

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

قسم / تخصص...إدارة الأعمال.....



عنوان البحث

تأثير دخول "طيران الرياض" المدعوم حكومياً إلى السوق السعودي على شركات الطيران الفاخرة

إعداد الطالب/

حميدي عبدالرحمن حميدي باسودان

إشراف/

د.الفیصل عبد الحمید

د.فايز جراد

العام الدراسي:

2024

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين، نبينا محمد وعلى اله وصحبه اجمعين.

مقدمة:

تتناول هذه الدراسة تأثير دخول "طيران الرياض" المدعوم حكوميًا إلى السوق السعودي على شركات الطيران الفاخرة مثل طيران الإمارات والخطوط القطرية. ومن خلال خبرتي التي تمتد لأكثر من عشرين عامًا في مجال الطيران، بما في ذلك ثلاثة عشر عامًا في إدارة المبيعات التجارية في طيران الإمارات، أسعى في هذه الدراسة إلى تحليل كيفية تأثير هذا الدخول على المنافسة في السوق وجذب العملاء.

تبرز أهمية هذه الدراسة في تقديم فهم أعمق للتغيرات الديناميكية في سوق الطيران السعودي، وتقديم رؤى جديدة حول استراتيجيات المنافسة والتكيف التي قد تتبناها شركات الطيران الفاخرة لمواجهة التحديات الجديدة. تهدف هذه الدراسة إلى إثراء التخصص العلمي من خلال تسليط الضوء على التحولات التي يشهدها السوق وتقديم توصيات مبنية على تحليل دقيق ومععمق.

مشكلة الدراسة:

- كيف يؤثر دخول "طيران الرياض" المدعوم حكوميًا على حصة السوق لشركات الطيران الفاخرة مثل طيران الإمارات و الخطوط القطرية ؟
- ما هي التغيرات المحتملة في استراتيجيات التسويق والمبيعات لشركات الطيران الفاخرة نتيجة لدخول "طيران الرياض"؟
- كيف يمكن لشركات الطيران الفاخرة التكيف مع المنافسة الجديدة التي يمثلها "طيران الرياض"؟
- ما هو تأثير الدعم الحكومي لـ "طيران الرياض" على الأسعار والخدمات المقدمة من قبل شركات الطيران الفاخرة؟
- كيف يمكن أن يؤثر دخول "طيران الرياض" على تجربة العملاء والولاء للعلامة التجارية لشركات الطيران الفاخرة؟

أهمية الدراسة:

في سياق سعي المملكة العربية السعودية من خلال مشروع رؤية 2030 لجذب عملاء من شتى بلدان العالم، حيث أنشأت "طيران الرياض" لهذا الغرض.

تأتي أهمية هذه الدراسة من كونها تسلط الضوء على تأثير دخول "طيران الرياض" المدعوم حكوميًا إلى السوق السعودي، وهو موضوع لم يتم تناوله بشكل واسع في الدراسات السابقة. بينما ركزت الدراسات السابقة على تحليل المنافسة بين شركات الطيران الفاخرة في الأسواق العالمية، فإن هذه الدراسة تركز بشكل خاص على السوق السعودي وتأثير الدعم الحكومي على ديناميكيات المنافسة.

الجديد الذي تقدمه هذه الدراسة يتمثل في تقديم تحليل معمق للتغيرات التي قد تطرأ على استراتيجيات شركات الطيران الفاخرة مثل طيران الإمارات والخطوط القطرية نتيجة لدخول "طيران الرياض". كما تسعى الدراسة إلى تقديم رؤى جديدة حول كيفية تكيف هذه الشركات مع المنافسة المدعومة حكوميًا، وتأثير ذلك على تجربة العملاء والولاء للعلامة التجارية.

أهداف الدراسة:

- تقييم تأثير دخول "طيران الرياض" المدعوم حكوميًا على هيكل السوق السعودي للطيران، مع التركيز على التغيرات في حصة السوق لشركات الطيران الفاخرة.
- تحليل استراتيجيات التنافس الجديدة التي قد تتبناها شركات الطيران الفاخرة مثل طيران الإمارات و الخطوط القطرية لمواجهة دخول "طيران الرياض".
- استكشاف تأثير الدعم الحكومي على ديناميكيات الأسعار والخدمات في السوق السعودي للطيران، وكيف يمكن أن يؤثر ذلك على شركات الطيران الفاخرة.
- دراسة تأثير دخول "طيران الرياض" على تجربة العملاء، بما في ذلك رضا العملاء وولائهم للعلامة التجارية لشركات الطيران الفاخرة.
- تحديد دور الخطوط السعودية كناقل وطني في دعم "طيران الرياض"، وكيف يمكن لهذا الدعم أن يساهم في جذب العملاء من مختلف مدن المملكة.
- تقديم توصيات استراتيجية لشركات الطيران الفاخرة للتكيف مع التحديات الجديدة التي يمثلها دخول "طيران الرياض" إلى السوق.

