

أولاً: وضوح نوع المنهجية وتناسبها مع الموضوع (2/3) —

ما هو موجود: اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وهو منهج مناسب من حيث المبدأ لدراسة استراتيجيات التسويق عبر تحليل الأدبيات ودراسة الحالات. وقد ذكر أيضاً المنهج الكيفي لتحليل البيانات المستخلصة من المراجع.

الإشكاليات: ثمة تناقض منهجي واضح وجوهري في البحث؛ فالباحث يصنف دراسته على أنها ذات منهج وصفي تحليلي نظري، غير أنه في الوقت ذاته يُدرج أدوات جمع بيانات ميدانية كالمقابلات والاستبيانات، مما يجعل الإطار المنهجي ملتبساً. فضلاً عن ذلك، يبدو أن البحث في حقيقته دراسة مكتبية تحليلية بامتياز، إذ لا دليل على أن هذه الأدوات الميدانية قد طُبِّقت فعلاً، مما يجعل الوصف المنهجي أكبر من الإنجاز الفعلي.

ثانياً: شمولية أدوات جمع البيانات وكيفية استخدامها (1/2) —

ما هو موجود: حدّد الباحث ثلاث أدوات: تحليل الوثائق، والمقابلات شبه المنظمة، والاستبيانات. وبيّن الهدف من كل أداة.

الإشكاليات: النقطة الأضعف في هذا المحور هي غياب الدليل على التطبيق الفعلي؛ فالنتائج الواردة في القسم الأخير تتضمن إحصاءات دقيقة جداً، كـ 75% من المستفيدين يعتمدون على انستغرام، و80% يفضلون المنتجات ذات القيمة الاجتماعية، دون أن يُذكر حجم العينة الفعلي أو تاريخ التطبيق أو الجامعة التي جُمعت منها البيانات. هذا يُشير إلى احتمال أن هذه الأرقام تقديرية أو مستنتجة وليست نتاج قياس حقيقي.

ثالثاً: دقة وصف إجراءات جمع البيانات ووضوح الخطوات (2/3) —

ما هو موجود: الإطار التطبيقي جاء مفصلاً نسبياً، إذ وُضعت خطوات لكل أداة على حدة، وُحّد برنامج SPSS للتحليل، وُذكر مقياس ليكرت، واقتُرحت أسئلة نموذجية للمقابلات والاستبيانات.

الإشكاليات: رغم جودة الوصف الشكلي، يفتقر البحث إلى تحديد حجم العينة الفعلي بدقة، حيث تتراوح الأرقام المذكورة بين 5-10 مقابلات و150-200 استبيان دون تبرير إحصائي. كما أن العينة القصدية المختارة (جامعة الزقازيق ودمياط) لم يُوضَّح أساس اختيارها المنهجي، ولا يُعرف إن كانت قد وافقت على المشاركة فعلاً.

رابعاً: تناسق المعلومات وترابط الأفكار في التصميم (1/2) —

الإشكاليات الرئيسية: يعاني البحث من فجوة واضحة بين ما يُعد به تصميم البحث في البداية وما تقدمه النتائج في النهاية؛ فتحليل الانحدار المُشار إليه في النتائج ($\beta = 0.45$) يستلزم بيانات كمية حقيقية لم تُجمع بشكل موثق. كذلك، تتداخل النتائج المستخلصة من الأدوات الثلاث دون تمييز واضح لمصادرها، مما يُفقد التصميم المنهجي تماسكه.

الدرجة الكلية (6/10) :

الدرجة الممنوحة الدرجة المستحقة المعيار

وضوح المنهجية وتناسبها	3	2
شمولية أدوات البيانات	2	1
دقة الإجراءات ووضوح الخطوات	3	2
تناسق المعلومات وترابط الأفكار	2	1
المجموع	10	6

الملاحظة الجوهرية للباحث: القيمة الحقيقية للبحث تكمن في إطاره النظري الثري وتحليله للدراسات السابقة، لكن التصميم المنهجي يحتاج إما إلى تطبيق ميداني فعلي يُوثق بدقة، أو الاكتفاء بتسمية البحث دراسة تحليلية نظرية دون ادعاء جمع بيانات لم تتحقق.