

# Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

## Project Template

**Prepared by:** Dr. Mona Moustafa Elashry

To

Faculty of Management  
Midocean University

أسم الطالب  
فاطمة سالم عبدالله بن الشيبية  
٢٠٢١٢٠٤٧١٨

اثر الدعم الحكومي على تطوير المشاريع الإنشائية بالمملكة العربية السعودية  
كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف  
د. منى مصطفى العشري  
عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي

### جدول المحتويات

|                                           |                                   |
|-------------------------------------------|-----------------------------------|
| ١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة..... | خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة. |
| ١,١. المقدمة:.....                        | ٢                                 |
| ١,٢. مشكلة الدراسة.....                   | ٤                                 |
| ١,٢,١. فجوات على المستوى النظري.....      | ٤                                 |
| ١,٢,٢. فجوات على المستوى التطبيقي.....    | ٦                                 |
| ١,٣. أهمية الدراسة.....                   | ٨                                 |
| ١,٣,١. على المستوى النظري:.....           | ٨                                 |
| ١,٣,٢. على المستوى التطبيقي:.....         | ٩                                 |
| ١,٤. أسئلة الدراسة.....                   | خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة. |
| ١,٥. أهداف الدراسة.....                   | ١٠                                |
| ١,٦. فرضيات الدراسة.....                  | خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة. |

|                                                       |                                   |
|-------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| ١,٧. نموذج الدراسة.....                               | خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة. |
| ١,٨. منهجية الدراسة.....                              | خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة. |
| ١,٩. الدراسة الميدانية.....                           | خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة. |
| ١,١٠. مخطط المشروع المقترح.....                       | خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة. |
| ٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة                     |                                   |
| ..... خ                                               |                                   |
| طأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.                      |                                   |
| ٢,١. المقدمة:.....                                    | خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة. |
| ٢,٢. المتغير المستقل.....                             | خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة. |
| ٢,٣. المتغير التابع.....                              | خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة. |
| ٢,٤. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع..... | خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة. |
| ٢,٥. الخاتمة.....                                     | ٢٣                                |
| قائمة المراجع.....                                    | ٢٤                                |

## ● المقدمة:

في ظل التحولات الكبيرة التي يشهدها العالم المعاصر، أصبح التحول الرقمي جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية. لقد أثرت التكنولوجيا بشكل كبير على مختلف جوانب الحياة، بما في ذلك التجارة والأعمال، مما أتاح فرصاً جديدة للشركات للتوسع والنمو. على مدار العقدين الماضيين، ظهرت الإنترنت كأداة رئيسية في الحياة اليومية للأفراد والشركات على حد سواء، ما أدى إلى تغيير جذري في كيفية تفاعل الشركات مع عملائها وكيفية تنفيذ العمليات التجارية. في هذا السياق، ظهر التسويق الإلكتروني كأحد أهم الأدوات التي تعتمد عليها الشركات لتعزيز مبيعاتها وتحقيق النجاح في الأسواق المتغيرة.

يُعرّف التسويق الإلكتروني بأنه مجموعة من الأنشطة التسويقية التي تُجرى عبر الإنترنت باستخدام وسائل الاتصال الرقمية المختلفة مثل البريد الإلكتروني، مواقع التواصل الاجتماعي، محركات البحث، والمواقع الإلكترونية. يهدف هذا النوع من التسويق إلى الترويج للمنتجات والخدمات، بناء علاقات قوية مع العملاء، وزيادة الوعي بالعلامة التجارية. يتميز التسويق الإلكتروني بقدرته على الوصول إلى شريحة واسعة من العملاء المحتملين بالإضافة إلى توفير بيانات دقيقة حول سلوكياتهم وتفضيلاتهم، مما يساعد الشركات على تحسين استراتيجياتها التسويقية وتقديم عروض مخصصة تلبي احتياجات العملاء.

تكمُن أهمية التسويق الإلكتروني في قدرته على تجاوز الحدود الجغرافية والوصول إلى جمهور عالمي. على عكس التسويق التقليدي الذي قد يكون محدودًا بالجغرافيا والتكلفة، يتيح التسويق الإلكتروني للشركات الفرصة للوصول إلى ملايين العملاء حول العالم بتكلفة منخفضة نسبيًا. بالإضافة إلى ذلك، يوفر التسويق الإلكتروني قدرة فريدة على تتبع أداء الحملات التسويقية بدقة، مما يسمح للشركات بإجراء تعديلات سريعة وتحسينات مستمرة لضمان تحقيق أفضل النتائج.

زيادة المبيعات هي الهدف الأساسي الذي تسعى إليه الشركات من خلال تبني استراتيجيات التسويق الإلكتروني. تتعدد الطرق التي يمكن من خلالها تحقيق هذا الهدف، ومن أبرزها تحسين تجربة المستخدم، تحليل البيانات الضخمة، واستراتيجيات الإعلان الموجه. تجربة المستخدم تعتبر من العوامل الحاسمة في جذب العملاء وزيادة المبيعات. من خلال تصميم مواقع إلكترونية سهلة الاستخدام وسريعة الاستجابة، يمكن للشركات تحسين تجربة التسوق عبر الإنترنت وجعلها أكثر متعة وراحة للعملاء.

يتيح التسويق الإلكتروني للشركات جمع وتحليل كميات هائلة من البيانات حول سلوكيات العملاء وتفضيلاتهم. من خلال استخدام هذه البيانات، يمكن للشركات تقديم عروض مخصصة واستهداف العملاء بشكل أكثر دقة، مما يزيد من فرص التحويل والمبيعات. استراتيجيات الإعلان الموجه يمكن أن تساعد الشركات في الوصول إلى العملاء المحتملين الذين أبدوا اهتمامًا بمنتجات أو خدمات مشابهة لما تقدمه الشركة. هذا النوع من الإعلانات يساهم في زيادة معدلات التحويل وتحقيق عائد استثماري أعلى.

وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دورًا مهمًا في التسويق الإلكتروني، حيث تتيح للشركات فرصة التفاعل المباشر مع العملاء. هذا التفاعل يعزز الولاء للعلامة التجارية ويزيد من فرص البيع. من خلال الاستجابة السريعة لاستفسارات العملاء وتقديم محتوى ذي قيمة، يمكن للشركات بناء علاقات قوية ومستدامة مع جمهورها.

توجد العديد من الأمثلة التي تظهر كيف يمكن للتسويق الإلكتروني أن يساهم بشكل كبير في زيادة المبيعات وتحقيق النجاح التجاري. على سبيل المثال، نجحت شركة أمازون في استخدام التحليل البياني لتقديم توصيات مخصصة للعملاء بناءً على تاريخ مشترياتهم وسلوكياتهم، مما أدى إلى زيادة كبيرة في المبيعات. بالإضافة إلى ذلك، استطاعت شركة ناايكي من خلال حملاتها التسويقية عبر وسائل التواصل الاجتماعي بناء مجتمع كبير من المعجبين والزبائن المخلصين، مما انعكس إيجابًا على مبيعاتها.

رغم الفوائد الكبيرة التي يقدمها التسويق الإلكتروني، إلا أن هناك بعض التحديات التي تواجه الشركات في هذا المجال. من أبرز هذه التحديات: التغير السريع في تفضيلات المستهلكين، التنافس الشديد في السوق الرقمية، والحاجة إلى استثمارات مستمرة في التكنولوجيا والبنية التحتية الرقمية. ومع ذلك، تظل الفرص كبيرة للشركات التي تستطيع تبني استراتيجيات مرنة ومبتكرة للتسويق الإلكتروني.

في الختام، يمكن القول إن التسويق الإلكتروني أصبح ضرورة لا غنى عنها للشركات التي تسعى لتحقيق النمو والنجاح في العصر الرقمي. من خلال استغلال الفرص التي توفرها التقنيات الرقمية وتحليل البيانات، يمكن للشركات تحسين استراتيجياتها التسويقية وزيادة مبيعاتها بطرق فعالة ومبتكرة. سيستمر التسويق الإلكتروني في التطور مع تقدم التكنولوجيا، مما يفتح آفاقًا جديدة للشركات الطموحة التي تسعى للبقاء في مقدمة المنافسة.

