

نقد دراسة بعنوان

أثر التسويق الداخلي على الإبداع التنظيمي

دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات السعودي STC

بيانات النشر:

دراسة منشورة في: مجلة جامعة العين للأعمال و القانون.

الاصدار: الثاني السنة : 6 السنة: 2022

الصفحات: 1-40 .

اعداد الباحثون : بسيم قائد العريقي ، عبد العالم محمد ، احمد عبد الرازق
النصري

اعداد الطالب / فارس المزيني

الفصل الدراسي

العام الدراسي 1446 - 2024

❖ **عنوان الدراسة:** عنوان الدراسة جيد وواضح يعبر عن محتوى الدراسة، وظهرت من خلاله متغيرات الدراسة، وهي (التسويق الداخلي - الابداع التنظيمي) ، ولقد تحدد في العنوان المجتمع الذي يطبق عليه الدراسة ، وهم العاملين في شركة الاتصالات السعودي STC ، وقد شمل العنوان مكان البحث وهو المملكة العربية السعودية.

❖ **ملخص الدراسة:** قام الباحث بإعداد الملخص العربي والانجليزي للدراسة ، ولقد احتوى الملخص على مقدمة قصيرة عن الجهود التسويقية التي تقوم بها شركات الخدمات لسد احتياجات العملاء، ورغبات موظفيهم ، واحتوى الملخص على أهداف الدراسة، والأداة المستخدمة وعينة الدراسة، والاساليب الاحصائية، وأهم النتائج والتوصيات، ولم يذكر المنهج المستخدم.

❖ **المقدمة :** صاغ الباحثون المقدمة بالحديث عن الأمور العامة ثم التدرج الى الأمور الخاصة كالاتهام بالموارد البشري الذي يعتبر المحرك الأساسي لباقي الموارد الأخرى ويتوقف عليه نجاح المنظمات، ثم تناولوا الابداع التنظيمي ، ثم التسويق الداخلي باعتباره أهم الممارسات التي تطبقها المنظمات، بهدف تحسين مستوى جودة خدماتها، وإرضاء عملائها؛ ولقد وضحت المقدمة فكرة الدراسة ، بأسلوب علمي منطقي بطريقة مختصرة ، وتضمنت المفاهيم الاساسية للدراسة ، ولقد كانت الأفكار مترابطة ومتسلسلة ، واستند الباحثون بعدد من المراجع العربية والاجنبية في صياغة المقدمة ، ولم يستندوا الى الدراسات السابقة .

❖ **مشكلة الدراسة:** صاغ الباحثون مشكلة الدراسة بعبارات تقريرية ، واستطلاع لمجموعة من العاملين وسؤالهم عن التسويق الداخلي في شركتهم ومدى ممارسة ابعاده وبعد هذا الاستطلاع حدد الباحثون المشكلة في تساؤل رئيسي هو: ما مدى تأثير أبعاد التسويق الداخلي على الإبداع التنظيمي في شركة الاتصالات السعودية STC من وجهة نظر العاملين ؟ وقد تفرع من التساؤل الرئيسي أسئلة فرعية مرتبطة بالتساؤل الرئيسي ومرتبطة بموضوع الدراسة ، وبهذا كان تحديد المشكلة من خلال الاسئلة واضحة ومحددة كما استند الباحثون على نتائج وتوصيات بعض الدراسات السابقة التي توضح أهمية القيام بهذه الدراسة، كما استخدم الباحثون مراجع في توثيق المعلومات ، وتتفق هذه المشكلة مع متغيرات الدراسة ومرتبطة بأهدافها .

❖ **أهداف الدراسة:** تبين ان الأهداف مرتبطة بعنوان الدراسة وأسئلته ، وقد تم تحديدها تحديداً دقيقاً ومباشر ، حيث كلماتها واضحة وموجزة ومختصرة، كما أنه يمكن قياس مدى تحقق هذه الأهداف ، وقد حددت الأهداف حدود الدراسة ومجالها.

❖ **تساؤلات الدراسة:** نجد ان التساؤلات متفرعة من التساؤل الرئيسي لمشكلة الدراسة , وهي مرتبطة بمشكلة الدراسة وعنوانها، وأهدافها , وقد تم صياغتها بأسلوب واضح , كما تضمنت متغيرات البحث الرئيسية (التسويق الداخلي - الابداع التنظيمي) ومن خلال هذه الاسئلة تم تحديد جوانب البحث المختلفة.

❖ **فروض الدراسة:** صاغ الباحثون الفروض صياغة واضحة وبسيطة ومختصرة، فكانت مرتبطة بأسئلة الدراسة وأهدافها، وتمثلت بعلاقة بين متغيرين ويمكن تحقيقها وهي قابلة للاختبار.

