



مشروع تحسين تجربة العملاء في مكاتب السفر
والسياحة في المملكة العربية السعودية
دراسة تطبيقية على الرفراف للسفر والسياحة

مشروع تخرج – 1

جامعة ميدأوشن – كلية الإدارة

اعداد الطالب

عصام بن علي القرني

222001122

اشراف عضو هيئة التدريس

د. عبدالرحيم نادر

تاريخ التقديم

2025/10/29م

جدول المحتويات

2	المقدمة
3	مشكلة البحث
4	أهمية البحث
5	المراجع

المقدمة

- تُعد تجربة العملاء من العناصر الأساسية في نجاح مؤسسات السفر والسياحة، حيث تمثل الانطباع المباشر الذي يتكوّن لدى العميل تجاه جودة الخدمات ومستوى التعامل الذي يتلقاه. مع التطور السريع في قطاع السياحة والتحول نحو الخدمات الرقمية، أصبح لزاماً على مكاتب السفر والسياحة التركيز على تحسين تجربة العميل باعتبارها أحد أهم عناصر المنافسة والتميّز المؤسسي.
- جاء اختيار هذا الموضوع نتيجة للملاحظة الميدانية المباشرة التي أظهرت تفاوتاً في مستوى الخدمات المقدمة للعملاء من قبل بعض المكاتب السياحية، مما يؤدي إلى ضعف الولاء وصعوبة الاحتفاظ بالعملاء. لذلك، تهدف هذه الدراسة إلى تحليل الوضع الحالي لخدمات العملاء في مكتب الرفرف للسفر والسياحة، وتحديد نقاط القوة والضعف، ثم تقديم توصيات عملية تساهم في تطوير الأداء وتحسين تجربة العملاء بما يتماشى مع رؤية المملكة 2030

مشكلة البحث

على الرغم من النمو الكبير في قطاع السياحة بالمملكة العربية السعودية، إلا أن العديد من مكاتب السفر والسياحة ما زالت تواجه تحديات في تلبية توقعات العملاء وتحقيق مستوى عالٍ من الرضا. وتتمثل المشكلة الرئيسة في وجود فجوة بين جودة الخدمة المتوقعة من العميل وما يتم تقديمه فعليًا

ومن هنا تنبثق مشكلة البحث في السؤال الآتي:

كيف يمكن لمؤسسة الرفراف للسفر والسياحة تحسين تجربة العملاء بما يعزز مستوى الرضا والولاء للخدمات المقدمة؟

اهمية البحث

تتبع أهمية هذا البحث من النقاط التالية:

- يساهم في تحسين جودة الخدمات المقدمة في مكاتب السفر والسياحة.
- يقدم مقترحات عملية تساهم في رفع مستوى رضا العملاء وتعزيز تجربتهم
- يساعد في تطوير أداء الموظفين من خلال تسليط الضوء على التحديات الفعلية
- يتوافق مع أهداف رؤية المملكة 2030 في تطوير قطاع السياحة والخدمات
- يمكن أن يكون مرجعاً مفيداً لأصحاب المكاتب في تطوير استراتيجياتهم التسويقية والخدمية

المراجع

- وزارة السياحة السعودية 2024 (تقرير تطوير خدمات السياحة في المملكة)
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). Marketing Management. Pearson Education
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing
- Al-Ghamdi, A. (2022). تحليل سلوك العملاء في قطاع السفر والسياحة السعودي. مجلة إدارة الأعمال السعودية.
- Vision 2030 Official Portal. (2023). Tourism Sector Transformation Program