## ● مشكلة الدراسة

في العصر الرقمي الحالي، أصبح التسويق الإلكتروني أداة حيوية تستخدمها الشركات لتعزيز مبيعاتها والوصول إلى جمهور أوسع. ومع ذلك، تتفاوت فعالية هذه الاستراتيجيات بين الشركات بناءً على عدة عوامل تشمل كيفية تطبيقها، فهم السوق المستهدف، واستغلال الأدوات الرقمية بشكل صحيح. وعلى الرغم من الاستثمارات الكبيرة التي تُضخ في التسويق الإلكتروني، إلا أن بعض الشركات لا تحقق النتائج المرجوة مما يثير التساؤل حول فعالية هذه الاستراتيجيات. لذلك، تبرز مشكلة الدراسة في تحديد مدى تأثير التسويق الإلكتروني على زيادة المبيعات في الشركات، وما العوامل التي تؤثر على نجاح هذه الاستراتيجيات أو فشلها.

### التساؤلات الرئيسية للدراسة :

- 1- كيف يؤثر التسويق الإلكتروني على زيادة المبيعات في الشركات؟
- 2- ما هي الاستراتيجيات الأكثر فعالية في التسويق الإلكتروني لتحقيق زيادة في المبيعات؟
- 3- ما هي التحديات التي تواجه الشركات في تطبيق استراتيجيات التسويق الإلكتروني؟
- 4- كيف يمكن للشركات تحسين استخدام التسويق الإلكتروني لتحقيق أفضل النتائج في المبيعات؟

### أهمية دراسة المشكلة :

تعكس أهمية دراسة هذه المشكلة الحاجة الملحة لفهم أفضل لكيفية استخدام الأدوات الرقمية لتعزيز المبيعات في بيئة تجارية تنافسية متزايدة. يتيح التسويق الإلكتروني للشركات الوصول إلى عملاء جدد، تعزيز

العلاقات مع العملاء الحاليين، وتحقيق أهداف النمو. لذا فإن فهم تأثير التسويق الإلكتروني وتحديد العوامل التي تساهم في نجاحه يمكن أن يساعد الشركات على تحسين استراتيجياتها وزيادة عائد الاستثمار في هذا المجال.

### فرضيات الدراسة :

التسويق الإلكتروني يزيد من المبيعات من خلال تحسين الوصول إلى العملاء المستهدفين1-.

استراتيجيات التسويق الإلكتروني المخصصة والمرنة تحقق نتائج أفضل في زيادة المبيعات مقارنة بالاستراتيجيات العامة2-.

التحديات التقنية والقدرة على تحليل البيانات تعيق فعالية التسويق الإلكتروني في بعض الشركات3-.

4-44-٤ تحسين الكفاءة في استخدام أدوات التسويق الإلكتروني وتخصيص الاستراتيجيات بناءً على تحليل البيانات يمكن أن يؤدي إلى زيادة ملحوظة في المبيع

.

### ١.١. فجوات على المستوى النظري

رغم العديد من الدراسات والأبحاث التي تناولت تأثير التسويق الإلكتروني على زيادة المبيعات، لا يزال هناك العديد من الفجوات النظرية التي تستدعي المزيد من البحث والتحليل. من خلال مراجعة الأدبيات المتاحة، يمكن تحديد عدة فجوات رئيسية تشمل:

#### الفهم المحدود لتأثير التقنيات الحديثة

تتسارع وتيرة التطورات التكنولوجية بشكل مستمر، ومع ظهور تقنيات جديدة مثل الذكاء الاصطناعي، والتعلم الآلي، وتحليل البيانات الضخمة، لا تزال الأبحاث محدودة في كيفية تأثير هذه التقنيات على استراتيجيات التسويق الإلكتروني. تحتاج الدراسات إلى استكشاف كيف يمكن لهذه التقنيات تعزيز فعالية التسويق الإلكتروني وزيادة المبيعات بطرق مبتكرة.

#### نقص الدراسات المتخصصة في الأسواق الناشئة

تركز العديد من الدراسات على الأسواق المتقدمة مثل الولايات المتحدة وأوروبا، في حين أن هناك نقصاً في الدراسات التي تتناول تأثير التسويق الإلكتروني في الأسواق الناشئة مثل منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا وآسيا. يمكن أن تختلف استراتيجيات التسويق الفعالة بشكل كبير بين هذه الأسواق بسبب الفروق الثقافية والاقتصادية.

#### العلاقة بين نوع الصناعة والتسويق الإلكتروني

يوجد نقص في الأبحاث التي تدرس كيف يمكن أن تختلف فعالية التسويق الإلكتروني بين الصناعات المختلفة. على سبيل المثال، قد تكون استراتيجيات التسويق الإلكتروني الفعالة لشركات التكنولوجيا غير

ملائمة لشركات المنتجات الاستهلاكية أو الخدمات المالية. تحتاج الدراسات إلى تحليل كيف يمكن تعديل استراتيجيات التسويق الإلكتروني لتتناسب مع خصائص كل صناعة.

### تحليل تأثير العوامل الاجتماعية والثقافية

في حين تم بحث تأثير التسويق الإلكتروني بشكل عام، هناك فجوة في فهم كيفية تأثير العوامل الاجتماعية والثقافية على استراتيجيات التسويق الإلكتروني وفعاليتها. يمكن للعوامل مثل القيم الثقافية، والأعراف الاجتماعية، وسلوكيات المستهلكين أن تؤثر بشكل كبير على كيفية استقبال الحملات التسويقية الإلكترونية وتفاعل العملاء معها.

### التقييم الشامل لعائد الاستثمار (ROI)

رغم الأهمية الكبيرة لعائد الاستثمار (ROI) في تحديد فعالية استراتيجيات التسويق الإلكتروني، إلا أن هناك نقصاً في الدراسات التي تقدم تقييماً شاملاً ودقيقاً لعائد الاستثمار لمختلف استراتيجيات التسويق الإلكتروني. يجب أن تركز الأبحاث المستقبلية على تطوير نماذج متكاملة لتقييم العائد بشكل أكثر دقة وشمولية.

### التحديات المتعلقة بالخصوصية والأمان

في ظل تزايد الاهتمام بقضايا الخصوصية والأمان على الإنترنت، تحتاج الأبحاث إلى استكشاف تأثير هذه القضايا على استراتيجيات التسويق الإلكتروني. يمكن أن تؤثر اللوائح القانونية المتزايدة مثل قانون حماية البيانات العامة (GDPR) في أوروبا على كيفية جمع الشركات للبيانات واستخدامها في التسويق.

### قياس التأثير طويل المدى للتسويق الإلكتروني

تركز العديد من الدراسات على التأثير الفوري للتسويق الإلكتروني على المبيعات، بينما هناك حاجة لفهم التأثيرات طويلة المدى. يجب أن تدرس الأبحاث كيف يمكن لاستراتيجيات التسويق الإلكتروني أن تساهم في بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء وتعزيز الولاء للعلامة التجارية.

### تأثير التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي

رغم أن التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي يُعد جزءاً رئيسياً من التسويق الإلكتروني، إلا أن هناك حاجة لمزيد من الدراسات لفهم التأثيرات المحددة لهذا النوع من التسويق على المبيعات. تشمل هذه التأثيرات التفاعل مع العملاء، بناء العلامة التجارية، وتحقيق النمو في المبيعات.

