



ملخص البحث السابع - بحث مشترك

Assessing Therapeutic Tourism and Hotels Marketing Using the Video-Sharing Websites in Egypt	عنوان البحث
تقييم تسويق السياحة والفنادق العلاجية باستخدام المواقع الإلكترونية لمشاركة الفيديو في مصر	
أ.د. هناء فايد (أستاذ- قسم الدراسات السياحية) د. محمد محمد فراج (مدرس- قسم الدراسات السياحية) د. كرم زكي (مدرس- قسم الدراسات الفندقية)	المشاركون
٢٠١٧	سنة النشر
International Journal of Heritage, Tourism and Hospitality, Vol. (11), No. (2-2), September, 2017, By: Faculty of Tourism and Hotels, Fayoum University, 199-212	الناشر
Abstract Social media is considered new potential wave in the online business marketing. Tourism and hospitality marketers are beginning to drive the use of social media as a new tool in their marketing plan to stretch out to customers. YouTube is a popular video-sharing site and considered one of the most important social media sites that can be used in tourism and hotels marketing to keep up with incremental changes in the information technology applications. This paper aimed to explore the advantages of using YouTube in tourism marketing in general and therapeutic tourism and hotels in particular based in Egypt. The research problem is that there is no any governmental YouTube Channel in Egypt to market the therapeutic tourism and hotels. Two phases of data collection methods were employed in this research: first, using the online content analysis of the available YouTube videos and channels; second, using questionnaire strategy targeted the Egyptian experts in the marketing field. The research implications that can be inferred from this research are twofold: first, this paper highlighted a new social media tool in E-marketing using YouTube for academics; second, it will help practitioners to depend on the developed strategy to use YouTube in marketing the Egyptian therapeutic tourism and hotels. Finally, this study recommends the need for further research to develop a conceptual framework using a mixed methods research to widen the roles for which social media can be utilized for the Egyptian marketers. Key Words: Video Sharing, YouTube, Therapeutic Tourism and Hotels, E-Marketing.	

د. محمد محمد فراج

مدرس - كلية السياحة والفنادق - جامعة الفيوم

dr.mmf@fayoum.edu.eg

الملخص

تمثل وسائل التواصل الاجتماعي موجة جديدة في مجال التسويق عبر الإنترنت. وقد بدأت شركات تسويق السياحة والضيافة في تعزيز استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية كأداة جديدة في خططها التسويقية للوصول إلى العملاء.

ويعد يوتيوب أهم المواقع الإلكترونية لمشاركة مقاطع الفيديو، لذا يعتبر أحد أهم مواقع الشبكات الاجتماعية التي يمكن استخدامها في التسويق السياحي والفنادق لمواكبة التغييرات المتزايدة في تطبيقات تكنولوجيا المعلومات.

يهدف هذا البحث إلى استكشاف مزايا استخدام موقع يوتيوب في التسويق السياحي بشكل عام وتسويق السياحة والفنادق العلاجية بشكل خاص. وقد ظهرت مشكلة البحث في عدم وجود أي موقع يوتيوب حكومي في مصر لتسويق السياحة والفنادق العلاجية.

وقد تم استخدام طريقتين لجمع البيانات في هذا البحث؛ أولهما، استخدام تحليل المحتوى عبر الإنترنت المتاح يوتيوب أشرطة الفيديو والقنوات. ثانياً، استخدام إستمارة إستبيان موجهة لعينة من خبراء التسويق.

تتمثل الآثار البحثية التي يمكن استنتاجها من هذا البحث في شقين: أولاً ، لفت أنظار الأكاديميين إلى استخدام أداة جديدة للتواصل الاجتماعي في التسويق الإلكتروني وهي موقع يوتيوب ، ثانياً: مساعدة المعنيين لتطوير إستراتيجياتهم التسويقية باستخدام موقع يوتيوب في التسويق للسياحة والفنادق العلاجية في مصر

وأخيراً ، توصي هذه الدراسة بالحاجة إلى إجراء مزيد من البحوث لصياغة إطار مفاهيمي واسع يستخدم العديد من وسائل التواصل الاجتماعي في التسويق ومنها مواقع اليوتيوب.

الكلمات الدالة: مشاركة الفيديو ، يوتيوب ، السياحة والفنادق العلاجية ، التسويق الإلكتروني