

نقد دراسة بعنوان

تأثير التسويق الرقمي على سلوك المستهلك

اعداد الطالب / فارس المزيني

الفصل الدراسي

العام الدراسي 1446 - 2024

❖ **عنوان الدراسة:** عنوان الدراسة جيد وقصير ويوضح الهدف منه (تأثير التسويق الرقمي على سلوك المستهلك) ولكن لم يوضح مكان الدراسة ومجتمعها ، ووضح الباحثان فيه متغيرات الدراسة ، المتغير المستقل هو التسويق الرقمي، اما المتغير التابع فهو سلوك المستهلك.

❖ **ملخص الدراسة:** قامت الباحثتان بعرض ملخص الدراسة بشكل جيد باللغة العربية والانجليزية ، ولقد احتوى الملخص على الاهداف والمنهج والعينة والاداة والاساليب الاحصائية والنتائج والتوصيات ، وبهذه العناصر اكتمل ملخص الدراسة .

❖ **المقدمة :** قامت الباحثتان بعرض المقدمة بأسلوب علمي منطقي بطريقة مختصرة ، ومرتبطة بموضوع الدراسة بصورة مباشرة ، وتضمنت المفاهيم الاساسية للدراسة (التسويق الرقمي ، سلوك المستهلك) ، حيث تناولت المقدمة أهمية دراسة وتحليل سلوك المستهلك كأحد أهم الأنشطة التسويقية للمنشأة ، والتي تزيد من حصتها التسويقية ، ثم تناولت التسويق الرقمي وأهميته في تحقيق رضا العميل ، وبهذا فقد تناولتا الباحثتان المقدمة من العام الى الخاص ، ولقد كانت الأفكار مترابطة ومتسلسلة ، ولم ترجع الباحثتان الى المراجع سواء أكانت العربية والاجنبية في صياغة المقدمة ، ولم يستندوا الى الدراسات السابقة .

❖ **مشكلة الدراسة :** لقد قامت الباحثتان بعرض مشكلة الدراسة بعبارات تقريرية ، وفي نهاية هذه العبارات تم تحديد المشكلة في تساؤل رئيسي ، كيف يؤثر التسويق الرقمي على سلوك المستهلك ؟ وهذه المشكلة تتسم بالحدثة ويستفاد منها جمهور واسع من العملاء والمؤسسات ، ولكن لم تستندا الباحثتان على القرائن والدلائل التي توضح وجود مشكلة ، ولم توثق المشكلة من المصادر والمراجع .

❖ **أهداف الدراسة:** لقد تم تحديد الاهداف تحديداً دقيقاً ، وبأسلوب مباشر ، وتضمنت اسباب المشكلة ، وهي محددة ويمكن قياسها ، ومرتبطة بأسئلة الدراسة وفروضها ، وقابلة للتحقيق ، كما انها سوف تزود المؤسسات بأخر التطورات في عالم التسويق الرقمي ومساعدتهم على الاطلاع على منهجية التسويق الحديث المناسب للوصول الى العملاء بشكل قوي وتقديم خدمة ممتازة لهم .

❖ **تساؤلات الدراسة:** لقد صاغت الباحثتان أسئلة الدراسة صياغة واضحة ، و تم تحديدها تحديداً دقيقاً وهذه الاسئلة مرتبطة بموضوع الدراسة ومشكلتها ، وهي مرتبطة بأهداف الدراسة ، حيث كل هدف يقابله سؤال ، وتضمنت متغيرات الدراسة ، ومن خلال هذه الاسئلة فقد تم تحديد الإطار العام لنتائج الدراسة .

❖ **فروض الدراسة:** قامت الباحثتان بصياغة الفروض صياغة واضحة وبسيطة ومختصرة بطريقة لم تخل بالمعنى ، وتمثلت بعلاقة بين متغيرين (التسويق الرقمي ، سلوك المستهلك) وارتبطت الفروض بأسئلة الدراسة وأهدافها، ويمكن تحقيقها وهي قابلة للاختبار .

❖ **أهمية الدراسة :** حددت الباحثتان أهمية الدراسة، حيث وضحت أهمية الدراسة من الجانب العلمي والمجتمعي في كونها تناقش مفهوم التسويق الرقمي الذي يركز على تزويد المؤسسات بأخر التطورات في عالم التسويق الرقمي ومساعدتهم على الاطلاع على منهجية التسويق الحديث المناسب للوصول الى العملاء بشكل قوي وتقديم خدمة ممتازة لهم، ولم تستندا الى القرائن والادلة التي تدلل على أهمية المشكلة .

