

## عنوان المشروع

اثر التسويق الرقمي في زيادة دخل المؤسسة  
بالتطبيق على شركة STC للاتصالات في جدة-المملكة العربية السعودية

أسم الطالب

احمد علي حسين باصبرين

2021205614

مشروع تخرج- ١

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

الفصل الدراسي الثاني-2024

## ١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

## ١,١ . المقدمة:

زيادة الدخل في المؤسسة تعتبر من أهم الأهداف التي تسعى إليها أي منظمة لتحقيق الاستدامة والنمو. يمكن تحقيق زيادة الدخل من خلال تبني استراتيجيات متعددة تشمل تحسين الكفاءة التشغيلية، وتطوير المنتجات والخدمات، وتوسيع قاعدة العملاء، وتعزيز تجربة العميل، واستغلال الفرص الرقمية. (Smith, J.2020)

من أهم الوظائف التي تؤديها المصارف التجارية هو التوسط بين من يفيض لديه الأموال وبين من هو بحاجة إلى هذه الأموال بل إن هذه المصارف تسمى أحيانا بمصارف الودائع وما يميز المصارف التجارية عن غيرها هو في قبولها للحسابات الجارية والخاضعة للسحب في أي وقت(م. م. صباح نوري عباس، & م. م. عمار رفعت قطب. ٢٠١٠)

زيادة الدخل هي هدف رئيسي لأي مؤسسة، ولكن هناك عدة فجوات وتحديات قد تعوق تحقيق هذا الهدف يمكن أن يؤدي إلى فقدان حصة السوق وعدم القدرة على جذب عملاء جدد. Hall, B. H., & Lerner, J. (2020)

التسويق الرقمي هو أحد أهم الأدوات التي يمكن أن تسهم في زيادة دخل المؤسسة، ولكن هناك عدة مشكلات يمكن أن تواجه الشركات عند محاولة استخدام التسويق الرقمي لتحقيق هذا الهدف. ويعتمد التسويق الرقمي بشكل كبير على القدرة على استهداف الجمهور المناسب. عدم تحديد الجمهور بدقة يمكن أن يؤدي إلى إهدار الموارد وعدم تحقيق النتائج المرجوة. (Smith, A. B., & Johnson, C. D. 2019)

التسويق الرقمي أصبح أحد الركائز الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسات لزيادة دخلها وتعزيز تواجدتها في السوق ويمكن للمؤسسات الوصول الى جمهور كبير ومتنوع من خلال الانترنت ويمكن استهداف العملاء بناء على الموقع الجغرافي ، العمر، الجنس، الاهتمامات، والسلوكيات.

التسويق الرقمي غالبًا ما يكون أقل تكلفة من وسائل التسويق التقليدية مثل الإعلانات التلفزيونية أو الإذاعية. يوفر أدوات تحليلية قوية تساعد المؤسسات على قياس أداء حملاتها بدقة ومعرفة ما يعمل وما لا يعمل  
Smith, A. B., & Johnson, C. D. (2019)

## ١,٢. مشكلة الدراسة

التسويق الرقمي هو أحد أهم الأدوات التي يمكن أن تسهم في زيادة دخل المؤسسة، ولكن هناك عدة مشكلات يمكن أن تواجه الشركات عند محاولة استخدام التسويق الرقمي لتحقيق هذا الهدف. ويعتمد التسويق الرقمي بشكل كبير على القدرة على استهداف الجمهور المناسب. عدم تحديد الجمهور بدقة يمكن أن يؤدي إلى إهدار الموارد وعدم تحقيق النتائج المرجوة. (Smith, A. B., & Johnson, C. D. (2019)

### ١,٢,١. فجوات على المستوى النظري

زيادة الدخل في المؤسسات موضوع معقد ويحتوي على العديد من الفجوات النظرية التي تحتاج إلى استكشاف وفهم أعمق: رغم أن الابتكار يعتبر محركًا رئيسيًا للنمو، إلا أن هناك تباينًا كبيرًا في النظريات حول كيفية تحقيقه وتطبيقه بفعالية في الشركات و تؤثر بشكل كبير على أداء الموظفين وإنتاجيتهم، ولكن هناك نقص في الأبحاث التي تستكشف كيفية تأثير الثقافة الإيجابية على زيادة الدخل.