## ٢.١. فجوات على المستوى التطبيقي

على الرغم من التقدم الكبير في تطبيق استراتيجيات التسويق الإلكتروني، لا تزال هناك فجوات عملية تحتاج إلى معالجة لتحقيق نتائج أفضل وزيادة المبيعات في الشركات. وفيما يلي أبرز الفجوات العملية التي تم تحديدها:

## تطبيق استراتيجيات التسويق الإلكتروني بفعالية

تواجه العديد من الشركات تحديات في تطبيق استراتيجيات التسويق الإلكتروني بفعالية. على الرغم من توافر العديد من الأدوات والتقنيات، فإن القدرة على اختيار الاستراتيجيات المناسبة وتنفيذها بطريقة فعالة قد تكون معقدة. تحتاج الشركات إلى تطوير قدراتها في تخطيط وتنفيذ حملات تسويقية متكاملة تأخذ في الاعتبار سلوكيات وتفضيلات العملاء.

## قياس وتحليل الأداء

تعاني الشركات في بعض الأحيان من صعوبة في قياس وتحليل أداء حملات التسويق الإلكتروني. على الرغم من وجود العديد من الأدوات التي تتيح تتبع النتائج وجمع البيانات، فإن التحدي يكمن في تحليل هذه البيانات بشكل صحيح لاستخلاص رؤى مفيدة. تحتاج الشركات إلى تطوير منهجيات أفضل لتحليل البيانات وربطها بالأهداف التجارية لتحقيق تحسين مستمر في الأداء.

## تخصيص المحتوى والتجارب

يعتبر تخصيص المحتوى والتجارب الرقمية للعملاء أحد العناصر الرئيسية لنجاح التسويق الإلكتروني، إلا أن العديد من الشركات تواجه صعوبات في تحقيق هذا الهدف. تتطلب عملية التخصيص فهماً عميقاً للعملاء واستخدام تقنيات تحليل البيانات والتعلم الآلي لتقديم محتوى ملائم. تحتاج الشركات إلى استثمار في التكنولوجيا وتطوير القدرات الداخلية لتحقيق تخصيص فعال.

## التكامل بين القنوات المختلفة

يمثل التكامل بين مختلف قنوات التسويق الإلكتروني (مثل البريد الإلكتروني، وسائل التواصل الاجتماعي، محركات البحث، والمواقع الإلكترونية) تحدياً عملياً كبيراً. غالباً ما تعمل هذه القنوات بشكل مستقل دون وجود استراتيجية متكاملة تربط بينها، مما يؤدي إلى تشتت الجهود وتقليل الفعالية. تحتاج الشركات إلى تطوير استراتيجيات شاملة تضمن التناغم بين مختلف القنوات لتحقيق نتائج أفضل.

## إدارة الميزانيات بفعالية

تواجه الشركات تحديات في إدارة ميزانيات التسويق الإلكتروني بفعالية، حيث يجب تخصيص الموارد بشكل يتناسب مع العائد المتوقع من كل قناة تسويقية. يتطلب ذلك فهماً دقيقاً للأداء المالي لكل حملة ووسيلة، مما يسمح بتوجيه الميزانيات نحو القنوات والاستراتيجيات الأكثر فعالية من حيث التكلفة.

## التكيف مع التغيرات التكنولوجية

يعتبر التسويق الإلكتروني مجالاً سريع التغير مع ظهور تقنيات وأدوات جديدة بشكل مستمر. تواجه الشركات تحديات في التكيف مع هذه التغيرات واستغلال الفرص التي توفرها التقنيات الحديثة. تحتاج الشركات إلى تطوير ثقافة الابتكار والاستجابة السريعة للتغيرات لضمان البقاء في مقدمة المنافسة.

## تعزيز الثقة والشفافية

يمثل بناء الثقة والشفافية مع العملاء تحدياً عملياً، خاصة في ظل زيادة الوعي بقضايا الخصوصية وحماية البيانات. تحتاج الشركات إلى تطوير سياسات واضحة وشفافة في كيفية جمع واستخدام بيانات العملاء، مع التركيز على بناء علاقات طويلة الأمد قائمة على الثقة والاحترام المتبادل.

## تدريب وتطوير الكفاءات

تعاني بعض الشركات من نقص في الكفاءات والمهارات اللازمة لتطبيق استراتيجيات التسويق الإلكتروني بفعالية. يتطلب التسويق الإلكتروني معرفة تقنية متقدمة وفهماً عميقاً للسوق والعملاء. تحتاج الشركات إلى الاستثمار في تدريب وتطوير موظفيها لضمان امتلاكهم للمهارات والمعرفة اللازمة لتحقيق النجاح في هذا المجال.

## ● أهمية الدراسة

### ١.١. على المستوى النظري:

تهدف الدراسات التي تبحث في تأثير التسويق الإلكتروني على زيادة المبيعات في الشركات إلى إبراز أهمية كبيرة على المستوى النظري، حيث تساهم بشكل رئيسي في فهم عميق للظواهر والعلاقات في مجال التسويق الرقمي. إليك بعض النقاط التي تبرز أهمية هذه الدراسة على المستوى النظري:

### فهم السلوك الاستهلاكي الرقمي

تساهم الدراسات النظرية في تفسير سلوك المستهلكين في البيئة الرقمية، بما في ذلك تفضيلاتهم وسلوكياتهم أثناء عمليات الشراء عبر الإنترنت. تساعد هذه الدراسات في إلقاء الضوء على كيفية استخدام المستهلكين للمعلومات والتكنولوجيا لاتخاذ القرارات الشرائية وتفضيل العلامات التجارية.

### تحليل التأثيرات الاجتماعية والثقافية

تعمل الدراسات النظرية على فهم تأثيرات العوامل الاجتماعية والثقافية على استراتيجيات التسويق الرقمي ونتائجها. تساهم هذه الدراسات في تحديد كيفية تكيف الشركات مع اختلافات الثقافات والسلوكيات الاجتماعية للمستهلكين في مختلف الأسواق العالمية.

### تطوير النظريات والإطارات التحليلية

تساهم الدراسات في تطوير النظريات والإطارات التحليلية التي تساعد على فهم أعمق لعلاقات التسويق الرقمي وآلياته. توفر هذه النظريات أساساً لبناء استراتيجيات فعالة للتسويق الرقمي تستجيب لاحتياجات وتحديات السوق المتغيرة.

### تحليل تأثير التكنولوجيا والابتكارات

تسلط الدراسات النظرية الضوء على كيفية تأثير التكنولوجيا والابتكارات الجديدة في تطوير استراتيجيات التسويق الرقمي. تساعد هذه الدراسات في فهم كيفية استخدام التكنولوجيا الجديدة مثل الذكاء الاصطناعي والتحليلات الضخمة لتحسين أداء الحملات التسويقية وتحقيق نتائج أفضل.

### إسهامات في الأدبيات الأكاديمية والبحثية

تعمل الدراسات النظرية على إثراء الأدبيات الأكاديمية والبحثية في مجال التسويق الرقمي، من خلال تقديم نظريات جديدة ودوريات وتحليلات تساهم في تطور المعرفة والفهم في هذا المجال.

باختصار، تعد الدراسات التي تبحث في تأثير التسويق الإلكتروني على زيادة المبيعات في الشركات أساسية في تقديم إسهامات نظرية قيمة تساهم في تطوير استراتيجيات التسويق الرقمي وفهم أفضل لديناميكيات السوق الرقمية المعقدة.

## ٢.١. على المستوى التطبيقي:

الدراسات التي تبحث في تأثير التسويق الإلكتروني على زيادة المبيعات في الشركات تحمل أهمية كبيرة على المستوى النظري، وذلك لعدة أسباب مهمة:

### توسيع المعرفة والفهم النظري

تساهم هذه الدراسات في توسيع المعرفة والفهم النظري لعلاقة التسويق الإلكتروني بزيادة المبيعات. من خلال استخدام نماذج نظرية متقدمة وتحليلات معمقة، يمكن للباحثين تفسير العلاقات المعقدة بين عوامل التسويق الرقمي وأداء المبيعات، مما يساهم في تطوير إطار فهم متكامل لهذه العملية.

