

قضايا بحثية (2)

الأهداف - الاسئلة - الفروض

بالتطبيق على دراسة

دور إدارة خدمة العملاء في نجاح خطط التسويق الرقمي

بالمملكة العربية السعودية

بيانات النشر: دراسة منشورة في: المجلة العربية للإدارة.

المجلد: 43 العدد: 2 السنة: 2023 الصفحات: 3 - 18 .

اعداد الباحثون : عبير كامل لافي العميري ، هوازن عبد الحفيظ الزبيدي.

اعداد الطالب / فارس المزيني

العام الدراسي 1446 - 2024

أولاً :أهداف الدراسة:

تمثل الأهداف البحثية الغاية التي يسعى الباحث للوصول إليها. والتي يجب أن تتبثق وتتقارب كلياً، مع ما حدده بدقة لمشكلته البحثية. بحيث يكون إطاره المنهجي متوافق معها.

و هناك عدد من المعايير التي يجب على الباحث مراعاتها عند صياغة الأهداف، و من أهم هذه المعايير ما يلي:

- ان تكون الأهداف دقيقة ومرتبطة ارتباطاً كلياً بموضوعه الدقيق ، وأن تتم صياغتها وفق ما ورد في تحديد المشكلة البحثية وليس الموضوع البحثي.
- ان تكون محددة ، واضحة الصياغة ، غير مركبة ، ويمكن قياسها.
- قابلة للتحقق وليست تفوق جهد وقدرة الباحث، مرتبطة بنوع الدراسة التي اختارها الباحث لدراستها لما لنوع الدراسة من تأثير على صياغة الأهداف.(الغريب ، 2012، 210)

وبالتطبيق على دراسة دور إدارة خدمة العملاء في نجاح خطط التسويق الرقمي بالمملكة العربية السعودية ، نجد ان الباحثان حددا أهداف الدراسة في الاتي :

- معرفة دور إدارة خدمة العملاء في نجاح خطط التسويق الرقمي في المملكة العربية السعودية.
- معرفة مدى فاعلية إدارة خدمة العملاء على نجاح خطط التسويق الرقمي لعملاء البنوك في المملكة العربية السعودية من وجهة نظر عملاء البنك.
- مدى فاعلية خطط التسويق الرقمي على مستوى الخدمات المقدمة لعملاء البنوك في المملكة العربية السعودية من وجهة نظر عملاء البنك.
- ومن خلال عرض اهداف الدراسة تبين للباحث ان الأهداف واضحة ودقيقة ، وهي وثيقة الصلة بمشكلة الدراسة وتساؤلاتها، حيث تم صياغتها وفق ما ورد في تحديد مشكلة الدراسة : ما دور إدارة خدمة العملاء في نجاح خطط التسويق الرقمي بالمملكة العربية السعودية؟
- الأهداف قابلة للقياس لا يوجد صعوبة في تحقيقها ، وفي تناول جهد وقدرة الباحث .
- الأهداف تم تحديدها بدقة وفق متغيرات الدراسة (إدارة خدمة العملاء - خطط التسويق الرقمي)، وقد تم وضعها حسب أهميتها.

- وشملت حدود البحث سواء الموضوعية أو البشرية، حيث تناولت موضوع (إدارة خدمة العملاء ودورها في نجاح خطط التسويق الرقمي)، كما شملت الحد البشري (عملاء البنوك في المملكة العربية السعودية).

ثانيا: تساؤلات الدراسة: هي أسئلة يقوم الباحث بطرحها من خلال البحث العلمي الخاص به بهدف دراسة كل جوانب الدراسة، وهي بمثابة أسئلة استفهامية غير معلومة الإجابة تشير لنتائج الدراسة.

أنواع التساؤلات في البحث العلمي:تنقسم التساؤلات البحثين الى نوعين ها :

- اسئلة استفهامية :وهي التي يصيغها الباحث من أهدافه التي سبق له تحديدها ، وتكون متماثلة معها الى حد كبير .
- التساؤلات المتعلقة بالعلاقات: وهي التساؤلات التي تحاول ان تتعرف أو تقيس تأثير متغير (المتغير المستقل) على متغير آخر (المتغير التابع).(الغريب، 2012)
- توجد مجموعة من الشروط المهمة التي يجب أن تتوافر في تساؤلات البحث العلمي لتمكن الباحث من الوصول إلى أهدافه المرجوة وهي:
- يجب أن تتسم التساؤلات عند صياغتها بالدقة والوضوح والسهولة ، وتجنب الغموض، والعمومية.
- يجب أن تعكس أسئلة البحث العلمي بطريقة مباشرة كل ما يتعلق بمشكلة البحث العلمي وأهدافه وفرضياته ونوع البيانات المطلوبة منه للتوصل إلى حلها.
- قابليتها للقياس والتحليل لتبرير إجاباتها والدفاع عن صحتها بطريقة منطقية من خلال الأدلة والمعلومات التي تثبت صحتها، أن يتضح في صياغة تساؤلات البحث وجود متغيرات الدراسة.

