



بحث (إستراتيجية الاتصال التسويقي ودوره في ترويج المبيعات
دراسة ميدانية بمؤسسة موبيليس ورقلمية)

[HTTPS://DSPACE.UNIV-OUARGLA.DZ/JSPUI/HANDLE/123456789/36059](https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/handle/123456789/36059)

المقرر: دراسات نقدية

اعداد الباحثة: هبة عبدالله المنيع

اشراف الدكتور: عادل عصام

* إيجابيات منهج البحث والدراسة الميدانية

1. **المنهج المستخدم:**

- **المنهج الوصفي التحليلي** : يعد اختيار المنهج الوصفي التحليلي مناسباً للدراسة حيث يمكنه تحليل البيانات بشكل منهجي و يتيح تقديم وصف دقيق للعلاقات بين المتغيرات المختلفة.

- **استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات** : هذه الأداة تتيح جمع كميات كبيرة من البيانات من مجموعة واسعة من المشاركين بسهولة وسرعة، مما يعزز من دقة النتائج.

2. ** العينة والإجراءات الميدانية:**

- **تحديد عينة كبيرة** : استخدام عينة من 190 موظفًا يعزز من دقة النتائج و يتيح تعميمها على المجتمع المستهدف.

- **إجراءات منهجية واضحة** : تحديد خطوات جمع البيانات ومعالجتها وتحليلها بشكل منهجي يضمن تنظيمًا وسلاسة في البحث.

3. ** تحليل البيانات :

- **استخدام التحليل الإحصائي** : يساعد التحليل الإحصائي في تقديم بيانات دقيقة ومبنية على أرقام يمكن الوثوق بها.

- **اختبار الفرضيات** : إجراء الاختبارات الإحصائية للفرضيات يعزز من مصداقية النتائج و يتيح فهمًا أعمق للعلاقات بين المتغيرات.

4. ** الاستنتاجات والتوصيات:**

- **وضوح الاستنتاجات واضحة ومستندة إلى البيانات يزيد من قوة البحث وقابليته للتطبيق.

- **تقديم توصيات عملية** : توجيه توصيات محددة يمكن أن يساعد المؤسسة المستهدفة في تحسين استراتيجياتها التسويقية.



منهج البحث والدراسة الميدانية

الفصل الأول ————— الإطار المنهجي

منهج الدراسة

نجد أنه في أي دراسة يجب أن تحتوي على منهج علمي من أجل البناء عليه إذ أن عند اختيار منهج البحث في دراسة أي موضوع لا يكون نتيجة اختيار عشوائي بل هو قضية تفرضها طبيعة مشكلة الدراسة أو البحث ،ويشير المنهج بأنه عبارة على مجموعة العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق بحثه وبالتالي فالمنهج ضروري للبحث إذ يعتبر المنبر والمساعد في مسارات الدراسة.¹

للإجابة على الإشكالية المطروحة في دراستنا وفحص الفرضيات بشكل علمي، قمنا باختيار المنهج الوصفي التحليلي كأسلوب بحثي ملائم لطبيعة هذه الدراسة حيث يُعتبر هذا المنهج الأنسب لأغراض البحث والجمع المنظم للبيانات والمعلومات من مصادرها الأولية، وهم الموظفون المشكّلين لعينة الدراسة لأنه تم جمع البيانات من خلال أدوات بحثية متنوعة مثل الاستبيانات والمقابلات الشخصية المُعدة وفق الأصول العلمية، وذلك بهدف فهم استراتيجيات الاتصال التسويقي المطبقة في المؤسسة محل الدراسة ودورها في تعزيز المبيعات و بعد مرحلة جمع البيانات، تم معالجتها وتحليلها إحصائياً لاستخلاص النتائج واستنتاج الواقع الفعلي لاستراتيجيات الاتصال التسويقي المتبعة وتأثيرها على مستويات المبيعات فالمنهج الوصفي التحليلي يتيح دراسة الظاهرة محل البحث استراتيجيات الاتصال التسويقي في بيئتها الحقيقية المؤسسة، مما يسمح بوصفها ودراستها بشكل عميق من خلال البيانات المستقاة من مصادرها الأصلية المتمثلة في أفراد العينة. كما قدمنا توصيات بناءً على النتائج المتوصل إليها، بفرض تحسين تلك الاستراتيجيات وزيادة فعاليتها في الترويج للمبيعات.²

¹ - سعيد سبعون وخفصة جرداي : الدليل المنهجي في إعداد العُكُرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، دار القسبة للنشر، الجزائر، 2002، ص 156.

² . علي سرحان المحمودي، مناهج البحث العلمي، دار الكتاب، صنعاء، 2019، ص 35.