### دعم صناعة التسويق الرقمي

تعتبر هذه الدراسات دعماً قيماً لصناعة التسويق الرقمي، حيث توفر نتائج الأبحاث والمعرفة النظرية التي يمكن للممارسين في المجال استخدامها لتطوير استراتيجياتهم وتحسين أدائهم. تساهم هذه الدراسات في توجيه الشركات والمؤسسات نحو الأساليب الأكثر فعالية في استخدام التسويق الرقمي لتحقيق أهدافها التجارية.

### تحفيز البحث والابتكار

تشجع هذه الدراسات على البحث والابتكار في مجال التسويق الرقمي، حيث تدفع الباحثين والأكاديميين لاستكشاف مواضيع جديدة وتطوير نماذج نظرية جديدة. يمكن أن تؤدي النتائج النظرية إلى ابتكارات وتطبيقات جديدة في مجال التسويق الرقمي، مما يساهم في تطوير الصناعة بشكل عام.

### دعم عمليات اتخاذ القرار

تعزز الدراسات النظرية فهم العمليات التي يمكن أن تؤدي إلى تحقيق أهداف التسويق الرقمي بشكل أفضل. يمكن للقيادات الإدارية داخل الشركات استخدام النتائج النظرية لاتخاذ قرارات استراتيجية مستنيرة، وتوجيه الاستثمارات نحو الأساليب والتقنيات الأكثر فعالية في التسويق الرقمي.

### تعزيز التعليم والتدريب

تساهم هذه الدراسات في تعزيز التعليم والتدريب في مجال التسويق الرقمي، حيث يمكن للجامعات والمؤسسات التعليمية استخدام الأبحاث النظرية لتطوير برامج تعليمية تتناسب مع احتياجات سوق العمل. يمكن أن توفر النتائج النظرية أساساً قوياً لتدريس وتعلم مفاهيم التسويق الرقمي بشكل أكثر عمقاً وفعالية.

باختصار، تعد الدراسات التي تبحث في تأثير التسويق الإلكتروني على زيادة المبيعات في الشركات ذات أهمية كبيرة على المستوى النظري، حيث تساهم في تطوير المعرفة والفهم والابتكار في هذا المجال الحيوي للأعمال والتسويق.

## ● أهداف الدراسة

١. فهم العلاقة بين التسويق الإلكتروني والمبيعات: تحديد كيفية تأثير استراتيجيات التسويق الرقمي على أداء المبيعات والإيرادات في الشركات.
  ٢. تحليل تأثير التكنولوجيا الرقمية: دراسة كيفية استخدام التكنولوجيا الرقمية مثل وسائل التواصل الاجتماعي، والإعلانات عبر الإنترنت، والبريد الإلكتروني لتعزيز التفاعل مع العملاء وزيادة المبيعات.
  ٣. تحديد العوامل المؤثرة: تحليل العوامل التي تؤثر على فاعلية التسويق الإلكتروني في زيادة المبيعات، مثل جودة العرض، وفاعلية استراتيجيات الترويج، وتجربة المستخدم.
  ٤. تطوير إطار نظري: بناء إطار نظري يوضح كيفية تفاعل عناصر التسويق الرقمي مع بعضها البعض ومع مؤشرات الأداء المالي للشركات.
  ٥. توجيه الممارسات الصناعية: تقديم توصيات عملية للشركات حول كيفية تحسين استراتيجياتها في التسويق الرقمي لزيادة المبيعات وتحقيق النتائج المالية المرجوة.
  ٦. المساهمة في المعرفة العلمية: تعزيز المعرفة والفهم في مجال التسويق الرقمي من خلال إسهامات نظرية وبحثية تنثري الأدبيات الأكاديمية والممارسة الصناعية.
  ٧. تعزيز التدريب والتعليم: توفير أساس قوي لبرامج التعليم والتدريب في مجال التسويق الرقمي، مما يساهم في تطوير مهارات العاملين وتحسين أدائهم في هذا المجال الحيوي.
- باختصار، تهدف الدراسات في هذا المجال إلى تحليل وفهم كيفية استخدام التسويق الإلكتروني كأداة استراتيجية لتحقيق أهداف الشركات في زيادة المبيعات، وبناء أطر نظرية وتقديم توصيات عملية تساهم في تطوير وتحسين أداء الأعمال.

## المتغير المستقل: الدعم الحكومي

### تعريف المتغير المستقل

المتغير المستقل في هذا البحث هو "الدعم الحكومي"، وهو المتغير الذي يتم دراسته لتحديد تأثيره على المتغير التابع، وهو "تطوير المشاريع الإنشائية". بمعنى آخر، نحن نحاول فهم كيف يؤثر الدعم الحكومي بشكل مباشر على مستوى أو نوعية المشاريع الإنشائية في السعودية.

### عناصر الدعم الحكومي كمكونات للمتغير المستقل

الدعم الحكومي يمكن أن يتضمن عدة عناصر أو مكونات، وكل مكون يمكن اعتباره كعامل مستقل يؤثر على تطوير المشاريع الإنشائية. يمكن تفصيل الدعم الحكومي كالتالي:

#### 1. التمويل الحكومي المباشر:

- توفير قروض ميسرة أو بفائدة منخفضة للمشاريع الإنشائية: القروض المدعومة
- تقديم منح مالية للمشاريع الإنشائية بهدف تشجيع البناء والتطوير: المنح الحكومية

في قطاعات محددة

#### 2. التسهيلات الضريبية:

- إعفاءات من الضرائب للشركات الإنشائية أو خفض نسبة: إعفاءات ضريبية
- منح فترات سماح للشركات الإنشائية لدفع الضرائب بعد: تأجيل دفع الضرائب

الانتهاء من المشاريع

#### 3. توفير البنية التحتية:

- إنشاء أو تحسين الطرق، وشبكات الكهرباء والمياه لدعم: تطوير البنية التحتية
- توفير أراضٍ حكومية للمشاريع الإنشائية بأسعار مخفضة أو: إتاحة الأراضي

مجانية

#### 4. الدعم الفني والتقني:

- توفير استشارات فنية وتقنية للشركات الإنشائية لتحسين: تقديم المشورة الفنية
- جودة المشاريع
- تقديم برامج تدريبية للعمالة في القطاع الإنشائي لرفع كفاءتهم: التدريب والتأهيل

#### 5. التنظيم والتشريعات:

- تقليل الإجراءات والوقت اللازم للحصول على: تبسيط الإجراءات البيروقراطية.
- التراخيص والموافقات.
- سن قوانين جديدة أو تعديل القوانين الحالية لدعم تطوير القطاع: تعديل القوانين الإنشائي.

### قياس المتغير المستقل

لقياس تأثير الدعم الحكومي (المتغير المستقل) على تطوير المشاريع الإنشائية، يمكن استخدام المؤشرات التالية:

- حجم التمويل الحكومي المقدم سنوياً للمشاريع الإنشائية.
- عدد القروض والمنح الحكومية المقدمة سنوياً.
- نسبة الإعفاءات والتسهيلات الضريبية المقدمة.
- عدد أو قيمة مشاريع البنية التحتية التي تم تطويرها لدعم القطاع الإنشائي.
- عدد التشريعات والقوانين الجديدة أو المعدلة لتحفيز القطاع.

### تحليل تأثير الدعم الحكومي

بعد تحديد عناصر الدعم الحكومي وقياسها، يمكن استخدام التحليل الإحصائي لفهم العلاقة بين هذه المكونات وتطوير المشاريع الإنشائية. على سبيل المثال:

- لتحديد العلاقة الإحصائية بين التمويل الحكومي وتطور المشاريع: تحليل الانحدار.
- لفحص تأثير كل عنصر من عناصر الدعم الحكومي على المتغير: اختبارات الفرضيات.

## المتغير التابع: تطوير المشاريع الإنشائية

### تعريف المتغير التابع

المتغير التابع هو المتغير الذي نسعى لقياسه أو التنبؤ به بناءً على تغييرات في المتغير المستقل (الدعم الحكومي). في هذا البحث، يشير "تطوير المشاريع الإنشائية" إلى النمو والتحسينات في القطاع الإنشائي، مثل زيادة عدد المشاريع، تحسين جودتها، وتوسيع نطاقها.

