fr1: توجد علاقة إيجابية بين وضوح نطاق المشروع (تحديد التجارب والخدمات المقدمة: Fr1: للزوار) ومستوى رضا العميل.
- Fr2: توجد علاقة إيجابية بين فعالية خطة الاتصالات (شفافية المعلومات، سهولة الحجز: Fr2: دعم الزوار) ورضا العميل.
- Fr3: توجد علاقة إيجابية بين الالتزام بالجدول الزمني (افتتاح المرافق في المواعيد: Fr3: المعلنة) ورضا العميل.
- Fr4: توجد علاقة إيجابية بين تطبيق معايير الجودة (نظافة، سلامة، احترافية الخدمة: Fr4: ورضا العميل).
- Fr5: توجد علاقة عكسية بين زحف النطاق (التغييرات غير المخطط لها التي تؤثر على: Fr5: تجربة الزائر) ومستوى رضا العميل.

رضا العملاء في القطاع السياحي السعودي

سابعاً: نموذج البحث (الإطار المفاهيمي)

- المتغير المستقل

ممارسات إدارة المشاريع السياحية

- إدارة النطاق: وضوح المتطلبات، تحديد التجارب السياحية
- إدارة الوقت: الالتزام بجداول الافتتاح والتشغيل
- إدارة الاتصالات: شفافية المعلومات، سهولة الوصول والدعم
- إدارة الجودة: معايير النظافة، السلامة، احترافية الخدمة
- إدارة المخاطر: التعامل مع الأزمات وطوارئ الزوار
- إدارة التغيير: التحكم في زحف النطاق وتأثيره على التجربة

- المتغير التابع

رضا العميل (السائح/الزائر)

- الرضا عن جودة التجربة الكلية
- الرضا عن سهولة الإجراءات (الحجز، الدخول، التنقل)
- الرضا عن جودة الخدمات والمرافق
- النية في تكرار الزيارة
- (Net Promoter Score) النية في التوصية للآخرين

رضا العملاء في القطاع السياحي السعودي

ثامناً: نطاق الدراسة

النطاق المكاني:

تُطبَّق الدراسة على المشاريع السياحية الكبرى في المملكة العربية السعودية، وتشمل

- مشروع نيوم (شمال غرب المملكة)
- مشروع البحر الأحمر (الساحل الغربي)
- مشروع القدية (جنوب غرب الرياض)
- مشروع الدرعية (الرياض)

النطاق الزمني:

تغطي الدراسة الفترة من 2023 إلى 2026، مع التركيز على مراحل الافتتاح والتشغيل الأولى لهذه المشاريع.

النطاق البشري:

تشمل عينة الدراسة فئتين:

1. السياح والزوار الذين استخدموا خدمات هذه المشاريع (عينة عشوائية طبقية).
2. مديري المشاريع والقائمين على التشغيل في هذه الوجهات (عينة قصدية).

النطاق الموضوعي:

ورضا العملاء، ولا (PMBOK وفق معايير) تقتصر الدراسة على تحليل العلاقة بين ممارسات إدارة المشاريع وتناول الجوانب المالية أو القانونية أو السياسية للمشاريع

رضا العملاء في القطاع السياحي السعودي

تاسعاً: مخطط المشروع (الخطة الزمنية)

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

المرحلة النشاط المدة

الأولى مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة 4 أسابيع
الثانية تصميم أدوات البحث (الاستبيانات، المقابلات) أسبوعان
الثالثة جمع البيانات الميدانية (استبيانات الزوار، مقابلات المديريين) 6 أسابيع
الرابعة تحليل البيانات وتحويلها إحصائياً 4 أسابيع (SPSS)
الخامسة كتابة الفصول ومناقشة النتائج 4 أسابيع
السادسة المراجعة النهائية والتوصيات أسبوعان
المجموع 22 أسبوعاً

الدراسة الأولى: أثر جودة خدمة مشروع قطار الحرمين على رضا أصحاب المصلحة (2024)

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد العوامل الرئيسية المؤثرة في رضا أصحاب المصلحة عن مشروع قطار الحرمين، كونه أحد أهم مشاريع البنية التحتية الداعمة لرؤية 2030. وأظهرت النتائج أن جودة الخدمة والموثوقية هما العاملان الأكثر تأثيراً في رضا المستفيدين.

