

دور الترويج في تنشيط السياحة المحلية من وجهة نظر عينة من السياح

من إعداد الطالب:- فواجية بوهالي
zaki043016@gmail.com
إشراف الأستاذ: بن جروة عبد الحكيم

منهج الدراسة

الإستعانة بالمنهج الوصفي والتحليلي لوصف وعرض أدوات الترويج وتوضيح ما يقصد بالسوق السياحي ومكوناته وتحليل الارتباطات .
كما تم استعمال المنهج الاستنباطي لاستخراج النتائج التي تغطي المقترحات

مقدمة

إن الاقتصاد في العمر الحديث يتسم بالكثير من التغيرات حيث تسم معظم الاقتصاديات باهتمامها بالجانب السياحي خاصة مع ظهور الأقطاب السياحية العالمية وأضحى النشاط السياحي يمثل مصدر دخل مهم للاقتصاد اي دولة الا ان النشاط السياحي يحتاج الى مجموعة من تقنيات الترويج لتنشيط السياحة ولدراسة دور الترويج في الترويج في تنشيط السياحة المحلية تم تناول الموضوع في فصلين الاول نظري والثاني تطبيقي تم فيه توضيح دور أدوات الترويج في تنشيط السياحة المحلية وتم التركيز ايضا على اداة من هذه الأدوات وهي العلاقات العامة في كونها تضم العلاقات السياسية والائتماءات الفكرية وكذا العلاقات مع الصحافة .

ما مدى مساهمة وسائل الترويج في تنشيط السياحة المحلية من وجهة نظر مجموعة من السياح

الإشكاليات الفرعية

1. هل تؤثر العلاقات الشخصية للقاتمين على السياحة في تنشيط السياحة المحلية .
2. هل للعلاقات السياسية الجيدة للقاتمين على السياحة تأثير في تنشيط السياحة المحلية
3. هل بناء علاقات جيدة للقاتمين على السياحة مع الصحافة ينشط السياحة المحلية .
4. هل الإنتماءات الفكرية للقاتمين على السياحة من شأنها أن تنشيط السياحة المحلية .
5. هل التكتلات الإقتصادية للقاتمين على السياحة لها دور في تنشيط السياحة المحلية .

الفرضية الرئيسية :

هناك أثر ذو دلالة احصائية للترويج على تنشيط السياحة المحلية .

الفرضيات الفرعية

1. تؤثر العلاقات الشخصية للقاتمين على السياحة في تنشيط السياحة المحلية .
2. للعلاقات السياسية الجيدة للقاتمين على السياحة تأثير في تنشيط السياحة المحلية.
3. بناء علاقات جيدة للقاتمين على السياحة مع الصحافة ينشط السياحة المحلية .
4. الإنتماءات الفكرية للقاتمين على السياحة من شأنها أن تنشيط السياحة المحلية .
5. التكتلات الإقتصادية للقاتمين على السياحة لها دور في تنشيط السياحة المحلية .

أدوات جمع البيانات

- ❖ الجانب النظري: تتمثل في الكتب ، المجلات ، المقالات ، الملتقيات ، مواقع الانترنت الدراسات السابقة .
- ❖ الجانب التطبيقي:
الإستعانة بالاستبيان والذي يتم تفريغ محتواه في البرنامج الاحصائي (SPSS) والذي يعطي معطيات يتم تحليلها في ضوء التقارير والبحوث والدراسات المحلية والعالمية .

مجالات وحدود الدراسة :

ا- الحدود الزمنية من 2018/11/03 الى غاية 2018/04/08.

ب- الحدود المكانيّة : تخص الدراسة مجموعة من السياح المحليين الموظفين بمديرتي التجارة والسياحة لولاية ورقلة . يتم الوصول اليهم ومقرهم عن طريق سوال في الاستبيان بين السائح من غيره .

النتائج :

تؤثر العلاقات الشخصية للقاتمين على السياحة في تنشيط السياحة المحلية .
للعلاقات السياسية الجيدة للقاتمين على السياحة تأثير في تنشيط السياحة المحلية .
بناء علاقات جيدة للقاتمين على السياحة مع الصحافة ينشط السياحة المحلية .
الإنتماءات الفكرية للقاتمين على السياحة من شأنها أن تنشيط السياحة المحلية .
التكتلات الإقتصادية للقاتمين على السياحة لها دور في تنشيط السياحة المحلية

الخلاصة

من خلال نتائج الدراسة يتبين أن عناصر المزيج الترويجي تلعب دورا مهما في تنشيط السياحة المحلية بمختلف أشكالها كما تلعب الإنتماءات الفكرية والعلاقات السياسية الجيدة ، التعاملات الحسنة مع السياح ، التكتلات الإقتصادية ، العلاقات الشخصية ، دورا مهما في تنشيط السياحة المحلية هذا الدور الذي يمكن أن يتعدى تأثير بقية عناصر المزيج الترويجي الاخرى إذا ما تم إستغلالها أحسن إستغلال بما يحقق أعلى نمو للسياحة المحلية .

المراجع

Almira curri-memeti « public relations as promotional activity » university cyril and methodius skopje. Republic of macdonia 2011.p.
California state parcs « tried and true public relation and promotional tools » california.U.S.A July 2007, p 63
-دراسة أونيسي فاطمة الزهراء: إشكالية التسويق السياحي في الجنوب ، مذكّرة مقدمة في إطار منطلقات نيل درجة ماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة وهران2: 2016 .
-هشام مكي، التخطيط السياحي ودوره في تطوير النشاط السياحي، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الوطني حول الإستثمار في صناعة السياحة بالجزائر، جامعة حسنية بن بوعلوي الشلف، يومي 15-16 جانفي 2014.
- هباس رجاء العربي، التسويق السياحي في المنشآت السياحية، ط1، عمان الأردن، دار أسامة، 2012،

أهمية الدراسة

-تقديم دراسة تبين العلاقة بين الترويج و المتغيرات السياسية الفكرية
-تحديد المجالات التي يدخل فيها الترويج
-تحديد الدور الفاعل للترويج في تنشيط والسياحة
-تقديم الدراسة تتطرق الى جوانب جديدة في مجال الترويج تخفى عن الكثير حتى من اهل الاختصاص .

أهداف الدراسة

- إبراز ان العلاقات السياسية الجيدة للقاتمين على السياحة تلعب الدور مهم في تنشيط السياحة المحلية .
- اظهار دور الإنتماءات الفكرية للقاتمين على السياحة في تنشيط السياحة المحلية .
- اظهار دور العلاقات الشخصية في تنشيط السياحة المحلية .

دوافع اختيار الموضوع

-الموضوع له علاقة بالتخصص كونه ينطرق للترويج .
-محاولة التركيز على ابعاد جديدة وفعالة في عنصر الترويج .
-محاولة اظهار دور العلاقات السياسية الجيدة وكذا الإنتماءات الفكرية والتكتلات الاقتصادية في تفعيل الترويج .
-تركيز الدراسات السابقة في اغلبها على الاعلان والعناصر الاخرى من الترويج وقلّة الدراسات التي تتناول العلاقات السياسات و الإنتماءات الفكرية .