

قضايا بحثية 1 – الأسبوع الأول

أثر أبعاد المرونة التسويقية في ظل جائحة كورونا على
سلوكيات مواطنة العميل: الدور الوسيط للصورة الذهنية
للمنظمة (دراسة تطبيقية)



أولاً: العنوان

جوانب القوة:

دقة التحديد المفاهيمي:

- العنوان يعكس نموذجًا بحثيًا واضحًا جدًا يشتمل على:

- ✓ المتغير المستقل: أبعاد المرونة التسويقية

- ✓ المتغير التابع: سلوكيات مواطنة العميل

- ✓ المتغير الوسيط: الصورة الذهنية للمنظمة

- وهذا يعكس نضجًا في صياغة الإطار النظري وفهمًا معمقًا لعلاقات التأثير.

تحديد سياق الدراسة بدقة:

- ذكر "في ظل جائحة كورونا" يُضفي على الدراسة طابعًا زمنيًا طارئًا ومثيرًا للاهتمام، وهو ما يعزز

من أهمية البحث في ضوء التغيرات السريعة التي أحدثتها الجائحة.

- ويُشير إلى طبيعة التحديات التي تواجه المنظمات، لا سيما في القطاعات الخدمية مثل الإنترنت المنزلي.

وجود توصيف لمنهج الدراسة:

- "دراسة تطبيقية" يُعطي انطباعًا بأن هناك عملاً ميدانيًا فعليًا، مما يزيد من قيمة الدراسة الواقعية

والتحليلية.

أولاً: العنوان

جوانب الضعف:

الطول النسبي للعنوان:

- يحتوي العنوان على أكثر من 20 كلمة، ما قد يُضعف من سهولة القراءة. وكان من الممكن تبسيط الصياغة دون الإخلال بالمحتوى، مثلاً:
"أثر مرونة التسويق على مواطنة العميل في ظل جائحة كورونا: الدور الوسيط للصورة الذهنية للمنظمة".
عدم الإشارة إلى المجال التطبيقي في العنوان:
- رغم أن الدراسة ميدانية ومطبقة على عملاء خدمات الإنترنت بمحافظة الغربية، لم يتم ذكر ذلك في العنوان. كان من الممكن تعزيز الارتباط الواقعي بإضافة عبارة مثل : (دراسة تطبيقية على عملاء الإنترنت المنزلي بمحافظة الغربية).
غياب الإشارة إلى المتغيرات المعقدة إن وجدت:
- الدراسة تُحلل أدوار العوامل الديموغرافية، لكن هذه لا تظهر في العنوان رغم كونها مذكورة كجزء تحليلي لاحق.

هل المجال شيق للدراسة؟

بلا شك، المجال شديد الأهمية والتشويق من الناحية الأكاديمية والتطبيقية:

- ✓ يتناول سلوك العميل في أوقات الأزمات، وهو مجال مركزي في علم التسويق السلوكي.
- ✓ يربط بين المرونة المؤسسية والصورة الذهنية، وهما من أبرز مفاهيم التسويق المعاصر.
- ✓ يُركز على سلوكيات غير مباشرة وغير إلزامية (مواطنة العميل)، وهو موضوع حديث نسبياً في التسويق، ويستحق المزيد من البحث خاصة في السياقات العربية.

ثانيًا: مدى وضوح المتغيرات في المقدمة

مصادقية جوانب القوة في المقدمة:

شرح المتغيرات بشكل دقيق:

- المقدمة نجحت في تعريف المتغيرات الأساسية بشكل جيد:
- ✓ المرونة التسويقية، ومكوناتها مثل: مرونة تخطيط المنتج – مرونة السياسات التسعيرية – مرونة التوزيع – مرونة الترويج.
- ✓ سلوكيات مواطنة العميل: مثل التوصية – المساعدة – التسامح – تقديم المقترحات.
- ✓ الصورة الذهنية للمنظمة: كعامل إدراكي وانطباعي في ذهن العميل.

الربط المنطقي بين المتغيرات:

- تم الانتقال المنهجي من الحديث عن ظروف الجائحة إلى أهمية المرونة، ثم إلى أثرها على الصورة الذهنية، وانعكاس ذلك على سلوك العميل.
- هذا الربط يخلق سردًا علميًا سلسًا ومتناسقًا، ويُبرز العلاقات السببية والوسيطية بوضوح.

استعراض الخلفية الواقعية للتطبيق:

- تم عرض البيانات الرقمية الخاصة بزيادة الطلب على الإنترنت خلال جائحة كورونا، وهو ما يُعطي واقعية وميدانية لموضوع الدراسة، ويُوضح سبب اختيار قطاع الإنترنت المنزلي كمجال للتطبيق.

ثانيًا: مدى وضوح المتغيرات في المقدمة

جوانب الضعف في المقدمة:

الإطالة الزائدة والتكرار:

- تحتوي المقدمة على تفاصيل مطوّلة قد تُثنت القارئ، مثل البيانات الكمية المتعددة حول نسب الاستهلاك وساعات الذروة، رغم أنها تُفيد، إلا أن مكانها الأمثل ربما في فصل الخلفية أو المنهج. عدم الفصل بين المفاهيم النظرية والتطبيقية بوضوح:

- بعض الفقرات تمزج بين العرض النظري والتحليل الواقعي بشكل غير منظم، مما قد يُربك القارئ الجديد على الموضوع.

نقص الجانب النقدي في العرض:

- لم يتم التطرق إلى الخلافات أو الجدل في الأدبيات حول تعريف سلوكيات مواطنة العميل أو فعالية المرونة التسويقية، بل طُرحت المفاهيم وكأنها محل إجماع، وهو ما يُضعف العمق النظري.

عدم إبراز الفجوة البحثية في بداية المقدمة:

- رغم أن الباحث يشير لاحقًا إلى قلة الدراسات التي دمجت هذه المتغيرات، كان من الأفضل عرض هذه الفجوة في بداية المقدمة لجذب انتباه القارئ.

المرجع

خاطر, س. أ. (2020). أثر أبعاد المرونة التسويقية في ظل جائحة كورونا على سلوكيات مواطنة العميل: الدور الوسيط للصورة الذهنية للمنظمة (دراسة تطبيقية). Retrieved from

https://caf.journals.ekb.eg/article_162184_fa34ceb9152cd79.pdf



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

