

مقرر الدراسات النقدية (المهمة الثالثة)

نقد

(المشكلة – الأهمية)

بالتطبيق على

دراسة: الكريم، سعد حسب العجب، النيل، فايذة أحمد. (2020). واقع وتحديات التسويق الالكتروني: دراسة تطبيقية على اعضاء هيئة التدريس بجامعة الجوف. مجلة الاقتصاد والعلوم الادارية، 26 (120)، 209-225.

اعداد الطالب / فارس المزيني

الفصل الدراسي

العام الدراسي 1446 – 2024

لقد تبين للباحث من خلال الاطلاع على مشكلة وأهمية الدراسة المختارة موضوع النقد، ان المشكلة كانت ضعيفة الى حد ما ، حيث انها لم توثق بالأدلة والبراهين الدالة على وجود مشكلة بالفعل ، كما انها لم تراعي الى حد ما بعض المعايير اللازمة للمقدمة الجيدة، وسوف نتناول بالنقد كلا من مشكلة الدراسة وأهميتها ومدى مراعاتها هذه المعايير على النحو التالي:

أولاً: المشكلة: تمثل مشكلة البحث جانبا مهما من جوانب البحث العلمي، وإن صياغة المشكلة صياغة صحيحة ودقيقة جزء من أهم أجزاء البحث العلمي وخطوة أساسية من خطواته، ولكي تكون صياغة المشكلة جيدة لابد من توافر عدد من المعايير التي يجب ان يلتزم بها الباحث، وان عدم توافر هذه المعايير يضعف المشكلة ويعرضها للنقد، وسوف يقوم الباحث بنقد الدراسة المختارة على النحو الآتي:

❖ **هل تستحق المشكلة الدراسة:** من خلال الاطلاع على مشكلة الدراسة نجد ان المشكلة تستحق الدراسة ، حيث انها تتناول واقع وتحديات التسويق الالكتروني التي تواجه اعضاء هيئة التدريس بجامعة الجوف، ومدى تأثيرها على التسويق الالكتروني وذلك في ظل التطور التكنولوجي والتقني التي نعيش فيه ،وضرورة البحث عن مقترحات لتطبيقات الكترونية تل على التقليل ن تلك التحديات .

❖ **صياغة المشكلة:** لقد قاما الباحثان بصياغة المشكلة في شكل عبارات تقريرية تناولت التطور التكنولوجي واثره في تغيير انماط سلوك العملاء وما صاحبه من ظهور عدد ن التحديات والمعوقات التي واجهت العلاء في التسويق الالكتروني، ولذلك كان من المهم تسليط الضوء على واقع وتحديات التسويق الالكتروني التي تواجه اعضاء هيئة التدريس بجامعة الجوف، وانتهاء بصياغة المشكلة بمجموعة من التساؤلات حول الآتي:

- ما تأثير معوقات وتحديات التسويق الالكتروني على التسويق الالكتروني من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بجامعة الجوف؟
- ما تأثير التطبيقات الالكترونية التي اختبرتها الدراسة على التسويق الالكتروني من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بجامعة الجوف؟
- ما تأثير البرامج والتطبيقات الالكترونية التي اختبرتها الدراسة على معوقات وتحديات التسويق الالكتروني من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بجامعة الجوف؟

- ❖ **مدى انعكاس المشكلة على الواقع:** تعكس المشكلة أهمية حقيقية تستحق الدراسة في الواقع ، في كل من المجال العلمي، حيث تحاول تسليط الضوء على واقع وتحديات التسويق الإلكتروني التي تواجه اعضاء هيئة التدريس بجامعة الجوف، وفي المجال التطبيقي حيث تحاول تقديم البرامج والتطبيقات الإلكترونية التي تساعد على زيادة التسويق الإلكتروني ، وتقليل التحديات والمعوقات.
- ❖ **تحديد ابعاد المشكلة بشكل دقيق:** ولقد حددا الباحثان الفئة البشرية المستهدفة من الدراسة وهم (أعضاء هيئة التدريس بجامعة الجوف) ، وبالتالي فهما حدد النطاق الجغرافي (جامعة الجوف بالمملكة العربية السعودية) ولكنهما اهملا ذكر الفترة الزمنية التي تطبق فيه الدراسة.
- ❖ **وجود فجوة أو نقصا في الادبيات السابقة:** لم يتطرق الباحثان الى اثبات وجود المشكلة بالأدلة والبراهين التي تؤكد على وجود تحديات ومعوقات تعيق التسويق الإلكتروني (المشكلة)، ولم يستند الى الدراسات السابقة أو الاحصاءات التي تدل على هذه المشكلة ، ولم يوثق أي من عباراته بالمراجع ، مما ادى الى ضعف المشكلة على الرغم من وجودها بالفعل الا انها لم يوجد ما يؤكد هذا الوجود ، وهذا ضعف من اهمية المشكلة ومدى استحقاقها بالدراسة .
- ❖ **الاتفاق مع موضوع الدراسة:** كان هناك اتفاق وترابط بين المشكلة وموضوع الدراسة ، حيث تناولت المشكلة تسليط الضوء على واقع وتحديات التسويق الإلكتروني .
- ❖ **وبوجه عام يرى الباحث ان:** الباحثان قاما بتحديد وصياغة المشكلة من خلال فقرات تقريرية واضحة، وبعد نهاية هذه العبارات صاغت مشكلة الدراسة في عدة تساؤلات حول ما تأثير معوقات وتحديات التسويق الإلكتروني على التسويق الإلكتروني من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بجامعة الجوف؟
- ما تأثير البرامج والتطبيقات الإلكترونية التي اختبرتها الدراسة على معوقات وتحديات التسويق الإلكتروني من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بجامعة الجوف؟ ، ولم يوضح الباحث لماذا اختار مشكلة الدراسة هل بناء على دراسات سابقة أو بخبراته، ولم يوضع دراسات سابقة في المشكلة ، وبشكل عام تتسم المشكلة بالحدثة ويستفاد منها الباحثين و المهتمين والشركات المسوقة إلكترونيا وجميع الجهات ذات الصلة بالتسويق الإلكتروني ، والمشكلة مرتبطة بأهداف الدراسة وتساؤلاتها، وهي قابلة للبحث، وذات قيمة في المجتمع، وهي في قدرات الباحث العلمية ويمكن تحقيقها، وفي حدود إمكانيات الباحث وقدراته.

