

تطبيق النقد العلمي الذاتي على رسالة الماجستير

التكليف التاسع
دراسات نقدية ٣

الباحث : سعود آل حمد

عنوان رسالة الماجستير

عنوان الدراسة:

The Impact of Antecedents of Customer Satisfaction on Customer Loyalty for Mobile “
Commerce Customers in Saudi Arabia”

إعداد: سعود الحمد

التخصص: إدارة الأعمال

نوع الدراسة: دراسة كمية وصفية تحليلية

الهدف من هذا العرض

- تقديم نقد علمي ذاتي لرسالتي للماجستير.
- تحديد نقاط القوة والضعف بموضوعية وشفافية.
- اقتراح توصيات عملية وعلمية لتحسين وتطوير الدراسة مستقبلاً.

ملخص الدراسة

تهدف الدراسة إلى تحديد أثر عوامل الرضا (مثل سهولة الاستخدام، المنفعة المدركة، الثقة، نية الاستمرار) على ولاء العملاء في تطبيقات التجارة الإلكترونية عبر الجوال في المملكة العربية السعودية.

- اعتمدت الدراسة على منهجية كمية.
- تم استخدام استبانة إلكترونية لجمع البيانات.
- العينة المستخدمة: 100 مشارك من مستخدمي التجارة الإلكترونية في السعودية.

النقد الذاتي – نقاط القوة

- تمتاز الدراسة بمجموعة من الجوانب العلمية والمنهجية المميزة، منها:
- وضوح صياغة المشكلة والأهداف البحثية.
- استخدام منهجية ملائمة (المنهج الكمي) لقياس العلاقات بين المتغيرات.
- بناء إطار نظري شامل وغني بالنظريات المرتبطة (مثل TAM، TRA، TPB، UTAUT).
- دقة التحليل الإحصائي المستخدم ووضوح عرض النتائج.
- تقديم نتائج واضحة حول العلاقات بين الرضا وولاء العملاء.

النقد الذاتي – نقاط الضعف

- إلى جانب نقاط القوة، فإن الدراسة تحتوي على بعض الجوانب التي تحتاج لتحسين، منها:
- حجم العينة الصغير نسبياً (100 مشارك فقط)، مما يضعف تعميم النتائج.
- استخدام طريقة العينة المريحة Convenience Sampling ما قد يؤدي إلى انحياز النتائج.
- الاعتماد على المنهج الكمي فقط دون دمج منهج نوعي يفسر نتائج الدراسة بعمق.
- اقتصار الدراسة على سياق جغرافي واحد (السعودية فقط)، دون مقارنات دولية.
- عدم إدراج عوامل أخرى هامة قد تؤثر على الولاء (مثل جودة المنتج، والتسويق الرقمي).

مقترحات لتحسين الدراسة – (1)

- توسيع حجم وتنوع العينة:
- زيادة عدد المشاركين إلى 300-500 مشارك.
 - استخدام طرق عشوائية أو طبقية في اختيار المشاركين لتحسين إمكانية تعميم النتائج.

مقترحات لتحسين الدراسة – (2)

استخدام المنهجية المختلطة

- إضافة جزء نوعي (مقابلات شخصية، مجموعات بؤرية) لفهم أعمق للعوامل التي تؤثر على ولاء العميل.
- تعزيز النتائج الكمية من خلال تفسيرات نوعية أكثر عمقًا ووضوحًا.

مقترحات لتحسين الدراسة – (3)

إجراء دراسات مقارنة Cross-cultural Studies

- مقارنة نتائج الدراسة مع دول خليجية أو عربية أخرى.
- تحديد ما إذا كانت النتائج خاصة بالسياق السعودي أم أنها قابلة للتعميم إقليميًا.

مقترحات لتحسين الدراسة – (4)

- دراسة متغيرات إضافية:
- إدراج عوامل جديدة مثل:
- جودة المنتج Product Quality
- خدمات ما بعد البيع After-sales Service
- تأثير وسائل التواصل الاجتماعي Social Media Impact
- فاعلية الحملات التسويقية الإلكترونية.

مقترحات لتحسين الدراسة – (5)

- إجراء دراسات طولية Longitudinal Studies
- إجراء دراسات على فترات زمنية مختلفة (سنة أو أكثر) لرصد التغيرات في سلوك المستهلك وولائه.
 - تقديم فهم أعمق للتغيرات التي تحدث عبر الوقت في مجال التجارة الإلكترونية.

مقترحات لتحسين الدراسة – (6)

تقديم توصيات إدارية أكثر تفصيلاً:

- اقتراح حلول تنفيذية واضحة لشركات التجارة الإلكترونية لتحسين ولاء العملاء.
- تقديم خطوات محددة للتسويق وخدمة العملاء والإدارة لتعزيز تطبيق نتائج الدراسة عملياً.

خلاصة التقييم النقدي الذاتي

- قدمت الدراسة مساهمة هامة وواضحة في مجال التجارة الإلكترونية في السعودية.
- رغم قوة المنهجية والتحليل، فإن الدراسة قابلة لمزيد من التطوير من خلال توسيع العينة، وإضافة المنهج النوعي، وتطبيق المقارنات الدولية.
- يمكن للدراسة أن تحقق تأثيرًا أكبر عبر تطبيق التوصيات المقدمة.

توصياتي المستقبلية كباحث

- أوصي باعتماد المنهجية المختلطة لتعزيز فهم النتائج.
- أوصي بتوسيع الدراسة لتشمل متغيرات وعوامل إضافية.
- أوصي بتعزيز التعميم من خلال مقارنة نتائج الدراسة مع دول أخرى في المنطقة.

خاتمة العرض

ختامًا،

إن ممارسة النقد العلمي الذاتي تعد ضرورة هامة للباحث، تساعد في اكتشاف جوانب القوة وتعزيزها، والتعرف على نقاط الضعف ومعالجتها بشكل علمي ومنهجي. أمل أن تساعد التوصيات المقدمة في تطوير البحث الحالي وأبحاثي المستقبلية بشكل عام.

شكراً لكم