

بسم الله الرحمن الرحيم

حل التكاليف الخامس لمادة دراسات نقدية



إعداد

محمد بن نواف الشمري

المهمة الخامسة: نقد الدراسات السابقة

1- تغطية الدراسات السابقة للأبحاث المهمة والحديثة

النص محل النقد:

"الدراسات السابقة التي تناولت التسويق الإلكتروني" ثم عرض دراسات بين ٢٠١٦ و ٢٠١٩، كما عرض دراسات سلوك المستهلك بين ٢٠١٤ و ٢٠٢٠، ودراسات مواقع التواصل الاجتماعي بين ٢٠١١ و ٢٠١٢]. [بحث أثر ال...ك المستهلك \[PDF\]](#)

النقد:

رغم تنوع الدراسات المعروضة، إلا أن الباحث لم يغطِ بصورة كافية الدراسات الحديثة المرتبطة بالتسويق عبر منصات التواصل الاجتماعي خلال السنوات الأخيرة (٢٠٢١-٢٠٢٤)، وهي فترة شهدت تطوراً كبيراً في أدوات التسويق الرقمي والذكاء الاصطناعي والتسويق بالمؤثرين. كما أن أغلب الدراسات الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي قديمة جداً (٢٠١١-٢٠١٢)، مما يقلل من مواكبة الإطار النظري للتغيرات الحديثة في المنصات الرقمية]. [بحث أثر ال...ك المستهلك \[PDF\]](#)

٢- تنوع المصادر المستخدمة

النص محل النقد:

"شوملي والعون (٢٠١٩)، زيدان (٢٠١٨)، الشيخ والعدوان (٢٠١٨)، الحكيم والحمامي (٢٠١٧)، عبد الحميد وآخرون (٢٠١٧)، عبد اللطيف (٢٠١٧)، محمد [(2016) بحث أثر ال...ك المستهلك PDF]

النقد:

أظهر الباحث تنوعاً مقبولاً من حيث الدراسات العربية والأجنبية، إلا أن غالبية الدراسات عربية، بينما كان من الأفضل تعزيز المراجعة بمزيد من الدراسات الأجنبية المحكمة الحديثة؛ لأن موضوع التسويق الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي يتطور عالمياً بوتيرة أسرع من البيئة العربية. كما لم يوضح الباحث قواعد البيانات العلمية المعتمدة التي استخرج منها الدراسات السابقة [بحث أثر ال...ك المستهلك PDF]



٣- التوازن بين الدراسات القديمة والحديثة النص محل النقد:

"دراسة عجيبة (٢٠١٢)، دراسة رضوان (٢٠١١)، دراسة نجادات (٢٠١١)، دراسة محروم (٢٠١١)، دراسة صلوي" (2011). [بحث أثر ال...ك المستهلك \[PDF\]](#)
النقد:

يوجد عدم توازن واضح بين الدراسات القديمة والحديثة؛ حيث استند الباحث إلى عدد كبير من الدراسات التي تعود لأكثر من عشر سنوات، خصوصاً في محور مواقع التواصل الاجتماعي. هذا يضعف القدرة على تفسير الواقع الحالي للمنصات الرقمية التي تغيرت خصائصها وخوارزمياتها وأساليب التسويق فيها بشكل جذري خلال السنوات الأخيرة. [بحث أثر ال...ك المستهلك \[PDF\]](#)



٤- مدى النقد والتحليل للدراسات السابقة

النص محل النقد:

"توصلت النتائج إلى أن البنوك التجارية تولي أهمية بدرجة مرتفعة"...

"وأظهرت نتائج الدراسة وجود تأثير مباشر للتسويق الرقمي"...

"وأوضحت نتائج الدراسة وجود ارتباط معنوي إيجابي"...

النقد:

اقتصرت الباحثة في معظم الدراسات السابقة على عرض الهدف والمنهج والنتائج فقط،

دون تقديم تحليل نقدي حقيقي لنقاط القوة والضعف في كل دراسة. فلم يناقش مثلاً:

حجم العينات ومدى كفايتها.

صلاحية أدوات القياس.

حدود الدراسات.

أوجه القصور المنهجية.

وبالتالي اتخذ قسم الدراسات السابقة طابعاً وصفيّاً تلخيصياً أكثر من كونه نقداً علمياً تحليلياً.



5- تحليل المنهجيات المستخدمة النص محل النقد:

"تم استخدام برنامج SPSS."
"استخدم تحليل الانحدار المتعدد".

"تم استخدام AMOS." بحث أثر ال...ك المستهلك [PDF]
النقد:

ذكر الباحث الأدوات الإحصائية المستخدمة في الدراسات السابقة، لكنه لم يناقش مدى ملائمة تلك الأدوات لطبيعة المشكلات البحثية أو يوضح أوجه الاتفاق والاختلاف بين المناهج المستخدمة. كما لم يفسر سبب اعتماد بعض الدراسات على المنهج الوصفي وأخرى على التحليل الإحصائي المتقدم. بحث أثر ال...ك المستهلك [PDF]

6- تحديد الفجوة البحثية

النص محل النقد:

بعد عرض الدراسات السابقة انتقل الباحث مباشرة إلى الفرضيات والنموذج البحثي دون تخصيص قسم واضح للفجوة البحثية]. [بحث أثر ال...ك المستهلك \[PDF\]](#)
النقد:

من أبرز نقاط الضعف أن الباحث لم يحدد الفجوة البحثية بصورة صريحة. كان من المفترض أن يوضح:

ما الذي لم تتناوله الدراسات السابقة؟

لماذا تختلف دراسة شركة زين عن الدراسات السابقة؟

ما القيمة العلمية المضافة للدراسة الحالية؟

غياب هذه العناصر يجعل مبررات إجراء الدراسة أقل وضوحاً من الناحية الأكاديمية .

[\[بحث أثر ال...ك المستهلك \[PDF\]](#)



الخلاصة النقدية للمهمة الخامسة

نقاط القوة

تنوع نسبي في الدراسات العربية والأجنبية .
تغطية ثلاثة محاور مرتبطة بموضوع البحث (التسويق الإلكتروني، سلوك المستهلك، مواقع التواصل الاجتماعي) .
عرض أهداف ونتائج معظم الدراسات السابقة بشكل منظم .

نقاط الضعف

الاعتماد على عدد كبير من الدراسات القديمة خاصة في محور مواقع التواصل الاجتماعي .

غياب النقد العلمي والتحليل المقارن بين الدراسات .
عدم بيان الفجوة البحثية بشكل واضح وصريح .
ضعف توضيح أسباب اختيار الدراسات السابقة وعلاقتها المباشرة بالدراسة الحالية .
عدم تقييم قوة المناهج والعينات المستخدمة في الدراسات السابقة .





مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

