



بحث عن العلاقات العامة ودورها في زيادة تفعيل ترويج الخدمات السياحية
[HTTPS://DSPACE.UNIV-ALGER3.DZ/JSPUI/HANDLE/123456789/9597](https://dspace.univ-alger3.dz/jspui/handle/123456789/9597)

المقرر: قضايا بحثية

اعداد الباحثة: هبة عبدالله المنيع

اشراف الدكتورة: ميار وليد

بسم الله الرحمن الرحيم

*من خلال الاطلاع على أطروحة الدكتوراه

العلاقات العامة ودورها في زيادة تفعيل ترويج الخدمات السياحية

المطلوب

إعداد مراجعة نقدية للدراسات السابقة المنشورة في مجال البحث مع تحليل نقاط القوة والضعف في هذه الدراسات

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الجزائر - 03-

قسم: العلوم التجارية



أطروحة دكتوراه علوم في العلوم التجارية

تخصص إدارة وتسويق الخدمات

بمعنوان:

العلاقات العامة ودورها في زيادة تفعيل ترويج الخدمات السياحية

مع الإشارة لتجربة الإمارات العربية المتحدة -إمارة الشارقة-

تحت إشراف الأستاذ:

هدير عبد القادر

من إعداد الطالبة:

محمدي وافية

أمام لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة	مؤسسة الانتماء
كواس خالد	أستاذ	رئيسا	جامعة الجزائر 3
هدير عبد القادر	أستاذ	مقررا	جامعة الجزائر 3
شعبان رشيدة	أستاذة	عضوا	جامعة الجزائر 3
موفق علي	أستاذ	عضوا	ENSSEA
بن قشوة جلول	أستاذ	عضوا	جامعة الأغواط
قاسم كريم	أستاذ	عضوا	ESC

السنة الجامعية 2022/2023

7. الدراسات السابقة:

يتميز موضوع السياحة بشكل عام بوفرة الدراسات والبحوث السابقة، وفي الآونة الأخيرة برز موضوع التسويق والترويج السياحي بشكل ملحوظ، في حين نلاحظ نقصاً واضحاً في الدراسات التي تناولت العلاقات العامة السياحية، ومن أهم الدراسات ذات الصلة بموضوعنا والتي تمكنا من الإطلاع عليها نجد:

١- أمل حمدنا الله القاسم أحمد، أطروحة دكتوراه بعنوان: "فاعلية برامج العلاقات العامة في جذب الاستثمارات السياحية للسودان، دراسة وصفية بالتطبيق على إدارة العلاقات العامة بوزارة الثقافة والسياحة والآثار"، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2020، تناول البحث ما يلي: التعرف على خطط العلاقات العامة لأنواع السياحة المختلفة، العمل على الأهداف التي تسعى العلاقات العامة بوزارة السياحة إلى تحقيقها في الاستثمار السياحي في السودان، ماهية الترويج السياحي، وسائل الإتصال في الترويج السياحي، دور العلاقات

٢

مقدمة

العامة في الترويج السياحي، والتعرف على أنشطة العلاقات العامة السياحية. بالإضافة إلى الدراسة الميدانية المتمثلة في وزارة الثقافة والسياحة والآثار بالسودان.

من بين النتائج المتوصل إليها أن العلاقات العامة تسعى إلى التنسيق بين الإدارات المختلفة في جذب السياحة، وأن إدارة العلاقات العامة تقوم بتنظيم حملات ترويجية عن المنطقة "السودان" بشكل جيد وتقوم بتنظيم وإقامة المحاضرات والندوات والمعارض، إدارة العلاقات العامة تقوم بوضع خطط لأنواع السياحة المختلفة بنجاح تام.

٢- نواف عبد الله الزين، رسالة ماجستير بعنوان: "عملية العلاقات العامة في المنشآت السياحية في الأردن -دراسة تطبيقية-"، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2011، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على عملية العلاقات العامة في المنشآت السياحية في الأردن، وتقييم عينة الدراسة لوظائف العلاقات العامة المتمثلة في: البحوث، التخطيط، الإتصال، التقييم وفقاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية.

كما شمل مجتمع الدراسة جميع العاملين في إدارات العلاقات العامة في المنشآت السياحية المتواجدة في العاصمة عمان والبالغ عددهم (152) موظفاً وموظفة، حيث كانت نتائج الدراسة كما يلي: عدم الإهتمام الجيد من قبل المنشآت السياحية لوظيفة البحوث، وعدم ممارستها للتخطيط بالشكل المطلوب، بالنسبة للإتصال جاء في المرتبة الأولى وهو ما يعكس قدرة إدارة العلاقات العامة في المنشآت السياحية الوصول إلى جماهيرها المستهدفة والتأثير فيهم، وأخيراً محدودية ممارسة العاملين في العلاقات العامة في المنشأة السياحية لوظيفة التقييم وفق أسس علمية دقيقة.

