

دراسات نقدية ٣

إعداد الباحثة
هيا عبد الرحمن الشيبة
إشراف الدكتورة
هبة محمد



المطلوب ؟

اختيار رسالة دكتوراه في مجال تخصصك وتقديم نقد للنظريات العلمية
التي تم تناولها في الدراسة

1

الدراسة:

تم اختيار رسالة الدكتوراه بعنوان :

“إسهام ذكاء الأعمال في تعزيز القيمة التنظيمية: الدور الوسيط لإدارة علاقات الزبائن
في شركة آسياسيل للاتصالات في العراق”

الباحث: فراج نعيمش فرج

الجامعة: جامعة الموصل، كلية الإدارة والاقتصاد، قسم إدارة الأعمال

السنة: ٢٠٢١

أولاً: النظريات العلمية التي تم تناولها في الدراسة

١. نظرية ذكاء الأعمال :

تعتمد هذه النظرية على مجموعة من المفاهيم المرتبطة بجمع وتحليل وتخزين البيانات من مصادر مختلفة، وتقديمها في شكل تقارير ورسوم بيانية تساهم في دعم متخذي القرار.

تركز النظرية على أربعة محاور رئيسية:

• البيانات • المعلومات • المعرفة • الحكمة

وقد استند الباحث إلى هذه النظرية لتوضيح كيف يمكن لتقنيات ذكاء الأعمال أن تساهم في تقديم بيانات دقيقة تساعد المنظمة على اتخاذ قرارات استراتيجية.

تطبيقها في الدراسة:

تم استخدام هذه النظرية لتفسير تأثير استخدام أدوات ذكاء الأعمال (مثل مستودعات البيانات، التنقيب عن البيانات، التحليلات التنبؤية) على تحسين قيمة المنظمة من خلال دعم عمليات اتخاذ القرار الاستراتيجي والتشغيلي.

٢. نظرية إدارة علاقات الزبائن :

هذه النظرية تؤكد على أهمية تفاعل المؤسسة مع عملائها وبناء علاقات مستمرة لتحقيق رضاهم، مما ينعكس إيجاباً على الأداء المالي والسمعة المؤسسية. تركز على استخدام البيانات والتقنيات لتحليل سلوك العملاء وتوقع احتياجاتهم، وبالتالي تعزيز العلاقة معهم.

تطبيقها في الدراسة:

تناول الباحث دور إدارة علاقات الزبائن كوسيط بين ذكاء الأعمال والقيمة التنظيمية، موضحاً كيف تُمكن البيانات المستخلصة من ذكاء الأعمال المؤسسة من فهم سلوك الزبائن بشكل أعمق.

٣. نظرية القيمة التنظيمية :

تتعلق هذه النظرية بتعزيز قدرة المؤسسة على تقديم قيمة مستمرة لأصحاب المصلحة، سواء كانوا عملاء، موظفين، أو مساهمين. وتشير إلى أن القيمة التنظيمية تتحقق عبر:

- تحسين الكفاءة التشغيلية
- تقديم منتجات أو خدمات عالية الجودة
- بناء ميزة تنافسية

تطبيقها في الدراسة:

تم قياس القيمة التنظيمية بناءً على أبعاد تشمل رضا العملاء، الابتكار، والتكلفة، وتم ربطها بفعالية تطبيق تقنيات ذكاء الأعمال وإدارة علاقات الزبائن.

5

ثانياً: النقد العلمي للنظريات

١. نظرية ذكاء الأعمال:

الإيجابيات:

- توفر إطاراً قوياً لجمع وتحليل البيانات لدعم القرارات.
- قابلة للتطبيق في قطاعات متعددة مثل التسويق، الإنتاج، وخدمة العملاء.

السلبات:

- تعتمد بشدة على وجود بنية تحتية رقمية متقدمة، وهو ما قد لا يتوفر في بعض المؤسسات.
- لا تدمج الجوانب السلوكية والاجتماعية التي قد تؤثر على عملية اتخاذ القرار.

ملاحظة نقدية:

أغفلت النظرية في التطبيق العملي الجوانب الثقافية داخل المنظمة، مثل مقاومة التغيير، والتي تؤثر على فعالية ذكاء الأعمال.

٢. نظرية إدارة علاقة الزبائن CRM:

الإيجابيات:

- تركيز على العميل كمحور أساسي لنجاح المؤسسة.
- تساعد في تحسين الخدمة وبناء ولاء العميل.

السلبيات:

- لا توضح بشكل كافٍ كيفية دمج التحليلات التنبؤية ضمن عمليات العلاقات.
- تحتاج إلى دعم تقني مستمر وقاعدة بيانات غنية لتكون فعالة.

ملاحظة نقدية:

على الرغم من أهمية إدارة علاقة الزبائن، فإن اعتمادها على تحليل البيانات فقط قد لا يكون كافياً لفهم دوافع العميل العاطفية أو الاجتماعية، ما يستلزم نماذج تحليل أعمق.

٣. نظرية القيمة التنظيمية:

الإيجابيات:

- شاملة وتركز على القيمة المضافة لأصحاب المصلحة.
- تعزز من مفاهيم الجودة والاستدامة.

السلبيات:

- يصعب قياس القيمة التنظيمية بشكل دقيق بسبب تعدد المعايير.
- النظرية لا تحدد كيف يمكن تطبيقها بفعالية في المؤسسات الصغيرة أو في بيئات غير مستقرة.

ملاحظة نقدية:

النظرية تفترض بيئة مستقرة نسبياً لاتخاذ القرار وتحقيق القيمة، وهو ما لا يتماشى مع البيئات الديناميكية مثل قطاع الاتصالات.



Thank You