تساؤلات الدراسة

- كيف يؤثر دخول "طيران الرياض" المدعوم حكوميًا على حصة السوق لشركات الطيران الفاخرة مثل طيران الإمارات و الخطوط القطرية ؟
- ما هي التغيرات المحتملة في استراتيجيات التسويق والمبيعات لشركات الطيران الفاخرة نتيجة لدخول "طيران الرياض" ؟
- كيف يمكن لشركات الطيران الفاخرة التكيف مع المنافسة الجديدة التي يمثلها "طيران الرياض" ؟
- ما هو تأثير الدعم الحكومي لـ "طيران الرياض" على الأسعار والخدمات المقدمة من قبل شركات الطيران الفاخرة ؟
- كيف يمكن أن يؤثر دخول "طيران الرياض" على تجربة العملاء والولاء للعلامة التجارية لشركات الطيران الفاخرة ؟
- ما هو دور الخطوط السعودية كناقل وطني في دعم "طيران الرياض" لجذب العملاء من كافة مدن المملكة ؟

فروض الدراسة:

- سيؤدي دخول "طيران الرياض" المدعوم حكوميًا إلى تقليص حصة السوق لشركات الطيران الفاخرة مثل طيران الإمارات و الخطوط القطرية .
- ستتغير استراتيجيات التسويق والمبيعات لشركات الطيران الفاخرة بشكل ملحوظ نتيجة لدخول "طيران الرياض".
- ستتبني شركات الطيران الفاخرة استراتيجيات جديدة للتكيف مع المنافسة التي يمثلها "طيران الرياض".
- سيؤثر الدعم الحكومي لـ "طيران الرياض" على الأسعار والخدمات المقدمة من قبل شركات الطيران الفاخرة، مما قد يؤدي إلى تخفيض الأسعار أو تحسين الخدمات.
- سيؤثر دخول "طيران الرياض" على تجربة العملاء والولاء للعلامة التجارية لشركات الطيران الفاخرة، مما قد يؤدي إلى تغيير في تفضيلات العملاء.
- ستساهم الخطوط السعودية كناقل وطني في دعم "طيران الرياض" لجذب العملاء من كافة مدن المملكة، مما سيعزز من قدرة "طيران الرياض" على المنافسة.

الدراسات السابقة:

لم أجد دراسات تناولت نفس الموضوع ولكي أقف على مجموعة من المقالات السابقة واسردها في الأسفل:

1. تأثير الدعم الحكومي على شركات الطيران:

- دراسة من صندوق النقد العربي حول تأثير الدعم الحكومي على شركات الطيران، والتي تشير إلى أن الدعم الحكومي ساعد في تجنب إفلاس 85% من شركات الطيران خلال جائحة كورونا.¹
- مقال من العربية يناقش كيف يمكن لشركات الطيران النهوض من الأزمة بعد عام صعب، مع التركيز على تأثير الدعم الحكومي على الأسعار والخدمات.²

2. تحليل استراتيجيات التسويق والمبيعات لشركات الطيران الفاخرة:

- تقرير من مأكزي حول استراتيجيات البيع بالتجزئة في قطاع الطيران وكيف يمكن لشركات الطيران تحسين تجربة العملاء وزيادة الإيرادات من خلال تقنيات البيع الحديثة.³

3. تأثير الدعم الحكومي على الأسعار والخدمات المقدمة من قبل شركات الطيران:

- مقال من الاقتصادية يناقش تداعيات الدعم الحكومي على شركات الطيران وكيفية تأثيره على استراتيجيات الأسعار والخدمات المقدمة.⁶

المنطلقات النظرية للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على مجموعة من النظريات والمفاهيم الأساسية في مجال إدارة الطيران والمنافسة السوقية، والتي تساعد في تحليل تأثير دخول "طيران الرياض" المدعوم حكوميًا إلى السوق السعودي على شركات الطيران الفاخرة. من بين هذه المنطلقات النظرية:

1. نظرية المنافسة الاحتكارية:

- تركز هذه النظرية على كيفية تفاعل الشركات في سوق يتميز بوجود عدد قليل من المنافسين الرئيسيين. ستساعد هذه النظرية في فهم كيفية تأثير دخول "طيران الرياض" على ديناميكيات المنافسة بين شركات الطيران الفاخرة.

