

التكليف العاشر

الباحثة: فاطمة الزهراء هشام

دكتوراه التسويق الرقمي



مهارات بحثية

التكليف العاشر

اعرض للتساؤلات البحثية والأهداف والفروض لأحد البحوث العلمية، موضحا هل كان

هناك اتساق بينها أم لا؟

الدراسة المختارة لتطبيق التكليف بعنوان:

"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](#)

تُعد الفروض أحد الأعمدة الأساسية في البحوث الكمية، إذ تُسهم في توجيه مسار الدراسة وتحديد العلاقات المحتملة بين المتغيرات. فهي تمثل تصورات مبدئية مبنية على خبرة الباحث والمعرفة السابقة، وتُختبر باستخدام أدوات التحليل الإحصائي للتحقق من صحتها.

تُعد الأهداف البحثية من العناصر الجوهرية في أي دراسة علمية؛ إذ تساعد في توجيه الباحث، وتحديد نطاق الدراسة، ورسم منهجية البحث وأسئلته، ويعتبر صياغة أهداف واضحة، ومحددة، وقابلة للقياس، ومرتبطة بمشكلة الدراسة شرط أساسي لجودة أي دراسة أكاديمية.

جاءت أهداف الدراسة كالتالي:

الهدف الرئيسي و تشخيص أثر أدوات التسويق الرقمي على سلوك الشراء من خلال:

- ١- تقديم إطار نظري حول متغيرات الدراسة الرئيسية (استخدام أدوات التسويق الرقمي، سلوك الشراء) باستخدام الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع
- ٢- التعرف على مستوى ممارسات متغيرات الدراسة الرئيسية (استخدام أدوات التسويق الرقمي، وسلوك الشراء)
- ٣- تحديد الأثر المباشر لاستخدام أدوات التسويق الرقمي على سلوك الشراء لدى طلاب الجامعات الخاصة في عمان

أولاً: نص فروض الدراسة كما ورد في البحث :

الفرضية الرئيسية الأولى

H0.1 لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام أدوات التسويق الرقمي على سلوك
الشراء لدى طلبة الجامعات الخاصة في عمان عند مستوى دلالة إحصائية $(0.05 \geq \alpha)$

ويتفرع منها الفرضيات التالية:

H01.1: لا يوجد أثر دال إحصائياً لاستخدام البريد الإلكتروني كأداة من أدوات
التسويق الرقمي على سلوك الشراء لدى طلاب الجامعات الخاصة في عمان على
مستوى دلالة إحصائية $(\alpha \leq 0,05)$.

H01.2: لا يوجد أثر دال إحصائيًا لمشاركات المدونة على سلوك الشراء لدى طلاب الجامعات الخاصة في عمّان على

مستوى دلالة إحصائية $(\alpha \leq 0,05)$.

H01.3: لا يوجد أثر دال إحصائيًا لمحرك البحث على سلوك الشراء لدى طلاب الجامعات الخاصة في عمّان على

مستوى دلالة إحصائية $\alpha \leq 0,05$

H01.4: لا يوجد أثر دال إحصائيًا لإظهار الإعلان على سلوك الشراء لدى طلاب الجامعات الخاصة في عمّان على

مستوى دلالة إحصائية $\alpha \leq 0,05$

H01.5: لا يوجد أثر دال إحصائيًا لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الشراء لدى طلاب الجامعات

الخاصة في عمّان عند مستوى دلالة إحصائية $(\alpha \leq 0,05)$.

H01.6: لا يوجد أثر دال إحصائيًا لفيدوهات اليوتيوب على سلوك الشراء لدى طلاب الجامعات الخاصة في عمّان عند

مستوى دلالة إحصائية $\alpha \leq 0,05$

H01.7: لا يوجد أثر دال إحصائيًا للإعلانات داخل الألعاب على سلوك الشراء لدى طلاب الجامعات الخاصة في عمّان

عند مستوى دلالة إحصائية $\alpha \leq 0,05$

أسئلة الدراسة

- هل يوجد أثر لاستخدام أدوات التسويق الرقمي على سلوك الشراء لدى طلاب الجامعات الخاصة في عمان؟
- هل يوجد أثر لرسائل البريد الإلكتروني المخصصة على سلوك الشراء لدى طلاب الجامعات الخاصة في عمان؟
- هل يوجد أثر لمشاركات المدونات على سلوك الشراء لدى طلاب الجامعات الخاصة في عمان؟
- هل يوجد أثر لمحرك البحث على سلوك الشراء لدى طلاب الجامعات الخاصة في عمان؟

- هل يوجد أثر لإظهار الإعلان على سلوك الشراء لدى طلاب الجامعات الخاصة في عمان؟
- هل يوجد أثر لشبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الشراء لدى طلاب الجامعات الخاصة في عمان؟
- هل يوجد أثر لفيدوهات اليوتيوب على سلوك الشراء لدى طلاب الجامعات الخاصة في عمان؟
- هل يوجد أثر للإعلانات داخل الألعاب على سلوك الشراء لدى طلاب الجامعات الخاصة في عمان؟

- هل يوجد اتساق بين فروض وتساؤلات البحث

يمكن القول إن الدراسة أظهرت اتساقًا جزئيًا بين الأهداف والتساؤلات والفروض:

التساؤلات والفروض ارتبطت بوضوح بالهدف الثالث المتعلق بقياس الأثر المباشر، مما يعكس اتساقًا قويًا في الجانب التجريبي.

لكن في المقابل، لم يُترجم الهدف الأول (الإطار النظري) والهدف الثاني (التعرف على الممارسات) إلى فروض إحصائية قابلة

للاختبار، ما يجعل الاتساق غير شامل لكل الأهداف.

وبالتالي: الاتساق قائم لكنه غير كامل، إذ ركز الباحث على اختبار الفرضية السببية الأساسية على حساب بعض الأهداف

الأخرى ذات الطابع الوصفي/النظري.



Thank You