

دراسات نقدية 2

TASK 9

فوزيه عبدالله الديبان

إدارة أعمال

المهمة التاسعة (النتائج والتوصيات): النقد يكون من خلال الاجابة على ما يلي على سبيل المثال لا

الحصر

- هل تم عرض النتائج بطريقة واضحة وسهلة الفهم؟
- هل تم تفسير النتائج بطريقة تتوافق مع أهداف الدراسة وفرضياتها؟ يجب أن يكون هناك ربط واضح بين النتائج وفرضيات الدراسة.
- هل تم تجنب المبالغة في استنتاجات النتائج؟ يجب ألا تكون النتائج متضخمة أو تحتوي على تعميمات غير مستندة إلى الأدلة.
- هل تم مقارنة النتائج بالدراسات السابقة بطريقة صحيحة؟ يجب توضيح ما إذا كانت النتائج تدعم أو تتناقض مع الأدبيات السابقة، وتقديم تفسير للاختلافات إن وجدت.
- هل تم بناء التوصيات على أساس النتائج؟ يجب أن تكون التوصيات منطقية وقائمة على ما تم اكتشافه من خلال التحليل.
- هل التوصيات قابلة للتطبيق في الواقع؟ يجب أن تكون التوصيات واقعية وقابلة للتنفيذ في المجال الذي تمت دراسته.

المعلومات الأساسية للدراسة محل النقد ..



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة -
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير



عنوان المذكرة

دور رأس المال الزبائني في تحقيق الميزة التنافسية
المستدامة
"دراسة حالة بريد الجزائر وحدة سكيكدة"

مذكرة ضمن متطلبات الحصول على شهادة ماستر أكاديمي في شعبة علوم التسيير
تخصص: إدارة أعمال

- العنوان: دور رأس المال الزبائني في تحقيق الميزة التنافسية دراسة حالة بريد الجزائر وحدة سكيكدة.
- المؤلف: بسمة بوشعالة.
- نوع الدراسة: رسالة ماجستير.
- الكلية: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
- المصدر: جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة.
- تاريخ النشر: 2023.
- 9 (1).pdf

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور رأس المال الزبائني في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة ببريد الجزائر وحدة سكيكدة. حيث تم استخدام الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات والمعلومات، والذي تم توزيعه على عينة مكونة (35) موظف .

ثانيا : عينة الدراسة:

استهدفت الدراسة عينة عشوائية قدرت بـ 35 موظف من مجتمع الدراسة، حيث تم توزيع الاستبيانات على جميع أفراد العينة ، وفيما يلي عدد الاستبيانات الموزعة و المستردة من أفراد عينة الدراسة

الجدول رقم 3: توزيع الاستبيان على عينة الدراسة

الاستبيانات	الموزعة	المسترجعة	غير المسترجعة	المفاعة	الصاحبة للتدخل
العدد	35	33	2	4	29
النسبة المئوية	%100	%94,28	%5,71	%11,42	%82,85

المصدر : من إعداد الباحثين.

ويتضح من النتائج ..

أنه تم عرضها بطريقة واضحة وسهلة الفهم كما تم تفسيرها بطريقة تتناسب مع هدف الدراسة المتمثل في معرفة دور رأس المال الزبائني في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة ببريد الجزائر وحدة سكيكدة ولا توجد أي مبالغة في استنتاجات النتائج .

• النتائج:

فيما يلي أهم النتائج التي توصلنا إليها :

1.النتائج النظرية:

- يعد رأس المال الفكري مفهوم شامل للمعرفة، حيث يتكون من المعارف الموجودة بكل من رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، ورأس المال الزبائني.
- يمثل رأس المال الزبائني في مجموع العلاقات التي تربط المؤسسة بالأطراف الخارجية (الزبائن، الموردين، التحالفات الإستراتيجية).
- تعد استمرارية الميزة التنافسية مفتاح نجاح ونمو المؤسسات، وذلك لصعوبة تقليدها من طرف المنافسين.
- تحقق الميزة التنافسية للمؤسسة التميز، الإبداع والجودة في المنتجات والخدمات المقدمة.
- يعتبر رأس المال الزبائني بحد ذاته ميزة للمؤسسة، لأنه يخلق قيمة لدى الزبائن، ويحقق رضاهم وولائهم.

2.النتائج التطبيقية:

- لدى العاملين ببريد الجزائر وحدة سكيكدة اهتمام برأس المال الزبائني.
- لدى العاملين ببريد الجزائر وحدة سكيكدة اهتمام بالميزة التنافسية المستدامة.
- يوجد دور ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للعلاقة مع الزبائن في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة ببريد الجزائر وحدة سكيكدة.
- يوجد دور ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للعلاقة مع الموردين في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة ببريد الجزائر وحدة سكيكدة.
- يوجد دور ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للتحالفات الإستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة ببريد الجزائر وحدة سكيكدة.
- يوجد دور ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لرأس المال الزبائني في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة ببريد الجزائر وحدة سكيكدة.

