

## المستخلص

هدفت الدراسة إلى قياس أثر التسويق المستدام في بناء منظمات الأعمال الريادية، ومن أجل تحقيق ذلك، تم اعتماد أبعاد التسويق المستدام (التسويق الاجتماعي، التسويق الابتكاري، تسويق الإحساس بالرسالة، التسويق الموجه للعميل، تسويق قيمة العميل)، وتم التعبير عن بناء المنظمة الريادية بأبعادها (الإبداع الوظيفي، المرونة، تحمل المخاطرة، الاستقلالية، الهجومية التنافسية).

وقد تكون مجتمع الدراسة من الفئة القيادية في البنوك الإسلامية في محافظة حضرموت والمتمثلين ب (مدير عام، نائب مدير عام، مدير إدارة، رئيس قسم، مشرف)، والبالغ عددهم ٣٢. وقد اعتمدت الدراسة على أسلوب الحصر الشامل لمجتمع الدراسة كعينة؛ نظرًا لقلة مجتمع البحث.

واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث قد تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي Spss v. 24 لتحليل بيانات البحث. وقد قامت الباحثة بتوزيع ٣٢ استبانة على العينة المبحوثة تم استرجاعها جميعًا.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات من أهمها توافر استخدام أبعاد التسويق المستدام (التسويق الاجتماعي، تسويق الإحساس بالرسالة، التسويق الابتكاري، التسويق الموجه للعميل، تسويق قيمة العميل) بنسبة عالية في البنوك الإسلامية في محافظة حضرموت؛ إذ بلغ المتوسط الحسابي للتسويق المستدام (٤.٠٩)، كما أظهرت النتائج أن مستوى بناء منظمات الأعمال الريادية بأبعادها (الإبداع الوظيفي، المرونة، تحمل المخاطرة، الهجومية التنافسية، الاستقلالية) في البنوك الإسلامية في محافظة حضرموت كانت جميعها عالية؛ إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٣.٨٨)، وقد تبين من خلال الدراسة وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للتسويق المستدام بأبعاده (التسويق الاجتماعي، تسويق الإحساس بالرسالة، التسويق الابتكاري، التسويق الموجه للعميل، تسويق قيمة العميل) في بناء منظمات الأعمال الريادية في البنوك الإسلامية في محافظة حضرموت عند مستوى دلالة  $(0.05 \geq \alpha)$ ، إذ بلغ معامل الانحدار  $b (0.858)$  ومعامل الارتباط  $R (0.799)$  وهو ارتباط طردي معنوي بمستوى قوي.

ثم اختتمت الدراسة بمجموعة من التوصيات أهمها:  
ضرورة تطبيق التسويق المستدام في البنوك مجتمع الدراسة وتكيف أبعاده مع واقعها؛  
لأنها من الإستراتيجيات الحديثة للتسويق التي تسعى الى حماية البيئة والمحافظة على الموارد  
الطبيعية للأجيال المستقبلية وإدامة العلاقة مع العميل وتحقيق الرفاهية للمجتمع.

### **Abstract**

This study aimed to measurement the impact of sustainable marketing on building entrepreneurial business organizations. Building the entrepreneurial organization with its dimensions (functional creativity, flexibility, risk tolerance, independence, competitive offensive)

The study population consisted of leadership category in Islamic banks in Hadhramaut governorate represented by (general manager, deputy general manager, director of administration, department head, supervisor), and their number is 32. The study relied on the comprehensive enumeration method of the study population as a sample; Due to the small research community.

The study used the descriptive analytical method, where the statistical analysis program Spss v. 24 was used to analyze the research data. The researcher distributed 32 questionnaires to the researched sample, all of which were retrieved.

The study also reached a set of conclusions, the most important of which is the availability of the use of sustainable marketing dimensions (social marketing, marketing sense of the message, innovative marketing, customer-oriented marketing, customer value marketing) with a high percentage in Islamic banks in Hadramout governorate; The arithmetic mean of sustainable marketing was (4.09), and the results showed that the level of building entrepreneurial business organizations with its

dimensions (functional creativity, flexibility, risk tolerance, competitive offensive, independence) in Islamic banks in Hadramout governorate were all high; The value of the arithmetic mean was (3.88).