

تكليف ١٠ قضايا بحثية ١

الباحث / محمد عبد العزيز بنتن



القضية البحثية :

التسويق العقاري من خلال استخدام تقنية الواقع الافتراضي

عنوان البحث :

" اثر التسويق العقاري من خلال استخدام تقنية الواقع الافتراضي على تحقيق ابعاد التنمية المستدامة في مصر "

الرابط :

https://jces.journals.ekb.eg/article_410060.html

عنوان البحث :

- العنوان واضح ويعبر بدقة عن موضوع الدراسة
- تم ذكر متغيرات الدراسة حيث جاء " التسويق العقاري " كمتغير مستقل و "وابعاد التنمية المستدامة في مصر" كمتغير تابع وتقنية الواقع الافتراضي كأداة .

ملخص البحث :

- تم توضيح هدف الدراسة وهو " معرفة اثر استخدام تقنية الواقع الافتراضي في التسويق العقاري على تحقيق ابعاد التنمية المستدامة في مصر "
- تم توضيح أهمية الدراسة من خلال ما تقدمه تقنية الواقع الافتراضي في التسويق العقاري لأبعاد التنمية المستدامة .
- لم يتم ذكر المنهج المستخدم بالبحث في الملخص .
- لم يتم ذكر أداة الدراسة ولا عينة الدراسة.
- تم ذكر الابعاد الأربعة للتنمية المستدامة وهي البعد الاقتصادي والبعد البيئي والبعد التكنولوجي والبعد الاجتماعي .
- تم ذكر الكلمات المفتاحية بملخص البحث .

- وضحت المقدمة أهمية التسويق العقاري في مصر وربطت ذلك بالتحول الرقمي واستخدام تقنية الواقع الافتراضي مما يؤكد على أهمية الدراسة من الناحية الاقتصادية والتقنية.
- تم توضيح ابرز التحديات التي تواجه القطاع العقاري
- تم توضيح أهمية التنمية المستدامة في تحقيق التوازن بين التقدم الاقتصادي والاجتماعي والبيئي
- كما تناولت المقدمة العديد من مميزات استخدام الواقع الافتراضي في التسويق العقاري .
- تنوع عرض المقدمة بين أهمية العقار والتكنولوجيا وتمت الإشارة الى الواقع الافتراضي والتنمية المستدامة في سياق متكامل يفيد القارئ .
- تم ذكر المصطلحات الأساسية مثل : التسويق العقاري ، الواقع الافتراضي ، التنمية المستدامة ، ابعاد التنمية المستدامة .
- كما تميزت المقدمة بالتمهيد المنطقي والذي يشير بوجود مشكلة تستحق الدراسة .

الدراسات السابقة :

- تنوعت الدراسات السابقة من حيث اللغة والمصدر فقد اشتملت على دراسات عربية واجنبية .
- تم عرض دراسات من فترات حديثة حتى عام ٢٠٢٤ وهو مؤشر لحدثة الدراسات السابقة .
- تناولت الدراسات السابقة موضوعات ذات علاقة مباشر بموضع البحث والتي غطت موضوعات مثل : التسويق العقاري ، تقنيات الواقع الافتراضي ، الاستدامة البيئية والاجتماعية .
- تم الحاق فقرة بعنوان " تحليل الدراسات السابقة " تناولت فيها الدراسة ما تم ملاحظته من خلال عرض الدراسات السابقة فيما يتعلق بموضوع الدراسة وقد جاء كما يلي :

اتفقت معظم الدراسات التي تناولت التسويق العقاري إلى وجود تأثيرات إيجابية للتسويق العقاري الافتراضي على تحقيق البعد الا في تحقيق متطلبات الاستدامة البيئية ، ووجود تأثير إيجابي للذكاء الاصطناعي في تحقيق متطلبات الاستدامة البيئية .لم تربط أي من هذه الدراسات بين استخدام الواقع الافتراضي كأداة لتحقيق متطلبات التنمية المستدامة والتأثير على الابعاد الاربعة للتنمية المستدامة المتمثلة في البعد البيئي والبعد الاجتماعي والبعد الاقتصادي والبعد التكنولوجي .

