

تكليف ٧ قضايا بحثية ١

الباحث / محمد عبد العزيز بنتن



القضية البحثية :

السمعة المؤسسية في عصر التحول الرقمي

عنوان البحث :

استراتيجيات التواصل الرقمي وتأثيرها على السمعة المؤسسية في عصر التحول الرقمي : دراسة تطبيقية على بعض الشركات السعودية
(مجلة ميداوشن للبحوث والدراسات)

الرابط :

<https://mojr.midocean.edu.km/researches/00dc1850-8b95-4cd5-8165-2126abe4f597>

عنوان البحث :

- وضوح العنوان وسهولة فهمه وهو يعكس مجال الدراسة ومكوناتها الأساسية
- يشير العنوان بدقة للمتغيرات الرئيسة للدراسة فجاءت استراتيجيات التواصل الرقمي كمتغير مستقل والسمعة المؤسسية كمتغير تابع
- العنوان شامل الموضوع والاثـر والمجال الزمني و المكاني ونوع الدراسة .

ملخص البحث :

- تم ذكر الهدف من الدراسة وهو التعرف على اثر استراتيجيات التواصل الرقمي على السمعة المؤسسية في عصر التحول الرقمي من خلال دراسة تطبيقية على بعض الشركات السعودية
- تم ذكر أهمية الدراسة والتي تنبع من تسارع التحول الرقمي وتزايد الاعتماد على وسائل التواصل الرقمي داخل المؤسسات مما يجعل السمعة المؤسسية اكثر تأثراً .
- تم ذكر ان منهج الدراسة المستخدم هي منهجية مختلطة تعتمد على الوصف والتحليل بادوات متنوعة كالاستبانات والمقابلات
- وقد وضح الباحث النتائج ومنها ان الشركات التي تستثمر في التكنولوجيا الرقمية وتتبع استراتيجيات تواصل فعال تتمتع بقدره اعلى لمواجهة تحديات السمعة الرقمية
- لا يوجد بالملخص توضيح دقيق لعينة الدراسة او عددها سوى خبراء السمعة ومديري بعض الشركات السعودية .
- تم ذكر الكلمات المفتاحية للدراسة

المقدمة :

- بدأت مقدمه بتوضيح أهمية الدراسة وهو التحول الرقمي السريع واثره على بيئات الاعمال المعاصرة وكما ان السمعة المؤسسية أصبحت عرضة للتغيرات بسبب وسائل التواصل الرقمي
- تم تعريف التحول الرقمي
- كما تم ذكر بعض الأمثلة لنماذج اعمال جديدة تعتمد على التكنولوجيا
- تم توضيح مشكلة الدراسة في ان ضعف استراتيجيات التواصل الرقمي قد يؤثر على سمعة المؤسسة
- كما تم التطرق الى أهمية التواصل الرقمي بوصفه احد محركات التفاعل المؤسسي مع الجمهور
- وتم استعراض بعض المخاطر على السمعة الرقمية السلبية مثل الاخبار الكاذبة والمراجعات السيئة والهجمات السيبرانية

مشكلة البحث :

- مشكلة الدراسة حول وجود تحديات تواجه المؤسسات في بيئة الاتصال المؤسسي واهمية السمعة في العصر الرقمي ولكن لم تصاغ المشكلة بشكل مستقل او على صيغة سؤال .
- مشكلة الدراسة قابلة للقياس كونها تتناول متغيرات واضحة (استراتيجيات التواصل الرقمي والسمعة المؤسسية)
- اشارت الدراسة الى الشركات السعودية ولكن دون تحديد نوعها او القطاع او حتى المكان الجغرافي .
- يبدو ان المشكلة جديدة في العالم العربي لذلك لم يكن هناك ربطها بالدراسات السابقة وتوضيح الفجوات البحثية بها .