2. نظرية الاستراتيجية التنافسية:

- تعتمد هذه النظرية على تحليل استراتيجيات الشركات في مواجهة المنافسة. ستستخدم الدراسة هذه النظرية لتحليل استراتيجيات التسويق والمبيعات التي قد تتبناها شركات الطيران الفاخرة لمواجهة دخول "طيران الرياض".

3. نظرية الدعم الحكومي وتأثيره على الأسواق:

- تركز هذه النظرية على كيفية تأثير الدعم الحكومي على أداء الشركات في السوق. ستساعد هذه النظرية في تحليل تأثير الدعم الحكومي لـ "طيران الرياض" على الأسعار والخدمات المقدمة من قبل شركات الطيران الفاخرة.

4. نظرية سلوك المستهلك:

- تركز هذه النظرية على فهم كيفية اتخاذ المستهلكين لقرارات الشراء وتأثير العوامل المختلفة على هذه القرارات. ستستخدم الدراسة هذه النظرية لتحليل تأثير دخول "طيران الرياض" على تجربة العملاء وولائهم للعلامة التجارية لشركات الطيران الفاخرة.

5. نظرية الشبكات والتحالفات الاستراتيجية:

- تركز هذه النظرية على كيفية تكوين الشركات لتحالفات وشبكات استراتيجية لتعزيز قدرتها التنافسية. ستساعد هذه النظرية في فهم دور الخطوط السعودية كناقل وطني في دعم "طيران الرياض" لجذب العملاء من مختلف مدن المملكة.

المنهجية وطرق البحث:

1. تصميم البحث:

- نوع البحث: تعتمد الدراسة على البحث الوصفي والتحليلي لفهم تأثير دخول "طيران الرياض" المدعوم حكوميًا على شركات الطيران الفاخرة.
- مجتمع الدراسة: يشمل مجتمع الدراسة شركات الطيران الفاخرة العاملة في السوق السعودي، مثل الخطوط القطرية وطيران الإمارات، بالإضافة إلى "طيران الرياض" والخطوط السعودية.

2. جمع البيانات:

- البيانات الأولية: سيتم جمع البيانات الأولية من خلال استبيانات ومقابلات مع خبراء في مجال الطيران، ومدراء شركات الطيران، والعملاء.
- البيانات الثانوية: سيتم جمع البيانات الثانوية من خلال مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة، والتقارير السنوية لشركات الطيران، والمقالات الأكاديمية.

3. أدوات جمع البيانات:

- الاستبيانات: سيتم تصميم استبيانات موجهة لجمع البيانات من العملاء حول تجربتهم مع شركات الطيران الفاخرة و"طيران الرياض".
- المقابلات: سيتم إجراء مقابلات مع مدراء شركات الطيران وخبراء في المجال لفهم استراتيجيات التكيف والمنافسة.

4. تحليل البيانات:

- التحليل الكمي: سيتم تحليل البيانات الكمية باستخدام برامج إحصائية مثل SPSS لتحليل الاستبيانات واستخراج النتائج.
- التحليل النوعي: سيتم تحليل البيانات النوعية من المقابلات باستخدام تقنيات تحليل المحتوى لتحديد الأنماط والاتجاهات.

5. الإجراءات الأخلاقية:

- سيتم ضمان سرية وخصوصية المشاركين في الدراسة، والحصول على موافقتهم المسبقة قبل جمع البيانات.

6. حدود الدراسة:

- سيتم تحديد حدود الدراسة من حيث نطاقها الزمني والجغرافي، بالإضافة إلى التحديات المحتملة التي قد تواجه جمع البيانات.

أدوات الدراسة :

1. الاستبيانات:

- استبيانات موجهة تحتوي على مجموعة من الأسئلة المغلقة والمفتوحة لجمع البيانات الكمية والنوعية من المشاركين.
- الغرض: جمع معلومات حول تجربة العملاء مع شركات الطيران الفاخرة بالإضافة إلى آرائهم حول تأثير دخول "طيران الرياض" إلى السوق.

