

التكليف الخامس

الباحثة: فاطمة الزهراء هشام

دكتوراه التسويق الرقمي



قضايا بحثية

التكليف الخامس

مناقشة قضية بحثية لورقة بحثية من حيث (قراءة أهداف الدراسة بشكل تحليلي ومدى إمكانية وواقعية التوصل إليها)

الورقة البحثية المختارة:

إسهام التسويق الرقمي في تعديل سلوك المستهلك: دراسة ميدانية لمستهلكي مواد مستحضرات التجميل بمدينة المسيلة

رابط الدراسة: [https://repository.univ-msila.dz/items/f71c766d-04c8-417a-847e-](https://repository.univ-msila.dz/items/f71c766d-04c8-417a-847e-d88f6273eaf0/full)

[d88f6273eaf0/full](https://repository.univ-msila.dz/items/f71c766d-04c8-417a-847e-d88f6273eaf0/full)

تتناول هذه الدراسة موضوع "التسويق الرقمي" ودوره في التأثير على سلوك المستهلك، مع التركيز على بيئة الأعمال في ظل التحولات الرقمية المتسارعة. تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الأثر الإيجابي لهذه التحولات، وتحليل مدى استفادة المستهلكين من آليات التسويق الرقمي المختلفة، بما في ذلك استخدام المنصات الإلكترونية والتطبيقات الحديثة.

وتستند الدراسة إلى المنهج الوصفي التحليلي، وتسعى إلى تقديم رؤية علمية تسهم في تطوير المفاهيم المعرفية والتطبيقية المرتبطة بالتسويق الرقمي، بما يدعم المؤسسات في بناء استراتيجيات أكثر تنافسية واستجابة لحاجات المستهلك الرقمي.



تُعد الأهداف البحثية من أهم عناصر أي دراسة علمية، فهي توجّه الباحث وتحدد المسار الذي ينبغي اتباعه أثناء جمع البيانات وتحليلها. كما توضح ما ينوي الباحث تحقيقه، وتُعد مرجعًا أساسيًا للحكم على مدى نجاح أو فشل الدراسة في الوصول إلى نتائج دقيقة.

أولاً: نص الأهداف كما ورد في الدراسة

- ١- التعرف على مختلف مظاهر الرقمنة في محل Beauty Queen بمدينة المسيلة.
- ٢- عرض المفاهيم الأساسية المتعلقة بالتسويق الرقمي وسلوك المستهلك.
- ٣- التعرف على أثر التسويق الرقمي في تعديل سلوك المستهلك.
- ٤- محاولة توضيح بعض المصطلحات كالتسويق الرقمي وسلوك المستهلك.
- ٥- محاولة إعطاء فكرة عن التسويق الرقمي في محلات مدينة المسيلة

ثانيًا: التحليل العلمي لأهداف الدراسة

١- تنوع الأهداف وتكاملها

تبيّن من صياغة الأهداف أن الباحث سعى إلى الجمع بين الأهداف النظرية (مثل عرض المفاهيم وتوضيح المصطلحات) والأهداف التطبيقية (مثل التعرف على أثر التسويق الرقمي في تعديل سلوك المستهلك). هذا التنوع يعكس شمولية النظرة العلمية للدراسة، ويعزز من القيمة المعرفية لها.

٢- وضوح التركيز على السياق المحلي

يُلاحظ أن الأهداف حددت سياقًا جغرافيًا وتطبيقيًا محددًا، من خلال الإشارة إلى محل Beauty Queen بمدينة المسيلة، ما يعكس محاولة الباحث دراسة حالة واقعية وقريبة من الميدان، وهو ما يثري التحليل العلمي ويجعله أكثر قربًا من الواقع.

ثانيًا: التحليل العلمي لأهداف الدراسة

٣- دعم الإطار النظري وتوضيح المصطلحات

تضمّنت الأهداف نقاطًا توضح نية الباحث في بناء قاعدة نظرية راسخة للدراسة، من خلال عرض المفاهيم وتوضيح المصطلحات. هذه الخطوة ضرورية لأي بحث علمي لأنها تساعد القارئ على فهم الإطار المفاهيمي بشكل دقيق، وتمنع أي التباس قد ينشأ عن استخدام مصطلحات جديدة أو متخصصة.

٤- التركيز على سلوك المستهلك كأحد متغيرات الدراسة

أحد أبرز جوانب القوة في الأهداف هو التركيز المباشر على سلوك المستهلك الرقمي، إذ يُعد هذا المتغير من أهم المتغيرات في مجال التسويق الرقمي الحديث، ويعطي للبحث بعدًا سلوكيًا وتحليليًا عميقًا.

ثانيًا: التحليل العلمي لأهداف الدراسة

٤- إبراز البعد المعرفي والتوضيحي

تضمنت الأهداف عنصر توضيح المصطلحات وإعطاء فكرة عامة عن التسويق الرقمي في مدينة المسيلة، وهو ما يساهم في تقديم صورة شاملة للقارئ ويعزز من قيمة الدراسة التحقيقية والتعليمية، وليس فقط التطبيقية.

٤- التدرج المنهجي في الأهداف

يمكن ملاحظة التدرج في صياغة الأهداف، بدءًا من الأهداف العامة (عرض المفاهيم) وصولًا إلى الأهداف الأكثر تخصصًا (دراسة التسويق الرقمي في محل محدد). هذا التدرج يعكس وجود منطق علمي قوي في هيكل الأهداف، ما يعزز من دقة الدراسة واتساقها الداخلي.

مدى إمكانية وواقعية الأهداف

١- الأهداف بشكل عام واقعية وقابلة للتحقيق، إذ تجمع بين الأهداف النظرية (التعريفية والتحليلية) والتطبيقية (الميدانية)

٢- الأهداف النظرية مثل الهدف الثاني تعتبر هدف وصفي نظري، يندرج غالبًا ضمن الإطار النظري للدراسة، ويمكن تحقيقه من خلال مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة. هذا هدف أساسي، لكنه لا يتطلب جمع بيانات ميدانية، بل تحليل محتوى نظري.

٢- يشترط لتحقيق الأهداف التطبيقية مثل الهدفين الثالث والخامس تصميم أداة قياس دقيقة (استبيان أو مقابلات)، وتحليل إحصائي ملائم، وهي أهداف قابلة للتحقيق، لكنها تتطلب عينة ممثلة وبيانات موثوقة.

٣- لا يوجد أي هدف مبالغ فيه أو غير قابل للتنفيذ، مما يعكس دقة الباحث في صياغتها.

الخلاصة الأكاديمية:

"جاءت أهداف هذه الدراسة موزونة وواقعية، وتغطي الجوانب النظرية والتطبيقية بشكل متكامل. فهي تبدأ بتوضيح المفاهيم وتحديد الإطار النظري، ثم تنتقل إلى التحقق من الأثر الميداني للتسويق الرقمي على سلوك المستهلك. هذه الصياغة المتدرجة تجعل من الممكن تحقيق الأهداف فعليًا، شرط الالتزام بمنهجية علمية دقيقة في تصميم الأداة البحثية وجمع وتحليل البيانات. لذلك، تُعتبر هذه الأهداف محددة وقابلة للتحقيق، مما يضفي قوة ومصداقية على الدراسة."



Thank You