❖ **أهمية الدراسة:** قسم الباحثون الأهمية إلى أهمية نظرية وتطبيقية، وقد حددت الأهمية الفئة التي ستستفيد من هذه الدراسة وهم المسؤولين في شركة الاتصالات السعودية، ويتضح أن الدراسة تساهم في إثراء الأطر النظرية والعملية لمجالها، وهي ذات صلة وثيقة بأسئلة ومشكلة وأهداف الدراسة، وقد وضحت مدى الحاجة لهذه الدراسة

❖ **الإطار النظري:** قسم الباحث الإطار النظري الى محورين ، تناول المحور الاول التسويق الداخلي وأهميته وابعاده، والمحور الثاني الابداع التنظيمي مفهومه وأهميته، وأساليب تنميته، وقد عرض الباحث جميع المعلومات النظرية المتعلقة بمشكلة البحث وقد ظهرت شخصية الباحث في إعداد الإطار النظري بشكل جيد حيث كان أسلوب الباحث جيد في معالجته موضوعات البحث.

❖ **الدراسات السابقة :** قسم الباحثون الدراسات السابقة على محورين دراسات تتعلق (بالتسويق الداخلي - الابداع التنظيمي)، وهي ذات صلة وثيقة بمشكلة البحث، وتم عرضها من الأحدث الى الأقدم , وكان منهج عرض الدراسات يشمل الأهداف والنتائج التي توصلت اليها ،وقد وضع تعليق عام على نهاية الدراسات ، وضح من خلاله ما يميز الدراسة عن الدراسات السابقة ، ولم يعرض الباحثون الدراسات بشكل جيد، حيث اهل ذكر المنهج والعينة والاداة في بعض الدراسات ، وخاصة دراسات المحور الاول .

❖ **منهج الدراسة :** استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي ، لمناسبته لطبيعة الدراسة ، و وصف موضوع البحث وتحليل بياناته والعلاقة بين مكوناته والآراء التي تطرح حوله والعمليات التي يتضمنها والآثار التي يحدثها.

❖ **عينة الدراسة :** تكونت عينة الدراسة من (376) موظف من العاملين في شركة الاتصالات السعودية Stc ، ولقد تم تحديد حجم العينة وفقا لجدول (مورجان لتحديد حجم العينة)، ونجد ان الباحثون اختاروا عينة ممثلة لمجتمع الدراسة، ومناسبة لحجمه ، كما إن أفراد عينة الدراسة متجانسة مع صفات وخصائص أفراد مجتمع الدراسة الأصلي ، ولم يحدد الباحثون طريقة اختيار العينة .

❖ **أدوات الدراسة :** استخدمت الدراسة الاستبيان لجمع المعلومات ، وقد تم تقسيمها وفق أسئلة الدراسة وأهدافها وفروضها،، وقام الباحث بإجراء صدق وثبات أداة الدراسة.

❖ **الاساليب الاحصائية :** استخدم الباحث عدد من الاساليب الاحصائية، وقام بتحديد تحديد جيداً ودقيقاً، وهذه الاساليب كافية لتفسير نتائج الدراسة وتفسير فروضها .

❖ **نتائج الدراسة:** قام الباحثون بعرض نتائج الدراسة وفق أسئلة البحث وقد استخدم الباحث الجداول في عرض النتائج، وقد تضمنت هذه الجداول البيانات الأساسية، وقد استخدم الباحث لغة البحث العلمي في تحليل النتائج، وقد تم عرض نتائج الدراسة وفق ترتيب أسئلة وفروض البحث ، وكانت نتائج منطقية، ولم تظهر شخصية الباحثون في عرض النتائج، ويوجد تعليقات احصائية مصاحبة للجداول تساعد على فهم ما تحويه من نتائج ولكن لم يتم الباحثون بتفسير هذه النتائج ،و لم يربطوا هذه النتائج بدراسات سابقة وهذا يعتبر خللاً كبيراً في تفسير نتائج الدراسة.

❖ **توصيات الدراسة:** لقد كانت التوصيات ذات صلة وثيقة بنتائج الدراسة، كما انها وثيقة الصلة بأسئلة الدراسة وأهدافها وفروضها ، وهي إجرائية غير خيالية، وتنسجم مع عنوان البحث ومشكلته .

❖ **المراجع:** قسم الباحثون المراجع إلى عربية وأجنبية، وقد تم كتابتها وفق نظام موحد، وقد تم ترتيب هذه المراجع أبجدياً وكانت المراجع كافية ووافية، وقد ذكر المراجع العربية أولاً ثم المراجع الأجنبية.