

بسم الله الرحمن الرحيم

التكليف السابع: نقد التحليل الاحصائي للدراسة

عنوان البحث: أثر التسويق الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي على سلوك المستهلك: دراسة حالة شركة زين .

بدر عبيد رسم ماجستير إدارة الأعمال ، كلية الإدارة، جامعة ميدأوشن، جزر القمر: أثر

التسويق الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي على سلوك المستهلك: دراسة حالة شركة

زين ، Vol 1, No 2, 2024 – and Studies Midocean Journal for

Research 2 ع ، ١مج ، والدراسات للبحوث ميدأوشن م مسترجع من Midocean

University Digital Library



# إعداد

محمد بن نواف الشمري

## مقدمة

يمثل التحليل الإحصائي الركيزة الأساسية التي تستند إليها الدراسات التطبيقية في اختبار الفرضيات والتحقق من العلاقات بين المتغيرات واستخلاص النتائج العلمية. وتزداد أهمية التحليل الإحصائي في الدراسات التسويقية والسلوكية نظراً لارتباطها بمتغيرات يصعب قياسها بصورة مباشرة، مما يتطلب الاعتماد على أدوات إحصائية دقيقة وملائمة لطبيعة البيانات وأهداف الدراسة. وقد اعتمدت الدراسة محل النقد على مجموعة من الأساليب الإحصائية الوصفية والاستدلالية لتحليل أثر التسويق الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك المستهلك في شركة زين، الأمر الذي يستدعي تقويماً نقدياً لمدى ملائمة هذه الأساليب ودقتها العلمية وقدرتها على دعم نتائج الدراسة.



## أولاً: نقد اختيار الأساليب الإحصائية المستخدمة

من خلال مراجعة الدراسة يتضح أن الباحث استخدم الإحصاءات الوصفية (المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، الوزن النسبي) إضافة إلى تحليل الانحدار الخطي البسيط واستخدام برنامج AMOS لتحليل العلاقات بين المتغيرات واختبار الدور المعدل لمواقع التواصل الاجتماعي. ويُعد هذا الاختيار مناسباً بصورة عامة لأهداف الدراسة؛ إذ إن طبيعة المشكلة البحثية تسعى إلى قياس تأثير متغير مستقل وهو التسويق الإلكتروني على متغير تابع هو سلوك المستهلك مع اختبار تأثير متغير معدل يتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي، وهي علاقات تتوافق مع استخدام الانحدار الخطي والنمذجة الهيكلية.

ومن نقاط القوة المنهجية أن الباحث لم يكتفِ بالوصف الإحصائي للبيانات، بل انتقل إلى التحليل الاستدلالي لاختبار الفرضيات وتقدير حجم التأثير بين المتغيرات، مما يرفع من القيمة العلمية للبحث ويمنحه قدرة تفسيرية أعلى.

إلا أن الدراسة لم توضح بشكل كافٍ مبررات اختيار هذه الأساليب الإحصائية مقارنة ببدائل أخرى مثل تحليل الانحدار المتعدد أو النمذجة الهيكلية الكاملة، كما لم تقدم وصفاً للإجراءات التمهيدية التي تسبق إجراء التحليل الإحصائي، وهو ما يمثل جانباً من جوانب الضعف المنهجي.

## ثانياً: نقد طبيعة البيانات ومدى توافق التحليل معها

اعتمدت الدراسة على استبانة وزعت على عينة مكونة من ( ٢٠٠ ) مشارك من عملاء شركة زين في المملكة العربية السعودية، وتم قياس الاستجابات باستخدام مقياس ليكرت الخماسي.

وتُعد هذه البيانات من النوع الكمي، لذلك فإن استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل الانحدار يُعد مناسباً من الناحية الإحصائية. كما أن حجم العينة مقبول نسبياً لإجراء التحليلات المستخدمة، خاصة مع وجود أكثر من متغير في نموذج الدراسة.

ومع ذلك يلاحظ أن الباحث لم يقدم أدلة كافية على صلاحية الأداة الإحصائية المستخدمة، فلم يتم عرض نتائج اختبارات الصدق والثبات مثل معامل كرونباخ ألفا أو الصدق البنائي للأداة، رغم أن هذه الاختبارات تُعد شرطاً أساسياً قبل الانتقال إلى تحليل البيانات واستخلاص النتائج. ويؤثر هذا القصور على مدى الثقة في النتائج النهائية التي توصلت إليها الدراسة.

## ثالثاً: نقد التحليل الوصفي

قدمت الدراسة مجموعة من الجداول الإحصائية التي تضمنت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية للمتغيرات الرئيسية، حيث أشارت النتائج إلى وجود اتجاهات إيجابية لدى أفراد العينة تجاه التسويق الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي.

ويُحسب للباحث أنه استخدم هذه المؤشرات بصورة منظمة ومترابطة، الأمر الذي أتاح فهماً أولياً لاتجاهات المبحوثين قبل الانتقال إلى اختبار الفرضيات. كما ساهمت الجداول الإحصائية في تقديم صورة واضحة عن مستوى تأثير الحملات التسويقية على قرارات الشراء والولاء والتفاعل مع العلامة التجارية.

