



دور التسويق المجتمعي في تحسين الأداء المصرفي بالتطبيق على البنوك الكويتية

"The Role Of Societal Marketing In Improving The Banking Performance By The Application On Kuwait Banks"

رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال

إعداد الباحثة

دلال عدنان المضحي

تحت إشراف

أ.د/ راشد شبيب العجمي

أ.د/ جيهان عبد المنعم رجب

أستاذ إدارة الأعمال

أستاذ التسويق

كلية العلوم الإدارية – جامعة الكويت

كلية التجارة – جامعة عين شمس

د/ محمد علي بركات

مدرس التسويق

كلية التجارة – جامعة عين شمس

2017

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلِمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ
الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ**

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمُ

سورة البقرة (آية 32)



الدراسات العليا
قسم إدارة الأعمال

اسم الباحثة: دلال عدنان المضحي

عنوان الرسالة: دور التسويق المجتمعي في تحسين الأداء المصرفي بالتطبيق على البنوك الكويتية

اسم الدرجة: ماجستير في إدارة الأعمال

لجنة المناقشة والحكم على الرسالة:

1- الأستاذ الدكتور / سيد محمود الخولي

أستاذ إدارة الأعمال ووكيل الكلية للدراسات العليا والبحوث – كلية التجارة – جامعة عين شمس (رئيساً)

2- الأستاذ الدكتور / جيهان عبد المنعم رجب

أستاذ التسويق – كلية التجارة – جامعة عين شمس
(مشرفاً وعضوأ)

3- الأستاذ الدكتور / محمد محمود عبد ربه

أستاذ إدارة الأعمال المساعد والخبير المصرفي بالبنوك المصرية
(عضوأ)

4- الدكتور / محمد على بركات

مدرس التسويق – كلية التجارة – جامعة عين شمس
(مشرفاً بالاشتراك)

تاريخ المناقشة: 2017 / / 2017

الدراسات العليا

أجيزت الرسالة بتاريخ
2017 / / 2017

ختم الإجازة
2017 / / 2017

موافقة مجلس الجامعة
2017 / / 2017

موافقة مجلس الكلية
2017 / / 2017



الدراسات العلياء
قسم إدارة الأعمال

اسم الباحثة: دلال عدنان المضحي

الدرجة العلمية: ماجستير في إدارة الأعمال

اسم الكلية: التجارة

الجامعة: عين شمس

إهداء

إلى الأصل الذي ينسب إليه كل ما أنا فيه

(أبي الحبيب رحمة الله)

إلى من هي في الحياة حياة .. إلى نبع الحب والحنان والعطاء

(أمي الغالية)

إلى رياحين حياتي في الشدة والرخاء

(أخوتي، عائلتي، صديقاتي)

وإلى كل من ساعدني وشجعني وأزرني ودعا لي دعوة نجاح

الباحثة



شكر وتقدير

الشكر لله أولاً على فضله وتوفيقه لي لإتمام هذه الرسالة..
كما أنقدم بواهر الشكر وعظيم الامتنان والتقدير إلى:

الأستاذ الدكتور **جيهان عبد المنعم رجب** أستاذ التسويق في كلية التجارة جامعة عين شمس، لتفضليها بالإشراف على هذه الرسالة ولما بذلت من وقت وجهد في توجيهه ومتابعة الباحثة وحرصها الدائم على تقديم الدعم والعون لها طوال فترة إشرافها في مرحلة الماجستير. واستفدت كثيراً من علمها وأخلاقها الحميدة فلم أشعر يوماً بأنها مشرفة من تواضعها بل كانت بمثابة أخت كبرى. فلسيادتها كل الشكر والامتنان وجزاه الله عنى وعن جميع الباحثين خير الجزاء ومتعبها الله بواهر الصحة والعافية وأطال الله عمرها وألهمها الصواب والرشد في عملها.

والدكتور **محمد علي بركات** مدرس التسويق في كلية التجارة جامعة عين شمس لتفضلي بالإشراف على الرسالة وما قدمه لي من مد يد العون وتقديم كل شيء في البحث العلمي في مرحلة الماجستير. فكان نعم الأخ الأكبر الذي لم يدخل عنني بمعونة واحدة واستفدت كثيراً من علمه وأخلاقه الحميدة فلم أشعر يوماً بأنه مشرف من تواضعه. فلسيادته كل الشكر والامتنان وجزاه الله تعالى عنى وعن جميع الباحثين خير الجزاء ومتعبه الله بواهر الصحة والعافية.

والأستاذ الدكتور **راشد شبيب العجمي** أستاذ إدارة الأعمال في كلية العلوم الإدارية بجامعة الكويت لتفضلي بالإشراف على الرسالة وما قدمه لي من مد يد العون في مرحلة البكالوريوس والماجستير. فلسيادتها كل الشكر والامتنان وجزاه الله تعالى عنى وعن جميع الباحثين خير الجزاء ومتعبه الله بواهر الصحة والعافية.

