

**الخاتمة:**

الهدف الأساسي من الدراسة التي تم القيام بها هو إيضاح كيفية تطبيق المراجعة التسويقية وأهميتها كغيرها من أنواع المراجعة ودورها في الرفع من فعالية التسيير داخل المؤسسة من خلال كشف الأخطاء التسييرية في مختلف الأنشطة التسويقية، عمليات الإختلاس وكذا إبراز ضرورة تطبيق المراجعة التسويقية داخل المؤسسات الجزائرية كوسيلة للرقابة وتقييم أدائها لمعرفة حقيقة فعالية وضعيتها التسويقية، من خلال طرح الإشكالية التالية:

**كيف تساهم المراجعة التسويقية في الوصول إلى أداء تسويقي مرضي، وكيف يتم تطبيقها في مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية؟**

**النتائج المتوصل إليها:**

- انطلاقاً من عملية المراجعة التي تم القيام بها، تم التوصل إلى مجموعة من النتائج كما يلي:
- الدور الأساسي للمراجعة التسويقية هو الكشف عن مجالات العمل، تحديد وتنفيذ العمليات التصحيحية الموجهة لتحسين فعالية التسويق داخل المؤسسة.
- عملية المراجعة التسويقية تسمح بإعطاء نظرة حول التنظيم التسويقي وأخرى حول تموقعها في السوق، انطلاقاً من هذا يمكن للمؤسسة أن تستنتج فعالية التسويق.
- المراجعة التسويقية تسمح لأي مؤسسة بما يلي:
  - ✓ تحسين تموقعا.
  - ✓ تحديد الفرص المتاحة، توقع التهديدات ووضع الخطط لاستغلالها.
- عدم القيام بتطبيق الرقابة على مختلف الأنشطة التسويقية من طرف الخطوط الجوية الجزائرية.
- إهمال الجانب التسويقي من طرف المؤسسة بالرغم من أهميته في مجال الخدمات أدى إلى فقدان عدد معتبر من زبائنها.
- مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية تقوم بتقليد المنافسين بدلا من وضع استراتيجيات خاصة بها تتناسب مع إمكانياتها وبالأخذ بعين الإعتبار المحيط الذي تنشط فيه.

**اختبار الفرضيات:**

- أهم أسباب ضعف المؤسسات الجزائرية في الجانب التسويقي راجع إلى ضعف المراجعة التسويقية: من خلال ما تم دراسته تم التوصل إلى غياب عملية الرقابة على الأنشطة التسويقية داخل مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية بالرغم من أنها القاعدة الأساسية لمواجهة المنافسة الشديدة التي يشهدها السوق، إضافة إلى عدم وعي مسيري المؤسسة بضرورة تطبيق المراجعة التسويقية بالرغم من دورها الفعال في اكتشاف المشاكل والإختلالات ( كما تم توضيحه من عملية المراجعة التي تم القيام بها ). وبالتالي فإن الفرضية صحيحة.

- تطبيق المراجعة التسويقية من طرف مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية يحسن من أدائها التسويقي: من خلال الدراسة التي تم القيام بها تم التوصل إلى أن مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية لا تطبق المراجعة التسويقية، وبالتالي فإن الفرضية خاطئة

**الإقتراحات والتوصيات:**

بعد إتمام البحث وبناء على النتائج المتوصل إليها تم تقديم مجموعة من الاقتراحات، كما يلي:

- إعطاء أهمية لجانب التسويق.
- ضرورة تطبيق المراجعة التسويقية من طرف أشخاص مستقلين عن الإدارة التسويقية لتفادي الغش والتزوير.
- الإعتماد على المراجعة الخارجية للأنشطة التسويقية للحصول على رأي محايد وضمن شفافية عملية المراجعة والرفع من الكفاءة التسويقية.
- ضرورة القيام بدورات تكوينية لعمال المؤسسة.
- على المؤسسة إيجاد حل سريعا لمشكل عدم احترام توقيت الرحلات.
- الرفع من مستوى الخدمات المقدمة من طرف مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية قبل، أثناء وبعد الرحلة للمحافظة على الزبائن الحاليين واستقطاب زبائن جدد.

**صعوبات البحث:**

من أهم الصعوبات التي تم مواجهتها أثناء القيام بالبحث هو عدم الحصول على جميع المعلومات في الجانب التطبيقي من طرف المؤسسة بحجة السرية.

**آفاق البحث:**

تم في هذا البحث التطرق إلى تطبيق المراجعة التسويقية بصفة عامة، وهذا يفتح مجالاً خصباً للبحث في بعض المواضيع مثل مراجعة الإستراتيجية التسويقية ومراجعة التسويق الإلكتروني.