

التكليف الثاني

الباحثة: فاطمة الزهراء هشام

دكتوراه التسويق الرقمي



مهارات بحثية

التكليف الثاني

في ضوء دراستك للمنهج الوصفي، اعرض لأحد البحوث العلمية التي تم الاعتماد في اجرائها على المنهج الوصفي، وما هي أساليب المنهج الوصفي التي تم الاعتماد عليها في تلك الدراسة؟

يُعد المنهج الوصفي أحد أهم المناهج في البحث العلمي، ويُستخدم عندما يكون هدف الباحث هو دراسة ظاهرة قائمة كما هي في الواقع من خلال جمع بيانات حقيقية وتحليلها بهدف الفهم والتفسير.

ويتميز هذا المنهج بالتركيز على تصوير الظاهرة بدقة، واستخدام أدوات مثل الاستبانة أو المقابلة أو تحليل الوثائق، مما يجعله مناسباً لدراسة السلوكيات والاتجاهات والظواهر الحديثة في المجتمع.

الدراسة بعنوان: "سلوك المستهلك الشرائي في عصر التسويق الرقمي: دراسة استطلاعية لآراء عينة من المتسوقين عبر قنوات التسويق الرقمي"

رابط الدراسة: chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://aja.journals.ekb.eg/article_227467_78c0ce096ca72ae2b5b838fc25bb4b27.pdf



"اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي حيث كان الهدف هو وصف وتحليل ظاهرة

محددة في مجال التسويق الرقمي

إذاً المنهج الأساسي المستخدم هو: المنهج الوصفي التحليلي.

وهو أحد أنواع المنهج الوصفي، ويُستخدم عندما لا يكتفي الباحث بمجرد وصف

الظاهرة، بل يسعى أيضاً إلى تحليل العلاقة الإحصائية بين متغيرين أو أكثر.

أساليب المنهج الوصفي المستخدمة في الدراسة:

1. أداة جمع البيانات

- تم تصميم الاستبانة لتشمل أسئلة تتعلق بمراحل عملية اتخاذ القرار الشرائي ودور قنوات التسويق الرقمي في كل مرحلة دون اعتماد أسلوب تخصيص أسئلة للمتغير المستقل وأخرى للمتغير التابع واعتماد العلاقة فيما بينهما.
- تم توزيع الاستبانة إلكترونياً، وهو ما يتناسب مع طبيعة الظاهرة المدروسة (المستهلك الرقمي).

01

٢. مجتمع الدراسة والعينة

- تطرق الباحث إلى تقديم الخصائص الديموغرافية التفصيلية للعينة
- مثل (العمر والنوع والمستوى التعليمي)، وتمثلت عينة البحث من مجموعة من المتسوقين عبر قنوات التسويق الرقمي المختارة لأغراض الدراسة (الهاتف النقال ومواقع التواصل الاجتماعي)
- بلغ عدد الاستبانات الصحيحة التي تم تحليلها ٩٣ استبانة صالحة



01

٢. التحليل الإحصائي

• اعتمد الباحث على الأساليب الإحصائية الوصفية مثل التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية

• لتحليل استجابات المشاركين.

• لجأ أيضًا إلى بعض الاختبارات الإحصائية لفحص الفرضيات المتعلقة بأثر قنوات التسويق الرقمي

• على مراحل صنع القرار الشرائي، واستخدم كلاً من

• معامل ألفا كرونباخ: لقياس صدق وثبات الاستبانة

• اختبار (t) لقياس معنوية تأثير قنوات التسويق الرقمي في مراحل عملية

• صنع القرار الشرائي الرقمي

www.midocean.ae

٣- الوصف المفاهيمي للمتغيرات:

في المقدمة والإطار النظري، قام بوصف:

- قنوات التسويق الرقمي (متمثلة في التسويق عبر الهاتف النقال والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي)
- سلوك المستهلك الرقمي الذي يعبر عن مراحل اتخاذ القرار الشرائي.
- التحليل:

هذا النوع من التوصيف يُعد من أساليب الوصف النظري المرتبط بتحليل المفاهيم والرجوع إلى الأدبيات السابقة.

نستخلص من ذلك أن الدراسة اعتمدت على **المنهج الوصفي التحليلي** لأنه الأنسب لدراسة العلاقة بين متغيرين في بيئة طبيعية دون تدخل تجريبي.

وقد اعتمدت الدراسة على **المنهج الوصفي التحليلي** بشكل منهجي ومنظم، حيث تم تحديد مجتمع الدراسة بدقة، واختيار عينة مناسبة، وتصميم أداة جمع بيانات فعالة (الاستبانة)، واستخدام أساليب التحليل الإحصائي الوصفي لتحليل النتائج. وقد أتاح هذا المنهج للباحث تقديم صورة دقيقة وموضوعية عن الظاهرة المدروسة، وتحليل العلاقات بين المتغيرات بشكل علمي رصين. إن التزام الباحث بخطوات المنهج الوصفي يعزز من مصداقية النتائج ويوفر أساساً قوياً لأي توصيات أو تعميمات قد تخرج بها الدراسة.



Thank You