



جامعة العلوم والتكنولوجيا

فرع حضرموت

كلية العلوم الإدارية

قسم إدارة الأعمال

اثر العوامل والعقبات البيئية في تخطيط ونجاح الحملات الترويجية
دراسة تطبيقه وتحليله في عدد من الشركات الإنتاجية
دراسة تطبيقه على القطاع الصناعي في الشركة العربية للأسمت،
حضرموت

بحث تقدم به الطالبان

عمار مبارك سعيد العوبثاني عمر محسن عمر القيسي

كجزء من متطلبات نيل درجة البكالوريوس في إدارة الأعمال

إشراف الدكتور

حسين عبدالقادر الجهوري

يونيو 2016

رمضان 1437

ملخص البحث:

يتأثر الأداء التسويقي للمنظمات بشكل كبير وواسع بمتغيرات وعقبات كل من البيئة الداخلية و الخارجية وقد سبقت هذه الدراسة إلى تحديد هذا الأثر لثمان شركات إنتاجية مختارة تمثل الدراسة ثم انتخابها بعناية إذ أن جميع هذه الشركات هي شركات إنتاجية تمارس وظيفة التسويق على نطاق واسع داخل السوق المحلية وخارجها .

ولغرض تحقيق أهداف الدراسة فقد تم بناء مقياس (استمارة استبيان) فضلاً عن إجراء عدد من المقابلات الشخصية بهدف دعم دقة بيانات الاستمارة وعلى ضوء ذلك فقد انبثقت عدد من الفرضيات لإظهار كل من الأثر والعلاقة الناشئة وقد استخدمت مجموعة من الأساليب الإحصائية في تحليل البيانات وبناءً على وصف وتشخيص متغيرات الدراسة واختبار العلاقة التأثيرية بين هذه المتغيرات تم التوصل إلى مجموعة من الاستنتاجات كان أبرزها وجود علاقات ارتباط معنوية قوية وذات دلالة إحصائية بين متغيرات البيئة الخارجية وتخطيط الأنشطة والحملات الترويجية وكما أظهرت نتائج اختبار الفرضيات أهمية معظم متغيرات وعقبات البيئة الداخلية في تخطيط الحملات الترويجية.

وتأسيساً على ما تقدم تم صياغة عدد من التوصيات والتي أهمها :-

الحاجة إلى وضع تصور استراتيجي واضح المعالم والى إستراتيجية فاعلة ومرنة تضمن ملاحقة التغيير البيئي وتحديد متطلبات الاستجابة الدقيقة له والى ضرورة بناء نظام معلومات تسويقي فاعل ومتطور يوفر المعلومات المختلفة للشركات في مجال البيئة الخارجية والداخلية .