

نقد دراسة بعنوان

دور إدارة خدمة العملاء في نجاح خطط التسويق الرقمي

بالمملكة العربية السعودية

اعداد الطالب / فارس المزيني

العام الدراسي 1446 - 2024

■ **عنوان الدراسة:** عبر العنوان عن محتوى الدراسة، ولقد كان قصيرا و مختصرا، واتضح من خلاله متغيرات الدراسة(إدارة خدمة العملاء - خطط التسويق الرقمي)، كما اتضح مكان الدراسة وهو المملكة العربية السعودية، ولكن لم يوضح الجهة التي طبقت فيها الدراسة.

■ **ملخص الدراسة:** تم عرض ملخص الدراسة بشكل جيد باللغة العربية والانجليزية ، فبدأ الملخص بنبذة مختصرة عن موضوع الدراسة ، و الكيفية التي يمكن من خلالها تحسين التسويق الرقمي من خلال إدارة خدمة العملاء، خاصة بعد جائحة كورونا ، ولقد احتوى الملخص على الهدف من الدراسة ، والعينة والاداة والاساليب الاحصائية والنتائج والتوصيات .

■ **المقدمة :** تناولت المقدمة الأمور العامة ثم الأقل عمومية ثم الخاصة ، حيث تناولت الباحثتان التطور الذي تحقق في مجال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات واثره على تطور الاستراتيجيات التسويقية ، ثم تناولت دور إدارة خدمة العملاء في نجاح التسويق الرقمي التكنولوجي، ودور الخدمة الإلكترونية في مساعدة القطاع المصرفي على تحقيق أهداف البنك، ودور خدمة عملاء التسويق الإلكتروني في مساعدة العملاء ، واستندت الباحثتان الى عدد من المراجع العربية والاجنبية في صياغة المقدمة .

■ **مشكلة الدراسة :** تناولت الباحثتان المشكلة بطريقة واضحة وجدية حيث قامتا بالتعبير عن المشكلة بعبارات واضحة وسهلة وبعد الانتهاء من هذه العبارات تم تحديد مشكلة الدراسة في صياغة التساؤل الاتي: ما دور إدارة خدمة العملاء في نجاح خطط التسويق الرقمي بالمملكة العربية السعودية؟ وتتسم مشكلة الدراسة بالحدثة ، حيث تتعلق بالتسويق الرقمي ودور ادارة خدمة العملاء في نجاح خطته ، وتنعكس هذه المشكلة على جمهور واسع من العملاء في القطاع المصرفي بالمملكة العربية السعودية ، ولكن لم تستندا الباحثتان على القرائن والدلائل التي توضح وجود مشكلة ، ولم توثق المشكلة من المصادر والمراجع بشكل مقنع .

■ **أهداف الدراسة:** من خلال الأهداف المذكورة نجد أنها واضحة ويمكن قياسها ولا يوجد صعوبة في ذلك ، وقد تم تحديدها بدقة وفق متغيرات الدراسة وهي وثيقة الصلة بمشكلة الدراسة وأهدافها ، وقد تم وضع هذه الأهداف حسب أهميتها، وهي قابلة للتحقيق ويستطيع الباحث انجازها وشملت حدود البحث سواء الموضوعية أو البشرية .

■ **تساؤلات الدراسة:** بالنظر الى أسئلة الدراسة ، نلاحظ ان الأسئلة محددة ودقيقة وقد تم صياغتها بطريقة جيدة وواضحة وهي مرتبطة بمشكلة الدراسة ، و كذلك مرتبطة بأهداف الدراسة ، وتضمنت متغيرات الدراسة ، وقد حددت الإطار العام للدراسة.

■ **فروض الدراسة:** وضعت الباحثتان الفروض على حسب ترتيب أسئلة الدراسة وهي قابلة للاختبار وهي اجابات محتملة لأسئلة الدراسة، وقد تم تحديد الفروض بناءً على نتائج دراسات سابقة حيث ذكر هذه الدراسات في الإطار النظري ومراجعة الدراسات السابقة، وهذه الفروض يمكن تحقيقها وليست خيالية .

■ **أهمية الدراسة :** لقد تم عرض الاهمية من الناحيتين (النظرية ، التطبيقية) ، وأوضحت الأهمية النظرية من خلال الإثراء العلمي الذي قد يضيفه تأثير مفهوم التسويق الرقمي ومتغيراته و تحديد مفهوم إدارة خدمة العملاء، بينما تكمن الأهمية التطبيقية في تقديم الأسس العلمية التي يمكن أن يستند إليها القطاع المصرفي من خلال الربط بين متغيرات الدراسة (إدارة خدمة العملاء وخطط التسويق الرقمي) ، ولم تستند الى القرائن والادلة التي تدل على اهمية المشكلة .

