

العنوان:	تقويم أداء شركات السياحة و السفر في تسويق السياحة الأردنية: دراس ميدانية
المؤلف الرئيسي:	ربابعة، شفيق أحمد مصطفى
مؤلفين آخرين:	رجب، عادل محمد(معد)
التاريخ الميلادي:	2008
موقع:	عمان
الصفحات:	1 - 227
رقم MD:	635546
نوع المحتوى:	رسائل جامعية
اللغة:	Arabic
الدرجة العلمية:	رسالة دكتوراه
الجامعة:	جامعة عمان العربية
الكلية:	كلية الدراسات الإدارية والمالية العليا
الدولة:	الأردن
قواعد المعلومات:	Dissertations
مواضيع:	الشركات السياحية، التسويق السياحي، تقويم الأداء، التخطيط الاستراتيجي، الأردن
رابط:	https://search.mandumah.com/Record/635546

الملحق رقم(1)

قائمة بأسماء الأساتذة المحكمين من ذوي الإختصاص الذين تكرموا بتحكيم أداة القياس

1. أ.د. رائف توفيق تسويق جامعة اليرموك
2. أ.د. فؤاد الشيخ سالم تسويق جامعة عمان العربية
3. أ.د. محمد عصام المصري تسويق جامعة عمان العربية
4. أ.د. محمد ابراهيم عبيدات تسويق الجامعة الأردنية
5. أ.د. ناجي معلا تسويق جامعة عمان العربية
6. أ.د. هاني الضمور تسويق الجامعة الأردنية
7. أ.د. محمد أبو صالح إحصاء جامعة اليرموك
8. أ.د. محمد فريوان إحصاء جامعة اليرموك
9. د. أمجد ضيف الله الناصر إحصاء جامعة اليرموك
10. د. بشير العلق تسويق جامعة الزيتونة
11. د. خالد مقابله سياحه جامعة اليرموك

الملحق رقم (2)

استبانة الشركات السياحية

جامعة عمان العربية للدراسات العليا

كلية الدراسات المالية والإدارية

استبانة لدراسة بعنوان:

"تقويم أداء شركات السياحة والسفر في تسويق السياحة الأردنية"

"دراسة ميدانية"

سعادة السيد مدير:..... الأكرم

تحية طيبة وبعد:

يقوم الباحث بإجراء دراسة علمية تستهدف تقويم أداء الشركات السياحية الأردنية الكبرى والتعرف على الإستراتيجيات التسويقية المتبعة من قبلها، من أجل الوصول إلى تخطيط استراتيجي فعال لتسويق الأردن سياحياً. ولغايات الدراسة، تم تصميم الإستبانة المرفقة.

لذا، يرجى التكرم بقراءة الأسئلة الواردة في الاستبانة بتمعن تام، والتلطف بالإجابة عليها بموضوعية. ويؤكد الباحث على أن جميع المعلومات التي ستدلون بها ستعامل بسرية تامة، وأنها ستستخدم لغايات الدراسة فقط.

شاكراً ومقدراً حسن تعاونكم

الباحث / شفيق رابعه

1- يرجى التكرم بتعبئة المعلومات المطلوبة ووضع علامة (x) داخل مربع الإجابة .

- تاريخ تأسيس الشركة السياحية.....

- عدد العاملين عند التأسيس

- عدد العاملين حالياً

2. هل تخضع شركتكم أنظمتها التسويقية للتخطيط الإستراتيجي ؟

دائماً ☐ غالباً ☐ أحياناً ☐ لا تخضع ☐

3. في حالة وجود تخطيط استراتيجي، من هي الجهة التي تعد الخطط الإستراتيجية لشركتكم؟

- إدارة تسويق داخل الشركة ☐ وعدددهم

- إدارة التسويق تستعين ببيت خبره ☐

- إدارة أخرى داخل الشركة، حددها لطفاً..... ☐ وعدددهم.....

- إدارة أخرى تستعين ببيت خبرة ☐

- بيت خبرة أو مجموعة استشارية ☐ هي:

- غير ذلك. حدد لطفاً

4. متى يتم تخطيطكم الإستراتيجي؟

بداية كل سنة ☐ كل سنتين ☐ كل 3 سنوات ☐ أكثر من 3 سنوات.

5. أي من الأهداف التالية تسعى شركتكم إلى تحقيقها؟: يمكن وضع أكثر من خيار.