توفر النظريات استراتيجيات تسويق رقمية متنوعة، إلا أن تطبيقها العملي قد يواجه تحديات مختلفة بناءً على السياق السوقي والتكنولوجي وقد يحد من فعالية الحملات التسويقية ويؤثر سلبًا على الإيرادات. B. (Hall H., & Lerner, J. (2020)

### ١,٢,٢. فجوات على المستوى التطبيقي

زيادة الدخل في المؤسسات يتطلب ليس فقط فهماً نظرياً، بل تطبيقاً عملياً فعالاً للاستراتيجيات المختلفة. ومع ذلك، هناك العديد من الفجوات العملية التي قد تواجه المؤسسات في سعيها لزيادة الدخل عدم القدرة على تطبيق الأفكار المبتكرة بفعالية يمكن أن يكون عائقاً رئيسياً. وقد تكون هناك فجوة بين الأفكار الابتكارية والتنفيذ الفعلي في السوق. (Johnson, P., & Robinson, M. (2017).

ما هو اثر التسويق الرقمي في زيادة دخل المؤسسة؟

### ١,٣. أهمية الدراسة

التسويق الرقمي أصبح أحد الركائز الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسات لزيادة دخلها وتعزيز تواجدها في السوق ويمكن للمؤسسات الوصول الى جمهور كبير ومتنوع من خلال الانترنت ويمكن استهداف العملاء بناء على الموقع الجغرافي ، العمر، الجنس، الاهتمامات، والسلوكيات.

التسويق الرقمي غالبًا ما يكون أقل تكلفة من وسائل التسويق التقليدية مثل الإعلانات التلفزيونية أو الإذاعية. يوفر أدوات تحليلية قوية تساعد المؤسسات على قياس أداء حملاتها بدقة ومعرفة ما يعمل وما لا يعمل  
Smith, A. B., & Johnson, C. D. (2019)

#### ١,٣,١. على المستوى النظري:

زيادة الدخل في المؤسسات تحمل أهمية نظرية كبيرة لأنها تمثل الأساس الذي يمكن أن تقوم عليه استراتيجيات النمو المستدام والتحسين المستمر  
Hall, B. H., & Lerner, J. (2020)

#### ١,٣,٢. على المستوى التطبيقي:

زيادة الدخل تعزز من السيولة النقدية المتاحة، مما يمكن المؤسسة من تغطية النفقات اليومية بسهولة وبدون ضغوط مالية. وايضا يعزز من فرص النمو والتوسع الاستراتيجي للمؤسسة، مما يساهم في زيادة حصتها في السوق.

المؤسسات التي تحقق دخلاً مرتفعاً يمكنها تقديم رواتب ومزايا أفضل لموظفيها، مما يساعد في جذب واستبقاء الكفاءات  
( Johnson, P., & Robinson, M. (2017)

## قائمة المراجع

١- م. م. صباح نوري عباس & م. م. عمار رفعت قطب. (٢٠١٠). اثر زيادة الدخل على حجم الإيداع (بحث تطبيقي *Journal of Baghdad College of Economic sciences* الإيداع (بحث تطبيقي *Journal of Baghdad College of Economic sciences* University, (23).

- Hall, B. H., & Lerner, J. (2020). Innovation and its effect on revenue enhancement. *Journal of Economic Perspectives*, 34(2), 57-76.
- 3- • Johnson, P., & Robinson, M. (2017). Analyzing factors influencing revenue growth in companies. *Business Analysis Journal*, 10(1), 112-130.







مع أطيب الأمنيات بالنجاح والتوفيق

It`s Never Too Late to START. Just Begin!

Best of Luck 😊 *Dr. Mona Moustafa Elashry*