جامعـة طرابلس الأهلية

قسم الإدارة

التجارة الالكترونية واثرها على الحصة السوقية

دراسة ميدانية بشركة الشرارة الدهبية للخدمات النفطية

إعداد الطالبان: أيوب عزالدين شادى و مهاب الصغير بن راشد

تحت إشراف الأستاذ أ. طاهر محمد الاسطى

المستخلص :

تناول هذه الدراسة موضوع التجارة الإلكترونية وأثرها على الحصة السوقية حيث انطلقت هذه الدراسة من كون أن هناك المشكلة تمثلت في التساؤل التالي : ما أثر التجارة الالكترونية على الحصة السوقية بشركة الشرارة الذهبية للخدمات النفطية ؟ كما جمع هذه الدراسة بين المنهج الوصفي في وصف وتحليل واقع التجارة الإلكترونية، وبين المنهج التحليلي في تحديد وتحليل التجارة الإلكترونية وأثرها على الحصة السوقية ، وتركزت أهداف هذه الدراسة في التعرف على مفهوم التجارة الالكترونية وكيف ساهمت في زيادة الحصة السوقية للشركات وعلى أداء الشركة ومدى زيادة الحصة السوقية لها عن طريق التجارة الالكترونية و التعرف على نقاط القوة والضعف بالشركة من حيث تطبيق التجارة الالكترونية وزيادة الحصة السوقية. بينما اعتمدت منهجية هذه الدراسة استخدام المنهج الوصفي والتحليلي وتم استخدام أسلوب التحليل الإحصائي وتم الاعتماد على قياس ليكرث الخماسي للتوصل إلى نتائج منطقية، حيث يستهدف المنهج الوصفي بجمع البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة ، أما المنهج التحليلي فيتعلق بتوزيع صحيفة الاستبيان على بعض إدارات شركة الشرارة الذهبية للخدمات النفطية وتحليل هذه البيانات وفق النظام التحليل الإحصائي. ومن خلال التحليل الإحصائي المتمثل في تحليل النسب توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج التالية نذكر بعض منها انه هناك علاقة بين التجارة الالكترونية وزيادة الحصة السوقية وان الشركة تعمل بالتجارة الالكترونية وذلك من خلال امتلكها لموقع الكتروني لتقديم وعرض خدماتها ومنتجاتها. ومن خلال النتائج التي تم التوصل إليها تم تقديم بعض التوصيات منها : زيادة التركيز على خفض التكاليف المقدمة عبر الموقع الالكتروني للشركة والعمل على زيادة الثقة التامة لدي المستهلكين لتطبيق نظام التجارة الالكترونية.