الفجوة البحثية

- تم ذكر البعد الجديد الذي سنتناوله الدراسة وهو التركيز على اثر التسويق العقاري على تحقيق ابعاد التنمية المستدامة من خلال تقني الواقع الافتراضي
- وإشارة الباحثان الى ان الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة في الفترة الزمنية ومجال التطبيق وهو القطاع العقاري بجمهورية مصر العربية .

مشكلة الدراسة

- تم توضيح مشكلة الدراسة في توضيح العلاقة بين المتغيرين المتغير المستقل وهو التسويق العقاري والتابع وهو ابعاد التنمية المستدامة .
- المشكلة تعتبر حديثة وواقعية لارتباطها بالتحولات الرقمية في قطاع العقار
- الأساليب التسويقية الحديثة أدت الى نشوء تنافس بين المسوقين للوصول للعملاء بشكل اسرع واكثر اقناعا

تساؤلات الدراسة :

- ثلاث أسئلة اشتملت على جميع جوانب الدراسة واهمها مدى تأثير استخدام تقنية الواقع الافتراضي على العملية التسويقية ؟
- كان من الممكن زيادة عدد تساؤلات الدراسة وتفصيلها افضل من التطرق لأكثر من محور في سؤال واحد ؟
- الأسئلة مرتبطة بأهداف ومشكلة الدراسة الا ان كان يفضل اكثر تفصيلا .

أهمية الدراسة

- تم تفصيل أهمية الدراسة الى أهمية نظرية واهمية تطبيقية كما يلي :

الأهمية النظرية :

- تم ذكر ان الأهمية النظرية تركز على تعريف تقنية الواقع الافتراضي واستخدامها في التسويق العقاري .
- كان يفضل توضيح الإضافة المعرفية التي ستقدمها الدراسة على المستوى المعرفي وكيف ستحقق الأهمية النظرية اهداف البحث .

الأهمية التطبيقية :

- اشتملت الاهمية العملية على اهم ما ستقدمه الدراسة من توصيات في مجال التسويق العقاري .
- كذلك تقديم رؤية مستقبلية لتأثير الواقع الافتراضي على العملية التسويقية بسوق العقارات وعلاات ذلك بالتنمية المستدامة .
- وجميع ما ذكر في أهمية الدراسة من الجانب النظري والعملية مرتبط بأهداف الدراسة ويؤكد على أهمية الدراسة و اضافتها المعرفية .

اهداف الدراسة :

- تم الأهداف واضحة ومباشرة وتوضح نية البحث في دراسة العلاقة بين الواقع الافتراضي والتسويق العقاري في سياق التنمية المستدامة .
- الأهداف قابلة للقياس والتحليل بأدوات التحليل
- ترتبط الاهداف بمشكلة الدراسة وتهدف الى معالجة الفجوة البحثية في توظيف الواقع الافتراضي في التسويق العقاري .

منهجية الدراسة :

- تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي لجمع وتحليل البيانات وهو منهج مناسب لطبيعة الدراسة .
- كما تم اعتماد مناهج واختبارات أخرى وهي :

كل من المنهج الاستنباطي Deductive approach، والمنهج الاستقرائي In adductive approach بالإضافة إلى المنهج العلمي الحديث الذي يعتمد على استخدام الاقتصاد القياسي في بناء وصياغة نموذج قياسي لتقدير وقياس وتحليل أثر الاقتصاد الأخضر على جذب الاستثمار الأجنبي وتحقيق التنمية المستدامة من خلال بعض مؤشراتها في مصر

- كما قد استعانت الباحثتان بحزمة ١٢ E-views لاختبار مدى استقرار السلاسل الزمنية لمُتغيرات الدراسة واختبار جذر الوحدة unit root- tests لها خلال الفترة (٢٠١٣-٢٠٢٣) للتعرف على مدى التكامل بينها وعدم التعرض لمشكلة الانحدار المُزيف.