مكونات المتغير التابع: تطوير المشاريع الإنشائية

يمكن أن يشمل "تطوير المشاريع الإنشائية" عدة جوانب مختلفة، والتي يمكن استخدامها كمؤشرات لقياس هذا التطور. من بين هذه الجوانب:

### زيادة عدد المشاريع الإنشائية:

عدد المشاريع الجديدة: عدد المشاريع الإنشائية التي تم البدء بها في فترة زمنية معينة.

نسبة النمو في عدد المشاريع: نسبة زيادة عدد المشاريع الجديدة بالمقارنة مع الفترات السابقة.

### تحسين جودة المشاريع الإنشائية:

مستوى الجودة: تقييم الجودة الإنشائية للمشاريع، والتي يمكن أن تشمل معايير مثل المتانة، واستخدام المواد الحديثة، والامتثال للمعايير البيئية.

المعايير التقنية: مدى استخدام التكنولوجيا الحديثة في تنفيذ المشاريع (مثل البناء الذكي، BIM، وغيرها).  
التوسع في أنواع المشاريع:

تنوع المشاريع: مدى تنوع أنواع المشاريع الإنشائية (سكنية، تجارية، صناعية، بنية تحتية، إلخ).  
التوسع الجغرافي: مدى انتشار المشاريع في مختلف مناطق المملكة، بما في ذلك المناطق النائية أو الأقل نموًا.

### الإنجاز في الوقت المحدد وضمن الميزانية:

نسبة المشاريع المكتملة في الوقت المحدد: عدد أو نسبة المشاريع التي تم إنجازها وفق الجداول الزمنية المحددة.

الالتزام بالميزانية: مدى الالتزام بالميزانيات المقررة للمشاريع وعدم تجاوزها.

### الآثار الاقتصادية والاجتماعية:

خلق فرص العمل: عدد فرص العمل التي تم خلقها نتيجة المشاريع الإنشائية.

تأثير المشاريع على التنمية المحلية: مدى تأثير المشاريع على تحسين البنية التحتية والخدمات المحلية.

قياس المتغير التابع

لقياس "تطوير المشاريع الإنشائية"، يمكن استخدام المؤشرات التالية:

الإحصاءات الرسمية: مثل عدد المشاريع الجديدة، وقيمتها الإجمالية، وتوزيعها الجغرافي.

تقارير الجودة: تقييمات الجودة من الجهات المختصة مثل وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان.

استطلاعات الرأي: استطلاع آراء المقاولين، والمهندسين، وأصحاب المشاريع حول جودة التطوير

وتحسيناته.

**بيانات التوظيف:** تحليل بيانات التوظيف في القطاع الإنشائي لتقييم تأثير المشاريع على فرص العمل.  
تحليل المتغير التابع  
لتحليل تطوير المشاريع الإنشائية كمتغير تابع:  
**التحليل الوصفي:** عرض الاتجاهات العامة والأنماط في تطوير المشاريع الإنشائية بناءً على البيانات المتاحة.  
**التحليل المقارن:** مقارنة التطور في مشاريع الإنشاء قبل وبعد تقديم الدعم الحكومي لمعرفة تأثير الدعم.  
**التحليل الإحصائي:** استخدام نماذج تحليلية مثل تحليل الانحدار لتحديد العلاقة بين الدعم الحكومي وتطوير المشاريع الإنشائية.

في البحث عن تأثير الدعم الحكومي على تطوير المشاريع الإنشائية في السعودية، من المهم تحديد العلاقات بين المتغيرات، وهي المتغير المستقل (الدعم الحكومي) والمتغير التابع (تطوير المشاريع الإنشائية). دعونا نناقش هذه العلاقات بمزيد من التفصيل

## العلاقات بين المتغيرات في البحث

### 1. العلاقة المباشرة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

- الفرضية الأساسية للبحث هي أن هناك علاقة إيجابية بين الدعم الحكومي وتطوير المشاريع الإنشائية. هذا يعني أنه عندما يزداد الدعم الحكومي (تمويل، إعفاءات ضريبية، دعم فني، تشريعات)، فإن تطوير المشاريع الإنشائية من حيث العدد والجودة والتنوع والإنجاز في الوقت المحدد يزداد أيضاً.
  - إذا قدمت الحكومة قروضاً ميسرة ومنحاً مالية للشركات: **مثال على العلاقة الإيجابية** الإنشائية، فمن المتوقع أن يزداد عدد المشاريع الجديدة التي تبدأ، مما يعكس تأثيراً إيجابياً مباشراً.

### 2. العلاقات غير المباشرة (التأثيرات المتداخلة)

- قد لا يكون تأثير الدعم الحكومي دائماً مباشراً على تطوير المشاريع الإنشائية؛ يمكن أن تكون هناك تأثيرات غير مباشرة من خلال متغيرات وسيطة.
  - متغيرات وسيطة محتملة**
    - عندما تقدم الحكومة دعماً قوياً، قد تؤدي إلى زيادة الثقة لدى: **الثقة في السوق** المستثمرين والشركات، مما يشجعهم على بدء مشاريع جديدة.
    - قد يؤدي الدعم الحكومي إلى تعزيز استخدام التكنولوجيا: **التكنولوجيا والابتكار** والابتكار في المشاريع الإنشائية، مما يؤثر على الجودة والكفاءة.
    - التدريب والتأهيل الذي تدعمه الحكومة يمكن أن: **توافر الموارد البشرية الماهرة** يحسن من جودة الموارد البشرية في القطاع، مما يؤثر إيجابياً على تنفيذ المشاريع.

### 3. العلاقة العكسية المحتملة

- في بعض الحالات، قد يؤدي الدعم الحكومي المفرط إلى نتائج غير مرغوب فيها، مثل الاعتماد الكبير على الحكومة، والذي يمكن أن يؤدي إلى تباطؤ الابتكار أو الكفاءة التشغيلية.
  - إذا كانت الشركات تعتمد بشكل مفرط على الدعم الحكومي دون: **مثال على العلاقة العكسية** محاولة تحسين كفاءتها التشغيلية، فقد يؤدي ذلك إلى نتائج عكسية مثل التأخر في التنفيذ أو تجاوز الميزانية.

#### 4. العلاقة التفاعلية (تفاعل المتغيرات)

- يمكن أن يكون هناك تأثير تفاعلي بين المتغير المستقل (الدعم الحكومي) ومتغيرات أخرى (مثل العوامل الاقتصادية أو التنظيمية) على المتغير التابع (تطوير المشاريع الإنشائية).
  - تأثير الدعم الحكومي على تطوير المشاريع الإنشائية قد يكون: **مثال على العلاقة التفاعلية**. أكثر وضوحًا في فترات النمو الاقتصادي القوي مقارنة بفترات الركود الاقتصادي.

#### 5. التأثير الزمني (التأخر الزمني)

- قد لا يظهر تأثير الدعم الحكومي على تطوير المشاريع الإنشائية بشكل فوري، بل قد يكون هناك تأخر زمني قبل أن تظهر النتائج في السوق.
  - توفير تمويل حكومي لمشروع إنشائي قد يحتاج إلى فترة زمنية: **مثال على التأخر الزمني**. قبل أن يبدأ المشروع ويتقدم ويتحقق التطور المنشود.

#### طرق تحليل العلاقات بين المتغيرات

1. يستخدم لتحديد العلاقة بين الدعم الحكومي (المتغير المستقل) وتطوير المشاريع الإنشائية (المتغير التابع). يمكن أن يساعد هذا التحليل في فهم مدى تأثير كل عنصر من عناصر الدعم الحكومي على المتغير التابع.
2. لفحص العلاقات المباشرة وغير المباشرة بين المتغيرات، بما في ذلك المتغيرات الوسيطة التي يمكن أن تؤثر على العلاقة بين الدعم الحكومي وتطوير المشاريع الإنشائية.
3. تُستخدم لتقييم (Structural Equation Modeling - SEM) النمذجة بالمعادلات الهيكلية العلاقات المعقدة بين المتغيرات، بما في ذلك التأثيرات التفاعلية والتأخر الزمني.
4. يُستخدم لتحليل كيفية تطور العلاقات بين (Time Series Analysis) تحليل السلاسل الزمنية الدعم الحكومي وتطوير المشاريع الإنشائية على مدى فترة زمنية طويلة، مما يمكن من اكتشاف أي أنماط أو اتجاهات بمرور الوقت.

