

أثر تجارة الأنفاق على السياسات التسويقية لشركات تكنولوجيا المعلومات
في قطاع غزة

**The Effect of Tunnels' Trade on the Marketing Policies
of Information Technology Companies
in the Gaza Strip**

عبدالكريم عابدين

محمد زيدان سالم

سلطة الطاقة الفلسطينية

الكلية الجامعية للعلوم التطبيقية

رام الله

غزة

2011/12/20

تاريخ القبول

2010/11/24

تاريخ الاستلام

الملخص: في هذا البحث، تم دراسة أثر تجارة الأنفاق على السياسات التسويقية لشركات تكنولوجيا المعلومات في قطاع غزة، حيث تم التعرف على انعكاسات ظاهرة تجارة الأنفاق على السياسات التسويقية لشركات تكنولوجيا المعلومات في قطاع غزة من وجهة نظر موظفي هذه الشركات وعملاتها حول موضوع البحث، كما تم اختبار العلاقة بين المتغيرات المستقلة و التابعة فيما يتعلق بموضوع البحث.

وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي للوصول إلى نتائج البحث، حيث قام الباحثان بإعداد استبانتين (الأولى لعينة عشوائية من موظفي الشركات بلغت "20" موظفا وموظفة، والثانية لعينة عشوائية من عملاء الشركات بلغت "400" عميل)، وذلك للحصول على تصور كامل ودقيق حول موضوع البحث.

وقد تم التوصل إلى مجموعة من النتائج من أهمها: أن هناك تأثير سلبي لتجارة الأنفاق على السياسات التسويقية (المنتج، السعر، المكان، و الترويج) المتبعة من قبل شركات تكنولوجيا المعلومات العاملة في قطاع غزة.

وقد قدم البحث مجموعة من التوصيات، كان من أبرزها ضرورة قيام إدارات شركات تكنولوجيا المعلومات بإتباع سياسات تسويقية جديدة تعتمد على الأسلوب العلمي و بما يتناسب مع الظروف الحالية الخاصة في قطاع غزة.

Abstract: This current research focused on the effect of tunnels' trade on the marketing policies of information technology companies in the Gaza Strip from different aspects. Thus, the research concerned in knowing the