

دراسات نقدية

د.ريما حمودي

اليوم سوف نتناول ورقة بحثية بعنوان (أثر التفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك مستهلكي جيل الألفية)

شيماء فخري فريد ابراهيم

[لرابط للبحث: https://journals.ekb.eg/article_222025.html](https://journals.ekb.eg/article_222025.html)

سوف نبدأ أولاً بعرض أهمية البحث :

تتمثل أهمية هذا البحث في عدة جوانب أساسية:

1. فهم سلوك المستهلك المعاصر:

- التأثير العميق لوسائل التواصل الاجتماعي: يقدم البحث تحليلاً دقيقاً لكيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي بشكل مباشر على سلوك المستهلك، خاصة جيل الألفية.
- النظرية العولمة والتفاعل: يستند البحث إلى نظريات حديثة لتفسير سلوك المستهلك في ظل العولمة والتفاعل المتزايد عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

2. توفير رؤى تسويقية قيمة:

- تحسين الأنشطة التسويقية: يزود الشركات بمعلومات قيمة تساعد على تطوير استراتيجيات تسويقية أكثر فعالية.
- تخصيص الرسائل: يساعد الشركات على فهم احتياجات المستهلكين وتفضيلاتهم، مما يتيح لهم تخصيص رسائلهم التسويقية بشكل أفضل.
- الاستفادة من التكنولوجيا: يشجع الشركات على تبني أحدث التقنيات والوسائل للتواصل مع المستهلكين.

3. المساهمة في تطوير المعرفة الأكاديمية:

- توسيع نطاق البحث: يضيف البحث إلى المعرفة الموجودة حول سلوك المستهلك والتسويق الرقمي.
- ربط النظرية بالتطبيق: يربط البحث بين النظريات الأكاديمية والتطبيقات العملية في عالم الأعمال..

4. الاستجابة للتغيرات التكنولوجية:

- الاقتصاد الرقمي: يعكس البحث أهمية الاقتصاد الرقمي والتسويق الإلكتروني في عالم الأعمال الحديث.
- التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي: يسلط الضوء على الدور المتزايد للتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي في الوصول إلى المستهلكين.
- 5. أهمية خاصة للسوق المصري:

- التعريف بأهمية وسائل التواصل الاجتماعي: يزيد الوعي لدى الشركات المصرية بأهمية وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على المستهلكين.
- تغيير لغة التفاعل: يشجع الشركات على تغيير لغة ووسائل وآليات التفاعل مع المستهلكين لتناسب مع التطورات التكنولوجية الحديثة.

نقدي الشخصي لأهمية البحث

نقاط القوة

- فهم سلوك المستهلك: تساهم الدراسة في فهم أعمق لسلوك المستهلك، خصوصًا جيل الألفية، وهو أمر حيوي للشركات.
- تحسين الأنشطة التسويقية: توفر الدراسة معلومات قيمة يمكن للشركات الاستفادة منها لتحسين استراتيجياتها التسويقية.
- المساهمة في المعرفة الأكاديمية: تضيف الدراسة إلى المعرفة الموجودة حول سلوك المستهلك والتسويق الرقمي.
- الاستجابة للتغيرات التكنولوجية: تسلط الدراسة الضوء على أهمية التكنولوجيا الحديثة في التسويق.

نقاط القوة الإضافية التي يمكن ذكرها:

- التركيز على السوق المصري: تركز الدراسة على السوق المصري، مما يجعلها ذات أهمية خاصة للشركات المحلية.
- الربط بين النظرية والتطبيق: تربط الدراسة بين النظريات الأكاديمية والتطبيقات العملية في مجال التسويق.
- المساهمة في تطوير السياسات: يمكن أن تساهم نتائج الدراسة في تطوير سياسات تسويقية أكثر استدامة وفعالية.

- **تلبية احتياجات الشركات:** يقدم البحث إجابات على تساؤلات مهمة تواجه الشركات حول كيفية الوصول إلى المستهلكين والتأثير عليهم.
- **الاستفادة من الفرص التسويقية:** يساعد البحث الشركات على الاستفادة من الفرص التسويقية الجديدة التي تتيحها وسائل التواصل الاجتماعي.
- **تجنب المخاطر:** يساعد البحث الشركات على تجنب المخاطر المحتملة الناتجة عن عدم فهم سلوك المستهلك وتغيراته.
-

نقاط يمكن العمل على تحسينها :

- لقد وجدت انه قد يكون من المفيد أن تتعمق الدراسة في تحليل العوامل التي تؤثر على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك المستهلك، مثل نوع المحتوى، شخصية المستهلك، وعوامل ثقافية واجتماعية أخرى.
- يمكن مقارنة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على مختلف القطاعات (مثل السلع الاستهلاكية، الخدمات، التكنولوجيا) لتحديد الاختلافات والتشابهات.
- يمكن للدراسة أن تتطرق إلى التنبؤ بالاتجاهات المستقبلية في مجال التسويق الرقمي، بناءً على النتائج التي توصلت إليها.
- يمكن مناقشة الجوانب الأخلاقية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التسويق، مثل الخصوصية والتلاعب بالسلوك.
-
- **باختصار،** هذه الدراسة تقدم إسهامًا قيمًا في مجال التسويق الرقمي. ومع ذلك، يمكن تعزيز قيمتها من خلال إجراء تحليلات أعمق، ومقارنة النتائج بأسواق أخرى، والتنبؤ بالاتجاهات المستقبلية.

التوثيق : شيماء فخري فريد إبراهيم. "أثر التفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك
مستهلكي جيل الألفية." (مجلة البحوث الإدارية 39(4). أكتوبر (2021)