
Crisis impact on marketing strategy services for the air transport sector Egyptian

Mohamed Hussien Saleh ????

يعتبر البحث في مجال ادارة الازمات حديث العهد بصفة عامة وبصفة خاصة في مجال تسويق خدمات النقل الجوي للركاب بقطاع النقل الجوي المصري في ظروف الازمات وهذا يستلزم عناية خاصة من الدارسين والباحثين لاثراء الاساليب الفكرية والعملية لادارة الازمات. اهداف الدراسة: 1. التعرف على استراتيجيات تسويق خدمات قطاع النقل الجوي المصري المستخدمة في الظروف العادية واستراتيجيات تسويق خدمات قطاع النقل الجوي المصري المستخدمة في ظروف الازمة. 2. التعرف على استراتيجيات تسويق خدمات النقل الجوي المصري المستخدمة في ظروف الازمة على مستوى البيئة الخارجية للقطاع واستراتيجيات تسويق خدمات قطاع النقل الجوي المصري المستخدمة في ظروف الازمة على مستوى البيئة الداخلية للقطاع. حدود الدراسة: 1. يركز البحث على دراسة عنصرين من عناصر المزيج التسويقي هما استراتيجيات تسعير وتوزيع خدمات النقل الجوي. 2. يقتصر البحث على دراسة استراتيجية تيعسر وتوزيع خدمات النقل الجوي للركاب فقط دون البضائع. 3. يركز البحث على دراسة استراتيجيات تسويق خدمات النقل الجوي للركاب على الخطوط الدولية المنتظمة فقط. فروض الدراسة: 1. لا توجد فروق جوهرية بين استراتيجيات تسويق خدمات قطاع النقل الجوي المصري المستخدمة في الظروف العادية واستراتيجيات تسويق خدمات قطاع النقل الجوي المصري المستخدمة في ظروف الازمة. 2. لا توجد فروق جوهرية بين استراتيجيات تسويق خدمات قطاع النقل الجوي المصري المستخدمة في ظروف الازمة سواء كانت الازمة على مستوى البيئة الخارجية للقطاع او على مستوى البيئة الداخلية للقطاع. خطة البحث: وتحتوي علي الفصول التالية الفصل الاول الاطار العام للدراسة، الفصل الثاني مفهوم وخائص ادارة الازمات، الفصل الثالث مفهوم وخائص تسويق الخدمة، الفصل الرابع النقل الجوي وعلاقته بالسياحة، الفصل الخامس الدراسة الميدانية، الفصل السادس نتائج وتوصيات الدراسة.