❖ **الإطار النظري:** تناولت الباحثتان الإطار النظري من خلال ثلاث نقاط رئيسية (التسويق بصفة عامة - التسويق الرقمي - سلوك المستهلك) ونلاحظ أن الباحثتان قد عرضتا المعلومات المرتبطة بموضوع الدراسة ، وقد ظهرت شخصيتهما من خلال هذا العرص ، وقد ألمتا بموضوع الدراسة بشكل جيد، وكانت طريقة التوثيق وفق البحث العلمي ، ألا انهما لم يستندا في عدد من النقاط التي تم تناولها على المراجع والمصادر .

❖ **الدراسات السابقة :** تم عرض الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة الحالية وقد تم تقسيمها الى قسمين (الدراسات العربية - الدراسات الاجنبية) و وضع تعليق عام على نهاية الدراسات ، وضح أوجه الشبه والاختلاف بين هذه الدراسات والدراسة الحالية ، وما يميز الدراسة عن تلك الدراسات ، وكذلك الاستفادة من الدراسات السابقة ، و تم عرض الدراسات على منهج واحد ، حيث احتوت على أهداف الدراسة والمنهج المستخدم ، والعينة والاداة المستخدمة ، واهم نتائج الدراسة ، وقد تم عرض الدراسات السابقة من الاحداث الى الاقدم ، وبهذا فقد كان الباحث قد عرض الدراسات بصورة جيدة .

❖ **منهج الدراسة :** استخدمت الباحثتان المنهج الوصفي التحليلي ، القائم على دراسة موضوع الدراسة بصورته الطبيعية ، وايضاح الارتباطات بين متغيرات الدراسة على هيئة اسئلة وفرضيات .

❖ **عينة الدراسة:** يتألف مجتمع الدراسة من مجموعة العملاء في المملكة العربية السعودية، وتكونت عينة الدراسة من (124) عميل، تم اختيارهم بطريقة عشوائية، ونلاحظ ان مجتمع الدراسة ملائم للدراسة ومشكلتها، وان عينة المفحوصين عبرت عن مجتمع الدراسة ، كما تم تحديد طريقة اختيار العينة .

❖ **أدوات الدراسة:** اعتمدت الباحثتان في جمع المعلومات على اداة الاستبانة ، والتي تم توزيعها على عينة الدراسة الكترونياً، وقامتا بعمل صدق وثبات أداة الدراسة ، وهذه الأداة تتناسب مع طبيعة مشكلة الدراسة وأهدافها ، وهي صالحة لأن تجيب عن اسئلة الدراسة ، وقد تم وصفها وصفاً دقيقاً.

- ❖ **الاساليب الاحصائية :** باستخدام (SPSS) تم توزيع عدد من الاساليب الاحصائية وهي كافية لتفسير مشكلة الدراسة ومن هذه الاساليب , هذه الاساليب كافية لتفسير الظاهرة .
- ❖ **نتائج الدراسة:** لقد جاءت النتائج مرتبطة بأهداف الدراسة ومشكلتها وفروضها ، وقد تم ترتيب هذه النتائج وفق أسئلة الدراسة والفروض, وقد تم ترتيبها حسب الأهمية, كما تم عرض هذه النتائج في جداول لتوضيح النسب المئوية, والتكرارات, والمتوسط الحسابي, والانحرافات المعيارية، وقد استخدم الباحث لغة البحث العلمي فيها , وهي مرتبطة بأسئلة الدراسة وقد تم تفسيرها تفسيراً منطيقاً، واستخدم لغة البحث العلمي في تفسير نتائج الدراسة , وانسجمت هذه النتائج مع أهداف وأسئلة الدراسة .
- ❖ **توصيات الدراسة:** من خلال ما توصلت اليه الدراسة من نتائج قدمت الباحثتان التوصيات ، والتي كانت مرتبطة بالنتائج, وهي إجرائية غير خيالية ومحددة ودقيقة . وهي ذات صلة بأسئلة الدراسة وفروضها.
- ❖ **المراجع:** قامت الباحثتان بتوثيق مراجع ومصادر البحث بطريقة علمية صحيحة ، حيث قسمت المراجع الى (مراجع عربية – مراجع اجنبية) ، وقد تم ترتيبها ابجديا ، وكلها مراجع حديثة ، ولكن المراجع كانت قليلة ، وهذا ظهر بوضوح في متن البحث.