

دور عناصر المزيج التسويقي في إنعاش سوق منتجات الأعشاب والأدوية الطبية الشعبية في محافظة حضرموت- اليمن

د. هاني سالمين بلعفير*

الملخص:

يستهدف البحث التعرف إلى أهم الأعشاب والأدوية الطبية الشعبية الموجودة والمتداولة في أسواق محافظة حضرموت. وإلى التعرف على دور عناصر المزيج التسويقي في إنعاش سوق منتجات الأعشاب والأدوية الطبية الشعبية في محافظة حضرموت. وقد تم اختيار عينة عشوائية ميسرة للبحث مكونة من (145) مفردة. وقام الباحث بتوزيع استمارات الاستبيان عليها، واستطاع استرجاع (112) استبانة منها بشكل سليم، وهي تشكل ما نسبته (77.2%) من الاستمارات الموزعة، وبالتالي فهي كافية لإجراء البحث. وقد توصل البحث إلى مجموعة من النتائج أهمها: وجود علاقة ارتباط طردي معنوي أقل من المتوسط للمتغير المستقل المتمثل في (عناصر المزيج التسويقي مجتمعة) في المتغير التابع المتمثل في (إنعاش سوق منتجات الأعشاب والأدوية الطبية الشعبية في محافظة حضرموت). كما أظهرت نتائج البحث أن هناك علاقة ارتباط طردي معنوي ضعيف بين المتغيرات المستقلة الفرعية المتمثلة في عناصر (المنتج، السعر، الترويج) والمتغير التابع المتمثل في (إنعاش سوق منتجات الأعشاب والأدوية الطبية الشعبية في محافظة حضرموت). كما تبين من البحث وجود علاقة ارتباط طردي معنوي متوسط بين المتغير المستقل الفرعي المتمثل في (عنصر التوزيع) والمتغير التابع المتمثل في (إنعاش سوق منتجات الأعشاب والأدوية الطبية الشعبية في م/ حضرموت).

مقدمة:

تعد عناصر المزيج التسويقي من أهم الأساليب التي يمكن من خلالها للمنظمات إضاءة طريقها نحو النجاح المستمر والنمو والعمل في الأسواق بأقدام راسخة، والتفوق على المنافسين مع الاستمرار في التفوق. لذلك فإن المنظمات الناجحة تعمل على استخدام هذه العناصر بشكل فاعل، لإدراكها التام للدور الكبير التي تحده في مجال تسويق منتجاتها في الأسواق المستهدفة. من جانب آخر تظهر إحصاءات منظمة الصحة العالمية اهتمام الأفراد في جميع أنحاء العالم بشراء المنتجات العشبية والأدوية الطبية الشعبية؛ حيث

* أستاذ مساعد، بقسم إدارة الأعمال، كلية العلوم الإدارية - جامعة حضرموت.

The Role of Marketing Mix Elements in Refreshing the Herbs and Folk Medicines Product Market in Hadhramout Governorate – Yemen

Dr.. Hani Salmeen Belafir

Abstract:

The aim of this research is to identify the most important herbs and medical medicines available in the markets of Hadhramout Governorate. And to identify the role of the elements of the marketing mix in the revival of the market of herbal products and medical medicines in the province of Hadhramout. A random sample of 145 consumers was selected. The researcher distributed the questionnaire forms, and retrieved (112) of them correctly, constituting 77.2% of the distributed forms. The results of the study were: a significant correlation between the independent variable (the components of the marketing mix) in the dependent variable of (revitalizing the market of herbal products and medical medicines in Hadhramout governorate). The results of the study showed a weak relationship between the independent variables (product, price, promotion) and the dependent variable (activating the market of herbal products and medical medicines in Hadhramout). The study also showed a moderate relationship between the independent variable (distribution) and the dependent variable (revival of the market of herbal products and folk medicine in Hadhramout governorate).