إلا أن الباحث لم يحدد معياراً واضحاً لتفسير المتوسطات الحسابية، كما أغفل مناقشة حجم التشتت الذي تعكسه الانحرافات المعيارية وتأثيره في تفسير النتائج، مما أفقد التحليل الوصفي جزءاً من عمقه العلمي.





## رابعاً: نقد تحليل الانحدار الخطي البسيط

أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة إيجابية بين التسويق الإلكتروني وسلوك المستهلك، حيث أشار معامل الانحدار إلى وجود تأثير مباشر ومؤثر إحصائياً بين المتغيرين. ومن الناحية العلمية يُعد استخدام تحليل الانحدار مناسباً لاختبار الفرضية الرئيسية، كما أن النتائج أوضحت قدرة التسويق الإلكتروني على تفسير جزء مهم من التغيرات التي تطرأ على سلوك المستهلك، وهو ما يعكس أهمية الأنشطة التسويقية الرقمية في التأثير على قرارات العملاء واتجاهاتهم.

إلا أن الدراسة لم تشر إلى اختبار افتراضات الانحدار الخطي، ومن أهمها التوزيع الطبيعي للبيانات واستقلالية الأخطاء وتجانس التباين وعدم وجود قيم متطرفة. ويُعد إغفال هذه الاختبارات من أبرز نقاط الضعف في التحليل الإحصائي لأن صحة نتائج الانحدار تعتمد بصورة مباشرة على تحقق هذه الافتراضات.

## خامساً: نقد استخدام برنامج AMOS

من أبرز نقاط القوة في الدراسة توظيف برنامج AMOS لدراسة الدور المعدل لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث بينت النتائج أن تأثير التسويق الإلكتروني على سلوك المستهلك يزداد عند وجود تفاعل مرتفع عبر منصات التواصل الاجتماعي. ويشير ذلك إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تمثل مجرد قناة اتصال، بل تؤدي دوراً محورياً في تعزيز فعالية الأنشطة التسويقية وزيادة تأثيرها في سلوك العملاء. ورغم أهمية هذه الخطوة، إلا أن الدراسة لم تعرض تفاصيل كافية عن نتائج البرنامج، حيث لم يتم توضيح القيم الفعلية لمؤشرات جودة النموذج مثل CFI و RMSEA، كما لم تعرض معاملات المسارات أو مؤشرات المطابقة النهائية بصورة تسمح بتقييم النموذج تقييماً علمياً دقيقاً.

وكان من الأفضل أن يرفق الباحث نموذج المسار ومعايير جودة المطابقة المختلفة لإعطاء صورة أكثر شمولاً عن قوة النموذج المستخدم.



## سادساً: نقد عرض النتائج وتفسيرها

تميز الباحث بعرض النتائج في جداول متعددة وربطها بمتغيرات الدراسة المختلفة، مما ساعد على تسهيل فهم النتائج للقارئ وإبراز العلاقات الرئيسية بين المتغيرات. ومع ذلك فإن تفسير النتائج جاء في بعض المواضع وصفيّاً أكثر من كونه تحليليّاً، حيث اكتفى الباحث بذكر وجود علاقات وتأثيرات إحصائية دون تقديم تفسير معمق للأسباب النظرية أو العملية التي تفسر تلك النتائج.

كما لم يتم إجراء مقارنة نقدية متعمقة بين نتائج الدراسة الحالية ونتائج الدراسات السابقة، الأمر الذي كان من الممكن أن يثري المناقشة العلمية ويعزز قوة الاستنتاجات.





## التقييم النقدي الشامل

في ضوء التحليل السابق يمكن القول إن الدراسة وظفت أدوات إحصائية مناسبة لطبيعة الموضوع وأهدافه البحثية، كما أظهرت فهماً جيداً للعلاقات بين التسويق الإلكتروني وسلوك المستهلك، ويُعد استخدام الانحدار الخطي وبرنامج AMOS من أبرز نقاط القوة في الدراسة. إلا أن التحليل الإحصائي تضمن عدداً من الملاحظات المنهجية المهمة، من أبرزها: عدم عرض اختبارات الصدق والثبات بصورة واضحة. غياب اختبارات افتراضات الانحدار الخطي. عدم إظهار القيم الفعلية لمؤشرات جودة النموذج. محدودية التفسير النقدي لبعض النتائج. ضعف الربط بين بعض النتائج والفرضيات البحثية. وجود بعض أوجه القصور في تنظيم وعرض الجداول الإحصائية.

## الخلاصة

يمكن تقييم التحليل الإحصائي للدراسة بأنه جيد جداً من حيث اختيار الأدوات الإحصائية وتوظيفها في اختبار الفرضيات، إلا أنه يحتاج إلى مزيد من الدقة المنهجية والتوثيق الإحصائي والتفسير العلمي المتعمق للوصول إلى مستوى الدراسات الأكاديمية المتميزة. كما أن تعزيز جانب الصدق والثبات وعرض مؤشرات جودة النماذج الإحصائية بشكل تفصيلي كان سيمنح النتائج قوة تفسيرية ومصدقية علمية أكبر، ويزيد من إمكانية الاعتماد عليها في اتخاذ القرارات التسويقية والبحثية المستقبلية.





مجموعة جامعة  
الجميع الذكية  
للتعليم القابضة

MIDOCEAN  
UNIVERSITY



# Thank You

