

خطة بحثية مقدمة لدرجة البكالوريوس في التسويق الرقمي
" الإطار المنهجي "

إعداد: ابوبكر عبداللطيف مصطفى حسن
الرقم الأكاديمي: 232002013

تحت إشراف
د/ علياء قمر

Midocean University

College of Media and Marketing

Bachelor of Digital Marketing



A Research Proposal Submitted for the Bachelor's Degree in Digital Marketing

" Methodological Framework "

Prepared by:

Abubaker Abdellatif Mustafa Hassan

Academic number:

232002013

Supervised by:

Dr. AliaaQamer

Year 2026

الإطار المنهجي للبحث (Research Methodology)

يُعد الإطار المنهجي للبحث بمثابة الخارطة التطبيقية والإجرائية التي يسير عليها الباحث لجمع البيانات وتحليلها واختبار الفرضيات للوصول إلى إجابات دقيقة لتساؤلات الدراسة. ويتناول هذا القسم تفصيلاً لمنهج الدراسة ومجتمعها وعينتها وأدوات جمع البيانات والأساليب الإحصائية المستخدمة.

أولاً: منهج البحث (Research Approach)

تحقيقاً لأهداف الدراسة الحالية في قياس أثر الإعلانات العقارية عبر سناپ شات على قرارات الشراء، اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي (Descriptive Analytical Approach)؛ وهو المنهج الأكثر ملاءمة للدراسات التسويقية وسلوك المستهلك.

• الجانب الوصفي:

يركز على رصد ووصف واقع استخدام الإعلانات العقارية وحملات تسجيل الاهتمام عبر منصة سناپ شات في مدينة الرياض وتحديد خصائص مجتمع الدراسة ديموغرافياً وسلوكياً والفئة العمرية

• الجانب التحليلي:

يتعدى مجرد الوصف إلى دراسة العلاقات الارتباطية والأثر الإحصائي بين المتغير المستقل (أبعاد الإعلان العقاري عبر سناپ شات وحملات جمع البيانات) والمتغير التابع (قرارات شراء الوحدات السكنية)، واختبار فرضيات البحث وتفسير النتائج في ضوء الأدبيات السابقة.

ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة (Research Population & Sample)

• مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع بيانات المستهلكين والمستثمرين الحاليين أو العملاء المحتملين (المواطن والمقيم) في مدينة الرياض، الذين يستخدمون منصة "سناپ شات" ويتابعون الإعلانات العقارية بمختلف أنواعها أو سبق لهم التفاعل مع حملات تسجيل الاهتمام بالوحدات السكنية داخل مدينة الرياض لعام 2026 م.

• عينة الدراسة:

نظراً لضخامة حجم المجتمع وعدم إمكانية حصر كافة أفراده، اعتمد الباحث على العينة العشوائية البسيطة (Simple Random Sample). وسيتم توزيع الاستبيان إلكترونياً عبر قنوات التواصل الاجتماعي الرقمية للوصول إلى حجم عينة ممثل إحصائياً وكافي لتعميم النتائج (يُستهدف جمع ما لا يقل عن 200 إلى 400 استجابة صحيحة وفقاً للمعادلات الإحصائية للمجتمعات غير المحدودة).

ثالثاً: أداة الدراسة (Research Instrument)

تُعد الاستبيانات الإلكترونية (Electronic Questionnaire) هي الأداة الرئيسة التي طورها الباحث لجمع البيانات الأولية من أفراد العينة، وقد تمت صياغة عباراتها بالاستناد إلى فرضيات الدراسة ومراجعة التراث الأدبي للبحث والدراسات السابقة ذات الصلة. وتنقسم الأداة إلى ثلاثة أقسام أساسية:

• القسم الأول (البيانات الديموغرافية والسلوكية):

ويشمل متغيرات (الجنس، الفئة العمرية، مستوى الدخل الشهري، ونوع الوحدة السكنية المستهدفة).

• القسم الثاني (أبعاد المتغير المستقل):

عبارات تقيس مدى جاذبية الإعلانات العقارية عبر سناپ شات ومستوى ثقة المستهلك في نماذج جمع البيانات وحملات تسجيل الاهتمام كرافد للتواصل الفعال.

• القسم الثالث (المتغير التابع):

عبارات تقيس مراحل اتخاذ قرار شراء الوحدة السكنية بالرياض (الشعور بالحاجة، البحث عن المعلومات، تقييم البدائل، وقرار الشراء الفعلي).

تعتمد الأداة في قياس العبارات على مقياس ليكرت الخماسي (5-point Likert Scale) لضمان مرونة استجابة أفراد العينة، وتتوزع الدرجات كالتالي: (موافق بشدة 5 درجات، موافق 4 درجات، محايد 3 درجات، غير موافق درجتان، غير موافق بشدة درجة واحدة).

رابعاً: الأساليب الإحصائية لمعالجة البيانات (Statistical Methods)

لإجراء المعالجات الإحصائية وتفرغ الاستبيانات سيقوم الباحث بترميز البيانات وإدخالها عبر برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) والاعتماد على الأساليب الإحصائية التالية:

1. الإحصاء الوصفي (Descriptive Statistics):

- التكرار والنسب المئوية:
لوصف الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية:
لتحديد ترتيب وأهمية كل عبارة من عبارات المحاور ومعرفة مستوى موافقة أفراد العينة وتشنت إجاباتهم.

2. الإحصاء الاستدلالي (Inferential Statistics):

- معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha):
للتحقق من ثبات واستقرار أداة الدراسة (الاستبيان) وصلاحياتها للتطبيق الميداني.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient):
لقياس طبيعة وقوة العلاقة الارتباطية بين متغيرات الدراسة.

• تحليل الانحدار الخطي البسيط والمتعدد (Simple & Multiple Regression Analysis):

لاختبار فرضيات البحث الرئيسية والفرعية وقياس مدى مساهمة وحجم أثر المتغير المستقل في التنبؤ بالمتغير التابع (قرار الشراء السكني).