

جامعة ميدأوشن

التخصص / دكتوراه

القسم / التسويق

اسم الباحث / نواف تركي المرييض

الرقم الجامعي/232000733

العام / 2024 م

اسم المادة / دراسة نقدية ١

+

•

○

تکلیف ۳ دراسة نقدية ۱

+

•

○



القدرات التسويقية كمتغير وسيط في العلاقة
بين قوة إدارة التسويق وأداء البنوك:
مدخل كمي



جوانب القوة:

- وضوح المشكلة البحثية، حيث تم التركيز على تأثير قوة إدارة التسويق والقدرات التسويقية على أداء البنوك. هذا الوضوح يساهم في تحديد الإطار النظري والتطبيقي للدراسة.
- تم توضيح الجدل القائم في الأدبيات حول تأثير قوة إدارة التسويق، مما يبرز أهمية الدراسة في تقديم رؤى جديدة أو دعم النتائج السابقة.
- اعتمدت الدراسة على مجموعة واسعة من الأدبيات السابقة والمصادر الموثوقة لتدعيم مشكلة البحث وتساؤلاته، مما يضيف مصداقية وقوة للدراسة. المصادر المذكورة تشمل دراسات متعددة ومتناولة من قبل باحثين مختلفين، مما يعزز التنوع والشمول في الطرح النظري.
- استطاعت الدراسة تحديد الفجوة البحثية بوضوح، حيث أشارت إلى نقص الدراسات التي تربط بين قوة إدارة التسويق والقدرات التسويقية كمتغير وسيط وأداء البنوك في الأجلين القصير والطويل. هذا التحديد يساعد في توجيه الدراسة نحو تقديم إضافات جديدة ومهمة في المجال البحثي.

جوانب الضعف:

- رغم وضوح التساؤلات البحثية، إلا أنها متكررة بعض الشيء حيث يتمحور معظمها حول تأثير القدرات التسويقية في الأجلين القصير والطويل. يمكن إعادة صياغة بعض التساؤلات لتكون أكثر تحديدا وابتكارا، مما قد يثري النقاش ويزيد من عمق الدراسة.
- الدراسة لم توضح بشكل كاف الأهمية العملية لمشكلة البحث والتساؤلات بالنسبة للبنوك والعاملين في المجال المصرفي. توضيح هذه الأهمية يمكن أن يعزز من قيمة الدراسة التطبيقية ويساعد في تقديم توصيات قابلة للتطبيق.
- قد يكون من المفيد توسيع نطاق الدراسة ليشمل قطاعات أخرى غير البنوك، أو النظر في تأثيرات أخرى غير القدرات التسويقية، مثل التغيرات الاقتصادية والسياسية التي قد تؤثر على أداء البنوك. هذا التوسع يمكن أن يضيف عمقا وشمولية أكبر للدراسة.

Thanks