

دراسات نقدية - ٣

الباحث
أحمد التميمي



التكليف السادس:

عمل مقارنة بين رسالتين دكتوراه في نفس المجال وتحديد أوجه التشابه والاختلاف بينهما.

عناوين البحث المختارة في هذا التكليف

الابتكار كداعم للتسويق الالكتروني لمنتجات المؤسسة – دراسة ميدانية
أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه – جامعة أدرار – الجزائر - للباحث هوارى منصوري

أثر الأداء التسويقي بالمؤسسات المصرفية في بناء ولاء الزبون – دراسة استطلاعية
أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه – جامعة محمد الصديق – الجزائر – للباحثة رفيقة بوقريقة

أولاً: أوجه التشابه:

الموضوع العام

كلا الرسالتين تتناول موضوعات متعلقة بالأداء التسويقي والعلاقة به بمتغيرات أخرى في المؤسسات المصرفية.

المنهجية البحثية

- استخدام العينات العشوائية البسيطة
- الاعتماد على الاستبيانات كأداة لجمع البيانات
- استخدام برنامج SPSS للتحليل الإحصائي
- اختبار الفرضيات والعلاقات الارتباطية

المتغيرات المدروسة

كلاهما يركز على مقاييس غير مالية للأداء التسويقي تشمل:

- جودة الخدمة المصرفية
- المسؤولية الاجتماعية
- الابتكار التسويقي

الإطار النظري

كلا الرسالتين تعتمد على نفس الأساس النظري حول مفاهيم الأداء التسويقي ولاء الزبون.

ثانيًا: أوجه الاختلاف:

- الرسالة الأولى: تركّز على تحقيق وفاء الزبائن من خلال ابتكار المنتجات
- الرسالة الثانية: تركّز على بناء ولاء الزبون بشكل أعم وأشمل
- الرسالة الأولى: عينة مكونة من 224 مستهلك
- الرسالة الثانية: عينة مكونة من 483 مفردة
- الرسالة الأولى: استطلاعية على عينة من مستهلكي
- الرسالة الثانية: دراسة تطبيقية على المؤسسات المصرفية
- الرسالة الأولى: تركّز على ابتكار المنتجات وتطويرها
- الرسالة الثانية: تتناول أبعاد متعددة للابتكار التسويقي تشمل الخدمة والسعر والترويج والتوزيع والأفراد والعمليات
- الرسالة الأولى: تركّيز أساسي على العلاقة بين متغيرين
- الرسالة الثانية: تحليل نظري أعمق يتناول تصنيفات الولاء وأنواعه ومحدداته

الخلاصة

الرسالتان متشابهتان في الإطار العام والمنهجية، لكنهما تختلفان في العمق والشمول.
الرسالة الثانية أكثر شمولاً وتفصيلاً في معالجة الموضوع، بينما الرسالة الأولى أكثر تركيزاً على جانب محدد من الابتكار التسويقي.

الخاتمة

هذا ما تيسر إيرادہ في هذا التکلیف، وأسعد بملاحظاتكم وتوجيهكم
مع خالص الدعاء والشكر.