

التكليف الثامن

الباحثة: فاطمة الزهراء هشام

دكتوراه التسويق الرقمي



مهارات بحثية

التكليف الثامن

في ضوء دراستك للدراسات السابقة، اعرض لاثنتين من الدراسات السابقة، على أن تكون طريقة عرضكم لهما متسقة مع المثال الذي تم عرضه في المحاضرة

الدراستين المختارتين لتطبيق التكاليف بعنوان:

١- "أثر استخدام أدوات التسويق الرقمي على سلوك الشراء لدى طلاب الجامعات الخاصة في عمان"

رابط الدراسة: [أثر استخدام أدوات التسويق الرقمي على سلوك الشراء لدى.pdf](#)

٢- " سلوك المستهلك الشرائي في عصر التسويق الرقمي" دراسة استطلاعية لآراء عينة من المتسوقين عبر قنوات

التسويق الرقمي"

chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://aja.journals.ekb.eg/article_227467

_78c0ce096ca72ae2b5b838fc25bb4b27.pdf

www.midocean.ae

تُعدّ الدراسات السابقة جزءًا جوهريًا من أي عمل بحثي أكاديمي، إذ تمثل الأساس الذي يُبنى عليه البحث الجديد. فهي تُمكن الباحث من فهم ما تم إنجازه بالفعل في المجال موضوع الدراسة، وتكشف عن الثغرات البحثية التي لم تُعالج بعد، مما يُسهم في صياغة مشكلة البحث بشكل دقيق. كما تساعد الدراسات السابقة في:

تحديد المفاهيم الأساسية والمتغيرات ذات الصلة، واختيار الإطار النظري والمنهجي المناسب، وبناء الفروض أو التساؤلات البحثية على أسس علمية، إلى جانب تفادي التكرار أو إعادة تقديم نتائج سبق التوصل إليها، وأيضًا دعم التحليل والمناقشة من خلال المقارنة بنتائج دراسات مشابهة.

وبالتالي، فإن تحليل الدراسات السابقة يُعدّ عملية تفاعلية نقدية، لا مجرد سرد معلوماتي، وتهدف إلى إبراز موقع البحث الحالي ضمن الحقل العلمي الأوسع.

أولاً النقاط الواجب توافرها في شرح الدراسات السابقة كما وردت في المحاضرة

- ☐ اسم الباحث
- ☐ سنة النشر
- ☐ عنوان الدراسة.
- ☐ أهداف الدراسة.
- ☐ منهجية الدراسة وأدواتها.
- ☐ النتائج التي توصلت إليها الدراسة.
- ☐ التوصيات والمقترحات التي صاغها الباحث في الدراسة.

٢- الدراسة الأولى

دراسة (الحنيطي، ٢٠٢٢) بعنوان "أثر استخدام أدوات التسويق الرقمي على سلوك الشراء لدى طلاب الجامعات الخاصة في عمان"

هدفت الدراسة إلى تشخيص أثر أدوات التسويق الرقمي على سلوك الشراء، . وتكونت عينة الدراسة من (٣٨٠) طالب وطالبة من طلاب الجامعات الخاصة في عمان (١٦٤) من الذكور و (٢١٩) من الإناث، وقام الباحث ببناء أداة الدراسة الاستبانة وتحديد فقراتها وصياغتها لتحقيق أهداف الدراسة من خلال جمع البيانات واستخدمت أساليب الإحصاء الوصفي والاستدلالي لتحليل هذه

البيانات

وكانت من أهم نتائج الدراسة: وجود أثر لأبعاد استخدام أدوات التسويق الرقمي التالية (رسائل البريد الإلكتروني، محرك البحث، إظهار الإعلان، فيديوهات اليوتيوب، شبكات التواصل الاجتماعي، الإعلانات داخل الألعاب) على سلوك الشراء لدى طلاب الجامعات الخاصة في عمان.

ومن أهم ما يوصي به الباحث بناءً على النتائج: تحسين طرق عرض الإعلانات باستخدام لأدوات التسويق الرقمي بما يجذب الطلاب، ووضع إعلانات أكثر جذب داخل الألعاب، والاهتمام أكثر بما تنشره المنظمات على موقعها الإلكتروني لأنه يعكس صورة هذه المنظمة الحقيقة وينشر عنها المعلومات الصحيحة، كما أوصت بنشر الوعي أكثر ببعض أدوات التسويق الرقمي مثل المدونات

الدراسة الثانية

دراسة (عبد الله، عبد الله، جلال، ٢٠٢٢) بعنوان:

"سلوك المستهلك الشرائي في عصر التسويق الرقمي: دراسة استطلاعية لآراء عينة من المتسوقين عبر قنوات

التسويق الرقمي"

هدفت هذه الدراسة إلى التحقق من الأثر الذي تحققه قنوات التسويق الرقمي المختارة (التسويق عبر الهاتف النقال،

التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي) في مختلف مراحل صنع القرار الشرائي للمنتجات من قبل المستهلك

الرقمي

وتكونت عينة الدراسة من (٩٣) فرد من المتسوقين عبر الوسائط الرقمية، وقام الباحثون ببناء أداة الدراسة الاستبانة وتحديد فقراتها وصياغتها لتحقيق أهداف الدراسة من خلال جمع البيانات واستخدمت المنهج الوصفي التحليلي لوصف متغيرات البحث وطبيعة العلاقة بينها.

وكانت من أهم نتائج الدراسة وجود أثر معنوي لقنوات التسويق الرقمي المختارة في مساعدة المتسوقين على التصرف في جميع مراحل صنع القرار الشرائي وخاصة مرحلة اتخاذ القرار.

وجاءت توصيات البحث بتوجيه المزيد من الشركات نحو ممارسة التسويق الرقمي من خلال مختلف القنوات، وعليهم كسب ثقة المستهلكين من خلال صدق الادعاءات الإعلانية، وأيضاً منح حق إرجاع المنتج للمستهلك لتشجيعه على استمرار التسوق بهذه الطريقة.

الخلاصة الأكاديمية:

تلعب الدراسات السابقة دورًا محوريًا في بناء البحث العلمي إذ تُسهم في تحديد الفجوات المعرفية، وتوجيه الباحث نحو صياغة مشكلة بحثية دقيقة، وتقديم إطار نظري متماسك، كما تُمكنه من الاستفادة من مناهج وأدوات ونتائج الدراسات السابقة، مما يُعزز من موثوقية البحث ويساهم في تطوير المعرفة العلمية في مجاله، ومن خلال هذا التراكم المعرفي، يصبح الباحث قادرًا على تقديم إضافة علمية ذات قيمة.



Thank You