٣- بدر داري محمد عبد الله، رسالة ماجستير بعنوان: "العلاقات العامة ونورها في تطوير التسويق السياحي"، كلية الإعلام، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2017، تناولت هذه الدراسة العلاقات العامة بصفة عامة وكل ما يتعلق بها من مفهوم ووظائف وتخطيط برامجها، كما تطرق لمفهوم التسويق، السياحة، الإعلام السياحي، التخطيط السياحي وأهميته كدور رئيسي للعلاقات العامة السياحية، والعلاقات العامة السياحية ودورها في التسويق السياحي، وتطرق في الدراسة الميدانية إلى دائرة السياحة والتسويق التجاري بدبي.

من أهم النتائج التي توصل إليها الباحث أن العلاقات العامة السياحية أصبحت اليوم إحدى أهم أقسام العلاقات العامة بصفة عامة، وأكثرها إهتماماً وخير دليل على ذلك تبنى المنظمات والحكومات لها في إطار السياسة السياحية المبنية على الاهتمام بالسياحة والآثار. إن نتائج هذه

مراجعة نقدية للدراسات السابقة المنشورة في مجال البحث مع تحليل نقاط القوة والضعف في هذه الدراسات :



بعد المراجعة النقدية للدراسات السابقة حول العلاقات العامة في التسويق السياحي نستعرض الدراسات وهي كالآتي :

الدراسة الأولى :

دراسة أمل حمدنا الله القاسم أحمد: فاعلية برامج العلاقات العامة في جذب الاستثمارات السياحية في السودان .

* نقاط القوة:

• استخدمت منهجاً وصفياً يعتمد على دراسة خطط العلاقات العامة وتأثيرها على السياحة والاستثمار.

• تناولت وسائل الاتصال ودورها في الترويج السياحي، ما يثري فهم استخدام الوسائل الإعلامية المختلفة.

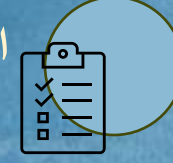
• تضمنت دراسة ميدانية على وزارة الثقافة والسياحة والآثار، مما يمنحها بعداً تطبيقياً قوياً.

* نقاط الضعف:

• لم تحدد بوضوح قيود العينة المستخدمة ومدى تمثيلها لقطاع السياحة ككل.

• غياب تحليل كمي دقيق لمدى تأثير العلاقات العامة على قرارات المستثمرين

مراجعة نقدية للدراسات السابقة المنشورة في مجال البحث مع تحليل نقاط القوة والضعف في هذه الدراسات :



بعد المراجعة النقدية للدراسات السابقة حول العلاقات العامة في التسويق السياحي نستعرض الدراسات وهي كالآتي :

الدراسة الثانية :

دراسة نواف عبد الله الزين: عملية العلاقات العامة في المنشآت السياحية في الأردن – دراسة تقييمية.

* نقاط القوة:

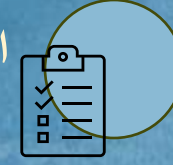
- اعتمدت الدراسة على مسح ميداني شمل العاملين في إدارات العلاقات العامة بالمنشآت السياحية، مما يعطي مصداقية للنتائج.
- تم تقييم وظائف العلاقات العامة (التخطيط، البحوث، الاتصال، التقييم) وفقاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية.
- * نقاط الضعف:

- الدراسة تركزت على العاصمة عمان فقط، مما يجعل النتائج غير قابلة للتعميم على باقي المناطق السياحية في الأردن.
- لم تناقش تأثير العوامل التكنولوجية الحديثة على دور العلاقات العامة

لغ نواف عبد الله الزين، رسالة ماجستير بعنوان: "عملية العلاقات العامة في المنشآت السياحية في الأردن -دراسة تقييمية-"، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2011، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على عملية العلاقات العامة في المنشآت السياحية في الأردن، وتقييم عينة الدراسة لوظائف العلاقات العامة المتمثلة في: البحوث، التخطيط، الاتصال، التقييم وفقاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية.