الدراسة الثانية: نموذج الجودة التقنية للخدمات السياحية عبر الهواتف المحمولة في السعودية (2025)

قدّمت الدراسة نموذجاً متكاملاً لتقييم الجودة التقنية لخدمات السياحة الرقمية، يشمل أبعاداً مثل سهولة الاستخدام، الأداء، الأمان، ورضا المستخدم، مع مراعاة السياق الثقافي والتنظيمي والبنية التحتية في المملكة.

الدراسة الثالثة: تقييم تجربة ضيوف الرحمن (2025)
أظهر تقييم المركز الوطني لقياس أداء الأجهزة العامة (أداء) أن رضا الحجاج والمعتمرين تجاوز 90% عن الخدمات المقدمة خلال عام 2025، حيث استقبلت المملكة 19.5 مليون حاج ومعتمر من الخارج. كما بلغت نسبة رضا الحجاج 91% خلال موسم حج 1446هـ، بارتفاع 10 نقاط عن العام السابق.

الدراسة الرابعة: برنامج قياس وتعزيز تجربة الزوار في قطاع الترفيه

أطلقت الهيئة العامة للترفيه برنامجاً متخصصاً لقياس وتحسين تجربة الزوار ومراقبة مؤشرات الرضا وتحليل ملاحظات الزوار بشكل دوري، باستخدام باحثين ميدانيين واستبيانات إلكترونية وأجهزة تفاعلية.

الفجوة البحثية:

رغم تنوع الدراسات السابقة، إلا أنها ركزت على جوانب محددة دون تقديم (جودة الخدمة، الجودة التقنية، تجربة الحجاج) نموذج تكاملي يربط ممارسات إدارة المشاريع (بأبعادها المتعددة) ب رضا العملاء في سياق المشاريع السياحية الكبرى في المملكة. وهذا ما يسعى البحث الحالي إلى معالجته.

الفصل الثاني: الدراسات السابقة والإطار النظري

المبحث الأول: الإطار النظري

أولاً: إدارة المشاريع السياحية

تُعرّف إدارة المشاريع السياحية بأنها تطبيق المعرفة والمهارات والأدوات والتقنيات على أنشطة المشروع لتلبية متطلباته، مع تركيز خاص على تجربة العميل كأحد معايير النجاح في PMBOK ودليل (PMI) الأساسية. ويستند هذا البحث إلى معايير معهد إدارة المشاريع:

- إدارة النطاق: ضمان تحديد جميع الأعمال المطلوبة لإنجاز المشروع بنجاح.
- إدارة الوقت: ضمان الانتهاء من المشروع في الوقت المحدد.
- إدارة الاتصالات: ضمان تدفق المعلومات بشكل مناسب وفي الوقت المناسب.
- إدارة الجودة: ضمان تلبية المشروع للمتطلبات المحددة.
- إدارة المخاطر: تحديد وتحليل والاستجابة لمخاطر المشروع.

ثانياً: رضا العملاء في السياحة

يُعرّف رضا العميل السياحي بأنه التقييم الشامل الذي يصدره الزائر عن تجربته مقارنة بتوقعاته المسبقة. ويتأثر هذا الرضا بعدة عوامل، منها:

- جودة الخدمات والمرافق.
- سهولة الإجراءات والتنقل.
- مستوى الاحترافية والترحيب.
- القيمة المدركة مقابل التكلفة.
- الأمان والسلامة.

ثالثاً: مؤشرات الأداء في المشاريع السياحية

تشمل المؤشرات الأساسية لنجاح المشاريع السياحية من منظور العميل:

- معدل استعداد الزائر للتوصية بالوجهة: NPS (Net Promoter Score).
- معدل تكرار الزيارة.
- مؤشرات (مثل TripAdvisor، Google Reviews) تقييمات المتصّات الإلكترونية.
- معدل الشكاوى ونسبة حلها.
- زمن الانتظار في الخدمات المختلفة.

رضا العملاء في القطاع السياحي السعودي

١. وزارة السياحة السعودية

٢. الهيئة العامة للإحصاء

٣. الهيئة السعودية للبيانات والذكاء
الاصطناعي (سدايا)

٤. إدارة التسويق السياحي، تأليف: ناصر
عبد الحميد الطائي وآخرون

٥. Google Scholar (للبحث عن الدراسات العلمية
المتعلقة برضا العملاء في القطاع السياحي السعودي).