والأستاذ الدكتور **سيد محمود الخولي** أستاذ إدارة الأعمال ووكيل كلية التجارة لشئون الدراسات العليا والبحوث جامعة عين شمس، لقبوله المشاركة في لجنة المناقشة والحكم على هذه الرسالة، فللباحثة الشرف أن يوضع اسم هذا الدكتور على رسالتها. كما استفادت الباحثة كثيراً من مؤلفاته وأبحاثه العلمية المنشورة في مرحلة البكالوريوس والماجستير. ولسيادتها كل الشكر والامتنان وجزاه الله تعالى عنى وعن جميع الباحثين خير الجزاء ومتعبه بواهر الصحة والعافية وأطال الله عمره وألهمه الصواب والرشد في عمله.

والأستاذ الدكتور **محمد محمود عبد ربه** أستاذ إدارة الأعمال المساعد بالمعهد العالي للعلوم الإدارية والخبير المصرفي بالبنوك المصرية، لتفضلي بالمشاركة في لجنة المناقشة والحكم على هذه الرسالة، فلسيادتها كل الشكر والامتنان وجزاه الله تعالى عنى وعن جميع الباحثين خير الجزاء ومتعبه بواهر الصحة والعافية.

كما أنقدم بالشكر إلى جامعة عين شمس وجميع أساتذتي وزملائي للتوجيهات الكريمة
الباحثة وتشجيعهم المستمر.

مستخلص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور التسويق المجتمعي في تحسين الأداء المصرفي للبنوك الكويتية من خلال بناء قيمة العلامة التجارية.

وقدمت الباحثة من خلال هذه الدراسة عرضاً تفصيلياً لأبعاد نموذج الدراسة الميدانية، وحاولت هذه الدراسة توضيح أهمية تبني المنظمة أفضل أساليب التسويق المجتمعي من أجل تحسين أدائها المصرفي في السوق. كذلك تكمن أهمية هذه الدراسة في وصفها دليلاً علمياً على دور التسويق المجتمعي في تحسين الأداء المصرفي للبنوك الكويتية.

وقد تم اختيار عينة قوامها 384 مفردة من العاملين بالبنوك الكويتية محل الدراسة وتم جمع البيانات الأولية اللازمة للدراسة من خلال قائمة الاستقصاء، حيث تم تصميم واختبار قائمة الاستقصاء بشكل مباشر من حيث الغرض وتحتوي على أسئلة مغلقة النهاية ذات إجابات محددة مسبقاً. وقد تم توزيع هذه القائمة على مفردات العينة المستهدفة، وبلغت نسبة الاستجابة 71% بواقع 272 استماراة استقصاء، وأمكن تحليل البيانات التي تم جمعها عن طريق بعض أساليب تحليل المتغيرات المتعددة (أسلوب ألفا كرونباخ وأسلوب التحليل العاملی وأسلوب تحليل الانحدار البسيط والمتعدد). كما تم اختبار فروض الدراسة من خلال بعض الاختبارات الإحصائية المناسبة.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج والتي من أهمها أن التسويق المجتمعي يؤثر بشكل عام على بناء الصورة الذهنية الجيدة للمنظمة من خلال بناء قيمة العلامة التجارية ومن ثم تحسين الأداء المصرفي إلى أفضل ما يكون.

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع	م
9	الفصل الأول الإطار العام للدراسة	
11	المقدمة	
12	مصطلحات الدراسة	أولاً:
13	الدراسات السابقة	ثانياً:
34	نموذج الدراسة	ثالثاً:
35	الدراسة الاستطلاعية	رابعاً:
35	مشكلة الدراسة	خامساً:
36	أهداف الدراسة	سادساً:
37	فروض الدراسة	سابعاً:
38	أهمية الدراسة	ثامناً:
38	حدود الدراسة	تاسعاً:
39	منهجية الدراسة	عاشرأً:
47	الفصل الثاني التسويق المجتمعي	
49	المقدمة	
50	نشأة وتطور مفهوم التسويق المجتمعي	أولاً:
51	تعريف التسويق المجتمعي	ثانياً:
55	خصائص التسويق المجتمعي	ثالثاً:
56	فوائد التسويق المجتمعي	رابعاً:
56	أبعاد التسويق المجتمعي	خامساً:
58	مكونات التسويق المجتمعي	سادساً:
59	أنماط وصور التسويق المجتمعي	سابعاً:
66	آثار التسويق المجتمعي على اتجاهات المستهلكين والصورة الذهنية	ثامناً: