

أثر التسويق المستدام في تعزيز التسويق الريادي: دراسة حالة كوندور للأجهزة الكهرومنزلية

حذفاني، أمير، و عبداللطيف، معامير. (٢٠٢٤). أثر التسويق المستدام في تعزيز التسويق الريادي: دراسة حالة كوندور للأجهزة الكهرومنزلية. مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، مج ٧، ع ١٤، ١١١٨ - ١١٣٦. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1483392>

Prepared by

مشاعل الدباس



يتضح أن الباحث قد اعتمد على مجموعة من الأساليب الإحصائية شملت: معامل الثبات (Alpha Cronbach)، اختبار كولموغوروف-سميرنوف للتحقق من التوزيع الطبيعي، إضافة إلى تحليل الانحدار البسيط واختبار ANOVA، وهي أدوات تتوافق مبدئياً مع طبيعة البحث الذي يهدف إلى قياس أثر متغير مستقل (التسويق المستدام) على متغير تابع (التسويق الريادي). غير أن الدراسة، كما يظهر في نتائج الانحدار، استخدمت الانحدار الخطي البسيط رغم أن المتغيرات المدروسة متعددة الأبعاد؛ إذ بلغ معامل التحديد في النموذج الرئيس $R^2 = 0.469$ فقط، ما يعني أن أكثر من نصف التغير في التسويق الريادي لم يُفسّر إحصائياً بهذه النماذج وهذا يشير إلى أن اختيار الانحدار البسيط حدّ من القدرة التفسيرية وكان يتطلب منهجيات أكثر تقدماً مثل الانحدار المتعدد أو تحليل المسار لاختبار العلاقات المركبة بين الأبعاد..

كما يظهر في الدراسة أن الباحث اعتمد على اختبار ANOVA لتحليل الفروق بين المتغيرات الشخصية، إلا أن التطبيق جاء دون التحقق من الافتراضات الإحصائية الأساسية، ودون تبرير اختيار هذا الاختبار رغم مناسبة بدائل مثل اختبار مان-ويتني أو كروسكال-واليس في حالة عدم انتظام التوزيع. وقد بيّنت النتائج أن جميع قيم Sig كانت غير دالة إحصائياً، كما ورد في جدول تحليل الفروق، مما يعكس تطبيقاً آلياً للاختبارات دون ربط منهجي عميق بطبيعة البيانات أو أسئلة الدراسة

تُظهر الدراسة - وفق ما ورد في قسم المنهجية وأداة البحث - أنّ البيانات التي جُمعت جاءت من استبيان

مبني على مقياس ليكارت الخماسي، ما يعني أنها بيانات كمّية ذات طبيعة رتبية (Ordinal

Quantitative Data)، إلا أنّ الباحث لم يصرّح صراحةً بنوع البيانات أو طبيعتها ضمن صياغة

منهجية واضحة، وهو قصور منهجي مهم. فغياب تحديد نوع البيانات يحول دون تبرير الاختبارات الإحصائية

المختارة، خاصة وأنّ مقياس ليكارت يُعدّ قياساً ترتيبياً، بينما تعاملت الدراسة معه كما لو كان ذا طبيعة فترية

(Interval) من خلال استخدام المتوسطات الحسابية والانحدار الخطي. وهذا التجاوز لم يُناقش منهجياً

في الدراسة، رغم أن هذا النوع من القياسات يتطلب تبريراً علمياً لاستخدام الأساليب البارامترية، أو على

الأقل الإشارة إلى تبني فرضية "المعادلة الفترية" (Interval Approximation)، وهو ما لم يرد في

مدى وضوح تحديد نوع البيانات

يفقد استخدم الباحث اختبارات بارامترية مثل الانحدار الخطي و تحليل التباين ANOVA استناداً إلى اختبار كولموغوروف-سميرنوف فقط للتحقق من التوزيع الطبيعي، دون معالجة مسألة ما إذا كان يمكن إحصائياً تطبيق هذه الاختبارات على بيانات ترتيبية. ومع أن الدراسة أشارت إلى أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي وفق اختبار K-S، إلا أنها لم تشر إلى ملاءمة الاختبار لنوع البيانات أو حجم العينة، كما لم تناقش إمكانية استخدام بدائل لا بارامترية تتناسب أكثر مع طبيعة بيانات ليكارت. وهذا يشير إلى قصور في المواءمة بين نوع البيانات الفعلي ونوع التحليل المستخدم، ما يحدّ من القوة الاستدلالية للنتائج ويجعل بعض الاستنتاجات بحاجة إلى مزيد من التدقيق المنهجي

تُظهر الجداول الخاصة بتحميل النتائج أن الباحث استخدم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع أبعاد التسويق المستدام والتسويق الريادي، كما في الجداول (٦) و(٧)، حيث تم حساب المتوسط والانحراف المعياري لكل بعد بشكل منفصل، مثل البعد البيئي (متوسط ٤.٣٤٨٥) والبعد الاقتصادي (٤.٤٥٤٥)، وكذلك أبعاد التسويق الريادي مثل التركيز على الزبائن (٤.٢٢٤٥) والابتكار (٤.٢٢٨٥) من حيث المبدأ، هذه المعالجات تمثل استخداماً شائعاً في تحليل البيانات الكمية ذات الطابع الرتبي المستخرجة من مقياس ليكارت. إلا أنّ النقد المنهجي يبرز أن الباحث لم يناقش مدى مشروعية استخدام المتوسطات كإحصاء مناسب لبيانات ترتيبية، ولم يقدم مبرراً لافتراض أنّ بيانات ليكارت يمكن معاملة بيانات فترية.

استخدام الإحصاءات الوصفية والاستدلالية

كما أن الدراسة اكتفت بالحسابات الوصفية دون تقديم مقاييس تشتت إضافية مثل خطأ المعيار أو قيم الثقة التي كانت ستمنح تحليلاً أكثر قوة. ورغم أنّ الجداول تتضمن قيماً، إلا أنّ التفسير النصي للنتائج بقي انطباعياً أكثر من كونه تحليلاً وصفيّاً متعمقاً، ما يجعل استخدام الإحصاءات الوصفية مناسباً من حيث التطبيق لكن غير مكتمل من حيث العمق والتفسير المنهجي.

يتبين أنّ الباحث اعتمد بشكل رئيسي على تحليل الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضيات إلا أن النقد العلمي يُظهر قصوراً منهجياً في اختيار هذا النوع من النماذج. فالمتغير المستقل في الدراسة متعدد الأبعاد (بيئي-اجتماعي-اقتصادي)، والمتغير التابع كذلك متعدد الأبعاد، بينما استخدم الباحث انحداراً بسيطاً لكل فرضية، ولم يستخدم الانحدار المتعدد أو النماذج الأكثر ملاءمة لتفسير العلاقات المعقدة.

استخدام الإحصاءات الوصفية والاستدلالية

كما أن الدراسة لم تختبر افتراضات الانحدار مثل تجانس التباين أو عدم وجود ارتباط ذاتي أو غياب تعدد العلاقات (Multicollinearity). وإضافة إلى ذلك، فقد غاب تماماً استخدام أي اختبار t للعينات المستقلة رغم ذكره ضمن أساليب التحليل المناسبة، واعتمد الباحث بدلاً من ذلك على ANOVA فقط لفحص الفروق، كما في الجدول (١٣)، مما يعكس محدودية في تنوع الأساليب الاستدلالية رغم ملاءمتها المحتملة لطبيعة البيانات. وعليه فإن الإحصاءات الاستدلالية استخدمت من حيث الشكل، لكنها كانت أقل دقة وأضعف منهجياً مما تتطلبه بنية البيانات وأهداف الدراسة.

تكشف الدراسة بوضوح أنّ البيانات التي جُمعت ليست نوعية، وإنما كميّة مستمدة من استبيان قائم على مقياس ليكارت الخماسي، كما يظهر في قسم أدوات الدراسة وفي جدول تعريف المقياس (الجدول ٥) الذي يحدد الدرجات الرقمية من ١ إلى ٥ ومع ذلك، فإن الدراسة لم تُشر مطلقاً إلى جمع بيانات نوعية أو استخدام أدوات ذات طبيعة نصية مثل المقابلات أو الأسئلة المفتوحة، وبالتالي لم تعتمد أي منهجية من منهجيات تحليل البيانات النوعية، سواء التحليل المضموني (Content Analysis) أو التحليل التركيبي (Thematic Analysis) أو غيرها من أساليب تحليل النصوص.

ويلاحظ أيضاً أن الدراسة لم تقدّم أي وصف لكيفية التعامل مع بيانات نصية لأنها غير موجودة في الأصل، ولم تذكر أي مراحل مرتبطة بالترميز أو استخراج الموضوعات أو بناء وحدات التحليل النوعي، مما يوضح أن التحليل الكيفي لم يكن جزءاً من التصميم البحثي.

فإن السؤال المتعلق باستخدام التحليل النوعي يكشف عن فجوة ضمنية في الدراسة: فالباحث لم يوضّح بشكل صريح أن تصميم البحث كمي بالكامل، ولم يبرر استبعاد البيانات النوعية بالرغم من أن موضوع البحث (التسويق المستدام والتسويق الريادي) يُعدّ من المجالات التي تستفيد عادة من دمج المنهجيات النوعية لفهم التجارب والسلوكيات التنظيمية، وهذا القصور في التوضيح المنهجي أدّى إلى غياب أي بيان بكيفية التعامل مع بيانات نصية، وغياب أي ذكر لمبررات عدم استخدام تحليل نوعي موازٍ يدعم النتائج الكمية. وبذلك يمكن القول إن الدراسة لم تتناول البيانات النوعية إطلاقاً، ولم تستخدم أي أدوات تحليل كيفي، ولم تقدّم شرحاً يتعلق بالتعامل مع هذا النوع من البيانات، لأنها لم تكن جزءاً من تصميمها الأساس.



Thank You