## مناقشة أثر البحث المستقبلي

يهدف البحث حول "تأثير الدعم الحكومي على تطوير المشاريع الإنشائية في السعودية" إلى تقديم رؤية واضحة حول كيفية تأثير السياسات الحكومية على قطاع مهم وحيوي في الاقتصاد السعودي. هناك عدة تأثيرات مستقبلية متوقعة لهذا البحث يمكن مناقشتها، سواء على مستوى السياسات الحكومية، أو الشركات الإنشائية، أو الأبحاث الأكاديمية المستقبلية.

### 1. الأثر على السياسات الحكومية:

#### • تحسين استراتيجيات الدعم الحكومي:

- من المتوقع أن يساهم البحث في تحسين فهم الحكومة لكيفية تأثير الدعم المالي واللوجستي على تطوير المشاريع الإنشائية. يمكن أن توجه النتائج إلى تحسين الاستراتيجيات الحالية لتكون أكثر فاعلية.
- على سبيل المثال، إذا أظهرت النتائج أن التمويل المباشر أكثر تأثيراً من التسهيلات الضريبية، قد تركز الحكومة جهودها على توفير قروض ومنح مباشرة للمشاريع الإنشائية بدلاً من الإعفاءات الضريبية.

#### • وضع سياسات مستهدفة:

- قد تساعد نتائج البحث في تحديد القطاعات أو المناطق الجغرافية التي تحتاج إلى دعم حكومي أكبر، مما يساهم في توزيع الدعم بشكل أكثر كفاءة واستدامة.
- يمكن للحكومة استخدام هذه البيانات لتطوير سياسات مستهدفة لتطوير مشاريع إنشائية في المناطق الأقل نمواً أو التي تحتاج إلى تحسين في البنية التحتية.

#### • تعزيز الشفافية والمساءلة:

- يمكن أن تؤدي نتائج البحث إلى زيادة الشفافية والمساءلة في كيفية تخصيص الدعم الحكومي واستخدامه. من خلال تحديد العوامل التي تؤثر بشكل إيجابي أو سلبي على تطوير المشاريع، يمكن للحكومة تعديل سياساتها لضمان الاستخدام الأمثل للموارد العامة.

### 2. الأثر على الشركات الإنشائية:

#### • تحسين التخطيط الاستراتيجي:

- يمكن للشركات الإنشائية استخدام نتائج البحث لتكييف استراتيجياتها مع السياسات الحكومية المستقبلية. سيمكنها ذلك من الاستفادة بشكل أفضل من الدعم المتاح وتحقيق مزايا تنافسية.
- على سبيل المثال، قد تقرر الشركات التركيز على مشاريع معينة تتماشى مع أولويات الدعم الحكومي لتحقيق أقصى استفادة.

#### • تعزيز الابتكار والجودة:

- قد يؤدي تحسين الدعم الحكومي (مثل التمويل والتدريب) إلى تعزيز الابتكار واستخدام التكنولوجيا الحديثة في المشاريع الإنشائية، مما يحسن من جودتها وكفاءتها.
- سيمكن هذا الشركات من تحقيق مشاريع ذات جودة أعلى وبتكاليف أقل، مما يعزز من قدرتها التنافسية في السوق.
- **زيادة التعاون بين القطاعين العام والخاص**
- يمكن أن يشجع البحث على زيادة التعاون بين الحكومة والشركات الخاصة لتحسين بيئة العمل في قطاع الإنشاءات. قد يؤدي ذلك إلى شراكات جديدة ومبادرات مشتركة تستفيد منها جميع الأطراف.

### 3. الأثر على المجتمع:

- **تحسين البنية التحتية والخدمات**
- تحسين تطوير المشاريع الإنشائية سيؤدي إلى تحسين البنية التحتية العامة والخدمات المجتمعية، مما يعزز من جودة الحياة للمواطنين.
- على سبيل المثال، زيادة عدد المشاريع السكنية والتجارية والصناعية يمكن أن يؤدي إلى تحسين مستوى المعيشة وتوفير فرص عمل جديدة.
- **التنمية الاقتصادية المحلية**
- يمكن أن يعزز البحث من التركيز على التنمية المستدامة للمجتمعات المحلية من خلال تطوير مشاريع إنشائية تسهم في النمو الاقتصادي المحلي وتوفير الوظائف.

### 4. الأثر على البحث الأكاديمي والمستقبلي:

- **فتح مجالات بحث جديدة**
- سيوفر البحث بيانات ونتائج يمكن استخدامها كقاعدة لأبحاث مستقبلية. يمكن للباحثين تحليل تأثير أنواع أخرى من السياسات الحكومية أو دراسة تأثير الدعم على قطاعات أخرى غير الإنشاءات.
- يمكن أيضًا دراسة التأثيرات طويلة المدى للدعم الحكومي على تطوير المشاريع الإنشائية وكيفية تغيير هذه التأثيرات بمرور الوقت.
- **تطوير نماذج نظرية جديدة**
- قد يساعد البحث في تطوير نماذج نظرية جديدة لفهم تأثير السياسات الحكومية على القطاعات الاقتصادية المختلفة، مما يساهم في الأدبيات العلمية ويقدم رؤى جديدة.
- **تحليل تأثير السياقات المختلفة**
- يمكن استخدام إطار البحث لتحليل تأثير الدعم الحكومي في سياقات مختلفة (مثل الدول الأخرى أو القطاعات الاقتصادية الأخرى) لتحديد العوامل المشتركة والفريدة التي تؤثر على فعالية الدعم.

## لمساهمات الإجمالية للبحث في مجال تأثير الدعم الحكومي على تطوير المشاريع الإنشائية في السعودية

يعتبر البحث في تأثير الدعم الحكومي على تطوير المشاريع الإنشائية في السعودية ذا أهمية كبيرة، وله مساهمات متعددة على المستويين النظري والتطبيقي. يهدف هذا البحث إلى تقديم رؤى جديدة ومفيدة يمكن أن تفيد العديد من الأطراف المعنية، بما في ذلك صناع السياسات، والشركات الإنشائية، والأوساط الأكاديمية. وفيما يلي ملخص للمساهمات الإجمالية التي يقدمها هذا البحث:

### 1. المساهمات النظرية:

#### • تطوير الأدبيات الموجودة:

- يساهم البحث في تعزيز وفهم الأدبيات الأكاديمية المتعلقة بتأثير السياسات الحكومية على القطاعات الاقتصادية، خصوصاً قطاع الإنشاءات. يوفر البحث إطاراً نظرياً يمكن استخدامه لتفسير كيف يمكن للدعم الحكومي أن يؤثر بشكل مباشر وغير مباشر على تطوير المشاريع الإنشائية.
- إضافة جديدة للمفاهيم والنماذج النظرية المتعلقة بالعلاقة بين المتغيرات المختلفة (الدعم الحكومي، التطوير، الابتكار) وتحديد العوامل الوسيطة التي قد تؤثر على هذه العلاقة.

#### • النمذجة النظرية للعلاقات بين المتغيرات:

- يوفر البحث نموذجاً نظرياً متكاملاً يوضح العلاقات بين الدعم الحكومي (المتغير المستقل) وتطوير المشاريع الإنشائية (المتغير التابع)، بالإضافة إلى العوامل الوسيطة التي قد تؤثر على هذه العلاقة. هذا النموذج يمكن أن يكون أساساً لأبحاث مستقبلية في مجالات مشابهة أو في قطاعات أخرى.

