



الجمهورية اليمنية
وزارة التربية والتعليم والبحث العلمي
جامعة العلوم والتكنولوجيا
عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

التسويق الرقمي وأثره في الأداء المنظمي

دراسة ميدانية في شركات الهاتف النقال بأمانة العاصمة صنعاء

رسالة مقدمة من الطالبة

يسرى عبدالله محمد أحمد إسحاق

إلى

مجلس الدراسات العليا والبحث العلمي

وهي جزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال

المشرف

د/ فيصل هزاع قائد سعيد

أستاذ إدارة الأعمال المساعد

جامعة العلوم والتكنولوجيا



الجمهورية اليمنية
وزارة التربية والتعليم والبحث العلمي
جَامِعَةُ الْعُلُومِ وَالتَّكْنُولُوجِيَا
عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

المُلخَص

هدفت الدراسة إلى تحديد أثر التسويق الرقمي في الأداء المنظمي في شركات الهاتف النقال بأمانة العاصمة صنعاء واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتمثل مجتمع الدراسة في (3) شركات هي سبأ فون والشركة اليمنية العمانية YOU ويمن موبايل، وبلغ عدد عناصر مجتمع الدراسة (324) عنصراً من القيادات الإدارية في الشركات والمتمثلة في (مدراء العموم ونوابهم، ومدراء الإدارات، ورؤساء الأقسام، ومختصي التسويق والعلاقات العامة)، وتم اختيار عينة عشوائية بسيطة بواقع (176) مفردة، واعتمدت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتم معالجة البيانات باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية في العلوم الاجتماعية (SPSS)، واستُخدمت مجموعة من الأساليب الوصفية والاستدلالية لاختبار فرضياتها، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: وجود أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية للتسويق الرقمي في الأداء المنظمي في شركات الهاتف النقال محل الدراسة، مع وجود تفاوت في تأثير أبعاد التسويق الرقمي في الأداء المنظمي حيث كان أكثرها تأثيراً بعد المنتج الرقمي، يليه بُعد التسعير الرقمي، ثم بُعد الترويج الرقمي، إلا أن بُعد التوزيع الرقمي لم يكن له تأثير دال إحصائياً في الأداء المنظمي، كما توصلت الدراسة إلى أن شركات الهاتف النقال بأمانة العاصمة تحقق الأداء المنظمي بمستوى مرتفع، ومستوى ممارسة التسويق الرقمي جاء بدرجة مرتفعة، وبناءً على النتائج أوصت الدراسة بضرورة اهتمام شركات الهاتف النقال بأمانة العاصمة صنعاء بتعزيز ممارسة التسويق الرقمي بأبعاده (المنتج الرقمي، التسعير الرقمي، الترويج الرقمي) لما له من أثر في تحقيق الأداء المنظمي.

الطالبة

يسرى عبدالله محمد أحمد إسحاق

المشرف

د/ فيصل هزاع قائد سعيد

أستاذ إدارة الأعمال المساعد
جامعة العلوم والتكنولوجيا

رمضان، 1447هـ

صنعاء

فبراير، 2026م



Abstract

The study aimed to identify the impact of digital marketing on organizational performance in mobile phone companies operating in the Capital Municipality of Sana'a. The study adopted the descriptive–analytical approach. The study population consisted of three companies, namely SabaFon, YOU, and Yemen Mobile, with a total population of 324 employees. A random sample of 176 respondents was selected. The questionnaire was used as the main tool of data collection, and the data were analyzed using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). A set of descriptive and inferential statistical methods was employed to achieve the study objectives and test its hypotheses. The study findings revealed that there is a statistically significant impact of digital marketing on organizational performance in the mobile phone companies under study. The findings also revealed variation in the impact of digital marketing dimensions on organizational performance, where the digital product dimension had the strongest impact, followed by digital pricing and digital promotion, while the digital distribution dimension did not have a positive impact on organizational performance. In addition, the study found that mobile phone companies in the Capital Municipality achieve a high level of organizational performance, and that the level of digital marketing practice is also high. Based on these findings, the study recommended that mobile phone companies in the Capital Municipality of Sana'a to pay more attention to practicing digital marketing through its key dimensions (digital product, digital pricing, and digital promotion), due to their significant role in enhancing organizational performance.

Candidate

**Yossra Abdullah Mohammed Ahmed
Eshaq**

Supervisor

Dr. Faisal Hazzaa Qaeid Saeed
Assistant Professor of Business Administration
University of Science & Technology

February, 2026AD

Sana'a

Ramadhan, 1447AH

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



Digital Marketing and Its Impact on Organizational Performance

A Field Study at Mobile Phone Companies in the Capital Municipality of Sana'a

A Thesis Submitted by

Yossra Abdullah Mohammed Ahmed Eshaq

To

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

Supervisor

Dr. Faisal Hazzaa Qaeid Saeed

**Assistant Professor of Business Administration
University of Science & Technology**

February, 2026AD

Sana'a

Ramadhan, 1447AH