

## التكليف ٣ دراسات نقدية ٢

الباحث / محمد عبدالعزيز بنتن



رسالة ماجستير بعنوان:

دور العلاقات العامة المستدامة تحقيق الفاعلية التسويقية  
دراسة حالة الشركة العامة لمنتجات الخزف و الصيني (شيني)

الرابط : من مكتبة جامعة ميدأوشن الرقمية

<https://lib.midocean.ae/ar/research/3455>

## نقد مشكلة الدراسة واهمية الدراسة لرسالة ماجستير

### اولا مشكلة الرسالة :

تعد مشكلة الدراسة احد الأركان الأساسية في البحث العلمي اذ تمثل النقطة المحورية التي ينطلق منها الباحث لفهم الظاهرة المدروسة وتفسيرها فهي تحدد الاطار العام للباحث وتوجه أهدافه وتسهم في بناء اسئلته وفرضياته . ومن خلال صياغة مشكلة واضحة ومحددة يستطيع الباحث تسليط الضوء على فجوة معرفية حقيقة او قضية تطبيقية تحتاج الى الدراسة والتحليل ، ووضوح المشكلة يسهم في ضمان جودة البحث ومصداقيته كما يساعد على اختيار المنهجية المناسبة وتحليل النتائج بصورة دقيقة ومن هنا فإن أهمية مشكلة الدراسة لا تقتصر على الجانب النظري فقط بل تمتد لتشمل الأثر العملي للبحث في تقديم حلول واقعية للمشكلات المجتمعية والمؤسسية مما يعزز قيمة البحث وأهميته العلمية والتطبيقية .

## مشكلة الدراسة

- تم تحديد وصياغة مشكلة الدراسة في الرسالة على شكل تساؤل رئيس :
- ما دور العلاقات العامة المستدامة في تحقيق الفاعلية التسويقية في الشركة العامة لمنتجات الخزف والصيني (شيني) ؟

## وضوح مشكلة الدراسة

- الصياغة واضحة ومباشرة وبسيطة ويسهل على القارئ فهم المقصود منها
- تم تحديد المشكلة للمتغير المستقل وهو (العلاقات العامة والمستدامة ) والمتغير التابع وهو (الفاعلية التسويقية ) مما يساعد في بناء الفرضيات والاسئلة البحثية لاحقا .
- كما ارتبطت المشكلة بسياق تطبيقي واقعي وهو (شركة شيني) مما يوضح الاطار العملي للدراسة .
- وتطرح المشكلة موضوعا معاصرا ذو أهمية حقيقية يستحق الدراسة يتمثل في العلاقة بين العلاقات العامة المستدامة والفاعلية التسويقية
- رغم وضوح المشكلة الا ان الصياغة كانت مختصرة جدا ولم تدعم بفقره تمهيدية او وصفية تشرح خلفية المشكلة او السياق الذي نشأت فيه
- كذلك لم تتضمن صياغة مشكلة الدراسة تحديد الابعاد والمؤشرات الفرعية التي تنتج من العلاقة بين العلاقات العامة المستدامة والفاعلية التسويقية لمزيد من التوضيح عن التحدي القائم والذي تنوي الدراسة وصفه كمشكلة وبالتالي حله عن طريق الدراسة

## الابعاد والمجال الزماني والمكاني لمشكلة الدراسة

- تم توضيح النطاق الجغرافي (المكاني) بوضوح من خلال الإشارة الى الشركة العامة لمنتجات الخزف والصيني ( شيني )
- كما ان السياق العملي الذي اختاره الباحث يدعم تطبيق نتائج البحث ويوفر اطارا تطبيقيا مناسباً
- لكن لم يتم تحديد النطاق الزمني بوضوح سواء كفترة زمنية محددة للدراسة او لتطور الظاهرة او التغيرات المؤسسية .
- كذلك لم تذكر الفئة المستهدفة من الدراسة بوضوح في المشكلة مثال : موظفو الشركة ، العملاء ، الإدارات ذات العلاقة

## ارتباط مشكلة الدراسة بالسياق البحثي والتطبيقي والفجوة البحثية

- تم تحديد سياق تطبيقي واضح للمشكلة وهو ( الشركة العامة لمنتجات الخزف والصيني - شيني )
- اختيار الشركة يعكس توجهها تطبيقيا واقعياً يربط الدراسة بممارسات حقيقة داخل بيئة عمل قائمة مما يعزز قابلية تطبيق النتائج وتقديم توصيات عملية
- كما ترتبط المشكلة بمجال بحثي نشط وهو التسويق المستدام والعلاقات العامة المستدامة مما يعكس اتصالها بشكل مباشر بالتطورات النظرية الحديثة في مجال العلاقات العامة وكذلك مجال التسويق
- وأشار الباحث الى وجود فجوة بحثية وذكر ان هناك قصورا في الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين العلاقات العامة المستدامة والفاعلية التسويقية خصوصا في شركات قطاع الاعمال العام

