

مقرر قضايا بحثية 2

المهمة الرابعة: منهجية الدراسة

بالتطبيق على دراسة

حرزلي ، هالة .(2024). أثر التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي على إدارة العلاقة مع الزبون بالمؤسسات الفندقية دراسة عينة من الفنادق بالجزائر. رسالة دكتوراه الطور الثالث (LMD) في العلوم التجارية ، تخصص تسويق فندقي ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر - بسكرة - الجزائر .

اعداد الطالب / فارس المزيني

الفصل الدراسي

العام الدراسي 1446 - 2024

أولاً: مفهوم منهجية الدراسة:

يعرف الغريب (2012) المنهج بأنه : الطريقة التي يعتمد عليها الباحث للوصول إلى هدفه المنشود . أو هو الإطار العام الذي يسير عليه الباحث من أجل تنفيذ البحث ، وأن وظيفته في العلوم الاجتماعية هي استكشاف المبادئ التي تنظم الظواهر الاجتماعية والتربوية ، والإنسانية بصفة عامة وتؤدي إلى حدوثها حتى يمكن على ضوءها تفسيرها وضبط نتائجها والتحكم بها.

وتنقسم البحوث من حيث طبيعة المناهج المستخدمة في البحث نوعين هما :

- **البحوث الكمية:** وهي نوع من البحوث العلمية التي تفترض وجود حقائق اجتماعية موضوعية منفردة ومعزولة عن مشاعر ومعتقدات الأفراد، وتعتمد الأساليب الإحصائية، في الغالب، في جمعها للبيانات وتحليلها.

- **البحوث النوعية :** هي نوع من البحوث العلمية، التي تفترض وجود حقائق وظواهر اجتماعية يتم بناءها من خلال وجهات نظر الأفراد والجماعات المشاركة في البحث، يتوجه الباحث في هذا النوع من البحوث عادة نحو عينة مقصودة في جمع البيانات، لتحقيق أهداف البحث من خلال أدوات فعالة غير محكمة البناء ، مثل الملاحظة المشاركة، والمقابلات المعمقة والوثائق. (قندليجي ، 2022)

❖ **وبالتطبيق على الدراسة المختارة نجد ان الباحثة اعتمدت المنهج المختلط الذي يستخدم الطرق الكمية للتحقيق والنوعية للصدق لنفس الظاهرة، بهدف زيادة مصداقية وصحة النتائج، من خلال مقارنة وجهات نظر مختلفة نظرا لطبيعة الموضوع الذي يبحث في أثر استخدام التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي على إدارة العلاقة مع الزبون بالمؤسسات الفندقية.**

❖ **فنجد ان الباحثة إن لجوء الباحثة إلى هذا المنهج الذي يجمع بين الخيارين المنهجين الكمي والنوعي تطلب منها اعتماد أدوات معينة فقامت بمقابلات مع موظفي ومسيري مجموعة من المؤسسات الفندقية بالجزائر لتقييم مساهمة التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة العلاقة مع الزبون بالمؤسسات الفندقية محل الدراسة وذلك من وجهة نظر مقدمها، بالإضافة إلى تصميم وتوزيع إستبانة موجهة لزبائن المؤسسات الفندقية بالجزائر واستخدامها كأداة رئيسية لجمع البيانات الأولية، والتي تم معالجتها بالطرق الرياضية والإحصائية وذلك لاختبار مدى صحة الفرضيات وتفسير النتائج المتحصل عليها.**

ثانيا :ادوات جمع البيانات:

وهي أدوات يستخدمه الباحث للحصول على المعلومات عن الفرد ، وتمنحنا فهما أعمق لشخصيته ، وكلا تعددت هذه الطرق ، كلا كانت العلوات أكثر ثباتا وموضوعية ، ومن اهم هذه الادوات (الاستبيان - المقابلة - الملاحظة) .(صابر ،2003)

