



جامعة طنطا
كلية التجارة
قسم إدارة الأعمال

أثر الإبداع التسويقي على القدرة التنافسية للبنوك التجارية

دراسة تطبيقية على البنوك العاملة في السوق المصري

مشروع بحث التخرج

مقدم كأحد متطلبات الحصول على درجة الدكتوراه المهنية في إدارة الأعمال
(تخصص تسويق)

إعداد الباحث

خالد عباس عبد الوارث عامر

إشراف

الأستاذ الدكتور

فاروق عبد الفتاح رضوان

أستاذ إدارة التسويق واللوجستيات

كلية التجارة - جامعة طنطا

..أثر الإبداع التسويقي



GN:5
658.1 ع
5

٢٠٢١

محتويات الدراسة

رقم الصفحة	الموضوع
	الفصل الأول
	الإطار العام للبحث
١	
٢	* المقدمة.
٤	أولاً: مظاهر ومشكلة البحث.
١٢	ثانياً: أهداف البحث.
١٢	ثالثاً: أهمية البحث.
١٤	رابعاً: الدراسات السابقة.
١٨	* التطبيق على الدراسات السابقة.
١٩	* ملخص الفصل الأول.
	الفصل الثاني
	الإطار النظري للبحث
٢٠	
	الإبداع التسويقي
٢١	
٢٢	أولاً: مفهوم الإبداع والإبداع التسويقي.
٤٦	ثانياً: الإبداع في المزيج التسويقي.
٦٩	ثالثاً: المعرفة التسويقية والإبداع التسويقي.
٧٣	رابعاً: الإبداع التسويقي والتوجه الريادي للمنظمة.
	القدرة التنافسية
٨٠	
٨١	* تمهيد.
٨١	أولاً: مفهوم القدرة التنافسية.
٨٢	ثانياً: إستراتيجيات دعم القدرة التنافسية للمنظمة.
٨٥	ثالثاً: مؤشرات قياس القدرة التنافسية.
٨٦	رابعاً: الإبداع التسويقي والقدرة التنافسية.
٨٨	* ملخص الفصل الثاني

رقم الصفحة	الموضوع
٨٩	الفصل الثالث: الدراسة الميدانية
	المبحث الأول
٩٠	الجهاز المصرفى المصرى
	المبحث الثانى
٩٨	منهجية البحث
٩٨	* تمهيد.
٩٨	أولاً: فروض البحث.
٩٩	ثانياً: متغيرات البحث.
١٠٠	ثالثاً: منهج البحث.
١٠١	رابعاً: مجتمع وعينة البحث.
١٠٢	خامساً: حدود البحث.
١٠٣	سادساً: أسلوب جمع البيانات.
١٠٣	سابعاً: أدوات وأساليب معالجة البيانات.
	المبحث الثالث
١٠٦	التحليل الإحصائى لبيانات الدراسة الميدانية
١٠٦	أولاً: إختبار الثبات للمقاييس المستخدمة فى الدراسة.
١٠٧	ثانياً: نتائج تحليل الارتباط الخطى بين المتغيرات.
١٠٨	ثالثاً: نتائج تحليل خصائص عينة الدراسة.
١١١	رابعاً: إختبار فروض البحث.
	المبحث الرابع
١٢٥	النتائج والتوصيات
١٢٥	أولاً: النتائج.
١٢٧	ثانياً: توصيات الدراسة.

رقم الصفحة	الموضوع
١٣٠	قائمة المراجع
١٣١	
١٣٦	
	ملاحق البحث
	ملحق رقم (١) قائمة الإستقصاء
	ملحق رقم (٢) مخرجات التحليل الإحصائي للبيانات.

فهرس الجداول والأشكال

أولاً - فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
٨	تقييم لأفضل ٢٠ بنك في الشرق الأوسط من حيث معدل نمو الأرباح عام ٢٠١٩م.	(١)
٩٢	قائمة البنوك العاملة في القطاع المصرفي المصري.	(٢)
٩٧	مؤشرات نمو القطاع المصرفي خلال أربع سنوات.	(٣)
١٠١	إجمالي مجتمع البحث المستخدم في الدراسة.	(٤)
١٠٦	إختبار الثبات للمقاييس المستخدمة في الدراسة.	(٥)
١٠٧	معاملات الارتباط الخطى بين المتغيرات.	(٦)
١٠٨	توزيع أفراد العينة وفقاً للجنس.	(٧)
١٠٩	توزيع أفراد العينة وفقاً للعمر.	(٨)
١١٠	توزيع أفراد العينة وفقاً لمدة العمل بالبنك.	(٩)
١١٠	توزيع أفراد العينة وفقاً للمؤهل الدراسي.	(١٠)
١١١	أثر الإبداع في المنتج B على القدرة التنافسية Y.	(١١)
١١٢	أثر الإبداع في الإتصالات التسويقية C على القدرة التنافسية Y.	(١٢)
١١٣	أثر الإبداع في التسعير P على القدرة التنافسية Y.	(١٣)
١١٤	أثر الإبداع في التوزيع D على القدرة التنافسية Y.	(١٤)
١١٥	أثر الإبداع في العمليات التشغيلية PR على القدرة التنافسية Y.	(١٥)
١١٦	أثر الإبداع في التسهيلات المادية F على القدرة التنافسية Y.	(١٦)
١١٧	أثر إبداع الأفراد والإدارة العليا H على القدرة التنافسية Y.	(١٧)
١١٨	أثر المزيج التسويقي الإبداعي X على القدرة التنافسية Y.	(١٨)
١٢٠	أثر عناصر المزيج التسويقي في الإبداع X على القدرة التنافسية Y.	(١٩)
١٢٢	النتائج الخاصة بتحليل التباين ANOVA بين النوعيات المختلفة للبنوك.	(٢٠)
١٢٣	نتائج الوسط الحسابي والانحراف المعياري.	(٢١)

ثانياً: فهرس الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	رقم الصفحة
(١)	مبادئ الإبداع التسويقي.	٢٧
(٢)	مصنوفة الإبداع والتكنولوجيا.	٣٢
(٣)	آليات الإبداع التسويقي.	٣٥
(٤)	إستراتيجية الأسواق الزرقاء.	٤٣
(٥)	آليات التوجه الريادي.	٧٥
(٦)	أبعاد الإبداع التسويقي.	٨٧
(٧)	العلاقة بين المتغيرات الأساسية للبحث.	١٠٠