

دور وسائل التسويق الإلكتروني في تحسين خدمات الموانئ اليمنية¹ (دراسة ميدانية)

The Role of Electronic Marketing on Improvement of Yemeni Ports Services (A field Study)

د. خالد محمد ناصر الكلدي¹، مروان محمد سالم البيدي²
¹الأستاذ المشارك بقسم إدارة الأعمال، كلية العلوم الإدارية، جامعة حضرموت
²باحث في إدارة الأعمال
alyazeedimarwan@gmail.com

تاريخ القبول: 2025/11/8

تاريخ الاستلام: 2025/9/9

الملخص:

تهدف الدراسة إلى التعرف على المفاهيم المحيطة بوسائل التسويق الإلكتروني كأحد التوجهات الحديثة للتسويق، ودورها في تحسين خدمات الموانئ اليمنية، وذلك من خلال دراسة وسائل التسويق الإلكتروني المتمثلة في: (الموقع الإلكتروني، البريد الإلكتروني، محركات البحث، مواقع التواصل الاجتماعي، تطبيقات الهواتف الذكية، شبكة الاكسترنات)، ودور هذه الوسائل في خدمات الموانئ اليمنية، واستخدم الباحثان المنهج الوصفي والتحليلي لتوصيف بيانات العينة وتحليلها، وتكون مجتمع الدراسة من الموظفين في مؤسسة موانئ البحر العربي اليمنية ومؤسسة موانئ خليج عدن اليمنية بمختلف فئاتهم ومستوياتهم الوظيفية، ومن أجل تحقيق ذلك تم توزيع (302) استبانة على موظفي الموانئ اليمنية، استرجع منها (218)، واستبعد منها (38)، وأجري التحليل على (180) استبانة، وقام الباحثان باستخدام برنامج الإحصائي SPSS. أثبتت الدراسة أن التسويق الإلكتروني بوسائله (الموقع الإلكتروني، البريد الإلكتروني، محركات البحث، مواقع التواصل الاجتماعي، تطبيقات الهواتف الذكية) له دور في تحسين خدمات الموانئ اليمنية. وقد أوصى الباحثان مؤسسات الموانئ اليمنية بضرورة إيلاء المزيد من الاهتمام بوسائل التسويق الإلكتروني الحديثة؛ لأن لها دوراً فعالاً في تحسين خدمات الموانئ اليمنية، وتفعيل الوسائل التي تعاني من ضعف في استخدامها.

ABSTRACT:

Key Words:

- Electronic Marketing
- Ports Services
- Yemeni Ports

The study aims to identify the concepts surrounding the means of electronic marketing as one of the modern trends of marketing and its role in improving Yemeni port services, by studying the means of electronic marketing represented in: (websites, E-mail, search engines, social media sites, smart phone applications, and Extranet) in addition to the role of these means in the services of sea ports.

¹ بحث مستل من رسالة ماجستير بعنوان: دور وسائل التسويق الإلكتروني في تحسين خدمات الموانئ اليمنية (دراسة ميدانية) مقدمة لكلية العلوم الإدارية، جامعة حضرموت 2021

The study adopted the descriptive and analytical approach to describe and analyze the sample data. The population of the study consisted of all employees in the Yemen Arabian Sea Ports Corporation and the Yemen Gulf of Aden Ports Corporation in their various categories and levels. In order to achieve this, (302) questionnaires were distributed to Yemeni port employees, from which (218) were retrieved and (38) were excluded and the analysis was carried out on (180) questionnaires. The researcher used the SPSS statistical program to analyze the data and test the study's hypotheses.

The study proved that electronic marketing via all its means (websites, E-mail, search engines, social media sites and smart phone applications) has a role in improving services in Yemeni seaports.

Further, the study recommended to the Yemeni Port Corporation the necessity to pay more attention to modern electronic marketing means as they have an effective role in improving seaport services and activating the means that experience inadequate use.