

دور عناصر المزيج الترويجي في تنمية وزيادة الحصة السوقية للمكاتب السياحية (دراسة ميدانية بالتطبيق على المكاتب السياحية)

علاء حسين علي السرابي

أستاذ مساعد قسم الإدارة السياحية والفندقية /كلية السياحة والآثار/ جامعة الملك سعود

كلمات مفتاحية: السياحة، المزيج الترويجي ، الحصة السوقية ، الإعلان ، الدعاية ، العلاقات العامة

ملخص البحث:

يهدف هذا البحث إلى معرفة أهمية دور عناصر المزيج الترويجي الذي تستخدمه مختلف المؤسسات السياحية في مدينة الرياض لتسويق وترويج خدماتها، وقياس مدى إدراك القائمين على تلك المؤسسات بتطبيق الأساليب الترويجية الحديثة نحو زيادة وتنمية الحصة السوقية، ولتحقيق ذلك تم صياغة عدة فروض أساسية وذلك لقياس العلاقة بين مختلف عناصر المزيج الترويجي وبين طبيعة ونوعية الخدمات التي تطرحها المؤسسات إلى الأسواق المستهدفة، وقد اعتمد البحث على عينة من المؤسسات السياحية حيث تم تصميم استبانته لقياس مدى صحة الفروض ومن ثم تم تحليل البيانات. حيث سيساعد هذا البحث العاملين في تلك المؤسسات السياحية على إدراك الأساليب الترويجية ذات التأثير الأفضل بما يتناسب وطبيعة العمل في الأسواق السعودية. وقد توصل الباحث من خلال البيانات المختلفة إلى بعض التوصيات والتي قد تكون ذات فائدة في مجال ترويج وتحسين وتنمية الحصة السوقية.

للتواصل مع الباحث

د. علاء حسين السرابي

Ah_sarabi@hotmail.com