

قضايا بحثية

دراسة أثر التسويق الإلكتروني على سلوك المستهلك
لمستخدمي منص السحاب شات في مدينة الرياض

[رابط البحث هنا](#)

التكليف الخامس لمادة قضايا بحثية 2
محمد عبدالله الزاير
242000178



موضوع القضية البحثية

يعتبر التسويق الإلكتروني خاصة المعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي موضوعا هاما نظرا للإقبال الكبير على استخدام هذه الشبكات، ولأن الأعمال التجارية ينبغي أن تصل للمستهلك وتستهدفه تسويقيا في المكان الصحيح فإن الدراسة العلمية لهذا النوع من التسويق يعتبر من القضايا البحثية الهامة والضرورية وذلك لمساعدة الأعمال التجارية في النجاح ضمن هذا المضمار.

اختيار منصة السناپ شات على وجه التحديد أرى بأنه اختيار موفق، وذلك لأن الدراسة البحثية تستهدف مدينة الرياض في المملكة العربية السعودية وتعتبر منصة السناپ شات هي الأكثر استخداما بين الأفراد.

في الجانب الآخر وكوني مهتم في كل ما يرتبط بسلاسل الإمداد بحكم التخصص والخبرة العملية، فإن تناول هذه القضايا البحثية مهم جدا أيضا في مجالات سلاسل الإمداد المختلفة وذلك لأن سلاسل الإمداد والخدمات اللوجستية هي المحرك الأساس للعمليات التجارية على شبكة الإنترنت ولها دور هام في تحفيز الشراء لدى المستهلكين أو ثنيهم عن اتخاذ القرار لبعض الأسباب المتعلقة بالجوانب اللوجستية مثل مدة الشحن أو تكلفتها ونحو ذلك.



جمع البيانات

اعتمد الباحثون على الاستبانة كطريقة لجمع البيانات في هذا البحث العلمي، وأرى بأن اختيارهم موفق وهو الأنسب في هكذا أبحاث، فنظرا لأن المجتمع البحثي كبير من ناحية عدد الأشخاص الموجودين فيه، صحيح بأن أغلب أفراد المجتمع البحثي هم من فئة المراهقين والشباب وهم المستخدمين لمنصة سناب شات وقد يكون هناك عدم اهتمام من قبل فئة كبيرة منهم في الإجابة على الاستبانات إلا أن الاستبانة تبقى الاختيار الأفضل مع حجم المجتمع الكبيرة وصعوبة اللجوء لطرق أخرى مثل المقابلات.

كان بالإمكان الاعتماد على عدد من المصادر الثانوية، مثل التقارير الإحصائية الرسمية التي تصدرها سناب شات أو المواقع المتخصصة، إلا أن هذا قد يكون صعبا ومكلفا بالنسبة للباحثين.

بلغ حجم العينة المختارة 385، إلا أن الباحثين اخطئوا في تحديد المجتمع البحثي فقد اعتمدوا على مصدر يبين بأن عدد المستخدمين لسناب شات في المملكة قد بلغ 20 مليونا، وهذا العدد ليس مخصص للمجتمع المستهدف وهو مدينة الرياض وأيضا قد بين المصدر بأن هذا العدد هو مخصص لوصول الإعلانات وليس عدد المستخدمين.

أرى بأن أسئلة الاستبانة كانت تستهدف أصحاب الأعمال والأفراد على حد سواء ولم يتم التفريق والتمييز بين كل منها وهذا خطأ منهجي.