ثانيا : أهمية الدراسة: من خلال اطلاع الباحث على اهمية الدراسة المختارة للنقد وجد ان الالهية كانت ضعيفة الى حد ما ،حيث لم يوثق الباحثان كلامهم بالراجع والدراسات والادلة والبراهين التي توضح وتبرر اهمية القيام بهذه الدراسة ، وظهر ذلك في النقاط الاتية:

❖ **التميز بين الالهية النظرية والأهمية العملية:** لقد قام الباحثان بالتميز بين الأهمية النظرية ، والاهية التطبيقية للدراسة والتي تمثلت في الاتي:

- **الأهمية النظرية والعلمية:** تسليط الضوء على واقع وتحديات التسويق الإلكتروني من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بجامعة الجوف، ومن خلال عرض البحوث والدراسات السابقة في هذا المجال مما يساعد في نقل المعرفة والمفاهيم ذات العلاقة بموضوع الدراسة للباحثين في مجال التسويق. ولاسيما المهتمين والشركات المسوقة إلكترونيا وجميع الجهات ذات الصلة بالتسويق الإلكتروني.

-**الأهمية التطبيقية:** تناولت الدراسة أحد الموضوعات العصرية ذات الاهتمام الكبير الذي توليه الشركات المسوقة، وعليه فإن نتائج وتوصيات الدراسة تساعد متخذي القرارات في التغلب علي المعوقات التي تحول دون رغبة وقدرة العميل في تغيير نمطه السلوكي للتعامل مع عمليات التسوق الإلكتروني مما يسهم في تغيير الانماط السلوكية وبالتالي جذب المزيد من العملاء خاصة بالنسبة للمنظمات التي تعتمد علي التسويق الإلكتروني بشكل كلي.

❖ **وجود مبرر علمي واضح لأهمية الدراسة:** ومن خلال الاطلاع على الالهية تبين وجود مبرر لأهمية الدراسة وهو تسليط الضوء على واقع وتحديات التسويق الإلكتروني من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بجامعة الجوف مما يساعد في نقل المعرفة والمفاهيم في مجال التسويق للباحثين والشركات المسوقة إلكترونيا وجميع الجهات ذات الصلة بالتسويق الإلكتروني، وعلى الرغم من ان الباحثان ذكرا المبرر الأهمية الدراسة ، الا انهما لم يؤكدوا على هذا المبرر بصيغة علمية من خلال الاستدلال من البحوث والدراسات السابقة التي تناولت الموضوع ، او من المؤشرات والاحصاءات .

❖ **الفوائد المتوقعة من النتائج:** لقد حددا الباحثان الفوائد المتوقعة من نتائج وتوصيات هذه الدراسة وهي مساعد متخذي القرارات في التغلب علي المعوقات التي تحول دون رغبة وقدرة العميل في تغيير نمطه السلوكي للتعامل مع عمليات التسوق الإلكتروني ، و نقل المعرفة والمفاهيم ذات العلاقة بموضوع الدراسة للباحثين والمهتمين في مجال التسويق، والشركات المسوقة إلكترونيا وجميع الجهات ذات الصلة بالتسويق الإلكتروني.

❖ **مدى أهمية الدراسة في الوقت الحالي:** واطهر الباحثان أهمية تطبيق الدراسة في الوقت الحالي

حيث يعتبر التسويق الإلكتروني أحد الموضوعات العصرية ذات الاهتمام الكبير الذي توليه الشركات المسوقة في الآونة الأخيرة، نظرا للتقدم الهائل والتطور التكنولوجي والتقني في هذا المجال .

❖ **وبشكل عام يرى الباحث ان:** الباحثان قاما بتقسيم الأهمية من الناحيتين (العلمية , التطبيقية), و

لم يستند الباحثان الى الادلة والبراهين من المراجع والدراسات السابقة لوجود مبرر علمي واضح لأهمية الدراسة ، ولكنهما اشارا الى مدى الفائدة المتوقعة من نتائج وتوصيات الدراسة ، حيث تساعد متخذي القرار في التغلب علي المعوقات التي تحول دون رغبة وقدرة العميل في تغيير نمطه السلوكي للتعامل مع عمليات التسويق الإلكتروني، كما اشارا إلى أهمية تطبيق الدراسة في الوقت الحالي حيث يعتبر التسويق الإلكتروني أحد الموضوعات العصرية ذات الاهتمام الكبير الذي توليه الشركات المسوقة في الآونة الأخيرة.