- مفهوم الاستبيان: والاستبيان هي وسيلة لجمع البيانات تقوم على اساس من الاعتماد على صياغة مجموعة من الاسئلة بطرق فنية خاصة ، ترسل بالبريد أو تنشر في الصحف لكي يسجل المبحوثين اجابتهم بأنفسهم ، ثم يعيدوها بعد ذلك الى الهيئة المشرفة على البحث .(الغريب ، 2012 ، 148)
- مفهوم المقابلة: تعرف المقابلة بأنها أداة من أدوات البحث العلمي ، يتم بموجبها جمع المعلومات التي تمكن الباحث من اجابة تساؤلات البحث أو اختبار فروضة ، وتعتمد على مقابلة الباحث للمبحوث وجها لوجه بغرض طرح عدد من الاسئلة من قبل الباحث والاجابة عليها من قبل المبحوث . (العساف ، 2016 ، 350)

❖ وبالتطبيق على الدراسة المختارة نجد ان الباحثة اعتمدت على الأسلوب الكمي والنوعي معا في جمع البيانات من خلال الجمع بين أداتي المقابلة التي كانت مع مجموعة من موظفي ومسيرى القطاع الفندقى بالجزائر، والاستبانة التي كانت موجهة لعينة من زبائن المؤسسات الفندقية المتابعين لصفحاتها الرسمية عبر شبكات التواصل الاجتماعى.

❖ اعتدت الباحثة الاستبانة اداة لجمع البيانات وتم صياغة أسئلة الاستبانة بما يتوافق وإشكالية وفرضيات الدراسة ، وتم تقسيمها إلى ثلاثة محاور ،المحور الأول واشتمل على أسئلة متعلقة بالمعلومات الشخصية للمبحوثين ،والمحول الثاني اشتمل على أسئلة، هدفت إلى التعرف على الفنادق التي تعامل معها المبحوثون ،المحور الثالث اشتمل على الأبعاد الخمسة للتسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعى (التفاعل، الحداثة، التخصيص، المصادقية ،الكلمة المنطوقة إلكترونيا، المحور الرابع اشتمل على الابعاد الثلاثة لإدارة العلاقة مع الزبون (خلق القيمة للزبون - تحقيق الرضا-تحقيق الولاء)

❖ وقامت الباحثة بتحكيم الاستبيان لدى مجموعة من الأساتذة المتخصصين في مجال التسويق وعلوم الإدارة ، وتعديله على أساس الملاحظات التي وجهت للباحثة ،وقامت بتوزيع الاستبيان ورقيا وإلكترونيا على زبائن المؤسسات الفندقية في الفترة الممتدة من(2022/7/7 - 2022/11/1) ، وبذلك ان الباحثة حددت الفترة الزمانية لجمع البيانات .

❖ قامت الباحثة بإجراء المقابلات الفردية مع موظفي ومسؤولي المؤسسات الفندقية بالجزائر خلال فعاليات الصالون الدولي للسياحة والاسفار في الفترة من (2022/9/29 - 2022/10/2) بقصر المعارض الصنوبر، ولم تقم الباحثة بالتأكد من صدق وثبات الادوات ، واتساق عباراتها .

ثالثا: متغيرات الدراسة:

❖ وبالتطبيق على الدراسة المختارة نجد ان الباحثة اعتمدت مجموعة من المقاييس للتمكن من قياس متغيرات الدراسة وهي كالتالي:

- المتغير المستقل: بالاعتماد على مجموعة من الدراسات السابقة تم تبني الأبعاد التالية الخاصة بمتغير التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي وهي: التفاعل والحداثة، والتخصيص، والمصادقية، والكلمة المنقولة إلكترونيا.

- المتغير التابع: تم قياس المتغير التابع والمتمثل في إدارة العلاقة مع الزبون من وجهة نظر الزبون باستخدام ثلاثة أبعاد : خلق القيمة للزبون، تحقيق الرضا، وتحقيق الولاء وذلك بالاعتماد على مجموعة من الدراسات السابقة.

رابعا: مجتمع الدراسة: وهو ذلك المجتمع الذي يسعى الباحث الى اجراء الدراسة عليه بمعنى ان كل فرد أو وحدة يقع ضمن ذلك المجتمع يعد من مكونات مجتمع الدراسة .(الغريب، 2012)

❖ وبالتطبيق على الدراسة المختارة فإن مجتمع الدراسة يتمثل في جميع الزبائن المتابعين لشبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالمؤسسات الفندقية الناشطة بالجزائر التي يتعاملون معها.

