

روابط البحوث

رابط البحث (1)

رابط البحث (2)

هند فريد



أولاً: وضوح النتائج 5 / 4 –

قسّم الباحثان النتائج إلى محورين واضحين: تشخيص واقع المتغيرات، ثم اختبار الفرضيات، وهو تسلسل منطقي يسهّل على القارئ تتبع مسار البحث. كل بُعد من أبعاد التسويق الرقمي الخمسة عُولج بشكل مستقل مع ذكر الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومقارنتهما بالوسط الفرضي (3)، ثم خُتمت كل فرضية بقرار صريح بالقبول أو الرفض. غير أن البحث افتقر إلى مناقشة معمّقة لأبرز نتيجة لافتة فيه، وهي الضعف الواضح لبُعد الاستغراق ($r = 0.462$) مقارنةً ببقية الأبعاد، دون تفسير واضح لأسباب هذا الضعف في السياق العراقي. كذلك جاء الربط بين نتائج المقابلات الشخصية ونتائج الاستبانة الكمية ضعيفاً رغم أنهما أكّدا نفس النتيجة.

ثانياً: استخدام الوسائل البصرية 5 / 3 —

وظّف البحث ثمانية جداول إحصائية شاملة تضمّنت التوزيعات التكرارية والنسب والأوساط والانحرافات ومعاملات الارتباط والانحدار، وهي جداول منسجمة التنسيق ومركّمة بانتظام. أضاف الباحثان شكلاً توضيحياً واحداً (مخطط البحث الافتراضي) يعرض متغيرات النموذج. لكن البحث لم يستخدم أي رسم بياني رغم أن البيانات كانت تتيح ذلك بسهولة؛ فمعاملات الارتباط الخمسة (0.930، 0.462، 0.750، 0.930، 0.831) كانت ستُقدّم بصورة أكثر تأثيراً في مخطط شريطي مقارن، وكذلك الأوساط الحسابية لأبعاد التسويق الرقمي.



الدرجة	المعيار
4 / 5	وضوح النتائج
3 / 5	استخدام الوسائل البصرية
7 / 10	المجموع

البحث الثاني: فاعلية حملات تسويق تطبيقات التحول الرقمي في مصر
نهى عبد المقصود غالي | المجلة الدولية للتواصل الإعلامي، المجلد 4، العدد 15، ديسمبر 2024

أولاً: وضوح النتائج 5 / 4.25 –

قسّمت الباحثة النتائج قسمين متميزين: نتائج تحليل المضمون للحملات التسويقية الأربعة، ثم نتائج الدراسة الميدانية على عيّنة من 400 مبحوث، وهو بناء يعكس المنهجية المزدوجة للدراسة بشكل أمين. كل جدول يتبعه تفسير نصي منفصل يربط الأرقام بالدلالة الجوهرية. والأبرز أن الباحثة وظّفت نموذج أعمال العقل (ELM) إطاراً تفسيرياً مدمجاً في صلب عرض النتائج، فصنّفت دوافع التعرض إلى مركزية (معرفية: 24.8%) وهامشية (وجدانية: 10%) ومختلطة (65.2%)، مما منح النتائج بُعداً نظرياً مضافاً. الضعف الرئيسي يكمن في أن الإسهاب التوصيفي لم يُقابل بعمق مكافئ في مناقشة النتائج، وأن اختبار الفرضيات جاء موجزاً دون جدول مخصّص يجمع قيم معامل بيرسون وقرارات الفرضيات في مكان واحد.

ثانياً: استخدام الوسائل البصرية 5 / 3 —

وُظِّفَ ما يزيد على 22 جدولاً لعرض التوزيعات التكرارية والنسب المئوية في شتّى محاور البيانات (أوقات التعرض، التطبيقات المستخدمة، دوافع المتابعة، مستوى الثقة...)، وهي جداول منسجمة التنسيق تحمل عناوين وصفية دقيقة. لكن البحث لم يوظّف أي رسم بياني بالمرّة، رغم أن بياناته الوصفية هي تحديداً النوع الأنسب للتمثيل البصري؛ فنسب استخدام التطبيقات العشرة (أوبر 97.8%، صحة مصر 94%، بوابة مصر الرقمية 87.8%...) كانت ستُقدّم بشكل أبلغ وأكثر إقناعاً في مخطط شريطي أفقي، وتوزيع الدوافع الثلاثية في مخطط دائري

جدول المقارنة الإجمالية

يكشف التقييم المقارن عن قاسم مشترك بين الباحثين: اعتماد مكثف على الجداول التكرارية مقابل شح واضح في الرسوم البيانية التحليلية، وهو توجه سائد في البحث الأكاديمي الإعلامي والتسويقي العربي لكنه يُقَدَّر القدرة التواصلية للنتائج. يتقدم البحث الثاني بفارق طفيف في وضوح النتائج بفضل توظيفه الأنجح للإطار النظري في تفسير البيانات.

الدرجة	المعيار
4.25 / 5	وضوح النتائج
3 / 5	استخدام الوسائل البصرية
7.25 / 10	المجموع

الحد الأقصى	البحث الثاني (IJMCR 2024)	البحث الأول (الرافدين 2022)	المعيار
5	4.25	4.0	وضوح النتائج
5	3.0	3.0	استخدام الوسائل البصرية
10	7.25	7.0	المجموع



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

