

البحث في دراسة أثر التسويق الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي

على سلوك المستهلك: دراسة حالة شركة زين

بدر عبيد رسم ماجستير إدارة الأعمال ، كلية الإدارة، جامعة ميدأوشن، جزر القمر: أثر التسويق الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي على سلوك المستهلك:
Vol 1, No 2, 2024 – and Studies Midocean ، دراسة حالة شركة زين
Journal for Research 2 ، ١مج ، والدراسات للبحوث ميدأوشن م مسترجع

من [Midocean University Digital Library](#)



إعداد

محمد بن نواف الشمري

تحليل العنوان

★ أولاً: تحليل العنوان – تقييم أكاديمي معمق

العنوان يمثل المدخل المنهجي للدراسة، ويجب أن يعكس المتغيرات الأساسية والعلاقة بينها ومجال التطبيق.

✓ نقاط القوة

العنوان يحدد بوضوح المتغير المستقل (التسويق الإلكتروني) والمتغير التابع (سلوك المستهلك).
يشير إلى مجال تطبيقي محدد (شركة زين)، مما يعزز القيمة العملية للدراسة.
يعكس موضوعاً معاصراً ومرتبباً بقضايا بحثية حديثة في التسويق الرقمي.

✗ نقد أكاديمي

العنوان يتضمن "مواقع التواصل الاجتماعي" دون تحديد دورها المنهجي (وسيط؟ معدل؟ قناة؟).
غياب تحديد الدور المنهجي يؤدي إلى غموض في النموذج المفاهيمي.

لم يوضح العنوان الأبعاد الفرعية للمتغيرات، رغم أن التسويق الإلكتروني وسلوك المستهلك متغيرات متعددة الأبعاد.

🔍 تقييم نهائي

العنوان جيد لكنه يحتاج إلى صياغة أكثر دقة تعكس البناء النظري والمنهجي للدراسة.

تحليل المقدمة

★ ثانيًا: تحليل المقدمة – قراءة نقدية معمّقة
المقدمة يجب أن تمهّد للمشكلة وتوضح السياق العلمي.
✓ نقاط القوة

تربط المقدمة بين التحول الرقمي وسلوك المستهلك.
تقدم خلفية جيدة عن أهمية التسويق الإلكتروني في بيئة الأعمال الحديثة.
تمهّد بشكل تدريجي لمشكلة الدراسة.
✗ نقد أكاديمي

المقدمة طويلة جدًا وتحتوي على معلومات عامة لا تخدم مباشرة بناء المشكلة.
لا تتضمن تعريفات دقيقة للمتغيرات الأساسية.
لا تربط المفاهيم ببعضها للوصول لتعريف شامل للموضوع.
تفتقر إلى الاستشهادات العلمية التي تدعم الادعاءات.
تقييم نهائي 🔍

المقدمة تحتاج إلى تركيز أكاديمي أعلى وربط مباشر بالمشكلة.

◆ تحليل مشكلة الدراسة ◆

★ ثالثًا: تحليل مشكلة الدراسة – تقييم منهجي معمق

✓ نقاط القوة

تمت صياغة المشكلة على شكل سؤال رئيسي، وهو أسلوب صحيح.
المشكلة مرتبطة بواقع عملي تواجهه شركات الاتصالات.

X نقد أكاديمي

المشكلة غير مبنية على فجوة بحثية واضحة (Research Gap).
لا توجد علاقة واضحة بين الدراسات السابقة والمشكلة.
الأسئلة الفرعية لا ترتبط بنموذج مفاهيمي واضح.
المشكلة صيغت بشكل عام وغير محدد بدقة.

🔍 تقييم نهائي

المشكلة تحتاج إلى صياغة أكثر دقة وربط مباشر بالدراسات السابقة.

◆ تحليل أهمية الدراسة ◆

★ رابعًا: تحليل أهمية الدراسة – تقييم نقدي معمق
✓ نقاط القوة

الأهمية العملية واضحة: تحسين استراتيجيات شركة زين.
الأهمية العلمية مرتبطة بتطور التسويق الرقمي.

✗ نقد أكاديمي

الأهمية العلمية لا ترتبط بفجوة بحثية محددة.
لا توجد إضافة نظرية واضحة يمكن أن تقدمها الدراسة.
الأهمية التطبيقية عامة جدًا وغير مبنية على نتائج كمية.

🔍 تقييم نهائي

الأهمية تحتاج إلى صياغة أكثر عمقًا وربط مباشر بالمشكلة والنتائج المتوقعة.

تحليل أهداف الدراسة

★ خامسًا: تحليل أهداف الدراسة – تقييم أكاديمي معمق

✓ نقاط القوة

الأهداف متسقة مع المشكلة والأسئلة.

الهدف الرئيسي واضح.

✗ نقد أكاديمي

الأهداف مكتوبة بصيغة وصفية وليست تحليلية.

