

برنامج دكتوراه التسويق دراسات نقدية ٣ - الدكتوراة لى إسبر

الدور الوسيط لنظم المعلومات في العلاقة
بين إستراتيجيات تسويق خدمات النقل والميزة التنافسية
بالتطبيق على شركات النقل البري في السودان

إعداد: مجدي يوسف أحمد علي



دراسات نقدية ٣ . تكليف رقم (١)



نقد الإطار النظري والتعليق على مدى ملاءمته وشموليته



الدور الوسيط لنظم المعلومات في العلاقة
بين إستراتيجيات تسويق خدمات النقل والميزة التنافسية
بالتطبيق على شركات النقل البري في السودان

<https://repository.neelain.edu.sd/server/api/core/bitstreams/6008dd3c-263d-4865-8465-c07d48ca516e/content>

إعداد: محمد النعيم محمد نايل

قسم إدارة الأعمال - كلية الدراسات العليا - جامعة النيلين - السودان

بناءً على التكاليف الأول لمادة دراسات نقدية ٣ -
تقديم الدكتور لى إسبر، سأقوم بنقدها من حيث:

الإطار النظري
والتعليق على مدى ملاءمته وشموليته

01

الدور الوسيط لنظم المعلومات في العلاقة
بين إستراتيجيات تسويق خدمات النقل والميزة التنافسية
بالتطبيق على شركات النقل البري في السودان



02

نقد الإطار النظري والتعليق على مدى ملاءمته وشموليته

عكس البناء العام للإطار النظري متغيرات الدراسة، حيث تم تقسيمه هيكلياً إلى إستراتيجيات تسويق الخدمات، الميزة التنافسية ونظم المعلومات. كما لم توجد صياغة لنموذج نظري يوضح العلاقة بين تلك المتغيرات، حيث جاء العرض وصفيًا وليس تحليليًا بمعنى تم عرض المفاهيم كل على حدة ولم يجب الإطار النظري على السؤال: "لماذا تؤدي إستراتيجيات تسويق الخدمات إلى تحقيق ميزة تنافسية عبر نظم المعلومات تحديداً؟".

فيما يتعلق بإستراتيجيات تسويق الخدمات لم يكن هنالك صورة واضحة لإنتهاج نظرية محددة كالتوجه السوقي ومدرسة القيمة على سبيل المثال، إقتصرت الإطار النظري على تعداد عناصر وعرض تصنيفات دون إجراء تحليل مقارنة بين النماذج.

الميزة التنافسية بالرغم أنها من المفاهيم المركزية في الإدارة الإستراتيجية جاءت في إطار عام ولم تتم مناقشة الفروق بين الميزة المستدامة وغير المستدامة وتحليل شروط الإستدامة. كما لم يتم تحليل نظم المعلومات وبيان دورها كمصدر للميزة التنافسية وعلاقتها بالقدرة التنظيمية بالإضافة لدورها في خلق قيمة للعميل.

03

نقد الإطار النظري والتعليق على مدى ملائمته وشموليته

أهم نقطة ضعف في الإطار النظري عدم وجود نموذج مفاهيمي يوضح العلاقات بين المتغيرات وفروض مبنية على أسس واضحة. لذا كان الإطار النظري معتمداً على مصادر تعريفية وليس به إعادة صياغة مبتكرة.

موضوع الرسالة يعتبر ملائم علمياً بدرجة كبيرة لتناوله إستراتيجيات تسويق الخدمات، الميزة التنافسية ونظم المعلومات في قطاع النقل البري وجميعها ذات أهمية إستراتيجية وإرتباط بالتحوّل الرقمي ومناسبة للدول النامية.

فيما يتعلق بمدى شمولية الإطار النظري فالباحث لم يتوسّع في الإتجاهات الحديثة كالتسويق الرقمي، وتناول الميزة التنافسية كتعريف ولم يتعمّق في موضوع الإستدامة والقدرة الديناميكية ولم يقوم كذلك بتحليل الدور الإستراتيجي لنظم المعلومات بتفصيل أكثر، وحتى الدراسات السابقة عُرِضت وصفاً ولم يتم تصنيفها.

ختاماً .. جاء سرد الباحث وصفيّاً وركّز على المفاهيم وتعريفاتها دون بناء إطار تفسيري متكامل وواضح يدعم النموذج البحثي، بالرغم من أن النظريات التي إعتمدت عليها الدراسة شهدت تطوّراً كبيراً فلم يقوم الباحث بتحليل مسار تطوّرها التاريخي.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