• التوصيات:

(64)

بناء على ما تم التوصل إليه من خلال هذه الدراسة يمكن اقتراح مجموعة من التوصيات:

- زيادة الاهتمام برأس المال الزبائني ومكوناته.
- التركيز على إبرام المزيد من التحالفات الإستراتيجية مع مؤسسات أخرى.
- ضرورة التركيز على العلاقة مع الموردين.
- التشجيع على التعليم المشترك المعارف بين الأفراد داخل المؤسسة.
- ضرورة استدامة الميزة التنافسية للمحافظة عليها.

كما تميزت الدراسة بأنه تم بناء التوصيات على أساس النتائج، وأن التوصيات قابلة للتطبيق في الواقع، حيث أنه بناء على ما تم التوصل إليه من خلال هذه الدراسة تم تقديم مجموعة من التوصيات تمثلت في ..

- زيادة الاهتمام برأس المال الزبائني ومكوناته
- والتركيز على إبرام المزيد من التحالفات الاستراتيجية مع مؤسسات أخرى
- وضرورة التركيز على العلاقة مع الموردين
- والتشجيع على التعليم المشترك المعارف بين الأفراد داخل المؤسسة.

أولاً: الدراسات المتعلقة برأس مال الزبائن:

01. الدراسات العربية:

1: دراسة يوسف أحمد، مزريق عاشور (2017):

بعنوان: "رأس مال الزبون كألية لتدعيم الميزة التنافسية للمؤسسات الجزائرية -دراسة ميدانية لشركة اتصالات الجزائر للهاتف النقال موبليس-"

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور رأس المال الزبوني كمتغير مستقل بأبعاده (العلاقة مع الزبون، رضا الزبون، الاحتفاظ بالزبون) في تدعيم الميزة التنافسية كمتغير تابع، تم اعتماد الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات الذي تم توزيعه على عينة عشوائية مكونة من 100 موظف بشركة اتصالات الجزائر للهاتف النقال (موبليس) وتم التركيز على الوكالات التجارية التابعة للمديرية الجهوية موبليس الشلف، كما اعتمد في الدراسة على المنهج المسحي في الجانب النظري ومنهج دراسة حالة في الجانب التطبيقي، حيث توصلت الدراسة إلى وجود تأثير قوي لرأس المال الزبوني في تحقيق الميزة التنافسية لشركة اتصالات الجزائر للهاتف النقال (موبليس).

2: دراسة فوزي عبد القادر محمد رحاب (2018):

تحت عنوان: "أثر رأس المال العلاقتي على تحقيق أهداف أصحاب المصالح -دراسة ميدانية بالتطبيق على المصارف التجارية الليبية-"

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر رأس المال العلاقتي كمتغير مستقل بأبعاده (العلاقة مع الزبائن، التحالفات الإستراتيجية) على تحقيق أهداف أصحاب المصالح كمتغير تابع في المصارف التجارية الليبية، تم استخدام الاستبيان لجمع البيانات والمعلومات والذي تم توزيعه على عينة عشوائية طبقية مكونة من 342 من العاملين بالمصارف التجارية، بالاعتماد على المنهج الوصفي، إذ توصلت الدراسة إلى وجود أثر معنوي لرأس المال العلاقتي على تحقيق أهداف أصحاب المصالح في المصارف التجارية الليبية.

3: دراسة محمد نعمان محمد عقلا، عادل قائد العامري، خالد سلطان القاضي (2020):

بعنوان: "رأس المال الزبائني وأثره في تحقيق الميزة التنافسية للقطاع المصارف في محافظة تعز -الجمهورية اليمنية-"

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر رأس المال الزبائني كمتغير مستقل وأبعاده (اكتساب الزبائن، التخصيص، الحصة السوقية، رضا الزبون، ولاء الزبون) في تحقيق الميزة التنافسية كمتغير تابع في القطاع المصرفي في اليمن، حيث

ويؤخذ على هذه النتائج أنها لم تتم مقارنتها بالدراسات السابقة، فكان يجب على الباحثة أن تقارن نتائج الدراسة بالعديد من الدراسات مثل دراسة يوسف (2017)، بعنوان: رأس مال الزبون كألية لتدعيم الميزة التنافسية للمؤسسات الجزائرية -دراسة ميدانية لشركة اتصالات الجزائر للهاتف النقال موبليس، ودراسة محمد (2020)، بعنوان رأس المال الزبائني وأثره في تحقيق الميزة التنافسية للقطاع المصارف في محافظة تعز -الجمهورية اليمنية .

وذلك من أجل معرفة الفجوة العلمية التي تعالجها الدراسة الحالية، حيث أنه من خلال العرض السابق لمختلف الدراسات والنتائج التي توصلت إليها هذه الدراسات، تبين أن نتائج الدراسة الحالية تناولت رأس المال الزبائني بأبعاده الثلاثة: العلاقة مع الزبائن، العلاقة مع الموردين، والتحالفات الاستراتيجية.