## أهمية مشكلة الدراسة

- الأهمية النظرية :
- تناولت المشكلة تقاطعا بين مفهومين معاصرين في الدراسات الإدارية ما يمنحها قيمة علمية يثري الأدبيات النظرية الحديثه
- كما تواكب مشكلة توجهات الاستدامة المؤسسية وهي محل دراسة لعدد كبير من الأبحاث الاكاديمية مما يزيد قيمتها العلمية
- الأهمية التطبيقية :
- تمثل المشكلة أهمية مباشرة للشركات خاصة شركات قطاع الاعمال التي تسعى لتحقيق توازن بين الاستدامة والأداء التسويقي
- كما تسلط الدراسة الضوء على شركة ( شيني ) مما يمكن ان يؤدي الى نتائج قابلة للتطبيق تعزز من كفاءة السياسات التسويقية بها

## مشكلة الدراسة وقابليتها للقياس وعلاقتها بفرضيات واهداف الدراسة :

- تم صياغة المشكلة بطريقة تسمح بتحويلها الى أسئلة وفرضيات قابلة للقياس وذلك لتحديد العلاقة بين متغيرين رئيسين
- كما تم اعتماد أدوات بحث كمية مناسبة مثل الاستبيان مما يعكس إمكانية جمع البيانات وتحليلها احصائيا للتحقق من الفرضيات
- وكما صيغت المشكلة في شكل سؤال بحثي رئيسي يساعد في ترجمته الى فرضية رئيسية تنص على علاقة ذات دلالة إحصائية بين العلاقات العامة المستدامة وتحقيق الفاعلية التسويقية . ويساعد كذلك في بناء فرضيات فرعية تناول ابعاد المتغيرين .
- وترتبط المشكلة بشكل مباشر بأهداف الدراسة وخصوصا الهدف الأول وهو ( التعرف على دور العلاقات العامة المستدامة في تحقيق الفاعلية التسويقية بالتطبيق على شركة شيني .

#### 11-1 أهمية البحث:

ترجع أهمية البحث الحالية بما تقدمه من إضافات من الناحية العلمية والعملية كالاتي:

##### 1-11-1 الأهمية العلمية:

- هناك حاجة إلى توجيه مزيد من الاهتمام من الناحية الأكاديمية لدراسة العلاقة بين استراتيجيات التسويق المستدام وتحقيق الفاعلية التسويقية، حيث إن هذا التحليل للعلاقة يمثل إضافة علمية للدراسات التي اهتمت باستراتيجيات التسويق المستدام (العلاقات العامة المستدامة) وتحقيق الفاعلية التسويقية. كما أن هذا الموضوع ذو أهمية بالغة في إثراء المكتبة العربية ومراكز البحث العلمي وخاصة المهتمة بالدراسات الإدارية والتسويقية، كما يمكن أن يوفر هذا البحث قاعدة بيانات لمساعدة الباحثين والدارسين لإجراء مزيد من الأبحاث في هذا المجال.

##### 2-11-1 الأهمية العملية:

- تتبع أهمية البحث من الدور المتنامي خلال العقدين الماضيين لموضوع استراتيجيات التسويق المستدام، كقدرة حيوية ضرورية للشركات في مواجهة التحديات البيئية، وإدارة عملية التغيير المستمرة، وتحقيق الفاعلية التسويقية. كما كمن أهمية الدراسة في أنها تتناول موضوعاً إدارياً حيوياً أصبح يمس جوهر أعمال الشركة العامة لمنتجات الخزف والصيني (شيني)، والتي يتبع العمل في بيئة تتسم بالتطور والتغيير والتجديد.
- تكمن أهمية البحث العملية في أنه يمكن الاستفادة من نتائج البحث في الوقوف على أهمية تطبيق عمليات استراتيجيات التسويق المستدام في الشركات والتي تحتاج إلى المهارات والخبرات والمعارف التي تعزز من فاعليتها، كما يمكن تقديم إطاراً مقترحاً يمكن من خلاله الاستفادة من استراتيجيات التسويق المستدام في تحقيق الفاعلية التسويقية، من خلال الوقوف على مواطن القوة في الاهتمام باستراتيجيات التسويق المستدام بالشركات والعمل على تعزيزها وكذلك التعرف على مواطن الضعف والقصور في استراتيجيات التسويق المستدام والعمل على علاجها وكيفية تقويمها لتحقيق الاستفادة الفعلية في هذا الشأن. وإبراز أهمية استراتيجيات التسويق المستدام في الفاعلية التسويقية وتنفيذها من خلال عرض تجارب الشركة العامة لمنتجات الخزف والصيني (شيني).