زيادة عدد السياح الوافدين للأردن ☐ زيادة مدد إقامة السياح في الأردن ☐ إيجاد

أسواق جديدة ☐ التعاون والتحالف مع الشركات السياحية المماثلة خارج الأردن ☐

السعي لتحسين مستوى الخدمات السياحية المقدمة للسائح الوافد ☐ زيادة أعداد السياح

المغادرين للأردن □ تسويق الأردن على أنه مقصد سياحي متميز □ تنشيط السياحة الداخلية □ زيادة العائد من الاستثمار □ زيادة عدد الرحلات سنوياً □ غير ذلك.....

6. أي من الأنشطة التالية تقوم بها شركتكم؟ يمكن وضع أكثر من خيار.

تنظيم وتنفيذ الرحلات السياحية □ حجز التذاكر □ خدمة الاستقبال في المطارات □ نشاطات التأمين □ تنظيم الندوات والمؤتمرات □ حجز الفنادق □ الشحن الجوي □ بيع الشيكات السياحية □ تأجير السيارات □ أخرى.....

7. حدد لأي من التصنيفات التالية تنتمي شركتكم بالنسبة لعدد ليالي المبيت للسياح

القادمين للأردن عن طريقكم في نهاية عام 2005 م؟

أقل من خمسة آلاف ليلة □ من 5-أقل من 10 ألف ليلة □ 10-15 ألف ليلة □ أكثر من 15 ألف ليلة □.

8. كم بلغ عدد ليالي المبيت للسياح الذين وفدوا للأردن عن طريق شركتكم للفترة من 1/1 /

2006 ولغاية نهاية عام 2006 م.

9. أذكر بالترتيب أهم خمس دول يفد منها سياح للأردن عن طريقكم: _____

10. هل تنظم شركتكم برامج رحلات سياحية تشمل الأردن ودول أخرى ؟ نعم □ لا □ .

11. إذا كان الجواب على السؤال السابق نعم . ماهي تلك الدول؟ _____

12. أي من عناصر المنتج السياحي الأردني التالية تسوق شركتكم ؟ وما درجة الاستخدام

لكل عنصر حسب المقياس؟ (يمكن وضع أكثر من خيار).

درجة الاستخدام			عناصر المنتج السياحي
بشكل قليل	بشكل وسط	بشكل كبير	
			المواقع الأثرية
			المواقع الدينية
			مراكز السياحة العلاجية
			المناطق الصحراوية
			المحميات الطبيعية
			أماكن الاصطياف
			المؤتمرات
			سباقات الرالي
			المهرجانات الثقافية أو الفنية
			إطلاق المناطيد
			سباق الخيول
			المدن والمهرجانات الرياضية
			أخرى.حدد لطفا

13. أي من البرامج التالية تنفذ شركتكم؟:

سياحة المجموعات ☐ سياحة الأفراد ☐ سياحة مجموعات وأفراد معا ☐

14. ما نوع السياحة التي تتعامل به شركتكم؟ يمكن وضع أكثر من خيار.

السياحة الدينية ☐ السياحة العلاجية ☐ سياحة المغامرات ☐ السياحة

التعليمية ☐ السياحة الترفيهية (التنزه والاصطياف) ☐ (السياحة الاجتماعية) زيارة

الأقارب أو الأهل) ☐ أخرى --

15. ما هي الإستراتيجيات التي يتم بها تسعير برامجكم ؟ يمكن وضع أكثر من خيار.

ا. تسعير مرتفع (Market- Skimming) □ ب. تسعير حسب الكمية (Volume – Discounts)

ج. تسعير منخفض (Market-Penetration) د. تسعير حسب وقت الشراء (Discounts based on time)

□ of Purchase ه. تسعير تفاخر (Prestige Pricing) □ و. تسعير تمييز (Discriminatory)

□ (Pricing) ز. تسعير رزم (Product-Bundle Pricing) □ ح. أخرى. حدد لطفا

16. أي من أساليب الترويج التالية تستخدم الشركة؟ . وما مدى استخدامها؟ وما نسبة

الإنفاق عليها؟

النسبة المئوية للإنفاق (%)	مدى الاستخدام				أساليب الترويج
	نادرا	أحيانا	غالبا		
					البيع الشخصي
					الإعلان التجاري
					العلاقات العامة
					إعلانات الإنترنت
					وسائل ترويج المبيعات
					الدعاية التجارية
					مواد دعائية: بروشورز