لا تبدأ بأفعال بحثية قوية مثل تحليل – اختبار – تفسير – قياس.

لا توجد علاقة واضحة بين الأهداف والمتغير الوسيط.

🔍 تقييم نهائي

الأهداف تحتاج إلى إعادة صياغة لتكون قابلة للقياس والتحليل.

تحليل الإطار النظري والمفاهيمي

★ سادسًا: تحليل الإطار النظري والمفاهيمي – تقييم معمق
X نقد

لا توجد تعريفات نظرية أو إجرائية للمتغيرات.
لا توجد أبعاد واضحة للمتغيرات (مثل أبعاد التسويق الإلكتروني أو سلوك المستهلك).

لا يوجد ربط بين المفاهيم للوصول إلى نموذج نظري متكامل.
🔍 تقييم نهائي

الإطار النظري يحتاج إلى إعادة بناء شامل.

◆ تحليل الدراسات السابقة ◆

★ سابعًا: تحليل الدراسات السابقة – قراءة نقدية معمّقة
✓ نقاط القوة

الباحث جمع عددًا كبيرًا من الدراسات.
الدراسات متنوعة بين التسويق الرقمي وسلوك المستهلك.
✗ نقد أكاديمي

العرض سردي وليس تحليليًا.
لا توجد مقارنة بين الدراسات (اتفاق – اختلاف – فجوات).
لا توجد خلاصة نقدية تربط الدراسات بمشكلة البحث.
لا توجد حادثة واضحة في بعض الدراسات.

🔍 تقييم نهائي
الدراسات السابقة تحتاج إلى تحليل نقدي معمّق وليس مجرد عرض سردي.

◆ تحليل الفرضيات ◆

★ ثامناً: تحليل الفرضيات – نقد منهجي معمق

X نقد جوهري

لا توجد أي فرضيات في البحث رغم أنه بحث كمي يعتمد على الاستبيان.
غياب الفرضيات يجعل الدراسة غير قابلة للاختبار الإحصائي.
يخالف متطلبات المقرر التي تنص على:
"تحديد الفروض الرئيسية والفرعية ومدى ارتباطها بعنوان الدراسة
ومتغيراتها".

🔍 تقييم نهائي

.غياب الفرضيات يمثل نقصاً منهجياً خطيراً

◆ تحليل النموذج المفاهيمي ◆

★ تاسعًا: تحليل النموذج المفاهيمي – تقييم معمق

X نقد

لا يوجد نموذج مفاهيمي. Conceptual Framework.

لا توجد أسهم توضح اتجاه العلاقات بين المتغيرات.

لا يوجد تحديد لدور مواقع التواصل الاجتماعي (وسيط؟ معدل؟).

🔍 تقييم نهائي

غياب النموذج يضعف البناء النظري للدراسة.

تحليل المنهجية

★ عاشرًا: تحليل المنهجية – تقييم أكاديمي معمق

✓ نقاط القوة

اختيار المنهج الوصفي التحليلي مناسب.

استخدام الاستبيان مناسب لقياس السلوك الشرائي.

X نقد معمق

لا يوجد وصف للعينة (حجمها – طريقة اختيارها).

لا توجد نسخة من الاستبيان.

لا توجد اختبارات صدق وثبات.

لا توجد أدوات تحليل إحصائي واضحة.

لا توجد تفاصيل حول المجتمع الأصلي.

🔍 تقييم نهائي

المنهجية تحتاج إلى إعادة بناء كاملة.

♦ التحليل الإحصائي ♦

★ الحادي عشر: التحليل الإحصائي – نقد معمق

X نقد

لا توجد نتائج إحصائية.

لا توجد جداول أو أرقام.

لا توجد اختبارات للعلاقات بين المتغيرات (انحدار – ارتباط – تحليل مسار).

لا يوجد اختبار للمتغير الوسيط.

🔍 تقييم نهائي

التحليل الإحصائي غير موجود فعليًا.

◆ مناقشة النتائج والتوصيات ◆

★ الثاني عشر: مناقشة النتائج والتوصيات – تقييم معمق
✓ نقاط القوة

التوصيات منطقية ومتصلة بسياق شركة زين.

✗ نقد معمق

النتائج عامة جدًا وغير مدعومة بأرقام.

لا توجد مقارنة مع الأدبيات.

لا توجد توصيات بحثية مستقبلية.

🔍 تقييم نهائي

النتائج والتوصيات تحتاج إلى تعميق وربط مباشر بالتحليل الإحصائي.

الخلاصة

🎓 الخلاصة النهائية – تقييم أكاديمي شامل
البحث يعالج موضوعًا مهمًا ومعاصرًا، لكنه يعاني من قصور منهجي كبير،
أبرزها:

غياب الفرضيات
غياب النموذج المفاهيمي
ضعف المنهجية
غياب التحليل الإحصائي
عرض سردي للدراسات السابقة
عدم تعريف المتغيرات
عدم وجود نتائج كمية



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

