" دور التسويق الالكتروني في تدعيم القدرة التنافسية للفنادق بالتطبيق على الفنادق الثلاث نجوم بمدينة القاهرة "

إعداد

د/ محمد شديد حسن
المدرس بقسم الدراسات الفندقية
كلية السياحة والفنادق – جامعة الفيوم

د/ الحسين معوض
المدرس بقسم الدراسات الفندقية
كلية السياحة والفنادق– جامعة الفيوم

يعد التسويق الاليكتروني اليوم أحد أدوات التميز للمؤسسات الفندقية من أجل عرض خدماتها على أحدث ما توصلت إلية تكنولوجيا المعلومات وذلك من خلال المواقع الالكترونية لهذه المؤسسات والذي قد يساهم في رفع القدرة التنافسية لهذه المؤسسات من خلال البحث عن العملاء وما يتوافق مع احتياجاتهم من منتجات وخدمات والتي تسعى أدارت هذه المؤسسات توفيره وعرضه لهم على شبكة الانترنت لضمان جودته وسهولة وصولة . فالتطور السريع الذي حدث في المنتجات الخدميةتطلب مهارات خاصة من قِبل مقدمي الخدمات للعملاء حتى يتسنى لهم تحقيق الرضا أولا تجاه هذه الخدمات والبحث فيما بعد عن كيفية تطوير جودة الخدمات وذلك باستخدام التسويق الالكتروني.

ويسعي هذا البحث إلي التعرف على التحديات والعقبات التي تحول دون تطبيق التسويق الاليكتروني بالفنادق مجال الدراسة ، وما هي المتطلبات الواجب توافرها لتطبيق واستخدام التسويق الالكتروني في هذه المؤسسات بالإضافة إلى تحديد الدور الذي يمكن أن يلعبه التسويق الالكتروني تدعيم قدرتها التنافسية لقطاع الفنادق.

تعتمد منهجية على المنهج الوصفي التحليلي، حيث يعتمد هذا المنهج علي التحليل الوصفي والإحصائي لكافة البيانات التي يتم جمعها من خلال الاعتماد علي الدراسات المكتبية من خلال الكتب والتقارير والأبحاث التي تعرضت للموضوع مجال البحث، والدراسة الميدانية من خلال تصميم استمارة استقصاء توزع علي المؤسسات الفندقية لمعرفة رأيهم في مدي تأثيرهم واستخدامهم للتسويق الالكتروني، فضلا عن التحليل الإحصائي لكافة البيانات التي يتم التحصل عليها.

الكلمات داله: التسويق الإلكترونى _ القدرة التنافسية _ الفنادق الثلاث نجوم بمدينة القاهرة.