تساؤلات البحث:

- تم البدء بالسؤال الرئيسي " ماهو أثر استراتيجيات التواصل الرقمي على السمعة المؤسسية في عصر التحول الرقمي في الشركات السعودية ؟ وهو سؤال واضح ومرتبط بشكل مباشر بمشكلة الدراسة ويمكن الخروج منه بأسئلة فرعية كما تم ذلك فعلا .
- جميع الأسئلة الفرعية متصلة بحاور المشكلة والهدف الرئيسي للدراسة
- الأسئلة مناسبة للدراسة الكمية وقابلة للتحليل أي تتماشى مع منهج الدراسة الوصفي التحليلي باستخدام الاستبيان والتحليل الاحصائي
- تناولت الأسئلة جميع ابعاد الدراسة من استراتيجيات رقمية وواجه للسمعة المؤسسية
- كذلك تم مراعاة الترتيب والتسلسل والوضوح في صياغة الأسئلة

أهمية البحث :

- اشارت أهمية الدراسة الى موضوع هام وحيوي ومعاصر يرتبط بالواقع المؤسسي بشكل مباشر
- وكانت اهمية الدراسة واضحة ومترابطة مع مشكلة الدراسة
- كما تم توضيح الأهمية العلمية والعملية :

أهمية البحث:

الأهمية العلمية:

- المساهمة في تطوير إطار نظري ومنهجي يساعد الشركات على تبني أفضل الممارسات في إدارة سمعتها باستخدام قنوات التواصل الرقمي.
- تزويد الباحثين بفهم شامل للفجوات الحالية في الأدبيات المتعلقة بتأثير استراتيجيات التواصل الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي على سمعة الشركات، وتوجيه البحوث المستقبلية نحو مجالات ذات أهمية استراتيجية في هذا السياق.

الأهمية العملية:

- توفير فهم معمق لكيفية تأثير استراتيجيات التواصل الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي على سمعة الشركات في عصر التحول الرقمي.
- تقديم استراتيجيات وأدوات فعالة يمكن أن تساعد الشركات في تحسين وإدارة سمعتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي والتواصل الرقمي.

اهداف البحث :

- تم ذكر الهدف الرئيسي : وهو تحديد اثر استراتيجيات التواصل الرقمي على السمعة المؤسسية في عصر التحول الرقمي في الشركات السعودية .
- تم ذكر اربع اهداف فرعية بعد الأهداف الرئيسي تميزت ب :
- التسلسل والترتيب حسب خطوات منهجية البحث
- ارتبطت بشكل مباشر بمشكلة الدراسة
- تميزت بالواقعية لامكانية تحقيقها وقياسها
- أيضا تميزت بالاهمية التي اكتسبتها من أهمية موضوع الدراسة الحديث والمهم لبيئة الاعمال في العصر الرقمي
- اشتملت على جميع جوانب الدراسة من تحديد استراتيجيات رقمية فعالة لادارة السمعة المؤسسية للشركات عبر قنوات رقمية متعددة
- وكذلك الهدف الفرعي الأخير يوضح الغاية العملية للبحث بتقديم إرشادات للشركات لتحسين إدارة سمعتها الرقمية وفق نتائج الدراسة

المصطلحات المفاهيمية والإجرائية :

- اشتملت على تعريف لعدد من المصطلحات الأساسية مثل : التواصل الرقمي ، السمعة المؤسسية ، التحول الرقمي ، الشفافية الرقمية
- تعريف المصطلحات الرئيسية يساعد القارئ على فهم الاطار العام للدراسة
- المصطلحات المستخدمة متناسقة مع عنوان البحث وأهدافه وتساؤلاته .
- تم توثيق المراجع والمصادر لتعريف مصطلحات الدراسة

حدود الدراسة :

- تم توضيح الحدود الموضوعية وهي تحديد استراتيجيات التواصل الرقمي وتأثيرها على السمعة المؤسسية في العصر الرقمي الحديث
- تم توضيح الحدود الزمنية للدراسة والتي تركز على الفترة من عام 2019 الى العام 2024
- تم توضيح الحدود الجغرافية للدراسة وهي الشركات العاملة في المملكة العربية السعودية

الإطار النظري للدراسة :

- تناول الاطار النظري عدد من المفاهيم :
- دور الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات في إدارة السمعة
- السياق المحلي في المملكة العربية السعودية من الجانب الثقافي والاجتماعي والاقتصادي بما يتوافق مع القيم والعادات المحلية
- الشفافية واثرها على السمعة الرقمي
- تحديات التحول الرقمي في إدارة السمعة
- كما تم عرض نماذج لإدارة السمعة الرقمية لبعض الشركات العالمية والمحلية مثل : أمازون و ستاربكس و شركة الاتصالات السعودية

