



الجمهورية اليمنية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة العلوم والتكنولوجيا
عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

الابتكار التسويقي في خدمات الاتصالات وأثره في تحقيق الميزة التنافسية

دراسة ميدانية على شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية

رسالة مقدمة من الطالب

نشوان محمد سيف مسعود

إلى

مجلس الدراسات العليا والبحث العلمي، وهي جزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في
إدارة الأعمال

المشرف

د. ماجد مبخوت مبخوت جعيل

أستاذ إدارة الأعمال المساعد

جامعة ذمار



الجمهورية اليمنية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة العلوم والتكنولوجيا
عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

"الابتكار التسويقي في خدمات الاتصالات وأثره في تحقيق الميزة التنافسية –
دراسة ميدانية على شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية"

الملخص

هدفت الدراسة إلى قياس أثر الابتكار التسويقي لخدمات الاتصالات في تحقيق الميزة التنافسية لدى شركات الاتصالات اليمنية، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي للوصول إلى نتائج الدراسة، كما تم تطوير استبانة وفقاً للمقاييس الأصلية التي تم أخذها من الدراسات السابقة وتحكيمها وبعد ذلك توزيعها على (مديري الإدارات، ورؤساء الأقسام والمختصين) العاملين في إدارة التسويق والمبيعات وخدمة العملاء لدى شركات الاتصالات الثلاث (شركة يمن موبايل، شركة ام تي ان، شركة سبافون) والبالغ عددهم 143 فرداً. وبعد إجراء التحليل باستخدام برنامج (SPSS) توصلت الدراسة إلى أهم النتائج الآتية:

1. توفر مستوى عالٍ للابتكار التسويقي وكذلك للميزة التنافسية في شركات الهاتف النقال اليمنية محل الدراسة.
 2. وجود أثر إيجابي للابتكار التسويقي في الميزة التنافسية لدى شركات الهاتف النقال اليمنية محل الدراسة.
 3. وجود أثر إيجابي لجميع أبعاد الابتكار التسويقي الخدمي (الخدمة، السعر، الترويج، التوزيع، التكنولوجيا، العمليات، الأفراد) في الميزة التنافسية لدى شركات الهاتف النقال اليمنية.
 4. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الابتكار التسويقي والميزة التنافسية، تعزى إلى بعض المتغيرات المنظمية، مثل (عمر الشركة، عدد العاملين).
- وبناءً على هذه النتائج ومناقشتها مع الدراسات السابقة تم الوصول إلى جملة من الاستنتاجات، أهمها اهتمام الإدارات العليا وإدارة التسويق في شركات الاتصالات اليمنية بالابتكارات التسويقية الخدمية مما انعكس إيجاباً في ميزاتها التنافسية بشكل واضح في الجمهورية اليمنية.



الجمهورية اليمنية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة العلوم والتكنولوجيا
عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

وقد قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات في ضوء النتائج والإستنتاجات التي تم التوصل إليها ومن أهمها:

1. على شركات الهاتف النقال المزيد من الاهتمام والتركيز في تطوير وابتكار أنشطة أبعاد المزيج التسويقي الخدمي، لما لها من تأثير إيجابي كبير في ميزاتها التنافسية.
2. زيادة الإهتمام من قبل الإدارة العليا بالمظهر العام لنقاط البيع وتوفير قاعات انتظار والاهتمام بتطوير أساليب التوزيع من خلال استخدام تطبيقات الهاتف الجوال وبرامج التواصل الاجتماعي الحديثة.
3. كما أن على إدارة الموارد البشرية الحرص على توظيف الأفراد ذوي القدرات والمهارات المتميزة والعمل على تشجيعهم لتقديم أفكار جديدة واستخدام أساليب مبتكرة في تقديم الخدمة من خلال مشاركتهم في القرارات الابتكارية وتطوير مهارتهم من أجل زيادة واستمرارية الميزة التنافسية.
4. على شركات الاتصالات زيادة الاهتمام بأساليب الترويج وجعل إعلانها مثيرة وجاذبة للانتباه وتتوافق مع ما تقدمه الشركة من خدمات وذلك لتعزيز ميزتها التنافسية، كون الترويج أعلى أبعاد الابتكار التسويقي تأثيراً في الميزة التنافسية.

