

جامعة ميدأوشن
التخصص : دكتوراة
القسم : التسويق

اسم الباحث/ نواف تركي المريبط
الرقم الجامعي/ 232000733
العام / 2024 م
المادة/ دراسة نقدية ١

دراسة نقدية التكليف الخامس

الأهمية الأكاديمية للدراسة



الأهمية الأكاديمية للدراسة

تقترح الورقة نموذجًا جديدًا لتقييم تأثير قوة إدارة التسويق على أداء البنوك، حيث تعمل مهارات التسويق كمتغير وسيط. تساعد هذه التقنية في تطوير الأدبيات العلمية حول إدارة التسويق وأداء البنوك.

باستخدام نموذج زمني يمتد لأكثر من ست سنوات وبيانات من البنوك المدرجة في البورصة المصرية، يقدم البحث تحليلًا متعمقًا يساهم في الفهم العلمي للعلاقة بين التسويق والنجاح المالي.

إن استخدام الدراسة لتقنية كمية يحسن دقة وموثوقية النتائج، مما يسمح للباحثين الآخرين بالاستفادة من النموذج واستخدامه في التحقيقات المستقبلية.

الأهمية الأكاديمية للدراسة

المساهمة في الأدبيات العلمية: يساهم البحث في الأدبيات العلمية في موضوع إدارة التسويق وأداء المؤسسات المالية من خلال المساعدة في تطوير الأطر النظرية الحالية حول كيفية تأثير إدارة التسويق على الأداء المالي.

نموذج بسيط: باستخدام مهارات التسويق كمتغير بسيط، تقترح الدراسة نموذجًا نظريًا قد يكون بمثابة الأساس لبحوث مستقبلية في المتغيرات التي تؤثر على الأداء المالي في الصناعات الأخرى غير البنوك.

المنهج الدراسي: يمكن استخدام نتائج البحث كمادة تعليمية في برامج الدراسات العليا في إدارة الأعمال والتسويق لأنها تقدم دراسة حالة واقعية وتوضح كيف يمكن استخدام الأفكار الأكاديمية في الممارسة العملية.

الأهمية العلمية للدراسة



الأهمية العلمية للدراسة

يقدم البحث صورة واضحة للتطبيق الفعلي لإدارة التسويق في البنوك، مما يساعد المديرين الماليين والمسوقين على فهم أفضل لكيفية تعزيز الأداء المالي من خلال تعزيز مهارات التسويق.

وقد كشفت النتائج أن قوة إدارة التسويق لها تأثير كبير على أداء البنوك، سواء على المدى القصير أو الطويل، مما يساعد في توجيه استراتيجيات البنوك لتعزيز أدائها المالي.

ويمكن الاستفادة من النتائج لمساعدة صناع القرار المصرفي في وضع خطط تسويقية أكثر نجاحًا بهدف زيادة العائدات المالية للبنوك.

الأهمية العلمية للدراسة

التوجيه الاستراتيجي: تقدم النتائج حقائق ملموسة يمكن للمسؤولين التنفيذيين في البنوك الاستفادة منها لتعزيز استراتيجية التسويق الخاصة بهم. إن فهم كيفية تأثير مهارات التسويق على الأداء المالي قد يساعد البنوك على تحسين أدائها.

تحسين الأداء المالي: من خلال التركيز على مهارات التسويق، يمكن للبنوك تحسين أدائها المالي، وتثبت الدراسات أن إدارة التسويق الفعالة مرتبطة بشكل إيجابي بالنجاح المالي.

تطوير السياسات التنظيمية: قد يستفيد صناع القرار في الصناعة المصرفية من نتائج الدراسة لوضع سياسات تعمل على تحسين مهارات التسويق لدى البنوك، وبالتالي تعزيز الأداء المالي الإجمالي للقطاع.

نقد منهجي لأهمية الدراسة

النقد المنهجي لأهمية الدراسة

التحليل الكمي: يستخدم البحث تحليل البيانات الكمية، مما يحسن دقة النتائج ويقلل من التحيزات البشرية.

فترة زمنية طويلة: يوفر استخدام فترة زمنية طويلة (ست سنوات) معرفة أكثر عمقًا للتغيرات طويلة الأجل التي قد تحدث وكيف تؤثر على العلاقة التي يتم التحقيق فيها.

شمولية العينة: يعزز استخدام البيانات من عدة بنوك من إمكانية تعميم النتائج مع تقليل تأثير مؤسسة واحدة. وهذا يزيد من موثوقية النتائج ويجعلها قابلة للتطبيق بشكل عام.

النقد المنهجي لأهمية الدراسة

دراسات المتابعة: قد تكون هذه الدراسة بمثابة أساس
لبحوث مستقبلية حول تأثير المتغيرات الأخرى (مثل المناخ
الاقتصادي أو التقدم التكنولوجي) على العلاقة بين إدارة
التسويق وأداء البنك.

توسيع النموذج: قد يطبق الباحثون النموذج النظري على
قطاعات مختلفة لتأكيد إمكانية تعميم النتائج وتحديد
العناصر الإضافية التي قد تؤثر على النجاح المالي



شكراً لكم