

جامعة ميدأوشن
التخصص : دكتوراة
القسم : التسويق

اسم الباحث/ نواف تركي المرييض
الرقم الجامعي/ 232000733
العام / 2024 م
المادة/ قضايا بحثية

قضايا بحثية

التكليف الخامس

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

المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية

<https://cfdj.journals.ekb.eg/>

أهداف الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في اكتشاف كل من:

- المساهمة العلمية بخصوص الجدل المتعلق بجدوى قوة إدارة التسويق وتأثيرها على أداء المنظمة في بيئة الأعمال المصرية.
- استكشاف مدى تأثير قوة إدارة التسويق على كفاءة المنظمة في الأجلين الطويل والقصير. - التعرف على تأثير قدرات بناء الأصول الموجهة بالسوق في الأجل الطويل على كل من قيمة حقوق المساهمين وربحية المنظمة.
- استكشاف مدى تأثير القدرات المرتبطة بالأصول الموجهة بالسوق في الأجل القصير. - تحديد مدى تأثير قوة إدارة التسويق على أداء المنظمة في الأجلين الطويل والقصير من خلال توسيط القدرات التسويقية.

إيجابيات أهداف الدراسة

تبدو أهداف الدراسة واضحة ومحددة، حيث تحاول تحديد تأثير قوة إدارة التسويق على أداء البنوك، حيث تعمل مهارات التسويق كمتغير وسيط. ويساعد وضوح الأهداف في توجيه الدراسة بشكل صحيح ودقيق.

تعتبر أهداف الدراسة عملية للغاية، حيث إن تعزيز الأداء المصرفي من خلال إدارة التسويق يشكل أولوية قصوى لصناع القرار والمديرين في البنوك.

تظهر الأهداف إضافة كبيرة للأدبيات العلمية من خلال تقديم نموذج لدراسة العلاقة بين إدارة التسويق والأداء المالي للبنوك.

تبدو الفكرة واضحة، وتوضح كفاءة وفعالية أساليب التسويق في البنوك.

سلبيات أهداف الدراسة

كان من الواجب توضيح الأهداف بشكل أكثر شمولاً من خلال وصف كيفية تأثير كل جانب من جوانب قوة إدارة التسويق والقدرات التسويقية على أداء البنك.

وعلى الرغم من أهمية الأهداف العملية، كان من الأفضل تسليط الضوء على كيفية الاستفادة بنجاح من نتائج الدراسة في البيئات العملية للبنوك المختلفة.

وقد يزعم البعض أن البحث قد يستفيد من تحديد كيفية مساعدته في حل الفجوات الموجودة في الأدبيات مع تقديم مساهمات جديدة ونظرية.

كان من المفيد تحديد المؤشرات أو المعايير المحددة المستخدمة لقياس "قوة إدارة التسويق"، فضلاً عن ما إذا كانت تشمل جميع أجزاء التسويق مثل السعر والترويج والتوزيع وما إلى ذلك.

النقد المنهجي للدراسة

إن استخدام أسلوب كمي يساعد في توليد نتائج دقيقة وموثوقة إحصائيًا، وبالتالي زيادة مصداقية النتائج.

على الرغم من فوائد الأسلوب الكمي، إلا أنه ربما كان من الممكن تحسين البحث باستخدام منهجية مختلطة تجمع بين الأساليب الكمية والنوعية للحصول على فهم أفضل للأسباب وراء النتائج الكمية.

إن استخدام البيانات من البنوك المسجلة في البورصة المصرية يحسن من إمكانية تعميم الاستنتاجات وموثوقيتها.

ربما كان من الممكن تحسين البحث من خلال تقديم معلومات إضافية حول حجم العينة وكيفية اختيارها لضمان تمثيلها بدقة لمجموعة متنوعة من البنوك المختلفة.

الخلاصة

- يساهم البحث بشكل كبير في موضوع إدارة التسويق والأداء المصرفي، ومع ذلك، ربما تم تعزيز قوته من خلال تحديد تفاصيل الأهداف والأفكار المستخدمة، وكذلك توسيع نطاق المنهجية لتشمل العوامل النوعية.



شكراً لكم