

المستخلص

إن الغرض الرئيس من هذه الدراسة هو في التعرف على واقع ممارسة التسويق الإلكتروني، وأثره في تحقيق الميزة التنافسية للشركات السمكية العاملة في ساحل م/حضر موت، بجانب دراسة مستوى واهتمام هذه الشركات بامتلاك ميزة تنافسية، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في الوصول الى النتائج، وشمل مجتمع الدراسة مديري الإدارات والأقسام في شركات الأسماك في ساحل م/حضر موت، والبالغ عددها (١٨) شركة. وباعتبار إمكانية الوصول إلى كل مفردات مجتمع الدراسة فقد اعتمدت هذه الدراسة على أسلوب الحصر الشامل لجميع المفردات، والبالغ عددهم (٤٠) مديراً، وتم توزيع الاستبانة على مديري الأقسام والإدارات المستهدفين، وكان العدد النهائي للاستبانة الصالحة للتحليل الإحصائي (٣٧) استبانة، وبنسبة (93%).

وقد أظهرت نتائج الدراسة: أن واقع ممارسة الشركات السمكية العاملة في ساحل م/حضر موت للتسويق الإلكتروني مرتفعاً فيما يتعلق بإبعاد التسويق الإلكتروني (الفائدة المدركة لاستخدام التسويق الإلكتروني، سهولة الاستخدام المدركة للتسويق الإلكتروني)، بمتوسطات حسابية بلغت (٤.٤٠)، و(٤.٠٥) وبأهمية نسبية بلغت (٨٨.٠٢%) و (٨١.٠٨%) على التوالي، بينما كان واقع ممارسة الشركات السمكية لأبعاد التسويق الإلكتروني الأخرى (أدوات التسويق الإلكتروني، الموازنة المخصصة للتسويق الإلكتروني) بمستوى أقل وبمتوسطات حسابية بلغت (٣.٧١) و (٣.٦١)، وبأهمية نسبية بلغت (٧٤.١١%) و (٧٢.٢٥%) على التوالي. ولهذا فإن هذه الدراسة أظهرت بأن هنالك أثر واضحاً للتسويق الإلكتروني في تحقيق الميزة التنافسية للشركات السمكية العاملة في ساحل م/حضر موت. إضافة إلى ذلك فقد توصلت هذه الدراسة إلى أن قيمة معامل التحديد (R^2) في النموذج المقترح قد قدّم تفسيراً يوضح "بأن استخدام التسويق الإلكتروني كان مسئولاً عن تحقيق ما نسبته (45%) من التغيرات التي تحدث في تحقيق الميزة التنافسية في هذه الشركات السمكية العاملة في ساحل م/حضر موت". وعلى ضوء هذه النتائج فقد أوصت الدراسة بالاستمرار في رفع كفاءة العاملين، من خلال التأهيل والتدريب في كيفية استخدام الأدوات والوسائل الحديثة للتسويق الإلكتروني، وتحسين مستوى الترويج باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي واهتمام الشركات في امتلاك المواقع الإلكترونية الخاصة، كما أوصت بزيادة الموازنة المخصصة للتسويق الإلكتروني.

ABSTRACT:

E-marketing occupies an important place nowadays for many companies, due to its help in overcoming many of the challenges and difficulties they face in marketing their products,

and due to the intense competition witnessed in our time between companies, in order to obtain possible largest of customers number, and work to meet Their desires and their satisfaction, and therefore this study is an extension of the previous cognitive studies, related to the study of electronic marketing techniques and methods used in companies, in order to obtain a market share and a better competitive position. This study aimed to know the reality of e-marketing and its impact on achieving the competitive advantage of fish companies in Hadramout Al-Sahel Governorate, next to study the level and interest of these companies with competitive advantage.

The analytical descriptive approach has been used to reach the search results. The study community included partitions and departments in fish companies operating in Hadramout Al-Sahel Governorate count (18) company, and the researcher used the comprehensive limitation of the study community of count(40) manager , and there is a count(38)has been restored from questionnaires, and (1) has been excluded from a questionnaire for analysis necessities, so that the final number of statistical analysis has become 37 questionnaires and (93%) of the total number of questionnaires .

The results of the study showed that the reality of fish companies operating in Hadramout Al-Sahel is high, and that the level of fish companies to achieve competitive advantage was a high level and resulted in an e-marketing had affected the competitive advantage in fish companies operating in Hadramout Al-Sahel Governorate.

In the light of these results, the researcher recommended to continue to raise the efficiency of workers through qualification and training in how to use modern e-marketing tools, and improve the promotion level using social networking and interest in ownership of private websites.

It was also within the recommendations to increase the budget of e-marketing.