

# التكليف الثامن

الباحثة: فاطمة الزهراء هشام

دكتوراه التسويق الرقمي



## قضايا بحثية

## التكليف الثامن

**مناقشة قضية بحثية لورقة بحثية من حيث** (تحديد الفروض الرئيسية والفرعية للدراسة

ومدى ارتباطها بعنوان الدراسة ومتغيراتها وتساؤلاتها الرئيسية والفرعية وما إذا كانت

تسهم في تحقيق أهداف الدراسة)

## التكليف الثامن

الدراسة المختارة لتطبيق التكليف بعنوان:

"أثر استخدام أدوات التسويق الرقمي على سلوك الشراء لدى طلاب الجامعات الخاصة في عمان"

رابط الدراسة: [أثر استخدام أدوات التسويق الرقمي على سلوك الشراء لدى.pdf](#)

تُعد الفروض أحد الأعمدة الأساسية في البحوث الكمية، إذ تُسهم في توجيه مسار الدراسة وتحديد العلاقات المحتملة بين المتغيرات. فهي تمثل تصورات مبدئية مبنية على خبرة الباحث والمعرفة السابقة، وتُختبر باستخدام أدوات التحليل الإحصائي للتحقق من صحتها.

إن وجود فروض واضحة ومحددة في البحث لا يُظهر فقط مدى نضج التصميم المنهجي، بل يُساعد أيضًا في رسم حدود المشكلة البحثية بدقة، وتوجيه جمع البيانات وتحليلها بطريقة منهجية. كما تُوفر الفروض أساسًا لتقييم النتائج وتفسيرها ضمن السياق العلمي، مما يُسهم في تعميم النتائج واقتراح حلول تطبيقية قابلة للاستخدام العملي أو التطوير الأكاديمي.

في هذه الدراسة، قام الباحث بصياغة مجموعة من الفروض الصفرية ( $H_0$ ) التي تعكس إنكاراً  
مبدئياً للعلاقات بين المتغيرات، وهو أسلوب شائع في الأبحاث الكمية لقياس مدى وجود فروق  
أو علاقات ذات دلالة إحصائية.

**أولاً: نص فروض الدراسة كما ورد في البحث**

**الفرضية الرئيسية الأولى**

H0.1 لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام أدوات التسويق الرقمي على سلوك الشراء لدى طلبة الجامعات الخاصة في عمان عند مستوى دلالة إحصائية  $(0.05 \geq \alpha)$

**ويتفرع منها الفرضيات التالية:**

H01.1: لا يوجد أثر دال إحصائياً لاستخدام البريد الإلكتروني كأداة من أدوات التسويق الرقمي على سلوك الشراء لدى طلاب الجامعات الخاصة في عمان على مستوى دلالة إحصائية  $(\alpha \leq 0.05)$ .

**H01.2:** لا يوجد أثر دال إحصائيًا لاستخدام الإعلانات عبر مواقع الإنترنت كأداة من أدوات التسويق الرقمي على

سلوك الشراء لدى طلاب الجامعات الخاصة في عمّان على مستوى دلالة إحصائية  $(\alpha \leq 0,05)$ .

**H01.3:** لا يوجد أثر دال إحصائيًا لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة من أدوات التسويق الرقمي على

سلوك الشراء لدى طلاب الجامعات الخاصة في عمّان على مستوى دلالة إحصائية  $\alpha \leq 0,05$

**H01.4:** لا يوجد أثر دال إحصائيًا لاستخدام التسويق بالمحتوى كأداة من أدوات التسويق الرقمي على سلوك

الشراء لدى طلاب الجامعات الخاصة في عمّان على مستوى دلالة إحصائية  $\alpha \leq 0,05$

## ثانيًا: مدى ارتباط الفروض بعنوان الدراسة

عنوان الدراسة هو: أثر استخدام أدوات التسويق الرقمي على سلوك الشراء لدى طلاب الجامعات الخاصة في عمان.

يتضح أن الفروض صيغت بما يتوافق مباشرة مع العنوان:

استخدمت الفروض مصطلح "أدوات التسويق الرقمي" كما في العنوان، وغطت العناصر المكونة لها مثل: وسائل التواصل، البريد

الإلكتروني، التسويق بالمحتوى، والإعلانات الرقمية.

كما تم استخدام نفس المتغير التابع في العنوان وهو "سلوك الشراء

وحددت الفئة المستهدفة من العنوان: "طلاب الجامعات الخاصة في عمان.

هناك اتساق منطقي كامل بين الفروض والعنوان من حيث المتغيرات والعينة والمجال.

## ثالثاً: مدى ترابط الفروض مع متغيرات الدراسة وتساؤلاتها

### متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: أدوات التسويق الرقمي

أبعاد المتغير المستقل هي: رسائل البريد الإلكتروني المخصصة ومشاركة المدونات، ومحركات البحث، إظهار الإعلان، وشبكات التواصل الاجتماعي وفيديوهات اليوتيوب والإعلانات داخل الألعاب)

المتغير التابع: سلوك الشراء

أبعاد المتغير التابع: المواقف تجاه الشراء عبر الإنترنت، والمعتقدات التي يقوم عليها الموقف الشرائي، والمخاطر المتوقعة، والمعايير الشخصية)

صيغت الفروض الفرعية لتتناول كل بعد من أبعاد المتغير المستقل وعلاقته بالمتغير التابع، مما يعكس فهماً واضحاً لبنية النموذج المفاهيمي.

## تساؤلات الدراسة

صيغت تساؤلات الدراسة بشكل متوازٍ مع الفروض، مما يعكس تكاملاً بين الفرضيات والأسئلة البحثية (تماثل مباشر في التركيب والمضمون).

هناك **ترابط منطقي** بين الفروض والتساؤلات، إذ جاءت الفروض كصيغة إثباتية لما طرح في التساؤلات بصيغة استفهامية.

## رابعًا: مدى مساهمة الفروض في تحقيق أهداف الدراسة

- تساهم الفروض في تحقيق أهداف الدراسة بشكل كبير لأنها تركز على متغيرات الدراسة الرئيسية حيث جاءت الفرضية الرئيسية متوافقة بشكل كبير مع الهدف الأول والثاني.
- تتفق الفروض الفرعية مع الهدف الثالث الذي يسعى إلى تحديد الأثر المباشر لاستخدام أدوات التسويق الرقمي على سلوك الشراء، وقد فصلت الفروض الفرعية في تأثير أدوات التسويق الرقمي على سلوك الشراء لدى الطلاب في جامعة عمان.

## الخلاصة الأكاديمية:

يتّضح من تحليل الفروض، أن الباحث قد نجح في صياغة فروض رئيسية وفرعية مترابطة بشكل منطقي مع عنوان الدراسة ومتغيراتها الأساسية، وجاءت الفروض انعكاسًا مباشرًا لتساؤلات الدراسة، وساهمت في ترجمة الإطار النظري والمفاهيمي إلى علاقات بحثية قابلة للاختبار. كما اتسمت الصياغة بالوضوح والاختصار، وبالنظر إلى أهداف الدراسة، يمكن القول إن الفروض تسهم في تحقيق تلك الأهداف من خلال اختبار العلاقات بين المتغيرات وتفسير التأثيرات المحتملة. ورغم إمكانية تطوير بعض الفروض لتغطية مزيد من الجوانب السلوكية، فإن البناء العام للفروض يدعم اتساق المنهجية ويخدم التوجه البحثي بفعالية.



Thank You