خاسا: عينة الدراسة :عرف (عبيدات وآخرون ، 2020 ، 97) العينة بأنها : جزء من مجتمع البحث الاصلي يختارها الباحث بأساليب مختلفة ، وتضم عددا من الافراد من المجتمع الاصلي .

❖ وبالتطبيق على الدراسة المختارة نجد عينة الدراسة تكونت من (321) زبون من زبائن المؤسسات الفندقية الناشطة في الجزائر الذين يتابعون صفحاتها على شبكات التواصل الاجتماعي، وتم اختيارهم بالطريقة غير العشوائية (الطريقة الميسرة) من (119) مؤسسة فندقية خاصة ، و(20) مؤسسة تابعة للقطاع العام ، ولقد عرضت الباحثة طريقة اختيار العينة

نظر لصغر عدد العينة مقارنة بمجتمع الدراسة ، وللتأكد من أن العينة المختارة كافية لتمثيل مجتمع الدراسة، تم إخضاعها لتحليل KOM التي تعتبر أداة تحليل تستخدم للتأكد من أن حجم عينة الدراسة كافي، حيث يشترط أن تكون قيمة KOM أكبر من (0.5) حتى تكون العينة كافية، ولقد تبين أن قيمة KMO مساوية لـ 0.889 وهي أكبر من القيمة المفترضة لكفاية حجم العينة 0.05، وبالتالي فإن العينة المختارة كافية وتم اعتمادها في هذه الدراسة.

سادسا: الاساليب الاحصائية :

تعرف الطريقة الاحصائية في البحث العلمي بانها: عبارة عن استخدام الوسائل الحسابية والرياضية في تجميع البيانات والمعلومات المختلفة ، ومن ثم تنظيم وتبويب تلك البيانات والمعلومات عن طريق الارقام والحسابات والعمليات المرتبطة بها ، وكذلك تحليل وتفسير تلك الارقام ووصفها ، وبشكل يقد فيه الباحث عدد من الاستنتاجات التي توصل الى الاهداف المنشودة في البحث . (قنديلجي، 114،2022) .

- ❖ وبالتطبيق على الدراسة المختارة نجد أن الباحثة اعتمدت على مجموعة من الطرق والبرامج الإحصائية تتمثل في برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية ، وبرنامج النمذجة بالمعادلات الهيكلية بطريقة المربعات الصغرى الجزئية ، و برنامج التحليل الكيفي للمقابلات .
- ❖ كما استخدمت الباحثة اختبار التوزيع الطبيعي ، الارتباط الذاتي ، المتوسطات الحسابية ، و الانحراف المعياري ، معال الارتباط سيبرمان ، وبرنامج التحليل الكيفي ، والنمذجة بالمعادلات الهيكلية بطريقة المربعات الصغرى الجزئية .
- ❖ وقامت الباحثة بتعريف تلك الاساليب والمعادلات الخاصة بها وتوضيح خطوات المعالجة الاحصائية ، ولقد كانت هذه الاساليب ملائمة لطبيعة الدراسة والمنهج المختلط المستخدم (المنهج الكمي - المنهج النوعي) .
- ❖ ومن خلال العرض السابق لمنهجية الدراسة يرى الباحث ان الباحثة كانت موفقة في تصميم المنهجية ، حيث كان هناك تناسق في المعلومات وترابط في الافكار .

المراجع:

- صابر، ممدوح.(2004) . البحث العلمي بين النظرية و التطبيق. ط 1. مكتبة المتنبى، الدمام.
- عبيدات، ذوقان، عبد الحق ، كايد ، وعدس ، عبد الرحمن. (2020) . البحث العلمي- مفهومه وأدواته وأساليبه. دار الفكر .الأردن.
-
- العساف، صالح بن حمد.(2016). المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية.ط3. دار الزهراء . الرياض.
- الغريب، عبد العزيز بن علي.(2012).تصميم البحوث الكمية والكيفية وتطبيقاتها في العلوم الاجتماعية.ط1.دار الزهراء .الرياض.
- قنديلجي ، عامر . (2022) .البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات. ط8 ، دار المسيرة .الأردن .