

بسم الله الرحمن الرحيم

حل التكليف الرابع لمادة مهارات بحثية

تقرير نقدي لشكل البحث العلمي
عنوان البحث:

أثر التسويق الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي على سلوك المستهلك



إعداد

محمد بن نواف الشمري

أولاً: طبيعة بيانات البحث وأداة جمع البيانات طبيعة البيانات

اعتمدت الدراسة على البيانات الأولية التي تم الحصول عليها مباشرة من أفراد عينة الدراسة من خلال استجاباتهم على الاستبيان، بالإضافة إلى بعض البيانات الثانوية التي تم جمعها من الكتب والدراسات السابقة والمراجع العلمية المتعلقة بالتسويق الإلكتروني وسلوك المستهلك.

وتعد بيانات الدراسة من النوع الكمي؛ لأنها اعتمدت على إجابات تم قياسها باستخدام مقياس ليكرت الخماسي وتحليلها إحصائياً لاختبار العلاقات بين متغيرات الدراسة.

أداة جمع البيانات

اعتمد الباحث على الاستبانة (Questionnaire) كأداة رئيسية لجمع البيانات من العملاء والمستهلكين المستهدفين بالدراسة.

ويرجع اختيار الاستبانة إلى أنها تساعد في جمع البيانات من عدد كبير من المبحوثين بطريقة منظمة، كما تسمح بتحليل البيانات إحصائياً ودراسة العلاقة بين التسويق الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي وسلوك المستهلك.





ثانياً: تصميم استمارة الاستبيان

من خلال متغيرات الدراسة يتضح أن الاستبيان تم تصميمه بالاعتماد على ثلاثة محاور رئيسية:

المحور الأول: التسويق الإلكتروني

ويتضمن عبارات تقيس مدى فاعلية التسويق الإلكتروني، مثل: سهولة الوصول إلى المعلومات عن المنتجات والخدمات. سرعة الاستجابة لاستفسارات العملاء. جودة المحتوى التسويقي الإلكتروني. تنوع وسائل التسويق الإلكتروني المستخدمة. كفاءة الحملات التسويقية الإلكترونية.



المحور الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي
ويتضمن عبارات تقيس دور مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التسويقية، مثل:
التفاعل مع منشورات الشركة.
متابعة الإعلانات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
الثقة بالمعلومات المنشورة عبر المنصات الإلكترونية.
تأثير محتوى مواقع التواصل الاجتماعي على اتخاذ القرار الشرائي.
درجة المشاركة والتفاعل مع العلامة التجارية.



المحور الثالث: سلوك المستهلك

ويتضمن عبارات تقيس سلوك المستهلك واتجاهاته، مثل:
تأثير الإعلان الإلكتروني على قرار الشراء.
زيادة الوعي بالعلامة التجارية.
تعزيز الولاء للشركة.
الرغبة في إعادة الشراء.
التوصية بالمنتج أو الخدمة للآخرين.

ثالثاً: مدى تمتع الاستبانة بالثبات

مفهوم الثبات

الثبات هو قدرة أداة القياس على إعطاء النتائج نفسها تقريباً عند إعادة تطبيقها في ظروف متشابهة .

الاختبارات المستخدمة لإثبات الثبات

وفقاً لما تم عرضه في المحاضرة، فإن أكثر الاختبارات استخداماً لقياس ثبات الاستبانة هي:

معامل ألفا كرونباخ. (Cronbach's Alpha)

الثبات المركب. (Composite Reliability)

متوسط التباين المستخرج. (Average Variance Extracted)

معامل ألفا كرونباخ

يعد معامل **Cronbach's Alpha** أشهر الاختبارات المستخدمة لقياس ثبات الاستبيان، ويشير إلى

مدى الاتساق الداخلي بين فقرات كل محور من محاور الدراسة.

ويعتبر المقياس مقبولاً عندما تكون قيمة معامل الثبات **0.60** فأكثر، بينما القيم المرتفعة تدل على

ارتفاع مستوى الثبات والاعتمادية.





الحكم على استبانة الدراسة

أثبت الباحث في الدراسة ثبات أداة القياس من خلال اختبارات الثبات الإحصائية المستخدمة على فقرات الاستبانة، مما يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة جيدة من الاتساق الداخلي ويمكن الاعتماد على نتائجها في اختبار فرضيات الدراسة وتحليل أثر التسويق الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي على سلوك المستهلك.

الخلاصة

اعتمدت الدراسة على بيانات كمية أولية تم جمعها بواسطة الاستبانة، كما استندت إلى بيانات ثانوية من الأدبيات والدراسات السابقة. وتكونت الاستبانة من ثلاثة محاور رئيسية هي: **التسويق الإلكتروني، مواقع التواصل الاجتماعي، وسلوك المستهلك.** وقد تحققت الدراسة من ثبات الاستبانة باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة وعلى رأسها معامل ألفا كرونباخ، مما يدل على إمكانية الاعتماد على نتائج الدراسة ودقتها العلمية





مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