■ **الإطار النظري :** قامت الباحثتان بعرض جميع المعلومات النظرية المتعلقة بمشكلة البحث، حيث تناولتا الاطار النظري من خلال النقاط التالية (التسويق الالكتروني ، خدمة العملاء ،ماهية التسويق الرقمي ، النظريات ذات العلاقة بموضوع الدراسة) وتم ربط الإطار النظري بمشكلة الدراسة، وتم توثيق المراجع بطريقة صحيحة وواضحة ، وتجنبنا الإكثار من الاقتباس الحرفي.

■ **الدراسات السابقة:** عرضت الباحثتان الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة ، وقامت بعرض دراسات تتعلق بأثر التسويق الرقمي على إدراك العملاء، ودراسات تتعلق بإدارة علاقات العملاء في تحقيق جودة الخدمة ورضاء العملاء، واقتصرت الباحثتان بعرض الهدف من الدراسة ، والنتائج والتوصيات فقط ، ولم تعرض المنهج والعينة والاداة، ولم تعلقا على الدراسات ، وما يميز الدراسة الحالية عن تلك الدراسات ، وكذلك أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة ، وقد تم عرض الدراسات السابقة من الاحدث الى الاقدم .

■ **منهج الدراسة :** استخدمت الباحثتان المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على توصيف ما هو كائن وتفسيره وتحديد العلاقات بين الوقائع، و يتلائم المنهج مع مشكلة الدراسة وأهدافها وقدرته على التوصل لبيانات كافية للإجابة على تساؤلاتها ، وقد وضحت الباحثتان سبب اختيارهما لذلك المنهج ، ويعتبر هذا المنهج متناسباً مع هدف الدراسة لأن المنهج يأتي تبعاً للهدف من الدراسة .

■ **عينة الدراسة:** حددت الباحثتان إطار المجتمع ووصفه بدقة، والذي تمثل من جميع عملاء بنك الراجحي بمنطقة مكة المكرمة بالمملكة العربية السعودية ، وتكونت العينة من (203) عميل ، وتم اختيارهم بشكل عشوائي، وهذا المجتمع ملائم لطبيعة مشكلة الدراسة .

■ **أدوات الدراسة:** اعتمدت الباحثتان على (الاستبانة) أداة لجمع البيانات ،ولقد صممت أداة الدراسة في ضوء أهداف وتساؤلات وفروض الدراسة ، وقامت الباحثتان بوصف الأداة وصفاً مفصلاً ، وهذه الأداة تتناسب مع طبيعة مشكلة الدراسة، ولم تتحقق الباحثتان من صدق وثبات الاداة .

■ **الاساليب الاحصائية :** قامت الدراسة باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية التوزيع التكراري ، والنسب المئوية ، والأشكال البيانية ، البرنامج الإحصائي (SPSS) ، وهذه الاساليب كافية لتفسير مشكلة الدراسة .

■ **نتائج الدراسة:** لقد تم ذكر نتائج الدراسة وعرضها من خلال جداول يوضح فيه الاساليب الاحصائية المناسبة المستخدمة في هذه الدراسة ، وكانت نتائج منطقية ومرتبة على ضوء أهداف و فرضيات وأسئلة الدراسة ، ولقد وضحت جوانب المشكلة وأجابت عن الأسئلة وفروض الدراسة ، وكانت شاملة لمتغيرات الدراسة، وبرزت شخصية الباحثتان في تحليل النتائج ،وربطتا بين نتائج هذه الدراسة والدراسات السابقة ، ووضحت أوجه الشبه والاختلاف بين نتائج ونتائج الدراسات السابقة .

■ **توصيات الدراسة:** من خلال ما توصلت اليه الدراسة من نتائج قدمت الباحثتان التوصيات ، والتي كانت مرتبطة بالنتائج، وهي إجرائية غير خيالية ومحددة ودقيقة، وهي ذات صلة بأسئلة الدراسة وفروضها.

■ **المراجع:** قامت الباحثتان بتوثيق مراجع ومصادر البحث بطريقة علمية صحيحة ، حيث قسمت المراجع الى (مراجع عربية – مراجع اجنبية) ، وقد تم ترتيبها ابجديا ، وكانت معظم المراجع حديثة

■ **الشكل العام للدراسة :** وبالنظرة للشكل العام للدراسة فان الباحثتان عرضا الدراسة بشكل مختلف عن الشكل والترتيب المعتاد ، حيث بدأت الدراسة بالملخص ، ثم المقدمة ، ثم الاطار النظري والدراسات السابقة ، ثم تناولت المشكلة والاهمية والاهداف والأسئلة والفرضيات ، ثم منهجية الدراسة ، والنتائج والتوصيات ، وتبعتهم بحدود الدراسة ، كما عرضت الباحثتان الملخص الانجليزي آخر الدراسة .