## ثانياً أهمية الرسالة :

تعد أهمية الدراسة من العناصر الأساسية في البحث العلمي اذ تبرر سبب اختيار الموضوع وتبرز القيمة التي يمكن ان يضفيها البحث للمجال العلمي والعملية ، فهي توضح ما اذا كانت الدراسة تعالج مشكلة واقعية او تسد فجوة في الادبيات السابقة او تقدم حلاً قابلاً للتطبيق على المجتمع او المؤسسات المعنية .

## التبرير العلمي لأهمية الدراسة :

- تمت الإشارة الي وجود فجوة بحثية واضحة تتعلق بندرة الدراسات التي تناولت العلاقة بين العلاقات العامة والمستدامة والفاعلية التسويقية في شركات قطاع الاعمال العام وشركة ( شيني ) تحديدا وهذا يؤكد على الاصاله .
- وقد كان من الأفضل ان يدعم الباحث الأهمية بمراجع تحليلية معمقة للأدبيات والإحصاءات الدقيقة التي تبين القصور في الدراسات السابقة وتؤكد على وجود الفجوة البحثية وتزيد من التبرير العلمي .

## الفوائد المتوقعة من النتائج كما وضحته أهمية الدراسة :

- تمت الإشارة الي وجود فجوة بحثية واضحة تتعلق بندرة الدراسات التي تناولت العلاقة بين العلاقات العامة والمستدامة والفاعلية التسويقية في شركات قطاع الاعمال العام وشركة ( شيني ) تحديدا وهذا يؤكد على الاصاله .
- ارتبطت أهمية الدراسة بهدف وطني اقتصادي باختيار شركة ( شيني ) كمجال تطبيق النتائج في الواقع المؤسسي وتقديم توصيات للإدارات التنفيذية ما يعزز الجانب التطبيقي للدراسة .
- ولكن لم يتم ربط الأهمية بشكل واضح بنتائج الدراسة المحتملة وبين القيمة الفعلية التي ستقدمها مثل ( تحسين قرارات التسويق ، او تحسين استراتيجيات تدعم السياسات المؤسسية في القطاع العام )

## الأهمية الأكاديمية والعملية :

- تم التمييز بين الأهمية الأكاديمية والعملية في نقطتين توضح الأولى الإضافة العملية والثانية مجالات تطبيق نتائج الدراسة على أرض الواقع
- تناولت الدراسة موضوعا معاصرا يجمع بين العلاقات العامة المستدامة والفاعلية التسويقية ويعطيها بعدا نظريا يثري الأدبيات الحديثة في العلاقة بين العلاقات العامة والتسويق .
- كما اشارت أهمية الدراسة الى قصور البحوث السابقة في الجمع بين هذين المفهومين وخاصة في سياق شركات قطاع الاعمال العام مما يعزز الاصاله العلمية للدراسة .
- ومن خلال الأهمية التطبيقية أوضحت أهمية الدراسة ان النتائج ستسهم في تحسين أداء مؤسسات القطاع العام من خلال تعزيز ممارسات العلاقات العامة المستدامة لتحقيق فاعلية تسويقية اكبر .
- وتضمنت الأهمية الى إمكانية تطبيق النتائج على الواقع المؤسسي وتقديم توصيات للإدارات التنفيذية مما يؤكد على الجانب التطبيقي للدراسة .

## أهمية الدراسة والتحديات والتغيرات الحديثة بالمجال

- تحقق ذلك من خلال إشارة الدراسة الى تصاعد أهمية الاستدامة المؤسسية خاصة في ظل المتغيرات البيئية والاجتماعية الحديثة مما يبرر التركيز على العلاقات العامة المستدامة وكل تلك المتغيرات تعتبر قضايا ذات طابع معاصر .





مجموعة جامعة  
الجميع الذكية  
للتعليم القابضة

MIDOCEAN  
UNIVERSITY



# Thank You