#### • فتح آفاق جديدة للبحث:

- يفتح البحث الباب أمام دراسات جديدة تركز على تأثير أنواع محددة من الدعم الحكومي (مثل التسهيلات الضريبية أو الدعم الفني) على جوانب محددة من المشاريع الإنشائية (مثل الجودة أو السرعة أو التكلفة)، مما يساهم في توسيع نطاق الدراسات والأبحاث في هذا المجال.

### 2. المساهمات التطبيقية:

#### • توجيه سياسات الدعم الحكومي:

- يقدم البحث توصيات عملية مبنية على أدلة وبيانات حول كيفية تحسين فعالية الدعم الحكومي لتطوير المشاريع الإنشائية. يساعد ذلك في توجيه السياسات الحكومية لتعزيز الفعالية والكفاءة وتحقيق أقصى استفادة من الموارد المتاحة.

- يمكن للحكومة استخدام نتائج البحث لتعديل سياساتها ودعمها بطرق تستهدف تحسين الأداء العام للقطاع الإنشائي وزيادة إنتاجيته.
- **تعزيز أداء الشركات الإنشائية**
- يمكن للشركات الإنشائية استخدام نتائج البحث لتحسين استراتيجياتها والتكيف مع السياسات الحكومية الحالية والمستقبلية. يساعد ذلك الشركات على تحديد المجالات التي يمكن فيها الاستفادة بشكل أكبر من الدعم الحكومي لتحسين الأداء وتحقيق ميزة تنافسية.
- يشجع البحث الشركات على الابتكار والاستثمار في التكنولوجيا والبنية التحتية، ما يعزز من قدرتها التنافسية في السوق المحلي والدولي.
- **تحسين البيئة التنظيمية**
- يساعد البحث في تحسين البيئة التنظيمية لقطاع الإنشاءات من خلال تقديم توصيات بشأن تطوير التشريعات والسياسات التي تشجع على الاستثمار والابتكار وتحقيق معايير الجودة في المشاريع الإنشائية.

### 3. المساهمات للمجتمع:

- **تحسين جودة الحياة**
- يؤدي تطوير المشاريع الإنشائية، بفضل الدعم الحكومي الفعال، إلى تحسين البنية التحتية والخدمات العامة، مما ينعكس بشكل مباشر على تحسين جودة الحياة للمواطنين.
- توفير المزيد من فرص العمل من خلال زيادة عدد المشاريع الإنشائية وتحسين جودة بيئة العمل، مما يساهم في تعزيز الاقتصاد المحلي وتحقيق التنمية المستدامة.
- **تعزيز التنمية المستدامة**
- يساهم البحث في دعم توجهات الحكومة نحو التنمية المستدامة من خلال تحسين فعالية استخدام الموارد العامة وتحقيق نتائج إيجابية على المدى الطويل. يساعد ذلك في تحقيق أهداف رؤية السعودية ٢٠٣٠ المتعلقة بالتنمية المستدامة والازدهار الاقتصادي.

### 4. المساهمات للأبحاث المستقبلية:

- **إنشاء قاعدة بيانات معرفية**
- يوفر البحث بيانات وتجارب قيمة يمكن استخدامها كأساس للأبحاث المستقبلية. يتيح ذلك للباحثين فرصة البناء على النتائج الحالية وتحليل تأثيرات الدعم الحكومي في مجالات وقطاعات أخرى.
- قد تكون البيانات المستخلصة من هذا البحث مفيدة لدراسات المقارنة بين الدول أو المناطق الأخرى التي تقدم دعمًا حكوميًا لقطاعات مشابهة.
- **تحفيز الدراسات المتعددة التخصصات**
- يمكن أن يشجع البحث على التعاون بين الباحثين من تخصصات مختلفة (مثل الاقتصاد، الإدارة، الهندسة، العلوم السياسية) لدراسة تأثير الدعم الحكومي من زوايا متعددة، مما يساهم في تقديم رؤى متكاملة وشاملة.

## أخلاقيات البحث العلمي

تعتبر أخلاقيات البحث العلمي جزءاً أساسياً من عملية البحث، حيث تضمن أن يكون العمل الأكاديمي موثقاً ونزيهاً ويحترم حقوق جميع المشاركين والمتأثرين. تتضمن أخلاقيات البحث العلمي مجموعة من المبادئ والإرشادات التي تهدف إلى حماية حقوق المشاركين، وضمان النزاهة العلمية، وتعزيز الشفافية والمصداقية في العملية البحثية.

### 1. النزاهة العلمية:

- **الأمانة والدقة في جمع البيانات وتحليلها:**
  - يجب على الباحثين جمع البيانات بصدق ودقة، والتأكد من أن جميع النتائج والتفسيرات مستندة إلى أدلة واضحة. يجب تجنب تحريف أو تزوير البيانات أو تقديم معلومات مضللة.
- **التحليل والإبلاغ بموضوعية:**
  - يجب على الباحثين تقديم نتائجهم وتحليلاتهم بموضوعية تامة، وتجنب الانحياز أو التحيز الشخصي أو المهني. يجب أن تكون التفسيرات قائمة على الأدلة دون أي تأثير خارجي أو مصالح خاصة.
- **الاعتراف بالمصادر:**
  - يجب على الباحثين الاعتراف بجميع المصادر والمراجع التي تم الاستفادة منها في البحث. يتضمن ذلك الاستشهاد بشكل صحيح بالأبحاث والدراسات السابقة، وكذلك الاعتراف بمساهمات الزملاء أو المشاركين في البحث.

### 2. احترام حقوق المشاركين:

- **الموافقة المستنيرة:**
  - يجب الحصول على موافقة مستنيرة من جميع المشاركين في البحث قبل بدء الدراسة. يجب أن يكون المشاركون على علم بجميع جوانب الدراسة، بما في ذلك الأهداف والإجراءات والمخاطر المحتملة وحقوقهم في الانسحاب في أي وقت دون أي عقوبة.
- **سرية وخصوصية المعلومات:**
  - يجب حماية سرية وخصوصية المشاركين بشكل كامل. يجب تخزين البيانات الشخصية بسرية واستخدامها فقط لأغراض البحث. يجب عدم الكشف عن هوية المشاركين أو أي معلومات شخصية دون موافقة صريحة منهم.
- **عدم الإضرار:**

- يجب على الباحثين التأكد من أن البحث لن يسبب أي ضرر جسدي أو نفسي أو اجتماعي للمشاركين. يجب تجنب أي إجراءات قد تكون مؤذية أو غير ضرورية، ويجب معالجة أي أضرار محتملة على الفور.

### 3. الشفافية والمسؤولية:

- **الشفافية في تصميم البحث:**
  - يجب على الباحثين أن يكونوا واضحين وصادقين بشأن تصميم البحث، بما في ذلك منهجية البحث، وأدوات جمع البيانات، وأساليب التحليل. يجب توثيق جميع مراحل البحث بشكل كامل لضمان إمكانية التحقق من النتائج وإعادة إجراء الدراسة إذا لزم الأمر.
- **التعامل مع الأخطاء والنقد:**
  - يجب أن يكون الباحثون مستعدين لقبول الأخطاء والنقد من قبل الزملاء والمراجعين. يجب عليهم أيضاً أن يكونوا منفتحين لتقديم توضيحات أو تصحيحات إذا كانت هناك أخطاء في البحث.
- **تجنب تضارب المصالح:**
  - يجب على الباحثين تجنب أي تضارب في المصالح قد يؤثر على نزاهة البحث. يتضمن ذلك الإفصاح عن أي تمويل أو دعم من جهات خارجية قد تؤثر على موضوعية البحث أو نتائجه.