كما شمل مجتمع الدراسة جميع العاملين في إدارات العلاقات العامة في المنشآت السياحية المتواجدة في العاصمة عمان والبالغ عددهم (152) موظفاً وموظفة، حيث كانت نتائج الدراسة كما يلي: عدم الإهتمام الجيد من قبل المنشآت السياحية لوظيفة البحوث، وعدم ممارستها للتخطيط بالشكل المطلوب، بالنسبة للاتصال جاء في المرتبة الأولى وهو ما يعكس قدرة إدارة العلاقات العامة في المنشآت السياحية الوصول إلى جماهيرها المستهدفة والتأثير فيهم، وأخيراً محدودية ممارسة العاملين في العلاقات العامة في المنشأة السياحية لوظيفة التقييم وفق أسس علمية دقيقة.

مراجعة نقدية للدراسات السابقة المنشورة في مجال البحث مع تحليل نقاط القوة والضعف في هذه الدراسات :



بعد المراجعة النقدية للدراسات السابقة حول العلاقات العامة في التسويق السياحي نستعرض الدراسات وهي كالآتي :

الدراسة الثالثة :

دراسة بدر داري محمد عبد الله: العلاقات العامة ودورها في تطوير التسويق السياحي في السودان.

* نقاط القوة:

- تناولت موضوعاً مهماً وهو التخطيط السياحي والعلاقات العامة، مع ربطها بالإعلام السياحي.
- شملت دراسة ميدانية على دائرة السياحة والتسويق التجاري في دبي، مما يضيف بُعداً مقارناً بين السودان والإمارات.

* نقاط الضعف:

- غياب تحليل مقارن بين استراتيجيات العلاقات العامة المستخدمة في السودان ودول أخرى ذات تجربة ناجحة.
- لم تعالج تأثير السياحة الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي في تطوير التسويق السياحي

للم. بدر داري محمد عبد الله، رسالة ماجستير بعنوان: "العلاقات العامة ودورها في تطوير التسويق السياحي"، كلية الإعلام، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2017، تناولت هذه الدراسة العلاقات العامة بصفة عامة وكل ما يتعلق بها من مفهوم ووظائف وتخطيط برامجها، كما تطرق لمفهوم التسويق، السياحة، الإعلام السياحي، التخطيط السياحي وأهميته كدور رئيسي للعلاقات العامة السياحية، والعلاقات العامة السياحية ودورها في التسويق السياحي، وتطرق في الدراسة الميدانية إلى دائرة السياحة والتسويق التجاري بدبي.

من أهم النتائج التي توصل إليها الباحث أن العلاقات العامة السياحية أصبحت اليوم إحدى أهم أقسام العلاقات العامة بصفة عامة، وأكثرها إهتماماً وخير دليل على ذلك تبني المنظمات والحكومات لها في إطار السياسة السياحية الوطنية لكل دولة أو إقليم أو منطقة معينة.

مراجعة نقدية للدراسات السابقة المنشورة في مجال البحث مع تحليل نقاط القوة والضعف في هذه الدراسات :

لـ رهام عنان عيسى، رسالة ماجستير بعنوان: " دور العلاقات العامة في المؤسسات السياحية الفلسطينية الخاصة في الترويج السياحي -مؤسسات بيت لحم الخاصة نموذجا-"، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح

٥

بعد المراجعة النقدية للدراسات السابقة حول العلاقات العامة في التسويق السياحي نستعرض الدراسات وهي كالآتي :

الدراسة الرابعة :

دراسة رهام عنان عيسى: دور العلاقات العامة في الترويج السياحي في فلسطين – دراسة على مؤسسات بيت لحم الخاصة.

* نقاط القوة:

- الدراسة ميدانية وشملت عينة واسعة من العاملين في العلاقات العامة ومدراء المؤسسات السياحية، مما يعطيها موثوقية عالية.
- تحليل شامل للفعاليات الترويجية التي تقوم بها العلاقات العامة وتأثيرها على جذب السياح.

* نقاط الضعف:

- لم تعالج التحديات التي تواجه العلاقات العامة في ظل الاحتلال الإسرائيلي وتأثيره على الترويج السياحي.
- التركيز كان أكثر على السياحة الدينية، بينما أغفلت الدراسة بقية أنواع السياحة (الثقافية، البيئية، وغيرها)

مقدمة

الوطنية، فلسطين، 2021، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على: العلاقات العامة في المؤسسات السياحية لترويج السياحة في فلسطين، مدى وعي ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات السياحية بدورهم في دعم الترويج السياحي، الفعاليات والأنشطة الترويجية التي تقوم بها العلاقات العامة في المؤسسات السياحية ومدى نجاحها، الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في المؤسسات السياحية، بيان كيف يمكن تطوير عمل العلاقات العامة السياحية من أجل الترويج للسياحة في فلسطين بفعالية أكبر، مع تطبيق أداة الاستبانة على عينة مسح شامل بلغت (114) من الممارسين للعلاقات العامة في المؤسسات السياحية الفلسطينية، وأداة المقابلة التي طبقت على (10) من مدراء هذه المؤسسات.

توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج هي: وجود درجة إستجابة مرتفعة نحو دور العلاقات العامة في المؤسسات السياحية الفلسطينية الخاصة في الترويج السياحي، أهمية العلاقات العامة السياحية في عملية الإتصال والتواصل الداخلي والخارجي في الترويج السياحي، وجود عوامل تؤثر إيجابيا وسلبا على أداء العلاقات العامة السياحية ووسائلها وأنشطتها أثناء عملية الترويج السياحي.

مراجعة نقدية للدراسات السابقة المنشورة في مجال البحث مع تحليل نقاط القوة والضعف في هذه الدراسات :



بعد المراجعة النقدية للدراسات السابقة حول العلاقات العامة في التسويق السياحي نستعرض الدراسات وهي كالآتي :

الدراسة الخامسة :

دراسة جوهرة أبو زيد الطاهر محمد: دور العلاقات العامة في تنشيط السياحة في السودان

* نقاط القوة:

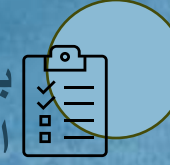
- استخدمت الدراسة أساليب بحث متنوعة بما في ذلك تحليل وسائل الاتصال المستخدمة في الترويج السياحي.
- ناقشت الصعوبات التي تواجه إدارات العلاقات العامة في وزارة السياحة.

* نقاط الضعف:

- لم تقدم حلولاً واضحة لمعالجة المشكلات التي تواجه العلاقات العامة في القطاع السياحي.
- الدراسة لم تتطرق إلى مدى تأثير الاتجاهات السياحية الحديثة مثل السياحة البيئية أو الرقمية على استراتيجيات العلاقات العامة

لجوهرة أبو زيد الطاهر محمد، رسالة ماجستير بعنوان: " دور العلاقات العامة في تنشيط السياحة في السودان"، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، جامعة الرباط الوطني، السودان، 2017، يهدف البحث إلى الوقوف على دور العلاقات العامة في تنشيط السياحة بالسودان والتعرف على المفهوم العلمي للعلاقات العامة ومدى تطبيقه في وزارة السياحة، وبيان الوسائل والأساليب المستخدمة في عملية الإتصال ومعرفة المشاكل والصعوبات التي تواجه إدارة العلاقات العامة بالوزارة.

الخلاصة والتوصيات :



بعد تحليل هذه الدراسات، يتضح أن هناك تركيزًا على تحليل دور العلاقات العامة في الترويج السياحي من منظور إداري، ولكن هناك فجوات في البحث، مثل:

• الافتقار إلى الدراسات المقارنة

بين الدول التي لديها تجارب ناجحة في العلاقات العامة السياحية.

• عدم التركيز على التكنولوجيا الرقمية

وتأثير وسائل التواصل الاجتماعي في الترويج السياحي.

• محدودية العينات الجغرافية

في بعض الدراسات، مما يجعل تعميم النتائج أمرًا صعبًا.

التوصيات المستقبلية للبحث

1. إجراء دراسات مقارنة بين الدول العربية حول نجاح العلاقات العامة في السياحة.

2. تحليل دور الإعلام الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي في تحسين استراتيجيات العلاقات العامة السياحية.

3. دراسة تأثير العوامل السياسية والاقتصادية على العلاقات العامة في الترويج السياحي.

4. توسيع نطاق الدراسات لتشمل مناطق سياحية متنوعة وليس الاقتصار على العواصم والمدن الكبرى.

8. المساهمة التي جاء بها البحث:

حاولنا من خلال موضوع بحثنا التطرق إلى العلاقات العامة السياحية من جميع الجوانب وبشكل معمق نظرا لأهميتها البالغة في عملية الترويج السياحي الذي تم التطرق إليه أيضا بشكل موسع، وفي القطاع السياحي الجزائري حاولنا توضيح أهمية العلاقات العامة ضمن أجهزة وزارة السياحة المسؤولة عن الترويج من خلال مختلف نشاطاتها.

كما تمت الإشارة إلى تجربة إمارة الشارقة الناجحة فيما يخص العلاقات العامة السياحية كمثال عن السياحة العربية المتميزة.

9. المنهج المتبع:

بالنظر إلى طبيعة الموضوع وللإجابة على الإشكالية المطروحة إعتدنا على المنهج الوصفي في محاولتنا لتقديم مسح لمختلف التعاريف والمفاهيم التي تمس الموضوع، والمنهج التحليلي في التعليق والتعقيب على ما تم وصفه من إحصائيات وبيانات.