

تأثير المحتوى الذي ينشئه المستخدمون على وسائل
التواصل الاجتماعي على صورة المنتجات في المملكة
العربية السعودية

محمد عويس د. إشراف | هند فريد البيبي :إعداد

2024 | ماجستير التسويق الرقمي

هند فريد البيبي



Chapter

01

جدول مقارنة الدراسات السابقة



، Zhang 2016 ، Boerman 2017 مقارنة تحليلية بين
والدراسة الحالية 2020 ، عزت 2019 الحريري



جدول مقارنة الدراسات السابقة

الباحث والسنة	الهدف الرئيسي	المنهجية	العينة	الأدوات	الفجوة / القصور
Zhang et al., 2016	دور محتوى المؤثر في التأثير على سلوك المعجبين	كمي	متابعو تويتر	استبيان إلكتروني	تجاهل تأثير نوع المحتوى على القرار الشرائي
Boerman et 2017al.,	تحليل المحتوى الترويجي لمؤثرين في السياحة والموضة	كمي/تحليلي	10 صفحات فيسبوك	تحليل مضمون كمي	لا يناقش صورة المنتج — يركز على المشاعر الإيجابية فقط
الحريري، 2019	تأثير التسويق بالمؤثرين على قيمة العلامة التجارية	وصفي تحليلي	532 طالباً يمينياً	استبانة + انحدار	اقتصرت على طلاب اليمن دون تعميم
عزت، 2020	تقييم أساليب التسويق التأثيري وتحديد أبرز المؤثرين	كيفي/استكشافي	طلاب جامعات مصرية	10 مجموعات نقاشية	لم يتناول تأثير نوع المحتوى على صورة المنتج
البيبي، 2024 (الحالية)	تأثير UGC على صورة المنتجات في المملكة العربية السعودية	مسح + مناقشة	30 مستخدماً سعودياً	SPSS + مجموعات نقاش	غياب التحليل النقدي المنهجي في السياق السعودي

نقاط القوة والضعف المنهجي: التحليل النقدي

- اتفاق غالبية الدراسات على المنهج الوصفي التحليلي
- تنوع السياقات الجغرافية (اليمن، مصر، دولية)
- توظيف أدوات كمية ونوعية معاً

✗ نقاط الضعف المنهجي

- صغر حجم العينات (30 فرداً) يحد من التعميم
- إغفال التفريق بين أنواع المحتوى (صور/فيديو/نصوص)
- ندرة الدراسات في السياق السعودي تحديداً
- غياب الجانب النقدي عند استعراض الدراسات السابقة

تحديد الفجوة البحثية

الفجوة البحثية المُحددة:

غياب دراسة أثر أنواع UGC على صورة المنتج في السياق السعودي بمنهجية مقارنة ممنهجة

- فجوة جغرافية: ندرة الدراسات في السوق السعودي رغم الانتشار الواسع
- فجوة نوع المحتوى: لم تُفرّق الدراسات بين الصور، الفيديو، والمراجعات النصية
- فجوة المنهجية: غياب جدول مقارنة منهجي يوضح القصور بوضوح
- فجوة النقد: غياب التحليل النقدي لنقاط القوة والضعف في الدراسات السابقة

دراسي الحالية تسد الفجوة

بناءً على الفجوة البحثية، تركّز دراسي على:

① سد الفجوة الجغرافية
تُطبّق على مستخدمي وسائل التواصل في المملكة العربية
السعودية

② التمييز بين أنواع المحتوى
تحليل أثر الصور والفيديو والمراجعات بشكل منفصل

③ المنهجية المدمجة والنقدية
مسح تحليلي + مجموعات مناقشة + SPSS مع تحليل
نقدي شامل

Chapter

01



لسد النقص في:

- غياب بيانات محلية سعودية
- غياب تحليل مقارن لأنواع المحتوى UGC
- غياب نقد منهجي واضح للدراسات السابقة

بناءً على ذلك، فإن دراسي ستركّز على:

دراسة تأثير أنواع المحتوى الرقمي (صور/فيديو/مراجعات) على صورة المنتجات في
المملكة العربية السعودية

لسد النقص في المنهجية والسياق الجغرافي



Thank You