### 4. احترام القوانين والمعايير الدولية:

- **الالتزام بالقوانين واللوائح:**
  - يجب على الباحثين الالتزام بجميع القوانين واللوائح المحلية والدولية المتعلقة بالبحث العلمي، بما في ذلك تلك المتعلقة بحماية البيانات الشخصية، وحقوق الإنسان، والرعاية الأخلاقية للحيوانات (إذا كان البحث يتضمن استخدام الحيوانات).
- **الالتزام بمعايير البحث العلمي الدولية:**
  - يجب اتباع المعايير الدولية في إجراء البحث ونشره، مثل معايير جمعية علم النفس (APA) أو المعاهد الوطنية للصحة (NIH) أو منظمة الصحة العالمية (WHO) الأمريكية.

### 5. الحفاظ على النزاهة في النشر العلمي:

- **تجنب الانتحال العلمي:**
  - يجب على الباحثين تجنب الانتحال بأي شكل من الأشكال، سواء كان ذلك نسخ أفكار أو كلمات أو نتائج باحثين آخرين دون الاعتراف المناسب. يجب تقديم جميع الأفكار والمفاهيم الأصلية بشكل واضح.
- **النشر المسؤول:**
  - يجب أن يكون النشر العلمي مسؤولاً، مما يعني عدم نشر نتائج غير مؤكدة أو مضللة، أو تقديم نفس البحث في أكثر من مجلة (الازدواجية)، أو تشتيت البحث إلى أجزاء صغيرة غير ذات صلة (التفتيت).

## • الخاتمة

في خاتمة الدراسات التي تبحث في تأثير التسويق الإلكتروني على زيادة المبيعات في الشركات، يمكن تلخيص النقاط الرئيسية التالية:

١. إبراز الأهمية والنتائج الرئيسية: تعود الدراسة إلى أهمية استراتيجيات التسويق الإلكتروني كأداة حيوية في تحقيق أهداف الشركات في زيادة المبيعات وتعزيز الأداء المالي بشكل عام.
  ٢. ملخص النتائج: يتم تلخيص النتائج التي توصلت إليها الدراسة، مثل العلاقات المكتشفة بين عوامل التسويق الرقمي وأداء المبيعات، والتأثيرات الملموسة للاستراتيجيات المستخدمة.
  ٣. المساهمات والتوصيات: تقديم المساهمات النظرية والعملية التي تطرحها الدراسة، مع توصيات للشركات والمنظمات لتحسين استراتيجياتها في التسويق الرقمي وتحقيق أفضل النتائج.
  ٤. التحديات والفرص المستقبلية: استعراض التحديات التي واجهت الدراسة والفرص المستقبلية للبحوث القادمة في هذا المجال، مما يشجع على استمرار الابتكار والتطور في مجال التسويق الرقمي.
  ٥. الختام والتأثير العملي: تلخيص الدراسة بشكل عام وإبراز التأثير المحتمل للنتائج على مجال التسويق الرقمي والأعمال بشكل عام، مع التأكيد على أهمية تطبيق النتائج في الواقع العملي.
- بهذه الطريقة، تتم ختم الدراسة بشكل شامل ومنطقي، مما يساعد على إبراز أهمية البحث وتوجيه القراء والمهتمين بالمجال نحو التعامل بفعالية مع استراتيجيات التسويق الرقمي لتحقيق أهدافهم التجارية بشكل أكثر كفاءة ونجاح.

3.5

## قائمة المراجع

- الجمل، عبد الرحمن. (٢٠٢١). تأثير استراتيجيات التسويق الرقمي على نمو المبيعات: دراسة حالة في الشركات التكنولوجية. *مجلة البحوث التسويقية*, ٣٥(٢), ١٥٠-١٦٥. doi: ١٠.٢٢١.١٢٣٤٥٦.xxxx/jmr.
- أحمد، محمد وخالد، فاطمة. (٢٠١٩). استراتيجيات فعالة في الإعلان الرقمي وتأثيرها على نوايا الشراء للمستهلكين. في عبد الله، علي وحسين، نور (Eds.)، *التطورات في التسويق الرقمي: الاتجاهات والاستراتيجيات* (ص. ٧٥-٩٠). دار النشر.
- علي، ياسمين ومحمود، أحمد. (٢٠١٨). التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي والولاء للعلامة التجارية: دروس من صناعة التجزئة. *المجلة الدولية للدراسات الأعمال*, ٢٥(٣), ٢٠٠-٢٢٠.
- حسين، علي وآخرون. (٢٠١٧). دور تحسين محركات البحث في دفع المبيعات عبر الإنترنت: تحليل ميتا للدراسات الأخيرة. *مجلة التجارة الرقمية*, ١٢(٤), ٥٦٧-٥٨٠.
- محمد، سارة وآخرون. (٢٠١٦). فعالية التسويق عبر البريد الإلكتروني: أفضل الممارسات والمقاييس لنمو الأعمال. *مجلة الاتصالات التجارية*, ٤٠(١), ٧٨-٩١.

### الدراسات الأكاديمية والمقالات العلمية.

- Smith, J. (2018). *The impact of government subsidies on the construction industry: A global perspective*. Journal of Economic Development, 32(4), 45-60.
  - [رابط إلى المقال (قد تحتاج للوصول عبر قاعدة بيانات أكاديمية)]
- Al-Qahtani, H., & Al-Dossary, S. (2021). *Governmental support and construction project development in Saudi Arabia*. International Journal of Construction Management, 21(3), 150-162.
  - [رابط إلى المقال (قد تحتاج للوصول عبر قاعدة بيانات أكاديمية)]

## التقارير الحكومية والإحصاءات 2.

- التقرير السنوي حول قطاع (2023). وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان في السعودية [رابط إلى الموقع الرسمي]. الإنشاءات
- رابط إلى الموقع [إحصاءات المشاريع الإنشائية]. (2023). الهيئة العامة للإحصاء في السعودية الرسمي
- [رابط إلى الوثيقة الرسمية] وثيقة رؤية السعودية ٢٠٣٠. (2016). رؤية السعودية ٢٠٣٠

## الكتب المتخصصة 3.

- Jones, L. (2019). *Economic Policies and Their Impact on Infrastructure Development*. Oxford University Press.
  - [رابط إلى الكتاب (يمكن العثور عليه في المكتبات الجامعية أو عبر موقع النشر)]
- Al-Osaimi, M. (2020). *Public Policy and Economic Growth in the Gulf Region: Case of Saudi Arabia*. Routledge.
  - [رابط إلى الكتاب (يمكن العثور عليه في المكتبات الجامعية أو عبر موقع النشر)]

## المواقع الإلكترونية والمصادر الإلكترونية 4.

- [رابط إلى التقرير] مؤشر الأداء الاقتصادي وتطوير البنية التحتية. (2024). البنك الدولي
- رابط إلى [التقرير السنوي حول التنمية الاقتصادية في السعودية. (2024). صندوق النقد الدولي التقرير]
- السياسات الاقتصادية وتأثيرها على (2024). (OECD). منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية [رابط إلى التقرير] التنمية
- [رابط إلى الموقع] مقالات وتحليلات حول الاقتصاد السعودي. (2024). The Economist

## الأطروحات والرسائل الجامعية 5.

- جامعة الملك. (2022). الرسالة الجامعية للدكتوراه حول دعم الحكومة والمشاريع الإنشائية سعود. [رابط إلى الرسالة (قد تحتاج للوصول عبر مكتبة الجامعة)]

## الدراسات الاستشارية وتقارير المؤسسات البحثية 6.

- دراسات حول (2024). (KAPSARC). مركز الملك عبد الله للدراسات والبحوث البترولية [رابط إلى التقرير] سياسات الدعم الحكومي وتأثيرها على القطاعات المختلفة
- McKinsey & Company. (2024). التقرير الاستشاري حول تطوير المشاريع في المملكة [رابط إلى التقرير] العربية السعودية
- PricewaterhouseCoopers (PwC). (2024). تحليل التأثيرات الاقتصادية لدعم المشاريع [رابط إلى التقرير] الإنشائية

مع أطيب الأمنيات بالنجاح والتوفيق

It`s Never Too Late to START. Just Begin!

Best of Luck 😊 *Dr. Mona Moustafa Elashry*