المشرف

د. ماجد مبخوت مبخوت جعيل

أستاذ إدارة الأعمال المساعد
جامعة ذمار

الطالب

نشوان محمد سيف مسعود

جماد الاول، 1444هـ

صنعاء

ديسمبر، 2022م

Republic of Yemen
Ministry of Higher Education and Scientific Research
University of Science and Technology
Deanship of Postgraduate Studies and Scientific Research



The study highlighted a set of recommendations in the light of the results and conclusions, and the most important ones are:

1. Mobile phone companies should pay more attention and focus in developing and innovating the activities of the service marketing mix dimensions, because of their significant positive impact on their competitive advantages
2. Top Managements at mobile phone companies in Yemen must pay more attention to the general appearance of sales points, provide convenient waiting halls, and consider developing distribution means by using mobile phone applications and social medias.
3. Human Resource Departments at mobile phone companies in Yemen must hire individuals with distinguishing competences and skills and motivate them to come up with new ideas and use innovative ways in providing services. That can be achieved by involving them in making innovative decisions and developing their skills for a high and sustainable competitive advantage.
4. Mobile phone companies in Yemen must increase their interest on promoting means and make their advertisements more interesting, attracted and noticeable, and conform with their services so as to enforce their competitive advantage. That is because of competitive advantage has been mostly impacted by promotion as a marketing innovation dimension.

Candidate

Supervisor

Nashwan Mohammed Saif Masood

Dr. Majid Mapkhot Mapkhot Goail

Assistant Prof. of Business Administration

Thamar University

December, 2022AD

Sana'a

Jumada Al-Awwal, 1444AH



**“Marketing Innovation in Telecommunication Services and Its Impact
on Achieving Competitive Advantage: A Field Study at Mobile Phone
Companies in Yemen”**

Abstract

The study aims to measure the impact of marketing innovation of telecom services on achieving the competitive advantage of mobile phone companies in Yemen. The analytical descriptive method was used. Moreover, a questionnaire was adopted and developed from the previous studies and was distributed among 143 employees (managers, departments' heads and specialists) in Sales, Marketing, and Customers' Services Departments within the three mobile phone companies in Yemen (Yemen Mobile, MTN, and Sabafon). After that, data were analyzed using SPSS program to come up with the most important results as follows:

1. There is a high level of marketing innovation as well as competitive advantage in mobile phone companies in Yemen.
2. Marketing innovation has a positive impact on the competitive advantage of mobile phone companies in Yemen.
3. All marketing innovation dimensions (service, price, promotion, distribution, technology, processes, and individuals) has a positive impact on the competitive advantage of mobile phone companies in Yemen.
4. There are no statistical differences in the innovating marketing and competitive advantage because of some organizational factors such as age of business or number of employees.

Based on the study results and comparing them with those of the previous studies, a set of conclusions was shown and the most important one was that the Top Managements as well as the Marketing Department at mobile phone companies in Yemen have an interest in marketing innovations which positively impacts their competitive advantage obviously.

Republic of Yemen
Ministry of Higher Education and Scientific Research
University of Science and Technology
Deanship of Postgraduate Studies and Scientific Research



Marketing Innovation in Telecommunication Services and Its Impact on Achieving Competitive Advantage

A Field Study at Mobile Phone Companies in Yemen

A Thesis Submitted by

Nashwan Mohammed Saif Masood

To

**The Council of Postgraduate Studies and Scientific Research,
in Partial Fulfillment of the Requirements for the Master Degree in
Business Administration**

Supervisor

Dr. Majid Mapkhot Mapkhot Goail

**Assistant Professor of Business Administration
Thamar University**

December, 2022AD

Sana'a

Jumada Al-Awwal, 1444AH