2. المقابلات:

- مقابلات مع مدراء شركات الطيران وخبراء في مجال الطيران. في السوق المحلي والاقليمي.
- الغرض: الحصول على رؤى عميقة حول استراتيجيات التكيف والمنافسة التي تتبناها شركات الطيران الفاخرة، وتأثير الدعم الحكومي على السوق.

3. تحليل الوثائق:

- مراجعة وتحليل التقارير السنوية لشركات الطيران، والمقالات الأكاديمية، والدراسات السابقة إن وجد.
- الغرض: جمع البيانات الثانوية التي تدعم تحليل تأثير دخول "طيران الرياض" على السوق السعودي.

4. الملاحظات:

- ملاحظات ميدانية لجمع البيانات حول العمليات والخدمات المقدمة من قبل شركات الطيران الفاخرة و"طيران الرياض".
- الغرض: فهم كيفية تقديم الخدمات وتجربة العملاء بشكل مباشر.

5. التحليل الإحصائي:

- استخدام برامج إحصائية لتحليل البيانات الكمية المستخلصة من الاستبيانات.
- الغرض: استخراج النتائج الإحصائية وتحديد الأنماط والاتجاهات في البيانات.

6. تحليل المحتوى:

- تحليل البيانات النوعية المستخلصة من المقابلات باستخدام تقنيات تحليل المحتوى.
- الغرض: تحديد الأنماط والاتجاهات في البيانات النوعية لفهم استراتيجيات التكيف والمنافسة.

حدود الدراسة :

1. الحدود الزمنية:

- تركز الدراسة على الفترة الزمنية من عام 2024 إلى عام 2026، وهي الفترة التي من المتوقع أن يشهد فيها السوق السعودي للطيران تأثيرات واضحة نتيجة دخول "طيران الرياض".

2. الحدود الجغرافية:

- تقتصر الدراسة على السوق السعودي للطيران، مع التركيز على المدن الرئيسية التي تخدمها شركات الطيران الفاخرة و"طيران الرياض".

3. الحدود الموضوعية:

- تركز الدراسة على تحليل تأثير دخول "طيران الرياض" المدعوم حكوميًا على شركات الطيران الفاخرة مثل طيران الإمارات و الخطوط القطرية ، مع التطرق بشكل طفيف إلى شركات الطيران منخفضة التكلفة أو الشركات الأخرى غير الفاخرة.

4. الحدود المنهجية:

- تعتمد الدراسة على منهجية البحث الوصفي والتحليلي، باستخدام أدوات جمع البيانات مثل الاستبيانات والمقابلات وتحليل الوثائق. قد تكون هناك تحديات في جمع البيانات من بعض المشاركين أو الحصول على معلومات دقيقة من الشركات.

5. الحدود العملية:

- قد تواجه الدراسة تحديات تتعلق بالحصول على موافقات لإجراء المقابلات مع مدراء شركات الطيران أو الوصول إلى بعض البيانات الحساسة المتعلقة بالاستراتيجيات التنافسية.

المراجع:

1. صندوق النقد العربي. (2021). تأثير الدعم الحكومي على شركات الطيران.
 رابط المصدر <https://www.albayan.ae/economy/the-world-today/2020-05-18-1.3861862>
2. العربية. (2022). كيف يمكن لشركات الطيران النهوض من الأزمة بعد عام صعب.
 رابط المصدر <https://www.alarabiya.net/aswaq/special-stories/2020/12/31/%D8%B7%D9%8A%D8%B1%D8%A7%D9%86-%D8%A8%D8%B9%D8%AF-%D8%B9%D8%A7%D9%85-%D8%B5%D8%B9%D8%A8-%D9%85%D8%AA%D9%89-%D8%AA%D9%86%D9%87%D8%B6-%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B7%D9%8A%D8%B1%D8%A7%D9%86-%D9%85%D9%86-%D8%AA%D8%AD%D8%AA-%D8%B1%D9%85%D8%A7%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B2%D9%85%D8%A9%D8%9F>
3. ماكنزي. (2023). استراتيجيات البيع بالتجزئة في قطاع الطيران.
 رابط المصدر <https://www.mckinsey.com/featured-insights/highlights-in-arabic/ready-for-takeoff-the-airline-retailing-opportunity-arabic/ar>
4. الاقتصادية. (2022). تداعيات الدعم الحكومي على شركات الطيران.
 رابط المصدر <https://www.albayan.ae/economy/the-world-today/2020-05-18-1.3861862>