17. في حالة استخدامكم للإعلان كأسلوب في الترويج السياحي, ماهي وسائل النشر

المستخدمة؟ وما مدى استخدامها؟ وما نسبة الإنفاق المئوية على كل وسيلة من

الموازنة ؟

الوسيلة	مدى الاستخدام				النسبة المئوية للإتفاق
	دائماً	غالباً	أحياناً	نادراً	
الصحف					
المجلات					
البرامج					
البريد الإلكتروني / شبكة					
البريد الإلكتروني / شبكة					
البريد الإلكتروني / شبكة					
البريد الإلكتروني / شبكة					
البريد الإلكتروني / شبكة					
البريد الإلكتروني / شبكة					
البريد الإلكتروني / شبكة					

18. ما هي الطرق التي يتم بها الحجز لبرامج الرحلات التي تعد من قبلكم مرتبة من الأكثر

استخداماً إلى الأقل. بحيث يكون رقم (1) للأكثر ثم الذي يليه رقم (2) وهكذا ؟

الترتبة من 1 - 6	طرق حجز البرامج / الرحلات
	البيع الشخصي/الاتصال المباشر
	الإنترنت
	الهاتف
	وكلاء سفر داخل الأردن
	وكلاء سفر خارج الأردن
	أخرى حدد لطفاً

19. ما هو المؤهل العلمي للمدير؟ وما نوع دراسته ؟ ؟ -----

20 . أي من منافذ التوزيع التالية المعتمد من قبل شركتكم ؟ يمكن وضع أكثر من خيار.

وكالة سفر داخل الأردن □ وكالة سفر خارج الأردن □ الاتصال المباشر □ الإنترنت □

أخرى.....

21 . أي من منافذ التوزيع التالية المعتمد من قبل شركتكم ؟ يمكن وضع أكثر من خيار.

وكالة سفر داخل الأردن □ وكالة سفر خارج الأردن □ الاتصال المباشر □ الإنترنت □

أخرى.....

22 . أذكر أسماء المؤسسات التي ترتبط بها شركتكم بعلاقات (تعاون , تحالف, أو شراكه ,

غير ذلك, حدد ..) . وما درجة تأثيرها على نشاطكم السياحي؟وكما هو مبين في الجدول التالي:

اسم المؤسسة	الدولة التي تتبع لها	نوع العلاقة وتاريخ بدنها	درجة التأثير		
			قوية	وسط	ضعيفة

23 . هل تحتفظ الشركة بقاعدة بيانات تسويقية ؟ نعم □ لا □ .

24. هل تقومون بإجراء دراسات تتعلق بالحركة السياحية؟ نعم □ لا □ .عام. إذا كان

الجواب نعم. ما نوع الدراسات والبحوث التي تجريها شركتكم ؟

تحديد الأسواق □ تحديد الفرص والتحديات □ تقدير الطلب □ دراسة حركة السياح □
 جودة الخدمة □ معرفة انطباعات السياح عن الأردن □ عمل الأداء السياحيين □ اتجاهات السياح
 □ العوامل التي تقف وراء قرار السائح □ تحليل البيئة التسويقية □ أخرى حدد لطفاً -----

25. كيف تقيم دور المؤسسات الواردة في الجدول التالي في تسويق الأردن سياحياً ؟

المؤسسة	دور كبير	دور محدود	لا دور لها
– وزارة السياحة والآثار			
– هيئة تنشيط السياحة			
– مكاتب تمثيل هيئة تنشيط السياحة في الخارج			
– الملكية الأردنية			
– الأجنحة الملكية			
– جمعية وكلاء السياحة والسفر الأردنية			
– الجمعية الأردنية للسياحة الوافدة			
– اتحاد الجمعيات السياحية			
– جمعية أصحاب الفنادق			
– جمعية أصحاب المطاعم السياحية			
– شركات النقل السياحي			
– جمعية محلات بيع التحف الشرقية			
– جمعية مكاتب تأجير السيارات السياحية			

26. ما عدد الأدلاء السياحيين الذين تتعامل معهم شركتكم بشكل دائم ؟ _____ أحيانا _____.

27. كيف تقيم أداء الأدلاء السياحيين في تعاملهم مع السياح الوافدين ؟

ممتاز ☐ جيد جدا ☐ جيد ☐ مقبول ☐ ضعيف ☐

28 . ما هي المعوقات التي تواجه شركتكم في أداء نشاطها؟

.....

.....

.....

.....

29. ما هي الاقتراحات التي تقدمها للتغلب على المعوقات الواردة في السؤال السابق؟

.....

.....

.....

.....

الباحث