منهج البحث والدراسة الميدانية

الفصل الأول - الإطار المنهجي

منهج الدراسة

نجد أنه في أي دراسة يجب أن تحتوي على منهج علمي من أجل البناء عليه إذ أن عند اختيار منهج البحث في دراسة أي موضوع لا يكون نتيجة اختيار عشوائي بل هو قضية تفرضها طبيعة مشكلة الدراسة أو البحث، ويشير المنهج بأنه عبارة على مجموعة العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق بحثه وبالتالي فالمنهج ضروري للبحث إذ يعتبر المنير والمساعد في مسارات الدراسة.¹

للإجابة على الإشكالية المطروحة في دراستنا وفحص الفرضيات بشكل علمي، قمنا باختيار المنهج الوصفي التحليلي كأسلوب بحثي ملائم لطبيعة هذه الدراسة حيث يُعتبر هذا المنهج الأنسب لأغراض البحث والجمع المنظم للبيانات والمعلومات من مصادرها الأولية، وهم الموظفون المشكلين لعينة الدراسة لأنه تم جمع البيانات من خلال أدوات بحثية متنوعة مثل الاستبيانات والمقابلات الشخصية المُعدة وفق الأصول العلمية، وذلك بهدف فهم استراتيجيات الاتصال التسويقي المطبقة في المؤسسة محل الدراسة ودورها في تعزيز المبيعات و بعد مرحلة جمع البيانات، تم معالجتها وتحليلها إحصائياً لاستخلاص النتائج واستنتاج الواقع الفعلي لاستراتيجيات الاتصال التسويقي المتبعة وتأثيرها على مستويات المبيعات فالمنهج الوصفي التحليلي يتيح دراسة الظاهرة محل البحث استراتيجيات الاتصال التسويقي في بيئتها الحقيقية المؤسسة، مما يسمح بوصفها ودراستها بشكل عميق من خلال البيانات المستقاة من مصادرها الأصلية المتمثلة في أفراد العينة. كما قدمنا توصيات بناءً على النتائج المتوصل إليها، بغرض تحسين تلك الاستراتيجيات وزيادة فعاليتها في الترويج للمبيعات.²

¹ - سعيد سيعون وخفصة جدراني: الفيل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، دار القصة للنشر، الجزائر، 2002، ص 156.

² - علي مرجان المحمودي، مناهج البحث العلمي، دار الكتاب، صنعاء، 2019، ص 35.

* سليات منهج البحث والدراسة الميدانية

1. ** المنهج المستخدم: **

- ** الاعتماد على الذاتية: ** يمكن أن تكون نتائج الاستبيانات عرضة للتحيز الذاتي للمشاركين، مما قد يؤثر على مصداقية البيانات.

- ** عدم تنوع الأدوات البحثية: ** الاقتصار على الاستبيان دون استخدام أدوات بحثية أخرى مثل المقابلات أو الملاحظة قد يحد من عمق الفهم والتحليل.

2. ** العينة والإجراءات الميدانية: **

- ** احتمالية التحيز في اختيار العينة: ** إذا لم تكن العينة ممثلة بشكل صحيح لكافة فئات المجتمع المستهدف، قد تؤثر هذه العينة على نتائج الدراسة.

- ** قيود في العينة: ** قد تواجه الدراسة تحديات تتعلق بصعوبة الوصول إلى جميع الأفراد المستهدفين في العينة، مما يمكن أن يؤثر على النتائج.

3. ** تحليل البيانات: **

- ** تفسير النتائج: ** قد يكون هناك تحديات في تفسير النتائج الإحصائية بشكل يتماشى مع الواقع العملي والتطبيقي.

- ** إغفال بعض المتغيرات: ** قد يتم تجاهل بعض العوامل المؤثرة غير المباشرة التي لم يتم تضمينها في الفرضيات أو التحليل.

الاستنتاجات والتوصيات

- ** تعميم الاستنتاجات: ** يجب توخي الحذر في تعميم الاستنتاجات على جميع المؤسسات المشابهة دون اعتبار للخصوصيات المختلفة.

- ** قابلية التنفيذ: ** يجب تقييم مدى قابلية التوصيات للتنفيذ ضمن السياق الفعلي للمؤسسة محل الدراسة.

* بشكل عام، يمكن القول إن منهج البحث المستخدم في الدراسة الميدانية لمؤسسة موبيليس يمتلك نقاط قوة تجعله مناسباً لتحقيق أهداف الدراسة، ولكنه يحتاج إلى تحسينات فيما يتعلق بتنوع أدوات جمع البيانات وضمان تمثيلية العينة بشكل أفضل.