الدراسات السابقة :

- تنوعت الدراسات السابقة بين العربية والأجنبية لكنها ركزت على الدراسات العربية بشكل اكبر
- جميع الدراسات المذكورة مرتبطة بمشكلة الدراسة وتؤكد على أهميتها
- وفي فقرة التعليق على الدراسات السابقة :
- تم توضيح ما اتفقت عليه الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في دور التحول الرقمي في تحسين السمعة المؤسسية واهمية الابتكار التكنولوجي لتعزيز القدرة التنافسية والسمعة المؤسسية .
- تم توضيح الثغرة البحثية بوجود قصور في الدراسات الميدانية وتوضيح الفرق بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة في المحاور التي تم التركيز عليها .

المنهجية :

منهج الدراسة :

- وظفت الدراسة المنهج المختلط والذي يسمح بتحليل البيانات كميا وكيفيا .
- (ملاحظة) المنهجية المختلطة هي الجمع بين اكثر من منهجية مثال الوصفي والتجريبي لكن في هذه الدراسة تم الإشارة الي ان المنهج المستخدم هو منهج مختلط بناء على تنوع الأدوات ولكن حسب الوصف انه يسمح بتحليل البيانات ووصفها فهو اقرب للمنهج (الوصفي التحليلي)

مجتمع الدراسة :

- مجتمع الدراسة من خبراء السمعة الرقمية مدراء بعض الشركات السعودية .
- عينة الدراسة (110) مفردة من مجتمع الدراسة .
- تم ذكر طريقة اختيار العينة وهي طريقة (العينة العشوائية البسيطة)

اداة الدراسة :

- تم الاعتماد على الاستبانة وتكونت من اربع محاور وقد تم اختبار صدق الاستبانة من خلال عرضها على عدد من المحكمين وكذلك تم اختبار الثبات من خلال دالة إحصائية تحققت الباحثة من خلال النتائج ان معامل الثبات مقبول لكل مجال ومنها تاكدت من ثبات أداة الدراسة .

نتائج البحث :

- استراتيجيات التواصل الرقمي تؤثر إيجابيا على السمعة المؤسسية .
- وجود أدوات إضافية متنوعة لها تأثير على السمعة المؤسسية مثل تحسين محركات البحث (SEO) ومنصات ادارة الاعلانات.
- تمت الاستعانة بالجدول والرسوم البيانية التي توضح ما تم البناء عليه للوصول للنتائج .
- تم الربط بين النتائج وتساؤلات الدراسة
- اشتملت النتائج على دراسة حالة وكانت شركة الاتصالات السعودية (STC)
- كما تم مناقشة النتائج ليتم تفسيرها ولا تكون مجرد سرد
- وأيضا تم مقارنة نتائج الدراسة الحالية بنتائج الدراسات السابقة

التوصيات والمقترحات :

- قدمت الباحثة عدد من التوصيات موجهة للمؤسسات السعودية بضرورة تبني استراتيجيات رقمية فعالة
- ارتبطت التوصيات بنتائج الدراسة كما اتسمت بالوضوح ودقة الصياغة
- جميع التوصيات قابلة للتطبيق لما استندت عليه الدراسة من طرق علمية وواقعية لجمع البيانات وتحليلها
- طرحت التوصيات عدد من الأدوات الرقمية الفعالة التي تساعد الشركات في إدارة سمعتها المؤسسية
- لم تشمل التوصيات على توصية بدراسات مستقبلية لها علاقة بنتائج الدراسة او الفجوة البحثية
- ومن الجيد ان جميع التوصيات لم تخرج عن موضوع البحث

المراجع :

- تنوعت المراجع بين العربية والأجنبية وجميعها مرتبطة بموضوع البحث وبعدد مناسب .
- تم استخدام نموذج (APA) لتوثيق المراجع .
- جميعها مراجع حديثة ولكن يوجد مرجع واحد بتاريخ 2026 وهو خارج الحدود الزمنية التي ذكرتها الباحثة من 2019 الى 2024
- تنوعت مصادر المراجع بين الكتب والمقالات العلمية والرسائل الاكاديمية



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