وبالتطبيق على الدراسة المختارة نجد ان الباحثان صاغا اسئلة الدراسة على النحو الاتي :

- ما دور إدارة خدمة العملاء في نجاح خطط التسويق الرقمي بالمملكة العربية السعودية؟
- ما تأثير الاتصال على نجاح خطط التسويق الرقمي ؟
- ما تأثير تلبية احتياجات العملاء على نجاح خطط التسويق الرقمي ؟
- ما تأثير جودة الخدمات المصرفية على نجاح خطط التسويق الرقمي ؟
- ما تأثير الثقة في التعامل على نجاح خطط التسويق الرقمي ؟

- وبالتطبيق على الدراسة المختارة نجد ان تساؤلات الدراسة من نوع التساؤلات المتعلقة بالعلاقات ، وظهر ذلك في جميع تساؤلات الدراسة ، حيث انها تتمثل في العلاقة ما بين تأثير إدارة خدمة العملاء في نجاح خطط التسويق الرقمي.
- ومن خلال عرض اسئلة الدراسة تبين للباحث ان الأسئلة محددة ودقيقة وقد تم صياغتها بطريقة جيدة وواضحة، بسيطة وسهلة وغير مركبة، وهي مرتبطة ارتباطا وثيقا بمشكلة الدراسة : ما دور إدارة خدمة العملاء في نجاح خطط التسويق الرقمي بالمملكة العربية السعودية؟
- كما انها مرتبطة بأهداف الدراسة ، حيث انها مشتقة من الاهداف ,وتضمنت متغيرات الدراسة(إدارة خدمة العملاء - خطط التسويق الرقمي)، وقد حددت الإطار العام للدراسة.
- قابليتها للقياس والتحليل لتبرير إجاباتها والدفاع عن صحتها بطريقة منطقية وعلمية من خلال البراهين والأدلة والمعلومات التي تثبت صحتها.

ثالثا :فروض الدراسة: هي إجابات محتملة لأسئلة البحث مستمدة من خلفية علمية، ويمكن التحقق من قبولها أو رفضها إجابات حقيقية لأسئلة البحث بواسطة ما يجمع حولها من معلومات. (العساف، 2012).

معايير الفروض الجيدة.

- أن يكون الفرض قابلاً للاختبار أي هل يمكن التحقق من صحة الفرض تجريبياً في الوقت الحاضر أو في المستقبل ؟
- تحديد الفروض بشكل واضح، وتوضيح العلاقة بين المتغيرات، كالمتغير المستقل والمتغير التابع.
- صياغتها بشكل جيد، ومحدد، وذلك بالابتعاد عن العموميات.
- أن يكون عددها محدوداً، وأن تكون بعيدة عن احتمالات التحيز الشخصي للباحث. (قنديلي، 2022، 70)

وبالتطبيق على الدراسة المختارة نجد ان الباحثان حددا فروض الدراسة في الاتي :

- من المتوقع ان تؤثر خدمة العملاء في نجاح خطط التسويق الرقمي.
- من المتوقع ان يؤثر الاتصال على نجاح خطط التسويق الرقمي.
- من المتوقع أن تلبية احتياجات العملاء قد تؤثر على نجاح خطط التسويق الرقمي.

- من المتوقع أن تؤثر جودة الخدمات على نجاح خطط التسويق الرقمي.

- من المتوقع أن تؤثر الثقة في التعامل على نجاح خطط التسويق الرقمي.

- وبالتطبيق على الدراسة المختارة نجد ان الباحثان وضعت الفروض على حسب ترتيب أسئلة الدراسة وهي قابلة للاختبار وهي اجابات محتملة لأسئلة الدراسة ،وتم تحديد الفروض بشكل واضح، وتوضيح العلاقة بين المتغيرات, (إدارة خدمة العملاء - خطط التسويق الرقمي).
- 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.
- و من خلال العرض السابق لأهداف وتساؤلات وفروض الدراسة، تبين أن هناك اتساق وترابط بين كلا منهم.

المراجع :

- العساف ، صالح بن حمد .(2012).المدخل الى العلوم السلوكية .ط2.دار الزهراء .الرياض .
- الغريب، عبد العزيز بن علي.(2012).تصميم البحوث الكمية والكيفية وتطبيقاتها في العلوم الاجتماعية.ط1.دار الزهراء .الرياض.
- قنديلجي ، عمر.(2022).البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية.ط8. دار المسيرة .الاردن .