الاطار النظري :

- تم تعريف مفاهيم ومصطلحات الدراسة مع التوثيق المراجع والمصادر
- كما تم تعريف كل من :
- التسويق العقاري
- تقنية الواقع الافتراضي
- دور الواقع الافتراضي في التسويق العقاري
- أهمية التسويق العقاري
- وظائف التسويق العقاري
- دور القطاع العقاري في التنمية المستدامة (في البعد الاقتصادي ، والبعد البيئي ، والبعد الاجتماعي)
- دور التسويق العقاري في تعزيز التنمية المستدامة
- العلاقة بين التسويق العقاري والتقنيات الحديثة
- تعريف التسويق باستخدام التكنولوجيا الحديثة
- التنمية المستدامة وكل مايشملها من اهداف وابعاد واثار التسويق العقاري عليها
- تأثير الواقع الافتراضي في العقارات على ابعاد التنمية المستدامة

الاختبارات والتحليل :

- استخدمت الدراسة برنامج E-Views 10 وهو برنامج متخصص في التحليل الاقتصادي القياسي .
- تم عمل التحليل الزمني لفترة ١٠ سنوات لقياس تطور المؤشرات وعلاقتها بالتغيرات في استخدام التقنية .
- تم عمل اختبار استقرار السلاسل الزمنية (Unit Root Test) للتأكد من ان المتغيرات لاتحتوي على اتجاه زمني عشوائي .

النتائج :

- تم عرض النتائج في شكل جدول يحتوي في عمود على النتيجة ومن ثم توضيح النتيجة في العمود المقابل كما في المثال التالي :

م	النتيجة	توضيح النتائج
١	زيادة الوعي البيئي ودفع الطلب على العقارات المستدامة	يمكن للتسويق العقاري أن يسلط الضوء على أهمية المباني الخضراء والمستدامة، مما يزيد من وعي المستهلكين بأثر خياراتهم العقارية على البيئة. من خلال تسليط الضوء على مزايا العقارات المستدامة، مثل توفير الطاقة والمياه، يمكن للتسويق أن يزيد الطلب على هذه الأنواع من العقارات، مما يشجع المطورين على بناء المزيد منها.

يتبع النتائج:

- يوجد انسجام وترابط بين نتائج الدراسة واهداف الدراسة التي ركزت على قياس الأثر على ابعاد التنمية المستدامة .
- النتائج واضحة وتغطي المتغيرات الأساسية للدراسة كما تعكس الجهد في تحليل البيانات للوصول الى هذه النتائج .

التوصيات :

- التوصيات شاملة لمتغيرات الدراسة ومرتبطة بالنتائج ومشكلة واسئلة الدراسة .
- تم عرض التوصيات في شكل جدول يوضح التوصية والأسلوب المقترح للتنفيذ والجهة المقترحة للقيام بالتنفيذ ونوع التوصية طويلة ام قصيرة الاجل كما تم عرض التوصيات الخاصة بكل بعد من ابعاد التنمية المستدامة على حدى ، مثال :

م	التوصية	الأسلوب المقترح للتنفيذ	الجهة المقترحة للقيام بالتنفيذ	نوع التوصية
التوصيات الخاصة بالبعد البيئي للتنمية المستدامة				
١	توفير مساحات خضراء و الاستثمار في التقنيات الخضراء	تخصيص مساحات خضراء واسعة في المشاريع العقارية لتحسين جودة الهواء وتوفير بيئة صحية و الاستثمار في التقنيات التي تساهم في ترشيد استهلاك الطاقة والمياه.	وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي	طويلة الاجل

المراجع :

- المراجع مرتبطة بموضوع البحث وتناولت محاور متعددة مثل التسويق العقاري والواقع الافتراضي و التنمية المستدامة .
- تنوعت المراجع بين المصادر العربية والاجنبية .
- تم توثيق المراجع بأسلوب علمي يوضح اسم المؤلف وتاريخ المرجع .
- وردت بعض الدراسات بتواريخ حديثة مثل ٢٠٢١ و ٢٠٢٣ وهذا يعكس حداثة المصادر واطلاع الباحثين.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

